

සමාජ විග්‍රහ

විමර්ශිත සංග්‍රහය

REFEREED JOURNAL

පළමු කාණ්ඩය, සයවන වෙළුම - 2021

ISSN 2362-0978 (print ISSN)

ISSN 2756-925X (e-ISSN)



ලිපි අංක 03

නව යොවුන් විශේෂ ස්ව අභිමානයට සමාජ මාධ්‍ය අත්කරගතයන්ගෙන් සිදුවන බලපෑම

අමිල ලොකුමාන්නගේ³

 <https://orcid.org/0000-0001-6283-7007>

ප්‍රධාන සංස්කාරක

ප්‍රේමකුමාර ද සිල්වා

සහය සංස්කාරක

ජගත් බණ්ඩාර පතිරගේ

එම්.ඒ.දිශාන් මදුගංඛ

සංස්කාරක උපදේශක මණ්ඩලය

එස්.ටී.හෙට්ටිගේ (සම්මානිත මහාචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
කාලිංග ටියුඩර් සිල්වා (සම්මානිත මහාචාර්ය) ජේරාදෙණිය විශ්වවිද්‍යාලය
කේ.කරුණාතිලක (ජ්‍යෙෂ්ඨ මහාචාර්ය) කැලණි විශ්වවිද්‍යාලය
සරත් අමරසිංහ (සම්මානිත මහාචාර්ය) රුහුණ විශ්වවිද්‍යාලය
යසාංජලී ජයතිලක (ජ්‍යෙෂ්ඨ මහාචාර්ය) ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය
චන්ද්‍රසිරි නිරිඤ්ජල (මහාචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
සුභාංගි හේරත් (මහාචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
නිශාර ප්‍රනාන්දු (ආචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
ආර්ඝනා හනිලා (මහාචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

භාෂා සංස්කරණය

නාලක ජයසේන

පරිපූරක නිර්මාණය

ප්‍රභාත් ගලගමගේ

³ බී.ඒ. (ජයවර්ධනපුර), එම්.ඒ. (බෙයිජිං), කටිකාචාර්ය ජනමාධ්‍ය අධ්‍යයනාංශය, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය.

සමාජ විග්‍රහ

විමර්ශිත සංග්‍රහය

REFEREED JOURNAL

පළමු කාණ්ඩය, සයවන වෙළුම - 2021

ISSN 2756-925X (e-ISSN)

ISSN 2362-0978 (print ISSN)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

දැනුම වෙත ප්‍රවේශ වීමේ සීමා අතික්‍රමණය සඳහා ලොව බොහෝ ශාස්ත්‍රාලයීය ප්‍රකාශන සම්ප්‍රදායික ප්‍රකාශන අයිතිය පිළිබඳ නෛතික ආකෘතියෙන් විකල්ප ආකෘතියක් වන පොදු නිර්මාණ බලපත්‍ර ක්‍රමයට සංක්‍රමණය වී / වෙමින් ඇත. මේ අනුව විචාරාත්මක දැනුමට විවෘත ප්‍රවේශයක් ලබා දීමේ අරමුණින් “සමාජ විග්‍රහ” විමර්ශිත සංග්‍රහය, නිකුත් වන්නේ ඉහත පොදු නිර්මාණ බලපත්‍රය යටතේය.

ලිපි විමර්ශක මණ්ඩලය

ජ්‍යෙෂ්ඨ මූලාසන මහාචාර්ය ප්‍රේමකුමාර ද සිල්වා, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

- මහාචාර්ය ආර්ථික හනිතා, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- මහාචාර්ය වාන්දනී ලියනගේ, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- මහාචාර්ය ඉරේෂා එම්. ලක්ෂ්මන්, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- ආචාර්ය දිල්ලුකි අබේසිංහ, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- ආචාර්ය එම්.ටී.එම්. මහීස්, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- ආචාර්ය ජගත් බණ්ඩාර පතිරගේ, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- ආචාර්ය තරින්දි උදලාගම, සමාජ විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
- ආචාර්ය ඕමලා පෙරේරා, ගුගෝල විද්‍යා දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

ප්‍රකාශනය

සමාජ විද්‍යා අධ්‍යයනාංශය
 කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
 කොළඹ-03
 දුරකථනය/ෆැක්ස්: 011-2500452
 විද්‍යුත් තැපෑල: samajaviggraha@soc.cmb.ac.lk
 වෙබ් අඩවිය: <https://arts.cmb.ac.lk/sociology/>

සාරසංක්ෂේපය

මෙම අධ්‍යයනය පදනම් වී ඇත්තේ ශ්‍රී ලංකාවේ නව යොවුන් වියේ ස්ව අභිමානයට සමාජ මාධ්‍ය බලපාන ආකාරයයි. සමාජ මාධ්‍ය රූප ස්ව අභිමානයට විශාල බලපෑමක් ඇති කරයි. කෙසේ වෙතත්, වැඩිහිටියන් හා නව යොවුන් වියේ දරුවන් අතර ඇති එක් ප්‍රධාන වෙනසක් නම්, නව යොවුන් වියේ දරුවන් තම ජීවිතයේ වඩාත්ම අවදානමට ලක්විය හැකි හා සංවේදී කාල පරිච්ඡේදයකට මුහුණ දී සිටීමයි. මෙම අධ්‍යයනය සඳහා, නව යොවුන් වියේ ස්ව අභිමානයට සමාජ මාධ්‍යයෙන් සිදුවන බලපෑම් අධ්‍යයනය කිරීමට සමීක්ෂණ ක්‍රමය භාවිත කරන ලදී. කොළඹ දිස්ත්‍රික්කයේ තෝරාගත් පාසල් 10 කින් 12 ශ්‍රේණියේ සිසුන් 100 ක්, එනම් ශිෂ්‍යාවියෝ 50 ක් සහ ශිෂ්‍යයෝ 50 ක් (වයස අවුරුදු 18) මෙම පර්යේෂණයට සහභාගි වූහ. පර්යේෂකයා සම්භාවිතා නියැදි ක්‍රමයක් වන සරල අහඹු නියැදි ක්‍රමය භාවිත කළේය. ප්‍රශ්නාවලිය ප්‍රකාශ 15 කින් සමන්විත විය. “තදින්ම එකඟ නොවීම” සිට “තදින්ම එකඟ වීම” දක්වා කරුණු හතරක පරිමාණයෙන් ඔවුන්ගේ එකඟතා මට්ටම දැක්වීමට ශිෂ්‍යයන්ට පැවසුහ. අධ්‍යයනයේ අරමුණු වූයේ, ආකර්ෂණීය මාධ්‍යයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍යවල ඇති වැදගත්කම අධ්‍යයනය කිරීම, නව යොවුන් වියේ පසුවන අය ඔවුන්ගේ ශරීරය සමාජ මාධ්‍යවල දකින ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් සමඟ සංසන්දනය කරන්නේ කෙසේද යන්න තේරුම් ගැනීම සහ පරිපූර්ණ ශරීරයක් ලබා ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍යවලින් නව යොවුන් වියේ අයට ඇති කරන පීඩනය අධ්‍යයනය කිරීමයි. එසේම අධ්‍යයන ගැටලු වූයේ ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවන් පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් සමාජ මාධ්‍ය තුළ තිබේද? බර අඩු කර ගැනීම සඳහා යෞවනයන්ට සමාජ මාධ්‍යයෙන් පීඩනයක් එල්ලවන්නේද? යෞවනයන් ඔවුන්ගේ ශරීරය සමාජ මාධ්‍යවල දකින ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් සමඟ සංසන්දනය කරනවාද? යන්නයි. අධ්‍යයන ප්‍රතිඵල අනුව සමාජ මාධ්‍ය නව යොවුන් වියේ ස්ව අභිමානයට විශාල බලපෑමක් ඇති කරන බවක් යෞවනයන් ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාමය දේ තේරුම් ගන්නේ කෙසේ ද යන්න පිළිබඳව සමාජ මාධ්‍ය විශාල බලපෑමක් කරන බවක් අවබෝධ විය. නව යොවුන් වියේ පසුවන්නන් වැඩි පිරිසක් ඔවුන්ගේ ශරීර ගැන සැහීමකට පත් නොවන බව අධ්‍යයනයෙන් හෙළි වී ඇති අතර එමඟින් යෞවනයන්ගේ ස්ව අභිමානයට සමාජ මාධ්‍ය සෘණාත්මක බලපෑමක් ඇති කරයි යන නිගමනයට එළඹිය හැකිය.

ප්‍රමුඛ පද: අන්තර්ජාලය, නව යොවුන් විය, ශරීර ප්‍රතිරූපය, ස්ව අභිමානය, සමාජ මාධ්‍ය

01. හැඳින්වීම

මීට වසර ගණනකට පෙර බොහෝ යෞවනයන් පැවසුවේ ඔවුන්ගේ වීරයා හෝ ආදර්ශමත් වර්තය තම මව, පියා, සහෝදරයා, සහෝදරිය හෝ කිසියම් සුරංගනා කතාවක වර්තයක් බවයි. මෙම "වීරයන්" දරුවන්ගේ හැසිරීම සහ හැඟීම් කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇති කළ අතර දෙමව්පියෝ තම දරුවාගේ ජීවන දර්ශනය හැඩ ගස්වන්නේ කවුරුන්ද යන්න ගැන සැලකිලිමත් වූහ. වර්තමානයේ බොහෝ යෞවනයන්ට තමන්ගේ ම පරිගණක සහ නිමක් නැති අන්තර්ජාල ප්‍රවේශයක් ඇත. ඔවුහු පෙර සිටි ඕනෑම පරම්පරාවකට වඩා දිනපතාම සමාජ මාධ්‍යයකට නිරාවරණය වෙති. මෙයින් අදහස් කරන්නේ නව යොවුන් වියේ දරුවන් තම පවුලේ අය හා මිතුරන්ට වඩා අන්තර්ජාලයේ වැඩි කාලයක් ගත කරන බවයි. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස පවුලේ බලපෑමට හෝ පාසලේ බලපෑමට වඩා සමාජ මාධ්‍ය බලපෑම වැදගත් වී ඇත. නව යොවුන් විය යනු මිනිසුන්ගේ ජීවිතයේ සුවිශේෂී අනන්‍යතාවයක් ගොඩනැගීම සඳහා ක්‍රියාකාරීව සම්බන්ධ වන කාල පරිච්ඡේදයක් බව මතක තබා ගැනීමෙන්, නව යොවුන් වියේ දී සමාජ මාධ්‍ය විශාල කාර්යභාරයක් ඉටු කරමින් තිබෙන බව අප දැනගත යුතුය. වැඩිහිටියන් බොහෝ විට කනස්සල්ලට පත්වන්නේ තම දරුවන් අන්තර්ජාලයෙන් හදා ගන්නා වීරයන්ට පරිපූර්ණ ආදර්ශයක් නොවීම ගැන ය. හෝර්මෝන වෙනස්වීම් නව යොවුන් වියේ හැසිරීම, ස්ව අභිමානය කෙරෙහි බලපාන බව පර්යේෂණවලින් හෙළිව තිබේ. නව යොවුන් වියේ දරුවන් මුහුණ දෙන දුෂ්කරතා තේරුම් ගැනීම ඉතා වැදගත් ය. වර්ධනය වෙමින් පවතින ශරීරයකට සහ මනසට අවශ්‍ය යථාර්ථවාදී නොවන "පරමාදර්ශී" රූප ලබා ගැනීම සඳහා නිරන්තරයෙන් සමාජ මාධ්‍යයන්ගෙන් පීඩනයක් එල්ල වේ.

"සමාජ මාධ්‍ය යනු වචන, පින්තූර, දෘශ්‍ය සහ ශ්‍රව්‍ය බහුමාධ්‍ය මිශ්‍රණයක් භාවිත කරමින් මිනිසුන් නිදහසේ ඔවුන්ගේ ජීවිත පිළිබඳ තොරතුරු බෙදාහදා ගැනීම සහ සාකච්ඡා කරන අන්තර්ජාල වෙබ් අඩවි හෝ වේදිකා වේ" (Curtz, 2013). "සමාජ මාධ්‍ය යනු තොරතුරු, අදහස්, පණිවුඩ සහ වීඩියෝ වැනි අන්තර්ගතයන් බෙදාහදා ගැනීම සඳහා ජාල, ප්‍රජාවන් සහ සාමූහිකයන් නිර්මාණය කිරීම සඳහා මිනිසුන් භාවිත කරන විවිධ ආකාරයේ මාර්ගගත සන්නිවේදනයක් ලෙස ද වටහාගත හැක" (ලොකුමාන්නගේ, 2021). මෙම අර්ථ දැක්වීමෙන් කරුණු දෙකක් කැපී පෙනේ: 1. සමාජ මාධ්‍යවලට සබැඳි සන්නිවේදනය ඇතුළත් විය යුතුය, සහ 2. සමාජ මාධ්‍ය රඳා පවතින්නේ පරිශීලකයා විසින් ජනනය කරන ලද අන්තර්ගතයන් මත ය යන්නයි. සාමාන්‍ය වෙබ් අඩවි සහ බ්ලොග්, සමාජ මාධ්‍ය ලෝකයට ඇතුළත් නොවන්නේ මේ නිසා ය. මෙම වෙබ් අඩවිවලට පළ කළ හැක්කේ ඇතැම් පුද්ගලයින්ට පමණක් වන අතර, උඩුගත කරන (Upload) අන්තර්ගත වර්ග සඳහා සැලකිය යුතු සීමාවන් තිබේ. මෙම නිර්වචනය භාවිත කරමින්, සමාජ මාධ්‍ය යනු Whatsapp සහ Viber වැනි පණිවුඩ යෙදුම්, Facebook සහ LinkedIn වැනි පැතිකඩ පදනම් කරගත් වේදිකා, Youtube වැනි වීඩියෝ ද්වාර සහ Gmail වැනි පුළුල් පරාසයක දේවල් බව අපට තේරුම් ගත හැකිය.

1.1 නව යෞවන් විය (Adolescence)

නව යෞවන් විය යනු ළමා විය හා වැඩිහිටි විය අතර සංක්‍රාන්ති කාල පරිච්ඡේදයකි. මෙම කාල පරිච්ඡේදය තුළ ළමයින් ඔවුන්ගේ ශාරීරික පෙනුමෙන් වැඩිහිටියන් මෙන් පෙනෙන්නට පටන් ගෙන වැඩිහිටි භූමිකාවන් සඳහා සුදානම් වෙමින් සිටිය ද එම ගනුදෙනුව පෙනෙන ආකාරයට වඩා සංකීර්ණ ය. මෙම කාල පරිච්ඡේදය තුළ ළමයින් ස්ව අන්‍යන්‍යතාවය සෙවීම අරඹන අතර, ඔවුහු කවුරුන්ද යන්න සහ ඔවුන් අයිති කොහේට ද යන්න සොයා ගැනීමට සහ පෙනුම අනුව තීරණ ගැනීමට උත්සහ කරති. වැඩිහිටිභාවයට මාරුවීමේ දී, ළමයින් නිරන්තරයෙන් ආදර්ශයක් සොයති, ඇසුරු කිරීමට කෙනෙකු සොයති.

නව යෞවන් විය සඳහා වඩාත් නිවැරදි හා සම්පූර්ණ අර්ථ දැක්වීම තෝමස් පී. ගුල්ලොටා සහ ජෙරල්ඩ් ආර්. ඇඩම්ස් (Thomas P. Gullotta and Gerald R. Adams) විසින් රචිත “නව යෞවන් වියේ වර්ග ගැටලු පිළිබඳ අත් පොත” (Handbook of Adolescent Behavioral Problems) හි සොයා ගන්නා ලදී. ඔවුන් නව යෞවන් විය අර්ථ දැක්වූයේ “නව යෞවන් විය, වැඩිවියට පැමිණීමත් සමඟ ආරම්භ වන අතර පුද්ගලයා වැඩිහිටි අයිතිවාසිකම්, වගකීම් සහ පවුල, නීතිය, සමාජය සහ වෙනත් අයගේ පිළිගැනීම ලබා ගන්නා විට අවසන් වේ යනුවෙනි.” “මෙම අභියෝගාත්මක සංවර්ධන අවධිය වැඩිවිය පැමිණීමෙන් ආරම්භ වන අතර එය කාල පරිච්ඡේද තුනකට බෙදිය හැකිය. ඒ මූල (වයස අවුරුදු 12 සිට 14 දක්වා), මැද (වයස අවුරුදු 15 සිට 16 දක්වා) සහ නව යෞවන් විය (වයස අවුරුදු 17 සිට 19 දක්වා සහ ඉන් ඔබ්බට) ලෙසයි” (Richter, 1997).

1900 ගණන්වල මුල් භාගයේ දී ක්ලාක් විශ්වවිද්‍යාලයේ සිග්මන්ඩ් ෆ්‍රොයිඩ් නව යෞවන් විය පිළිබඳ පළමු මනෝවිකිත්සක දර්ශනය ලබා දීම සිත්ගන්නා කරුණකි. තවදුරටත්, ෆ්‍රොයිඩ්ගේ දියණිය ඇනා නව යෞවන් විය පිළිබඳ අදහස ප්‍රවර්ධනය කළාය. මීට වසර සියයකට වඩා වැඩි කාලයකට පෙර නව යෞවන් වියේ දරුවන් පිළිබඳ අධ්‍යයන හා පර්යේෂණ ආරම්භ කර ඇතත්, නව යෞවන් විය පිළිබඳ නිවැරදි අර්ථ දැක්වීමක් සැපයීම, මෙම කාල පරිච්ඡේදයේ නිශ්චිත ආරම්භය හා අවසානය සනිටුහන් කිරීම මිනිසුන්ට තවමත් අභියෝගයක් වී තිබේ. සාමාන්‍ය පුද්ගලයෙකුට නව යෞවන් විය පිළිබඳ සීමිත දැනුමක් ඇති අතර සෑම මිනිසෙකුගේම ජීවිතයේ මෙම සුවිශේෂී අවධියේ වැදගත්කම නොසලකා හැරේ. නිරන්තර මනෝභාවය වෙනස් වන විට, හෝමෝන වෙනස්කම්, ශරීරයේ වෙනස්වීම්, ලිංගිකත්වය සහ තවත් බොහෝ වෙනස්කම් යෙහවනයට මුල පුරයි, නව යෞවන් විය තේරුම් ගැනීමට උපකාර කිරීම සඳහා බොහෝ මාර්ගෝපදේශ පොත් ලියා ඇතත්, වැඩිහිටියන්ට පවා නව යෞවන් විය තේරුම් ගැනීමට සහ සහාය දීමට පහසු නැත. ස්ව අභිමානය, නින්දේ ගුණාත්මකභාවය, ශරීර ප්‍රතිරූපය, චිත්තවේගී ප්‍රකාශනය, කාංසාව සහ මානසික අවපීඩනය සහ තවත් බොහෝ දේ සමඟ සමාජ මාධ්‍ය සහ සංහතික මාධ්‍ය අතර ඇති බලපෑම හා සම්බන්ධය විවිධාකාර සඟරා ලිපි සහ පර්යේෂණ අධ්‍යයන සමාලෝචනය කිරීමෙන් පැහැදිලි වේ.

1.2 ස්ව අභිමානය (Self-Esteem)

වෙබ්ස්ටර් ශබ්ද කෝෂයට අනුව ස්ව අභිමානය යනු "ඔබට සහ ඔබේ හැකියාවන්ට ගරු කිරීම පිළිබඳ හැඟීමක්" හෝ ස්ව අභිමානය පිළිබඳ පූර්ණ අර්ථ දැක්වීමට අනුව "තමා කෙරෙහි විශ්වාසය හා තෘප්තිය" වේ. මනෝ විද්‍යාව හා සමාජ විද්‍යාව තුළ ස්ව අභිමානය අර්ථ දැක්වෙන්නේ ආත්මීය ඇගයීම සහ තමා විසින්ම විනිශ්චය කිරීම ලෙස ය. ඇමරිකානු මනෝ විද්‍යාඥයකු වන ඒබ්‍රහම් හැරල්ඩ් මැස්ලෝ (Abraham Harold Maslow) 1943 දී මැස්ලෝව්ගේ අවශ්‍යතා ධුරාවලිය නිර්මාණය කළේය. සෑම මිනිසෙකුටම ස්ව අභිමානය හා ආත්ම ගෞරවය තිබිය යුතු බව මැස්ලෝ ප්‍රකාශ කළේය. මිනිසුන් සමාජය තුළ ක්‍රියා කරන අතර ප්‍රතික්‍රියා කරන බැවින්, අන් අයගේ පිළිගැනීමට හා අගය කිරීම් ලැබීමට ඔවුන්ට ආශාවක් ඇත. අඩු ස්ව අභිමානයක් ඇති පුද්ගලයින්ට බොහෝ විට අන් අයගේ ගෞරවය හා අවධානය අවශ්‍ය බව මැස්ලෝ ප්‍රකාශ කළේය. කෙසේ වෙතත් ඔවුන්ට අවශ්‍ය අවධානය හා ගෞරවය ලැබුණ ද ඔවුන් අභ්‍යන්තරව කවුරුන්දැයි පිළිගන්නා තෙක් ඔවුන්ගේ ස්ව අභිමානය ගොඩනගා ගැනීමට හැකි නොවේ. ඔහුගේ "මානව අභිප්‍රේරණය පිළිබඳ න්‍යාය" (Theory of Human Motivation) නම් ලිපියට අනුව, ස්ව අභිමානය මිනිසුන්ට ජීවිතයට වැඩි විශ්වාසයකින්, කරුණාවෙන් හා සුබවාදීව මුහුණ දීමට ඉඩ සලසයි. එමඟින් ඔවුන්ගේ අරමුණු කරා පහසුවෙන් ළඟා විය හැකිය.

නව යොවුන් විය යනු යෞවනයන් නිරන්තරයෙන් අනන්‍යතාවය සහ පිළිගැනීම අපේක්ෂා කරන අවධියකි. පෙර සඳහන් කළ පරිදි, ස්ව අභිමානය චිත්තවේගීය සෞඛ්‍යයේ වැදගත්ම අංගයකි. ළමුන්ගේ සෞඛ්‍යය පිළිබඳ විශ්වකෝෂය (Encyclopedia of Children's Health) පැහැදිලි කරන පරිදි ඉහළ ස්ව අභිමානයක් ඇති නව යොවුන් දරුවන්ට ගැටුම් හැසිරවීම සහ මිතුරන් ඇති කර ගැනීම පහසු ය. අඩු ස්ව අභිමානයක් ඇති යෞවනයන්ට ගැටලු සමඟ කටයුතු කිරීම අපහසු වන අතර ඕනෑවට වඩා ස්වයං විවේචනයට ලක්වන අතර, උදාසීන, මානසික අවපීඩනයකට පත්විය හැකි ය. ඔවුන් අලුත් දේවල් අත්හදා බැලීමට පසුබට විය හැකි ය, තමන් ගැන නිෂේධාත්මකව කථා කළ හැකි ය, පහසුවෙන් කලකිරීමට පත්විය හැකි ය, බොහෝ විට තාවකාලික ගැටලු ස්ථිර තත්ත්වයන් ලෙස දකියි. ඔවුහු තමන් ගැනත් ඔවුන්ගේ ජීවිතය ගැනත් අසුබවාදීව සිතති. නව යොවුන් වියේ ස්ව අභිමානය ඉහළම වන්නේ ඔවුන් තම "පරමාදර්ශී" චරිතය වීමට කැමති විට ය. එම පුද්ගලයා ඔවුන්ගේ දෙමව්පියන්ගෙන් හෝ ඕනෑම සමාජ මාධ්‍යයක දකින පුද්ගලයෙකු විය හැකිය.

1.3 සමාජ-මිනුම් න්‍යාය (Sociometer theory) සහ ස්ව අභිමානය

සමාජ-මිනුම් න්‍යාය යෝජනා කරන්නේ ස්ව අභිමානය යනු තමන්ට සාපේක්ෂව වටිනාකමක් ඇති බවත් අනෙක් පුද්ගලයින් විසින් සමාජමය වශයෙන් පිළිගන්නා බවත් මිනිසුන් වටහා ගන්නා ස්වරූපයේ මනෝවිද්‍යාත්මක මිනුමකි. මෙම න්‍යායාත්මක දර්ශනය ප්‍රථම වරට මාර්ක් ලියර් විසින් 1995 දී හඳුන්වා දෙන ලදී. පසුව එය කීර්ක්පැට්‍රික් සහ එලිස් විසින් පුළුල් කරන ලදී. ලියර්ගේ පර්යේෂණයන්හි දී, සමාජීය මිනුම්කරුවෙකු ලෙස ස්ව අභිමානය පිළිබඳ අදහස ගැඹුරින් සාකච්ඡා කෙරේ. මෙම න්‍යාය නිර්මාණය කරන ලද්දේ මනෝ විද්‍යාත්මක සංසිද්ධියකට ප්‍රතිචාරයක් වශයෙනි, එනම් සමාජ හැඟීම්, අන්තර් හා පෞද්ගලික හැසිරීම්, ස්වයං සේවා පක්ෂග්‍රාහීත්වය සහ

ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට දක්වන ප්‍රතික්‍රියා අනුවය. මෙම න්‍යාය මත පදනම්ව, ස්ව අභිමානය යනු සමාජ සම්බන්ධතා සහ අන්‍යයන් ගේ පිළිගැනීම හෝ ප්‍රතික්ෂේප කිරීම අධීක්ෂණය කරන මිනුමකි. සමාජ-මිනුම් න්‍යායේ ප්‍රධාන සංකල්පය නම්, ස්ව අභිමානය පද්ධතිය පුද්ගලයෙකුගේ වර්තමාන හා ඉදිරියට එන සම්බන්ධතාවල ගුණාත්මකභාවය මැනීම සඳහා මිනුමක් ලෙස ක්‍රියා කිරීමයි. තව ද මෙම ස්ව අභිමානය මැනීම, සම්බන්ධතා ඇගයීම අනුව මෙම සම්බන්ධතා වර්ග දෙක තක්සේරු කරයි. පුද්ගලයා අනෙක් පුද්ගලයින් සමඟ දරන සබඳතා දෙස බලා අගය කළ හැකි ආකාරය මෙයයි. පුද්ගලයෙකුගේ සාපේක්ෂ අගය කිරීම සාමාන්‍ය ලෙස වෙනස් වන්නේ නම්, සාපේක්ෂ අවප්‍රමාණය අත්විඳිනු ඇත. සමාජ-මිනුම් න්‍යායට අනුව ස්ව අභිමානයේ දැකිය හැකි ස්වරූප 04 කි.

- **රාජ්‍ය ස්ව අභිමානය (State Self-esteem)** පුද්ගලයාගේ වර්තමාන සම්බන්ධතා ඇගයීමේ මට්ටම මැන බලන අතර ක්ෂණික තත්ත්වය තුළ වෙනත් පුද්ගලයින් විසින් ප්‍රතික්ෂේප කරන ලද සහ බැහැර කරන ලද පුද්ගලයාට පිළිගැනීමට හා ඇතුළත් කිරීමට ඇති හැකියාව තක්සේරු කරයි.
- **ගතිගුණ ස්ව අභිමානය (Trait Self-esteem)** යනු සමාජ තත්ත්වයක් තුළ පුද්ගලයෙකු පිළිගැනීමට හෝ ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට කොතරම් දුරට ඉඩ ඇත්ද යන්න පිළිබඳ මිනුමකි.
- **ගෝලීය ස්ව අභිමානය (Global Self-esteem)** යනු පුද්ගලයෙකු පිළිබඳව විවිධ ජාතීන්, ජනවර්ග සහ ප්‍රජාවන් පැවසිය හැකි ගෝලීය දෘෂ්ටිය තක්සේරු කිරීමට පුද්ගලයෙකු ඉදිරිපත් කරන ස්ථාවර, අභ්‍යන්තර ස්ව අභිමානයකි.
- **වසම්-විශේෂිත ස්ව අභිමානය (Domain specific Self-esteem)** යනු පුද්ගලයෙකුගේ ස්ව අභිමානය වෙනස් කළ හැකි සමාජ, ශාස්ත්‍රීය හා මලල ක්‍රීඩා වැනි තමන්ගේ ජයග්‍රහණ පරීක්ෂා කරන මිනුමකි.

02. නව යොවුන් වියේ දී ස්ව අභිමානය කෙරෙහි සමාජ මාධ්‍යවල බලපෑම

විකාගෝ විශ්වවිද්‍යාලයේ පාරිභෝගික පර්යේෂණ සඟරාවේ (Journal of Consumer Research) ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද අධ්‍යයනයකට අනුව, වෙළෙඳ දැන්වීම් නව යොවුන් දරුවන්ගේ ස්ව අභිමානයට බලපාන බව ඔප්පු වී ඇත. අන්තර්ජාලය පුරා වෙළෙඳ දැන්වීම් නිර්මාණය කර ඇත්තේ නරඹන්නාට යම් ආකාරයකින් සිතීමට හෝ දැනීමට සලස්වන අයුරිනි. “Institute Pluridisciplinaire Hubert Curien” ආයතනයේ ප්‍රංශ පර්යේෂකයෝ 2013 දී ප්ලොස් වන් (Plos One) හි පළ කළ ලිපියක, Facebook වැනි සමාජ මාධ්‍ය වෙබ් අඩවිවල මිනිසුන් වැඩි කාලයක් ගත කරන අතර, එහි දී තමන් අන් අය සමඟ සංසන්දනය කරන විට ඔවුන් මානසික අවපීඩනයට පත් වන බව සඳහන් කර ඇත. පරිශීලකයෙකුගේ පවුල, මිතුරන් හෝ ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් ඔහුගේ හෝ ඇයගේ ස්ව අභිමානයට බලපායි. “සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා සැබෑ ජීවිතය ඉදිරිපත් නොකරයි, ඒවා පුද්ගලයෙකුගේ හොඳම අනුවාදය නියෝජනය කරයි. මේ සියල්ල මනසේ තබාගෙන සිටින මිනිසුන්ට ඒවා යථාර්ථවාදී නොවන දෙයක් සමඟ සංසන්දනය කිරීමේ අභිලාෂය සහ නොපවතින දෙයක් මෙන් පෙනීමේ අභිලාෂය ඇත” (Kross, 2013).

ස්ව අභිමානය සහ මානසික අවපීඩනය හා කාංසාව වැනි රෝග ලක්ෂණ එකිනෙකට සමීපව බැඳී ඇත. බන්යායි සහ වෙනත් අය විසින් කරන ලද අධ්‍යයනවල විවිධ සාම්පල නිරීක්ෂණය කරන අතරතුර මෙම සම්බන්ධතාවය පරීක්ෂා කළ හැකිය. චුඩ්ස් සහ ස්කොට් (2016) විසින් කරන ලද පර්යේෂණය නිගමනය කළේ සමාජ මාධ්‍යවල වැඩි භාවිතය අඩු ස්ව අභිමානය හා විශේෂයෙන් මානසික අවපීඩනය සමඟ දැඩි ලෙස සම්බන්ධ වී ඇති බවයි.

සම්මානලාභී කතුවරයකු සහ නායකත්වය සහ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳ ජාත්‍යන්තරව පිළිගත් විශේෂඥයකු වන ක්ලෙයාර් මිස්කෝ (Claire Mysko) පැහැදිලි කළේ, "සමාජ මාධ්‍ය අඩු ස්ව අභිමානයකට හේතුවක් නොවුවත්, එයට දායක වීමට අවශ්‍ය සියලු අංග තිබේ" යනුවෙනි. තරුණයන් බොහෝ විට සමාජ මාධ්‍ය පිටුවලට නිරාවරණය වන්නේ ඔවුන්ගේම හැකියාවන් සහ පෙනුම ප්‍රශ්න කිරීමට සහ යථාර්ථවාදී නොවන ජීවන රටාවන්ගේ ඡායාරූප සමඟිනි. Common Sense Media හි වාර්තාවකට අනුව නව යොවුන් වියේ දරුවන් දිනකට පැය 9 ක් පමණ සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කරයි. සමාජ ජාලකරණය යෞවනයන්ගේ ජීවිතයේ වැදගත් අංගයක් බවට පත්ව ඇති බවත්, තම අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට හා නියෝජනය කිරීමට මාර්ගයක් බවත් දැන සිටීම, එයට හේතු විය හැකිය. එසේ වුව ද, නව යොවුන් වියේ පසුවන මිතුරන්, කැමැති ඡායාරූප සහ වඩා හොඳ ශරීර ඇති වෙනත් පරිශීලකයින් නිරීක්ෂණය කළ විට, අනෙක් අයට සාපේක්ෂව සංසන්දනය කිරීමට යාමෙන් ඔවුන්ගේ ස්ව අභිමානයට හානිකර විය හැකිය. යෞවනයන් තම දවසේ වැඩි කාලයක් සමාජ මාධ්‍ය සඳහා වැය කරන බැවින්, සෙසු සම වයසේ මිතුරන්ට සහ පවුලේ අයට කෙටි පණිවුඩ යැවීම, මෙම අන්තර්ක්‍රියා අතරතුර, වචන හා අදහස් දැක්වීම් තරුණයන්ගේ ස්ව අභිමානය ඉහළ නැංවීමට හෝ පහත් කිරීමට හැකි වේ. සමාජ මාධ්‍යවල වැඩි කාලයක් ගත කරන නව යොවුන් වියේ පසුවන්නන් වෙනත් පරිශීලකයින් සමඟ සැසඳීම නිසා කාංසාව සහ අඩු ස්ව අභිමානය ඇති වීමට වැඩි ඉඩක් ඇති බව වාර්තා වේ.

යෞවනයන් තුළ ස්ව අභිමානය අඩු වීමේ දී දැකිය හැකි ලක්ෂණ

- (1) මිතුරන්ගෙන් ඉවත් වීම
- (2) දුර්වල සනීපාරක්ෂාව හෝ පෙනුම ගැන සැලකිලිමත් නොවීම
- (3) නව සමාජ සමූහයක් වෙනුවෙන් හොඳ මිතුරන් අතහැර දැමීම
- (4) ඕනෑවට වඩා නිදාගැනීම
- (5) ආහාර පුරුදු වෙනස් කිරීම
- (6) බලාපොරොත්තු රහිත හැඟීම
- (7) සියදිවි නසාගැනීම් පිළිබඳ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීම

සාමාන්‍ය මිනිසෙකු නිරන්තරයෙන් විවිධ පුද්ගලයින් සමඟ සංසන්දනය වෙයි. මිනිසුන් ඔවුන්ගේ වටිනාකම, ආකර්ෂණීය බව සහ ශාරීරික පෙනුම විනිශ්චය කරයි. අප ජීවත් වන්නේ 21 වන සියවසේ තාක්ෂණය හා මාධ්‍ය පහසුවෙන් ප්‍රවේශ විය හැකි කාල පරිච්ඡේදයක් වන අතර මාධ්‍ය බලපෑමෙන් අපව සම්පූර්ණයෙන්ම ආරක්ෂා කර ගත හැකි ක්‍රමයක් නොමැත. ස්මාර්ට් ජංගම දුරකථන, පරිගණක සහ නිමක් නැති අන්තර්ජාල ප්‍රවේශය භාවිත කිරීමේ වරප්‍රසාදය සමහර විට අප සිතනවාට වඩා හානියක් කළ හැකිය.

මාධ්‍ය භාවිතය නින්දේ ගුණාත්මකභාවය සමඟ සම්බන්ධ වී ඇති අතර, එය මානසික අවපීඩනය හා කාංසාව ඉහළ මට්ටමක පවතින බව පෙන්නුම් කරයි, විශේෂයෙන් නව යොවුන් වියේ දී නිසි වර්ධනය සඳහා නින්ද ඉතා වැදගත් වේ. ඊට අමතරව, සමාජ මාධ්‍ය නිතර භාවිත කිරීම ඉහළ මට්ටමේ මානසික අවපීඩනය හෝ මානසික අවපීඩන රෝග ලක්ෂණ සමඟ සම්බන්ධ වී ඇති අතර, ඒවා බොහෝ දුරට තාක්ෂණය හා මාධ්‍ය බහුකාර්යයන් කෙරෙහි ඇති කාංසාව සහ යැපීම කෙරෙහි ණයගැතියි. Crocker & Brummelman (2018) විසින් කරන ලද අධ්‍යයනයකින් පෙන්නුම් කරන්නේ ශරීර ප්‍රතිරූපය (Body Image) හරහා ඉහළ මට්ටමේ මානසික අවපීඩන රෝග ලක්ෂණ සම්බන්ධයෙන් ස්ව අභිමානය සහ සමාජ මාධ්‍ය භාවිතය අතර සම්බන්ධයක් ඇති බවයි. ජනමාධ්‍යවල සහ සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රභවයන්හි ඕනෑම වඩා ලිංගික හා ඒකාකාරී ස්ත්‍රී පුරුෂ රූප බොහෝ විට ඉහළ මට්ටමේ ශරීර ප්‍රතිරූප අතෘප්තියට තුඩු දීම නිසා පැහැදිලිවම ඉහළ මට්ටමේ මානසික අවපීඩනයට සම්බන්ධ වී ඇති බව පෙනේ. මෙම සියලු සාධක නව යොවුන් වියේ දරුවන්ගේ ස්ව අභිමානය කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇති කරයි.

“සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක පර්යේෂණ බොහෝ දුරට අවධානය යොමු කර ඇත්තේ ස්ව අභිමානයේ අංශ දෙකක් කෙරෙහි ය: ඒ ස්ව අභිමානයේ මට්ටම සහ ස්ව අභිමානයේ අස්ථාවරත්වයයි. මෙම පර්යේෂණයන්ගෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් අවධානය යොමු කර ඇත්තේ ස්ව අභිමානයේ මට්ටම කෙරෙහිය” (Crocker & Brummelman, 2018). “ස්ව අභිමානයේ අස්ථාවරත්වය යනු පුද්ගලයන් තුළ ස්ව අභිමානය උච්චාවචනය වන තරමයි” (Kernis, 2005). රොසෙන්බර්ග් (1986), පුද්ගලයා තුළ ස්ව අභිමානයේ උච්චාවචනයන් වර්ග දෙකක් හඳුනා ගනී. ඒ මූලික අස්ථාවරතාව හා බැරෝමිතික අස්ථාවරතාවයි. මූලික අස්ථාවරතාව යනු පුද්ගලයාගේ ස්ව අභිමානයේ මට්ටම්වල සෙමින් හා දීර්ඝ කාලයක් තුළ සිදුවන විභවතාවයන් ය. නිදසුනක් වශයෙන්, නව යොවුන් වියේ දී ස්ව අභිමානය අඩු වන බව පෙන්වා දී ඇති අතර පසුව එය නව යොවුන් වියේ දී සෙමින් හා ක්‍රමයෙන් නැවත ඉහළ යා හැකිය (Harter & Whitesell, 2003). බැරෝමිතික උච්චාවචනයන් ඊට වෙනස්ව, කෙනෙකුගේ එදිනෙදා ධනාත්මක හා නිෂේධාත්මක අත්දැකීම්වල ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ස්ව අභිමානයේ කෙටි කාලීන පුද්ගල උච්චාවචනයන් පිළිබිඹු කරයි. රොසෙන්බර්ග් (1986) තර්ක කළේ නව යොවුන් වියේදී එවැනි බැරෝමිතික උච්චාවචනයන් විශේෂයෙන් පැහැදිලි වන බවයි.

Facebook යනු ගිණුම් බිලියනයකට වඩා ඇති ලොව විශාලතම සමාජ මාධ්‍ය වේදිකාව වන අතර පරිශීලකයින්ගෙන් අඩකට වඩා දිනපතා භාවිතයට එක් වේ. Whatsapp හා Instragram යනු මිලියන 400 ක මාසික ක්‍රියාකාරී පරිශීලකයින් සිටින දැවැන්ත සමාජ ජාලයකි. එහෙත්, Facebook, Whatsapp සහ Instragram සමඟ අන්තර්සබඳතා පැවැත්වීම ශ්‍රී ලංකාවේ නව යොවුන් දරුවන්ගේ ස්ව අභිමානයට (Self-Esteem) බලපාන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව සිදු කර ඇති පර්යේෂණ ප්‍රමාණය ප්‍රමාණවත් නැත.

මෙම අධ්‍යයනයේ අරමුණු වූයේ, ආකර්ෂණීය මාධ්‍යයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍යවල ඇති වැදගත්කම අධ්‍යයනය කිරීම, නව යොවුන් වියේ පසුවන අය ඔවුන්ගේ ශරීරය සමාජ මාධ්‍යවල දකින ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් සමඟ සංසන්දනය කරන්නේ කෙසේද යන්න තේරුම් ගැනීම සහ පරිපූරණ ශරීරයක් ලබා ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍යවලින් නව යොවුන් වියේ අයට ඇති කරන පීඩනය අධ්‍යයනය කිරීමයි. එසේම අධ්‍යයන ගැටලු වූයේ ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවන් පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් සමාජ මාධ්‍ය තුළ තිබේ ද? බර අඩු කර ගැනීමට යොවනයන්ට සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් දැනෙනවා ද? යොවනයන් ඔවුන්ගේ ශරීරය සමාජ මාධ්‍යවල දකින ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් සමඟ සංසන්දනය කරනවා ද? යන්නයි.

03. පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය

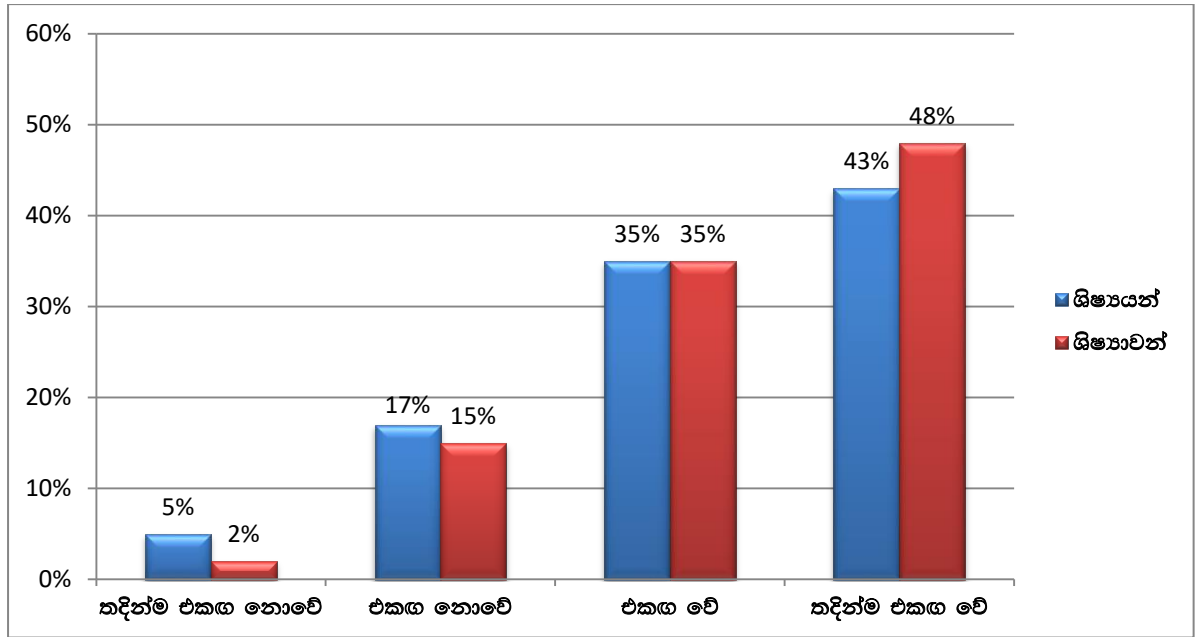
නව යොවුන් වියේ ස්ව අභිමානයට සමාජ මාධ්‍ය බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීමට ප්‍රමාණාත්මක සහ ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයන් යටතේ සමීක්ෂණ ක්‍රමය භාවිත කර ඇත. කොළඹ දිස්ත්‍රික්කයේ තෝරාගත් පාසල් 10 කින් 12 ශ්‍රේණියේ සිසුන් 100 ක්, එනම් ශිෂ්‍යයාවියෝ 50 ක් සහ ශිෂ්‍යයෝ 50 ක් (වයස අවුරුදු 18) ලෙස මෙම පර්යේෂණයට සහභාගි වූහ. සෑම පාසලකම අවශ්‍යතා විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් පසුව, මෙම පාසල් පර්යේෂණයේ කොටස්කරුවන් වීමට වැඩි කැමැත්තක් දැක්වූ අතර, විශිෂ්ට සේවා පරිසරයක් සැපයීම සහ සමීක්ෂණය බැඳුණු ලෙස සලකා සිසුන් උනන්දු කර හැකි තරම් අවංකව පිළිතුරු සැපයීය. එසේම තෝරාගත් පාසල් සිසුන් සියලු දෙනා අන්තර්ජාල පහසුකම් සහිත සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කරන අය වේ. පර්යේෂකයා සම්භාවිතා නියඳි ක්‍රමයක් වන සරල අහඹු නියඳි ක්‍රමය භාවිත කළේය. ප්‍රශ්නාවලිය ප්‍රකාශ 15 කින් සමන්විත විය. “තදින් එකඟ නොවීම” සිට “තදින්ම එකඟ වීම” දක්වා කරුණු හතරක පරිමාණයෙන් ඔවුන්ගේ එකඟතා මට්ටම දැක්වීමට ශිෂ්‍යයන්ගෙන් ඉල්ලා සිටී. ප්‍රශ්නාවලිය කොටස් තුනකට බෙදා ඇත. පළමු කොටසේ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය පිළිබඳ ප්‍රකාශ 4 ක් අඩංගු වේ (නිදසුනක් ලෙස ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාමය දේ පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍ය ඉතා වැදගත් මූලාශ්‍රයකි). දෙවන කොටසේ සිසුන්ට සමාජ මාධ්‍ය තුළ දකින යම් යම් දේ ගැන හැගෙන ආකාරය පිළිබඳ ප්‍රකාශ 8 ක් අඩංගු වේ (නිදසුනක් ලෙස බර අඩු කර ගැනීමට සමාජ මාධ්‍යයෙන් මට පීඩනයක් දැනේ). තෙවන කොටසේ සමාජ මාධ්‍ය බලපෑමේ අවශ්‍ය සියලු අංග ආවරණය කිරීම සඳහා අතිරේක ප්‍රකාශ 3 ක් ඇතුළත් වේ. නව යොවුන් වියේ පිරිමි ළමුන් සහ ගැහැනු ළමුන්ගේ ශරීරයේ තෘප්තිය (Body Satisfaction) තීරණය කිරීම සඳහා මෙවලමක් ලෙස ස්ටන්කාර්ඩ් පරිමාණය (Stunkard Scale) ලෙස හැඳින්වෙන රූප ශ්‍රේණිගත කිරීමේ පරිමාණය (Figure Rating Scale) භාවිත කරන ලදී. රූප ශ්‍රේණිගත කිරීමේ පරිමාණය මනෝමිතික මිනුමකි, එය පුද්ගලයා තමා හෝ ඇය හඳුනා ගන්නේ කෙසේ ද යන්නක්, ඔවුන්ගේ භෞතික පෙනුම හරියටම වටහා ගන්නා ආකාරයත් පෙන්නුම් කරයි. මුලදී, අධික සිහින් වීමේ සිට අධික තරබාරුකම දක්වා පරිමාණයෙන් පිරිමි හා ගැහැනු නවයක් සහිත පින්තූර නවයක් ඉදිරිපත් කරයි. සෑම ප්‍රකාශයක් සඳහාම ක්‍රමානුකූල පින්තූර නවයකින් එකක් තෝරා ගන්නා ලෙස පර්යේෂකයා සහභාගිවන්නන්ගෙන් ඉල්ලා සිටියහ.

04. ප්‍රතිඵල සහ සාකච්ඡාව

4.1 ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවන් පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් බවට සමාජ මාධ්‍ය පත්ව තිබේ ද?

ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවය දේ පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය පත්ව තිබේ යන ප්‍රකාශයට ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 83% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 78% ක් "එකඟ වේ" හෝ "තදින්ම එකඟ වේ" යන්න තෝරාගෙන ඇත. ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 75% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 68% ක් ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවය දේ පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් ලෙස ෆේස්බුක් (Facebook) සමාජ මාධ්‍ය "එකඟ වේ" හෝ "තදින්ම එකඟ වේ" ලෙස තෝරාගෙන ඇත. ෆේස්බුක් වලට වඩා අඩු නමුත් තවමත් වැදගත් වන ඉන්ස්ටග්‍රෑම් ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 65% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 57% ක් විසින් ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවන් පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් බව සනාථ කරයි. සමාජ මාධ්‍යවල ඔවුන් දකින ජනප්‍රිය පුද්ගලයින් ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවය දේ පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් බව ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 82% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 66% ක් "එකඟ වේ" හෝ "තදින්ම එකඟ වේ" ලෙස තෝරාගෙන ඇත.

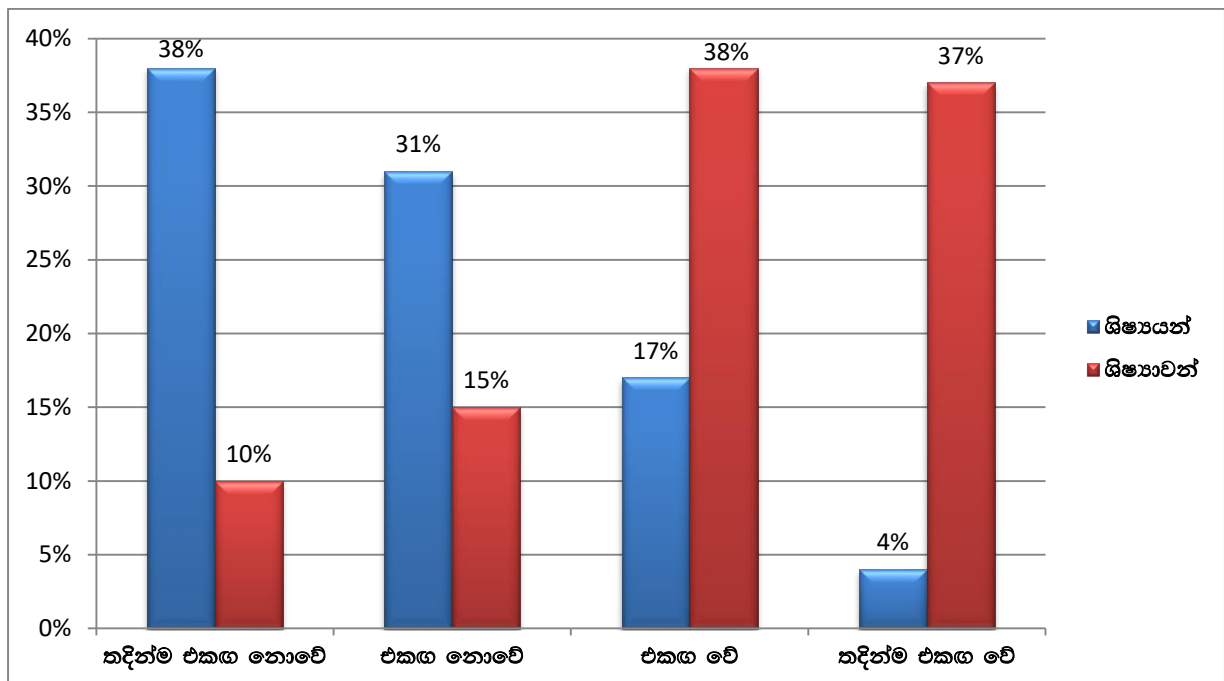
ප්‍රස්තාර අංක-01: ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාවන් පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය ගැන සිතන අය



4.2 බර අඩු කර ගැනීමට යොමුවන සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් සිදු වේ ද?

පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 75% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 21% ක් පමණ බර අඩු කර ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් දැනෙන බව "එකඟ වේ" සහ "තදින්ම එකඟ වේ" යන්න තෝරා ගෙන ඇත. පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 58% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 23% ක් ජනප්‍රිය පුද්ගලයින්ගේ පින්තූර බැලීමෙන් තමන්ට අපහසුතාවයක් දැනෙන බවත් බර අඩු කර ගැනීමට අවශ්‍ය බව "එකඟ වේ" සහ "තදින්ම එකඟ වේ" ලෙස තෝරා ගෙන ඇත. ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 56% ක් සහ පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 87% ක් පමණ ඔවුන් ලස්සන හා මාංශපේශී පෙනුමක් ලබා ගැනීමට සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් දැනෙන බව "එකඟ වේ" සහ "තදින්ම එකඟ වේ" ලෙස තෝරා ගෙන ඇත. නව යොවුන් වියේ පසුවන ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 88% ක් සහ පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 21% ක් විලාසිතාමය ඇඳුම් ඇඳීමට සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් දැනෙන බව "එකඟ වේ" සහ "තදින්ම එකඟ වේ" යන්න තෝරා ගෙන ඇත.

ප්‍රස්තාර අංක-02: බර අඩු කර ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් දැනෙන අය



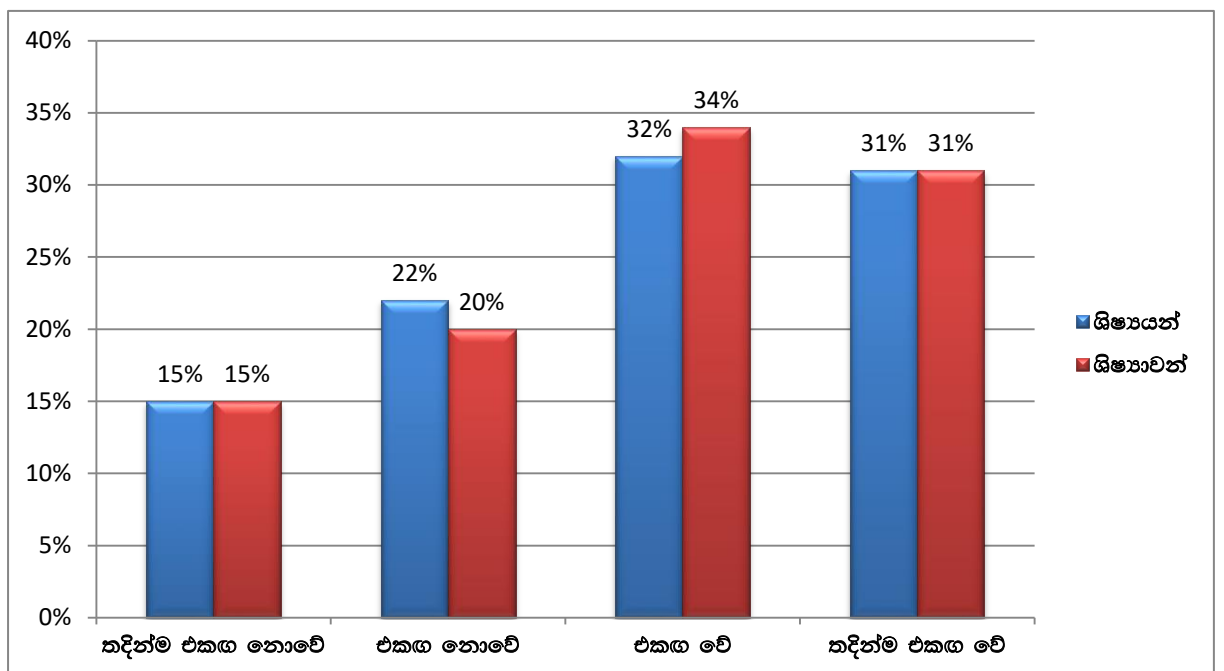
4.3 යොමුවන ඔවුන්ගේ ශරීරය සමාජ මාධ්‍යවල දකින ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් සමඟ සංසන්දනය කරනවාද?

පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 65% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 63% ක් පමණ ඔවුන්ගේ ශරීර සමාජ මාධ්‍යවල දකින ශරීර සමඟ සංසන්දනය කිරීමට "එකඟ වේ" සහ "තදින්ම එකඟ වේ" ලෙස ප්‍රකාශ නර ඇත. පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 63% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 23% ක් පමණ සමාජ මාධ්‍යවල දකින ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් මෙන් පෙනෙන්නට ඔවුන්ගේ පෙනුම වෙනස් කිරීමට කැමති බව "එකඟ වේ" සහ "තදින්ම එකඟ වේ" ලෙස තෝරා ගෙන ඇත. පර්යේෂණයට

සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 68% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 31% ක් දිනපතා සමාජ මාධ්‍යවල දකින පුද්ගලයන් මෙන් පෙනෙන්නට උත්සාහ කරන බවට “එකඟ වේ” සහ “තදින්ම එකඟ වේ” ලෙස තෝරා ගෙන ඇත.

රූප ශ්‍රේණිගත කිරීම් පරිමාණයට අනුව ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 79% ක් ආකර්ෂණීය පෙනුමක්, කීර්තිමත් පුද්ගලයින්ගේ ආහාර සැලසුම් හෝ ජීවන රටාව පිළිබඳ උපදෙස් ලබා ගැනීමට සූදානම් නම්, තරුණ ශිෂ්‍යාවන් සඳහා සමාජ මාධ්‍ය විසින් සකස් කර ඇති පරිසරය භයානක බව ප්‍රකාශ කර ඇත. මෙම ක්‍රියාවෙහි ප්‍රතිඵලය නව යොවුන් වියේ ශිෂ්‍යාවන් අතර මානසික අවපීඩනය, ආහාර ගැනීමේ අක්‍රමිකතා සහ සමස්ත අසතුටට පහසුවෙන්ම හේතු විය හැකිය. ශිෂ්‍යාවන් හා සමානව, ශිෂ්‍යයන් පරමාදර්ශී චරිතය සහ එක් ජනප්‍රිය පුද්ගලයකු සමඟ ඔවුන් කැමති රූපය හඳුනා ගත්හ. ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 83% ක් ප්‍රකාශ කළේ මාංශ පේශි ශරීරයක් ඉදිරිපත් කරන රූපය පරමාදර්ශී රූපය වන අතර ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 2% ක් පමණක් ප්‍රකාශ කළේ ඔවුන්ගේ රූපය පරමාදර්ශී රූපයට සමාන බවයි.

ප්‍රස්තාර අංක-03: සමාජ මාධ්‍යවල දකින ජනප්‍රිය පුද්ගලයන් සමඟ ඔවුන්ගේ ශරීරය සංසන්දනය කරන අය



රොසෙන්බර්ග්ගේ ස්ව අභිමානය පිළිබඳ න්‍යාය මෙන්, සමාජ-මිනුම් න්‍යාය (Sociometer Theory) යෝජනා කරන්නේ ස්ව අභිමානය සමාජීය මිනුම් (බැරෝමීටරයක්) ලෙස සේවය කරන අතර එය කෙනෙකුගේ සමාජ පරිසරයෙන් අනුගත වීමේ හා අනුගත නොවීමේ මට්ටම මැන බලයි. සමාජමානීය සිද්ධාන්තයේ වැදගත් යෝජනාවක් වන්නේ ස්ව අභිමානය වෙනස්වීම් සමඟ බලපෑමේ වෙනස්වීම් (මනෝභාවය සහ හැඟීම්) ඇති වන බවයි. මිනිසුන් සාර්ථක වූ විට හෝ අන් අය ඒවා පිළිගත් විට ස්ව අභිමානය ඉහළ යයි. මිනිසුන් අසමත් වූ විට හෝ අනෙක් අය ඒවා ප්‍රතික්ෂේප කරන විට එය පහත වැටේ. එයින් අදහස් කරන්නේ සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කරන්නන් සාමාන්‍යමක

තොරතුරුවලට වඩා ධනාත්මකව බෙදා ගැනීමට සහ ලැබීමට නැඹුරු වන බවයි. මෙම ධනාත්මක නැඹුරුව නව යොවුන් සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කරන්නන් සඳහා ද තදින්ම බලපායි.

බොහෝ සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කරන්නන් තමන්ගේ හොඳම ඡායාරූප සහ ඔවුන්ගේ ජීවිතයේ හොඳම දේ පෙන්වීමට සමාජ මාධ්‍ය වෙබ් අඩවි භාවිත කරයි. ඒ හරහා තම මිතුරු හවුල් ප්‍රතිචාර බලාපොරොත්තු වේ. මෙය තරඟකාරිත්වය සහ සමාජ සංසන්දනයක් ඇති කළ හැකි අතර, පහත් මට්ටමේ ස්ව අභිමානය සමඟ සම්බන්ධ වී වෙනත් සාමාන්‍ය බලපෑම් ඇති කරයි. ෆේස්බුක් දෙස බලන විට බොහෝ පුද්ගලයින් බලා සිටින පළමු දෙය වන්නේ පැතිකඩ පින්තූරයකට (Profile Picture) කොපමණ ප්‍රමාණයක් කැමතිද යන්නයි. ඒ ෆේස්බුක් හි ධනාත්මක ප්‍රතිපෝෂණය මගින් ස්ව අභිමානය ඉහළ නැංවිය හැකිය. සමාජ මාධ්‍ය සහ තාක්ෂණය සමාජයේ වඩාත් ප්‍රචලිත හා බලවත් වන හෙයින් සමාජ මාධ්‍ය සහ නව යොවුන් විශේෂ දරුවන් අතර ස්ව අභිමානය පිළිබඳ අනාගත පර්යේෂණ අවශ්‍ය වේ. නව යොවුන් විශේෂ දරුවන්ගේ ස්ව අභිමානය කෙරෙහි සමාජ මාධ්‍යවල බලපෑම පිළිබඳ අවබෝධය වැඩි දියුණු කිරීමට සහ වඩා හොඳ අවබෝධයක් ලබා දිය හැකි එක් ක්‍රමයක් නම්, ඇතැම් සමාජ මාධ්‍ය වෙබ් අඩවි, භූගෝලීය පිහිටීම් සංසන්දනය කිරීම හෝ ගවේෂණය කිරීම වැනි විශේෂතා කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කරන වැඩි අධ්‍යයනයන් සිදු කිරීමයි.

05. සමාලෝචනය

මෙම අධ්‍යයනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ආකර්ෂණීය හා විලාසිතාමය දේ පිළිබඳ වැදගත් තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය පත්ව තිබේ යන ප්‍රකාශයට ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 83% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 78% ක් “එකඟ වේ” හෝ “තදින්ම එකඟ වේ” යන්න තෝරාගෙන ඇත. එසේම පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 75% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 21% ක් පමණ බර අඩු කර ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍යවලින් පීඩනයක් දැනෙන බව “එකඟ වේ” සහ “තදින්ම එකඟ වේ” යන්න තෝරා ගෙන ඇත. පර්යේෂණයට සහභාගි වූ ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් 65% ක් සහ ශිෂ්‍යයන්ගෙන් 63% ක් පමණ ඔවුන්ගේ ශරීර සමාජ මාධ්‍යවල දකින ශරීර සමඟ සංසන්දනය කිරීමට “එකඟ වේ” සහ “තදින්ම එකඟ වේ” ලෙස ප්‍රකාශ කර ඇත. මෙම ප්‍රතිඵලයන් අධ්‍යයනය කිරීමේදී සමාජ-මිනුම් න්‍යාය මගින් විස්තර වන නව යොවුන් විශේෂ ස්ව අභිමානයට සමාජ මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන්ගෙන් බලපෑමක් සිදුව ඇති බව පැහැදිලිය. සමාජ මාධ්‍යවල බලපෑම හේතුවෙන් මානසික අවපීඩනය හෝ සියදිවි නසාගැනීම් වැනි අවස්ථා ගණනාවක් වර්තමානයේ අසන්නට ලැබේ. අනෙක් අතට, සංගීත විඩියෝ, චිත්‍රපට සහ සමාජ මාධ්‍යවල දකින කීර්තිමත් පුද්ගලයන්, නිරූපිකාවන්, ගායකයින් හෝ නළුවන් සමඟ සංසන්දනය කරන, නව යොවුන් විශේෂ අය සිටිති. ඔවුන් දිනපතා සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ ඔවුන් අනුගමනය කරන අතර යෞවනයන්ට සමාජ මාධ්‍ය තුළ දකින ජීවන රටාව සමඟ කටයුතු කළ නොහැකි බැවින්, මෙම උත්සාහය මානසික අවපීඩනයට, අඩු ස්ව අභිමානයට හේතු විය හැකි අතර එය ඔවුන්ගේ සෞඛ්‍යයට පහසුවෙන් හානි කළ හැකිය.

වැදගත්ම දෙය නම්, නව යොවුන් විශේෂ දරුවන්ට අනාගතයේ දී ඔවුන් මුහුණ දෙන දේ සාර්ථකව හසුරුවා ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය කුසලතා ඇති කර ගැනීම සඳහා ඔවුන්ව සුදානම් කිරීම සහ දැනුවත්

කිරීම ය. තමන් ගැනම ධනාත්මක ලක්ෂණ සොයා ගැනීමේ වැදගත්කම නව යොවුන් දරුවන්ට ඉගැන්වීම ද වැදගත් ය. යෞවනයන්ට සමාජ මාධ්‍ය සහ එහි බලපෑම් පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. නිදසුනක් වශයෙන්, ඩිජිටල් තාක්ෂණය සහ විලාසිතා කර්මාන්තය හැසිරවීමට ආධාරයක් වැනි විවිධ ඡායාරූප මෘදුකාංග භාවිත කරන බව තරුණයෝ බොහෝ විට නොදැන සිටිති. එවැනි මැදිහත්වීමකට උදාහරණයක් වන මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සමාජ මාධ්‍ය අවබෝධ කර ගැනීමේ හා භාවිත කිරීමේ ක්‍රියාවලියක් වන අතර වැඩසටහන් සහ වෙළෙඳ ප්‍රචාරණ අන්තර්ගතයන් වඩාත් විවේචනාත්මකව ඇගයීමට යෞවනයන්ට උපකාර වන බව පෙන්වා දී ඇත. ආහාර ගැනීමේ අනුමතය, ස්ව අභිමානය කෙරෙහි මාධ්‍යයේ බලපෑම සහ ශරීර ප්‍රතිරූපය (Body Image) පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම සඳහා පාසල්වල ක්‍රියාකාරකම් සංවිධානය කිරීම එක් නිදසුනකි. නව යොවුන් වියේ දරුවන්ගේ ජීවන තත්ත්වය සහ ශාරීරික සෞඛ්‍යය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා ධනාත්මක ශරීර ප්‍රතිරූප සහ ශරීර පිළිගැනීම ප්‍රවර්ධනය කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. සෞඛ්‍ය සම්පන්න ආහාර අනුභව කිරීම සහ ඒකාකෘති බිඳ දැමීම, නිරෝගී ආහාර පහසුවෙන් ළඟා කර ගැනීම අසීරු යැයි ඉදිරිපත් කිරීම නවතා දැමිය යුතු ය.

සමාජ මාධ්‍ය විසින් “පරමාදර්ශී” ශරීරය නිරූපණය කරන ආකාරය වෙනස් කිරීම දිගුකාලීන ඉලක්කයකි. යථාර්ථවාදී නොවන පිරිමින්ගේ හා කාන්තාවන්ගේ පින්තූර ප්‍රදර්ශනය කිරීමේ වගකීම අලෙවිකරුවන් වෙත පත් කිරීම සඳහා ජාතික හා ජාත්‍යන්තර උත්සාහයන් දැනට පවතී. එය යම් ප්‍රගතියක් ලබා ඇති අතර ඇඟලුම් නිෂ්පාදකයින් ස්වල්ප දෙනෙක් ඔවුන්ගේ නාමාවලිවල කිසි විටෙකත් ආකෘති භාවිත නොකරන බවට පොරොන්දු වීමෙන් මහජන පීඩනයට ප්‍රතිචාර දක්වා ඇත. තවත් විශිෂ්ට උදාහරණයක් ප්‍රංශයේ දී සිදුවිය. ප්‍රංශ පාර්ලිමේන්තු මන්ත්‍රීවරුන් “අධික ලෙස සිහින්” යැයි සැලකෙන විලාසිතා ආකෘති භාවිතය තහනම් කිරීමේ පනතක් සම්මත කර තිබේ. නිරූපිතාවන්ට ඔවුන්ගේ සෞඛ්‍යය “වෘත්තීයේ භාවිතයට අනුකූල” (compatible with the practice of the profession) බවට වෛද්‍ය සහතිකයක් අවශ්‍ය වේ. නීතිය උල්ලංඝනය කරන සේවා යෝජකයින්ට මාස හයක සිර දඬුවමක් හා ඩොලර් 75,000 ක දඩයක් ගෙවීමට සිදු වෙයි. පනතේ පෙර සංස්කරණයක් මඟින් ආකෘති සඳහා අවම ශරීර ස්කන්ධ දර්ශකයක් (BMI) යෝජනා කර ඇති අතර එය ප්‍රංශයේ ආකෘති නිර්මාණ ආයතනවල විරෝධතා අවුස්සයි. අඩු බර ආකෘති පිළිබඳ නීති සම්පාදනය කළ පළමු රට ප්‍රංශය නොවේ. ඉතාලිය, ස්පාඤ්ඤය සහ ඊශ්‍රායලය ද එසේ කර ඇත.

දැනටමත් අස්ථායී හා අවදානමට ලක්ව ඇති නව යොවුන් වියේ පසුවන අය, ජනප්‍රිය පුද්ගලයින්ගේ ඡායාරූප දෙස බැලීමෙන් පසු ඔවුන්ටත් නිරෝගී ආහාර ගැනීමට, ව්‍යායාම කිරීමට, ඔවුන්ගේ මනස වෙනස් කිරීමට දිරිමත් කළ යුතුය. සෞඛ්‍ය සම්පන්න ආහාර ගැනීම ඔවුන්ට සිහින් බව සහ කාය වර්ධනයට පමණක් නොව, නිරෝගීව හා ශක්තිමත්ව සිටීමටද උපකාරී වේ. ව්‍යායාම කිරීමෙන් ශරීරයට සමබරතාවය, ශක්තිය සහ සමස්ත සෞඛ්‍යය වැඩි දියුණු කිරීම ඇතුළු බොහෝ වාසි ඇත. එය සතුට පිළිබඳ හැඟීම් වැඩි කිරීමටත්, ශක්ති මට්ටම ඉහළ නැංවීමටත් හේතු විය හැකි අතර ස්ව අභිමානය ඉහළ නැංවීමේදී විශේෂයෙන් ප්‍රයෝජනවත් විය හැකිය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ නාමාවලිය

ලොකුමාන්තගේ, ඒ. (2021). *මාධ්‍ය අධ්‍යයන ප්‍රවේශය*. කොළඹ 10. ගොඩගේ ප්‍රකාශන.

Crocker, J., & Brummelman, E. ,(2018). The self: Dynamics of persons and their situations. *The Oxford handbook of personality and social psychology*. Oxford University Press. 265–287.

Harter, S., & Whitesell, N. R..(2003). Beyond the debate: Why some adolescents report stable self worth over time and situation, whereas others report changes in self-worth. *Journal of Personality*, 71(6), 1027–1058.

Kernis, M. H., (2005). Measuring self-esteem in context: The importance of stability of self-esteem in psychological functioning. *Journal of Personalit*, 7(6), 1569–1605.

Kross, E., (2013). *Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults*. PlosOne.
<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371%2Fjournal.pone.0069841>.

Richter, S. K.,(1997). *Overview of normal adolescent development*. Handbook of child and adolescent psychiatry. New York. John Wiley & Sons.

Rosenberg, M., (1986). *Self-concept and psychological well-being in adolescence*. Academic Press. 205–246.

Thomas, P. G., & Gerald, R. A., (2005). *Handbook of Adolescent Behavioral Problems: Evidence-Based Approaches to Prevention and Treatment*. USA. Springer.

Woods, H. C., & Holly, S., (2016). "Sleepyteens: Social Media use in Adolescence is Associated with Poor Sleep Quality, Anxiety, Depression and Low Self-Esteem." *Journal of Adolescence*. <http://libproxy.unh.edu/login?url=https://search-proquest-com.libproxy.unh.edu/docview/1810527029?accountid=14612>.