

පෝස්ටර් ඡායාරූපය, දේශපාලන ප්‍රතිරූපය හා මහජන සම්බන්ධතා (ශ්‍රී ලංකාවේ 2015 ජනාධිපතිවරණයට විශේෂිතව)

ඩබ්ලිව්. ඒ. අයි. රූපසිංහ ¹

සංක්ෂේපය

ලෝකයේ දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනංවනු පිණිස භාවිත කරන නොයෙකුත් දෘශ්‍ය මාධ්‍යය ප්‍රචාරණ ක්‍රම අතර කටවුටිස්, බිල්බෝඩ්ස් හා පෝස්ටර් ප්‍රමුඛ වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනැංවීමෙහිලා කටවුටිස්, බිල්බෝඩ්ස් භාවිතයට වඩා පෝස්ටර් භාවිතය අධික වන අතර ඒ සඳහා මෙරට දේශපාලන සංස්කෘතිය තුළ දිගු ඉතිහාසයක් ඇත. පෝස්ටරය කටවුටිස් හා බිල්බෝඩ්ස්වලට වඩා ප්‍රමාණයෙන් කුඩාය. ග්‍රාහක ආකර්ෂණය හා සන්නිවේදනය සඳහා කටවුටිස්, බිල්බෝඩ්ස් හා පෝස්ටර් තුළ ඡායාරූප භාවිත කෙරේ. දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනැංවීමට පෝස්ටර් ඡායාරූප භාවිතයේ ඇති යෝග්‍යතාවය කෙබඳුද? යන්න මෙම පර්යේෂණයේ ගැටලුව වේ. එම කාර්යය සඳහා පෝස්ටර් ඡායාරූප භාවිතයේ යෝග්‍යතාවය අධ්‍යයනය කිරීම මෙම පර්යේෂණයේ අරමුණ විය. පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය ලෙස මිශ්‍ර ක්‍රමවේදය භාවිත කෙරිණි. පර්යේෂණයේ සීමාව ලෙස ශ්‍රී ලංකාවේ 2015 ජනාධිපතිවරණයේ අපේක්ෂකයින් වූ මෙහිත්‍රිපාල සිරිසේන හා මහින්ද රාජපක්ෂ යන ප්‍රධාන අපේක්ෂකයින්ගේ ප්‍රචාරණ කණ්ඩායම් විසින් භාවිත කළ පෝස්ටර් ඡායාරූප පමණක් පර්යේෂණයට භාජනය කෙරිණි. බස්නාහිර පළාතේ කොළඹ, ගම්පහ, කළුතර යන දිස්ත්‍රික්කවල අහඹු නියැදියක් ලෙස ඡන්දදායකයින් සිය දෙනෙකුට ගුගල් ප්‍රශ්නාවලි ලබා දීමෙන් පර්යේෂණය සඳහා දත්ත රැස්කෙරිණි. 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 ඡායාරූපය යෝග්‍යතාවයක් නොදැක්වූ බව පර්යේෂණයේ අවසාන නිගමනය විය. දේශපාලනඥයින් අවංක මහජන සේවයට ප්‍රමුඛත්වය දී මහජන මතය ගොඩනැගිය යුතු බවත්, දේශපාලන ප්‍රතිරූප හා මහජන සම්බන්ධතා ගොඩනැංවීමට සමාජ මාධ්‍යය ආශ්‍රිත නව මහජන සම්බන්ධතා ක්‍රම භාවිතය හා ඒ සඳහා නිර්මාණශීලී ඡායාරූප භාවිතය සිදු කළ යුතු බව පර්යේෂණයෙන් යෝජනා විණි.

මූලාශ්‍ර පද: පෝස්ටර්, පෝස්ටර් ඡායාරූපය, දේශපාලන ප්‍රතිරූප, මහජන සම්බන්ධතා, මහජන මතය

¹ amarupasinghe@gmail.com, ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය