



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

දුරස්ථ ඝන අධ්‍යාපන අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය

ශාස්ත්‍රවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි තෙවන පරීක්ෂණය (බාහිර) - 2013

2016 අගෝස්තු - ඔක්තෝබර්

සමාජීය විද්‍යා පීඨය

ජනසන්නිවේදනය - MACO - E 3015

මාධ්‍ය ආචාරධර්ම, මහජන සම්බන්ධතාව හා දැන්වීම් කලාව

A කොටසේ පළමු ප්‍රශ්නය (01) ඇතුළුව ප්‍රශ්න තුනක් ද B කොටසේ පස්වන ප්‍රශ්නය (05) ඇතුළුව ප්‍රශ්න දෙකක් ද බැගින් තෝරා ගෙන ප්‍රශ්න පහකට (05) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 08 යි.

කාලය : පැය 03 යි.

A කොටස

01. "මහජන සම්බන්ධතාව යනු ආයතනික කළමනාකරණ කෘත්‍යයකි." - පිළිප් කිවන් මහජන සම්බන්ධතාවයෙහි ප්‍රායෝගික භාවිතය ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
02. "විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍ර, අවශ්‍යතා මෙන්ම ආයතන හා සම්බන්ධ මහජන කොටස් මත මහජන සම්බන්ධතාව විවිධ ආකාරයෙන් ක්‍රියාත්මක වේ." මහජන සම්බන්ධතා ප්‍රභේද හයක්වත් (06) ගෙන, ඒවායෙහි භාවිත මහජන සම්බන්ධතා සන්නිවේදන විධික්‍රම දෙකකට අනුසාරයෙන් හඳුන්වා දෙන්න.
03. මහජන සම්බන්ධතාව අලෙවිකරණයෙන් වෙනස් වන ආකාරය පිළිබඳ සංසන්දනාත්මක විග්‍රහයක් කරන්න.
04. "මහජන සම්බන්ධතාව මානවයාගේ මූල තරම් ඇතට දිවයන්නකි." - එඩ්වඩ් බර්නිස් මහජන සම්බන්ධතාව නූතන වරලත් වෘත්තීය විෂය ක්ෂේත්‍රයක් දක්වා වර්ධනය වූ ආකාරය ඇසුරෙන් විස්තර කරන්න.

B කොටස

05. "නූතන මාධ්‍ය වර්ගව තුළ මාධ්‍ය නීතියට වඩා මාධ්‍ය ආචාරධර්ම ප්‍රායෝගික වටිනාකමක් දක්වනු ලැබේ" සංසන්දනාත්මක ඇගයීමක් කරන්න.
06. "නූතන ලිබරල් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ජන සමාජය තුළ ව්‍යවස්ථානුකූලව ප්‍රතිපාදනය කරන යම් ප්‍රකාශන නිදහසක් ඇති ද එය ප්‍රායෝගිකව අත්විඳිය හැක්කේ ඇතැම් වාරණමය සීමාවන්ට යටත්වය." මේ පිළිබඳව සාකච්ඡා කරන්න.
07. "නූතන ජනමාධ්‍යයේ ප්‍රචාරණ බලය (Propaganda) දේශපාලන විධායක බලය ඉක්මවා සිටී." - නෝම් වොම්ස්කි සහ එඩ්වඩ් එස්. හර්මන් සමකාලීන මාධ්‍ය සමාජයේ අත්දැකීම් පාදක කරගෙන මේ පිළිබඳ විග්‍රහයක් කරන්න.
08. නූතන වෙළඳ දැන්වීම්කරණයේ දැකිය හැකි නිර්මාණාත්මක සහ මනෝවිද්‍යාත්මක ප්‍රවණතා පිළිබඳ විවරණයක් කරන්න.