

2005 ජනාධිපතිවරණයේ මහින්ද රාජපක්ෂගේ මැතිවරණ ව්‍යාපාරයේ දී මාධ්‍ය භාවිතය මගින් මතවාද ගොඩනැගීම - රූපවාහිනිය ඇසුරෙන්

ජේ.ඒ. තරිඳු මාධව¹

2005 වර්ෂයේ ශ්‍රී ලංකා ජනාධිපතිවරණය ඉතා තීරණාත්මක මැතිවරණයක් වූ අතර එහි දී ඡන්ද සටනට ප්‍රධාන වශයෙන් පිවිසියේ මහින්ද රාජපක්ෂ සමඟ රනිල් වික්‍රමසිංහ වේ. මෙහි දේශපාලන පක්ෂ වූයේ ශ්‍රී ලංකා නිදහස් පක්ෂය ප්‍රමුඛ සංධාන පක්ෂයක් ලෙසත්, එක්සත් ජාතික පක්ෂය ලෙසත් ය. මෙම පර්යේෂණයේ දී 2005 මැතිවරණ ප්‍රචාරණ කටයුතු ආරම්භ වීමත් සමඟ රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළ විකාශනය වූ වෙළඳ දැන්වීම් හා ප්‍රචාරණ කටයුතු අධ්‍යයනය කර විශ්ලේෂණය කිරීම සිදු කරන ලදී. පර්යේෂණ නියැදිය ලෙස 2005 මැතිවරණයේ දී මහින්ද රාජපක්ෂ තම මැතිවරණ දේශපාලන ව්‍යාපාරයේ ප්‍රචාරණය සඳහා රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ විකාශනය කරන ලද වෙළඳ දැන්වීම් දහයක් තෝරා ගන්නා ලදී. එම දැන්වීම් වල අන්තර්ගත වූ රූප මාධ්‍ය හැසිරවීම, වචන භාවිතය හා ඉලක්කගත පිරිස යන කොටස් තුන ඔස්සේ අධ්‍යයනය සිදු කරන ලදී. මහින්ද රාජපක්ෂ විසින් වෙළඳ දැන්වීම් හා රූපවාහිනී මාධ්‍ය බහුල ලෙස විවිධ ක්‍රම ඔස්සේ හා විවිධ පුද්ගලයන් අනුබද්ධ කර ගනිමින් යොදා ගත් බව මෙම අධ්‍යයනයේ දී පැහැදිලි වේ. එමගින් විවිධ සමාජ තත්ත්වයන් ආමන්ත්‍රණය කිරීමට දැන්වීම්කරණයෙන් උත්සාහ දරා ඇත. ඔහු හොඳ ගැමියෙකු, ග්‍රාමීකත්වය අගයන පුද්ගලයෙකු බව පෙන්වමින් ග්‍රාමීය ජනතාව ඉල්ලකොට මාධ්‍ය හැසිරවීම මූලිකව සිදු කරන ලදී. බෞද්ධයෙකු මෙන්ම ශාසනය ආරක්ෂා කරන බව දැක්වීම සඳහා බෞද්ධ ජනතාව ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ද ඒ පිළිබඳ විදහා දක්වන දැන්වීම් නිර්මාණාත්මක යොදා ගෙන ඇත. යුධමය හා යුද්ධයෙන් සිදුවූ විනාශකාරී තත්ත්වයන්ට අදාළ රූප රාමු විකාශනය මගින් යුධ ශාපය නිමාකරන බව පසක්කර ලීමට දැන්වීම් යොදා ගන්නා ලදී. කුඩා ළමුන් යොදා ගෙන සිදු කරන ලද ප්‍රචාරණ මාධ්‍ය මගින් සංවේදී පුද්ගල කණ්ඩායම් ග්‍රහණය කර ගැනීමට උත්සාහ දරා ඇත. ඔහුගේ පෞරුෂත්වය ගොඩනැගීමට හා මැතිවරණ පොරොන්දු එළි දැක්වීම වැනි අවශ්‍යතාවයන්ද ජනතාව අතරට සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ සුක්ෂ්ම උපක්‍රමයක් ලෙස ප්‍රචාරණ මාධ්‍ය යොදා ගෙන ඇත. ඔහුගේ මැතිවරණ දැන්වීම්කරණය සඳහා කලාකරුවන් හා ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් යොදා මැතිවරණ ප්‍රචාරණ ව්‍යාපාරය දියත් කිරීම මෙහි දී විශේෂයෙන් දැක්විය හැකිය. ලංකාවේ ජනප්‍රිය ගායක ගායිකාවන් පමණක් නොව විකුපට නළු නිලියන් භාවිතා කිරීම හා ඔවුන් විසින් කරන ලද ප්‍රකාශ රූපවාහිනී මාධ්‍ය ඔස්සේ විකාශය කිරීම සිදු කරන ලදී. එමගින් ඔහු විසින් ප්‍රවීණ කලාකරුවන් මගින් විද්වත් ජනතාව ආමන්ත්‍රණය කිරීමටත්, තරුණ පරපුරේ කලාකරුවන් මගින් ලංකීය තරුණ පරපුර ආමන්ත්‍රණය කිරීමටත් උත්සාහයක් දරා ඇත. තිස්වසරක් පුරා පැවති යුද්ධය අවසන් කිරීමට කාර්යශූරය, කඩිසර, එඩිතර පුද්ගලයෙකු ලෙස මහින්ද රාජපක්ෂට හැකියාව ඇති බවත්, දරුවන්ගේ හා රටේ අනාගතය ගැන සිතා තම ඡන්දය භාවිතා කල යුතු බවත්, ඔහු විසින් මාධ්‍ය තුළින් ජනතාවගේ සිත් ග්‍රහණය කිරීමට උත්සාහ කළේ ය. එමෙන්ම මහින්ද රාජපක්ෂ ග්‍රාමීය ජනතාවගේ හිත සුව පිණිස හා දියුණුව පිණිස වැඩ කරන පුද්ගලයෙකු යන හැඟීම අදාළ ඡන්ද දායකයා තුළට ආරෝපණය කිරීමට දැන්වීම්කරණය මගින් සමත් වී ඇත. මේ ආකාරයෙන් බලන කල පෙනී යන්නේ ඔහුගේ මැතිවරණ ව්‍යාපාරය තුළ ජනතා මතය ගොඩනැංවීම සඳහා මාධ්‍ය ඉතා හොඳින් කළමනාකරණය කර ප්‍රචාරණ දැන්වීම් නිපදවීම සිදුකර ඇති බවයි. මෙම ප්‍රචාරණ දැන්වීම් මැතිවරණ ව්‍යාපාරය සාර්ථකව ජයග්‍රහණය කර ගැනීම සඳහා විශාල කාර්ය භාරයක් සිදු කර ඇති බව මෙම පර්යේෂණයෙන් දැක්විය හැකිය.

මූලාශ්‍රය : "2005 ජනාධිපතිවරණය, මහින්ද රාජපක්ෂ, මාධ්‍ය භාවිතය, මතවාද"

¹මානවශාස්ත්‍ර පීඨය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය