

## සංකේපය

“ශ්‍රී ලාංකේය නූතන ප්‍රචාරණ ක්‍ෂේත්‍ර අවකාශය තුළ නිදර්ශන චිත්‍රය” යන යෝජනා පර්යේෂණ මාතෘකාව තුළින් නිබන්ධකයා අධ්‍යයනය කිරීමට බලාපොරොත්තු වන්නේ වර්තමාන වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ සන්නිවේදනය වන නිදර්ශන චිත්‍රය භාවිත වන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳවයි.

වෙළඳ ප්‍රචාරණයේදී සන්නිවේදන ක්‍රමවේද ලෙස මූලික සහ විද්‍යුත් මාධ්‍ය මෙන්ම සමාජ ජාල මාධ්‍ය ආදී නව ක්‍ෂේත්‍රයන් ද යොදා ගැනීම බහුලව දක්නට ලැබේ. ප්‍රචාරණයේදී භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් වෙත ග්‍රාහකයා ඉතා ඉක්මනින් ආකර්ෂණය කරගැනීම සඳහා දායක රූප මතු කිරීමේ සන්නිවේදන මෙවලමක් ලෙස නිදර්ශන චිත්‍ර භාවිත වෙයි. දායක සන්නිවේදන නිර්මාණ අවකාශය පුළුල් කරමින් අදහස් ප්‍රකාශනයේ ප්‍රබල මෙවලමක් ලෙස නිදර්ශන චිත්‍රය, නිර්මාණාත්මකව වෙළඳ ප්‍රචාරණ කලාවට සම්බන්ධ වේ. මුල්කාලීන වෙළඳ දැන්වීම් සිට විසි එක් වන සියවස ආරම්භක දශකය දක්වා නිදර්ශන චිත්‍රය වර්තමාන ප්‍රචාරණ ක්‍ෂේත්‍රයේ තුළ නව ප්‍රවේශයන් ගනු ලබයි.

මුද්‍රණ කර්මාන්තයේ වර්ධනය සමඟ වෙළඳ ප්‍රචාරණය සඳහා පුවත්පත්, සඟරා, පොත් පත්, පෝස්ටර් යනාදිය තුළ නිදර්ශන චිත්‍රය නිර්මාණාත්මක ලෙස යොදා ගන්නට විය. විශේෂයෙන්ම පුවත්පත් සහ සඟරා කර්මාන්තය විසින් නිශ්චල ස්වරූපයේ උපරිම ආකාරයෙන් නිදර්ශන චිත්‍රය භාවිත වීම මගින් වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ දායක ආකාරයේ අඩිතාලම සකස් කෙරිණ.

චිත්‍රපට, රූපවාහිනී කර්මාන්තය ඇතුළු විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රවේශයන් සමඟ ඉතා පුළුල් ලෙස වෙළඳ අවශ්‍යතාවන් සඳහා ප්‍රචාරණ දැන්වීම්කරණයේදී නිදර්ශන චිත්‍රය නිශ්චල ස්වභාවය ඉක්මවා වලන තත්ත්වයෙන් භාවිත වීම දක්වා සංවර්ධනය වී ඇත.

සමකාලීන දායක සැලසුම් සඳහා වැඩි වශයෙන් පරිගණකය භාවිත කරන අතර යාවත්කාලීන වන තාක්ෂණය, මෘදුකාංග, වෙනත් උපාංග සමඟින් නිදර්ශනාත්මක දායක රූප සංස්කරණය කිරීම සුලබ ය. නිදර්ශන චිත්‍රය, දායක සන්නිවේදන ඉතිහාසයේ හැරවුම් ලක්ෂයන් අතර ප්‍රමුඛ වන්නේ ද බිහිවූ මුද්‍රණ ආකෘති, ශෛලීන් තුළින් පොත්, පුවත්පත්, සඟරා යනාදී අවශ්‍යතා බහුලවීමත් සමඟ ය.

ප්‍රචාරණ කලාව තුළට විද්‍යුත් මාධ්‍යයේ ප්‍රමුඛයා ලෙස රූපවාහිනිය ප්‍රවේශ වීමත් සමඟම වලනය මුල්කරගත් රූපවාහිනී වෙළඳ ප්‍රචාරණ ආරම්භ වේ. වලන ඉතිහාසය මුල් වූ දැන්වීම් තැනීමේ අත්දැකීම් තුළින් වර්තමානය වන විට රූපවාහිනිය නිවසටම දැන්වීම ගෙනෙයි. පරිගණක නව තාක්ෂණය විසින් අන්තර්ජාල වෙබ් අඩවි ද ජංගම දුරකතන නව මාදිලි විසින් ආකර්ෂණ දැන්වීම් අත්ලට රැගෙන විත් තිබේ. ඒ අනුව නව නිදර්ශන චිත්‍ර බිහිවෙමින් පවතී.

වාණිජමය වූ ඇනවුමකින් තොරව ද කලාත්මක ස්වයං ප්‍රකාශන ලෙස ද නිදර්ශන වික්‍ර යොදාගනී.

ලෝකයේ වාණිජ ක්ෂේත්‍රය තුළ නිදර්ශන වික්‍රය අති ප්‍රබල ලෙස භාවිත වේ. ශ්‍රී ලංකාව තුළ දක්නට ලැබෙන්නේ එය ඉතා අවම ආකාරයකිනි. මෙහිදී සන්නිවේදන ප්‍රචාරණ නිදර්ශන වික්‍රයේ නව්‍ය ප්‍රවේශය සහ කලාත්මක ස්වභාවය, සෞන්දර්ය යන කාරණා වර්තමාන පාරිභෝගික සමාජයට ද ඉතා වැදගත් වේ.

මූල පද :

ප්‍රචාරණය *Advertising* , විද්‍යුත් මාධ්‍ය හා මුද්‍රිත මාධ්‍ය *Electronic Media and Press Media*, නිසල නිදර්ශන වික්‍ර *Still Illustration*, චලන නිදර්ශන වික්‍ර *Motion Illustration*, සජීවීකරනය *Animation*,