

පාරිභෝගිකයා සංජානමය ලෙස පෙළඹවීම සඳහා වෙළඳ දැන්වීම්කරණයේ දී භාවිත කරන නිර්මාණාත්මක උපක්‍රම (කොකා - කෝලා නිෂ්පාදනයට විශේෂිතව)

ඩබ්ලිව්. ඒ. සඳමාලි විජේසිංහ¹*

¹නාට්‍ය, සිනමා හා රූපවාහිනී අධ්‍යයන අංශය, මානව ශාස්ත්‍ර පීඨය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.

භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගන්නා ආකාරය සහ භාවිත කරන ආකාරය පිළිබඳ ව පාරිභෝගිකයා දැනුවත් කිරීම සඳහා වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ දී යොදාගන්නා එක් සන්නිවේදන ක්‍රමවේදයක් ලෙස වෙළඳ දැන්වීම්කරණය හඳුනාගත හැකිය. භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීම සඳහා පාරිභෝගිකයා සංජානමය ලෙස පෙළඹවීමක් එමඟින් ඇතිකරනු ලබයි. AIDA නම් සංකල්පය වෙළඳ දැන්වීම් නිර්මාණයේ දී යොදාගනී. මෙම ක්‍රියාවලියේ දී ආයතන තම කථිපයාධිකාරීත්වය ඉස්මතු කිරීමට මෙන්ම පාරිභෝගිකයා තුළ සංජානමය වෙනසක් ඇතිකර භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට පෙළඹවීමක් ඇතිකිරීම සඳහා නිර්මාණකරුවන් විවිධ උපක්‍රම භාවිත කරන බව හඳුනා ගත හැකිය. මෙහිදී නිර්මාණාත්මක උපක්‍රම ප්‍රධාන වේ. මෙලෙස වෙළඳ දැන්වීමක් කලාත්මක ගුණයන්ගෙන් අනුන ව නිර්මාණය කිරීමේ දී යොදාගන්නා නිර්මාණාත්මක උපක්‍රම මොනවාද යන්න හඳුනා ගැනීම මෙම පර්යේෂණයේ ප්‍රධාන අරමුණ වේ. වෙළඳ ප්‍රචාරණය සඳහා යොදාගන්නා රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය, පුවත්පත්, සඟරා සහ අන්තර්ජාලය වැනි විවිධ මාධ්‍යයන් අතරින් රූපවාහිනිය, ඔස්සේ ප්‍රචාරණය වන වෙළඳ දැන්වීම් මෙම පර්යේෂණය සඳහා යොදාගැනිණ. විවිධ නිෂ්පාදන හා සේවා සම්බන්ධ වෙළඳ දැන්වීම් අතරින් මෙම පර්යේෂණයේ නියැදිය ලෙස කොකා-කෝලා නිෂ්පාදනය සම්බන්ධ වෙළඳ දැන්වීම් තෝරාගන්නා ලදී. පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය ලෙස ප්‍රමාණාත්මක හා ගුණාත්මක ක්‍රමවේදයන් යොදාගත් අතර දත්ත රැස්කිරීම සඳහා ප්‍රාථමික හා ද්විතියික මූලාශ්‍රය භාවිත කෙරිණ. මෙහිදී වෙළඳ දැන්වීම් නිර්මාණකරුවන් සහ පාරිභෝගිකයන් සමඟ සම්මුඛ සාකච්ඡා පැවැත්වීම මෙන්ම අලෙවිකරණය සහ දැන්වීම්කරණය සම්බන්ධ ව ලියැවී ඇති ග්‍රන්ථ පරිශීලනය කරන ලදී. වෙළඳ දැන්වීම් නිර්මාණයේ දී ආකර්ෂණීය වර්ණ භාවිතය, රූප ජේදනය, ආලෝකය භාවිතය, භාෂාව සහ ඉදිරිපත් කිරීමේ විලාසය, සංගීතය වැනි නිර්මාණාත්මක උපක්‍රම වැඩි වශයෙන් යොදාගන්නා බව මෙහිදී හඳුනා ගැනීමට හැකිවිය. පාරිභෝගිකයා වෙළඳ දැන්වීමක් දුටු සැණින් ඒ කෙරෙහි ආකර්ෂණය වීමට මෙවැනි උපක්‍රම හේතු වේ. මෙවැනි නිර්මාණාත්මක උපක්‍රම යොදාගැනීමෙන් පාරිභෝගිකයා ස'න්ජානමය වශයෙන් පෙළඹවීමක් කර තම කථිපයාධිකාරීත්වය ද පවත්වාගනිමින් අලෙවිකරණය ඉහළ නංවා ගැනීමට වෙළඳ ප්‍රචාරණ ආයතනවලට හැකියාව ලැබෙන බව මෙයින් නිගමනය කල හැකිය.

මූලාශ්‍ර පද : නිර්මාණාත්මක උපක්‍රම, පාරිභෝගිකයා, වෙළඳ දැන්වීම්කරණය, ස'න්ජානමය පෙළඹවීම

* sandamaliahesha@gmail.com