

**පෝස්ටර් ඡායාරූපය, දේශපාලන ප්‍රතිරූපය හා මහජන සම්බන්ධතා: ශ්‍රී ලංකාවේ 2015 ජනාධිපතිවරණයට විශේෂිතව**

ඩබ්ලිව්. අමානි ඉරේෂිකා රූපසිංහ  
තාවකාලික සහකාර කථිකාචාර්ය  
ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශය  
කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය

**සාරසංග්‍රහය**

ලෝකයේ දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනංවනු පිණිස භාවිත කරන නොයෙකුත් ප්‍රචාරණ ක්‍රම අතර පෝස්ටර් ඡායාරූපය ප්‍රමුඛ වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ ද පෝස්ටර් ඡායාරූපය දේශපාලන ප්‍රතිරූප ගොඩනැංවීමෙහි ලා භාවිත වන අතර එයට මෙරට දේශපාලන සංස්කෘතිය තුළ දිගු ඉතිහාසයක් ඇත. දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනැංවීමට පෝස්ටර් ඡායාරූපය භාවිතයේ ඇති උපයෝගීතාවය කෙබඳුද? යන්න මෙහි පර්යේෂණ ගැටලුව වේ. එම කාර්යය සඳහා පෝස්ටර් ඡායාරූපය භාවිතයේ උපයෝගීතාවය අධ්‍යයනය කිරීම මෙම පර්යේෂණයේ අරමුණ විය. පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය ලෙස මිශ්‍ර ක්‍රමවේදය භාවිත කෙරිණි. ශ්‍රී ලංකාවේ 2015 ජනාධිපතිවරණයේ අපේක්ෂකයින් වූ මෙමතිපාල සිරිසේන හා මහින්ද රාජපක්ෂ යන ප්‍රධාන අපේක්ෂකයින්ගේ ප්‍රචාරණ කණ්ඩායම විසින් භාවිත කළ පෝස්ටර් ඡායාරූප මෙහිදී පර්යේෂණයට භාජනය කෙරිණි. බස්නාහිර පළාතේ කොළඹ, ගම්පහ, කළුතර යන දිස්ත්‍රික්කවල අහඹු නියැදියක් ලෙස ඡන්දදායකයින් සියදෙනෙකු පර්යේෂණය සඳහා යොදා ගැනිණි. ප්‍රශ්නාවලිය, අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය හා සම්මුඛ සාකච්ඡා මගින් දත්ත රැස්කර SPSS හා Excel මෘදුකාංග ඔස්සේ දත්ත

විශ්ලේෂණය කර නිගමනයට එළඹුණි. දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනැංවීමට පෝස්ටර් ජායාරූපය උපයෝගීතාවයක් සිදු නොවුණු බව පර්යේෂණයේ අවසන් නිගමනය විය. දේශපාලනඥයින් අවංක මහජන සේවයට ප්‍රමුඛත්වය දී මහජන මතය ගොඩනැගිය යුතු බවත්, දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනැංවීමට මහජන මුදල් නාස්තියෙන් හා පරිසර දූෂණයෙන් තොර නව මහජන සම්බන්ධතා ක්‍රම භාවිතය හා ඒ සඳහා නිර්මාණශීලී ජායාරූප භාවිතය සිදු කළ යුතු බව පර්යේෂණයෙන් අනාවරණය කරගැනීමට හැකි විය.

**මූලාසනය:** පෝස්ටර් ජායාරූපය, දේශපාලන ප්‍රතිරූප, දේශපාලන මහජන සම්බන්ධතා, මහජන මතය