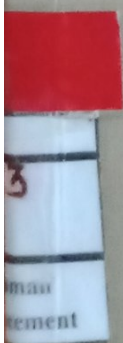




වත්මන්
මාධ්‍ය අධ්‍යයන ප්‍රවණතා

දීර්ඝත අශෝක කුමාර



පටුන

	පිටුව
1. මාධ්‍ය අධ්‍යයනය	15
2. මාධ්‍ය යනු කුමක්ද?	16
3. මාධ්‍ය අර්ථ ගන්වා ගැනීම (Interpreting media)	17
4. සංඥාව	20
5. කේත හා සංඥාවල සමාජ ස්වභාවය	23
6. මුඛ්‍යාර්ථය හා ව්‍යංජනාර්ථය (Denotation and Connotation)	24
7. අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය (Content analysis)	25
8. සන්නිවේදනය හා සංස්කෘතිය	26
9. ඡායාරූප (Genre) පිළිබඳ අධ්‍යයනය	29
10. ඡායාරූප හා ග්‍රාහක ප්‍රජාව	33
11. ඡායාරූප, විප්ලවය සහ සත්‍යාපනය	34
12. ආකෘතිය (Narrative) පිළිබඳ අධ්‍යයනය	37
13. නිරූපණය (Representation)	43
14. ඒකාකාරීකරණය	46
15. ග්‍රාහක ප්‍රජාව (Audience) පිළිබඳ අධ්‍යයනය	48
16. ඉලක්ක ග්‍රාහක ප්‍රජාව	49
17. මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය	60
18. දෘෂ්ටිවාදය හා බලය (Ideology and Power)	64
19. හෙජමොනිය (Hegemony)	67
20. පශ්චාත් මාක්ස්වාදය හා විචාරාත්මක බහුත්වවාදය	70
21. ගෝලීයකරණය (Globalisation)	72
22. සංස්කෘතික ගෝලීයකරණය	76
23. සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය	83
24. දේශපාලන ආර්ථිකය හා මාධ්‍ය (Political economy of the media)	85
25. මහජන සේවා සන්නිවේදනය	94



26. මහජන සේවා සන්නිවේදනය හමුවේ ඇති අභියෝග	103
27. මහජන සේවා සන්නිවේදන ආයතන සඳහා අරමුදල් සපයා ගැනෙන ක්‍රම	107
28. මහජන සේවා සන්නිවේදනයේ දී ග්‍රාහක සහභාගීත්වය	115
29. ඩිජිටල් යුගයේ දී මහජන සේවා සන්නිවේදනය	116
30. අලෙවිකරණය හා වෙළෙඳ දැන්වීම් කලාව	117
31. අලෙවි මිශ්‍රිතය	118
32. ඇසුරුම්කරණය හා ලේඛල්කරණය	122
33. වෙළෙඳ දැන්වීම් කලාව	125
34. වෙළෙඳ දැන්වීම් කලාවේ ඉතිහාසය	126
35. වෙළෙඳ දැන්වීම් ආකාර	131
36. දැන්වීම්කරණ ප්‍රවේශ (Advertising Appeals)	138
37. ස්පෑම් හා අන්තර් ජාල වෙළෙඳ දැන්වීම්	141
38. ආවෘත වෙළෙඳ දැන්වීම්කරණය (Covert Advertising)	142