ළමුන්ගේ ආහාර පරිභෝජන රටාව කෙරෙහි රූපවාහිනී දැන්වීම්කරණයේ බලපෑම පිළිබඳ සමාජ විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනයක්

Faculty of Social Sciences
University of Kelaniya
Sri Lanka

ඩබ්.ඒ.ටී.පී.වික්‍රමසිංහ [1]
සුධීර ජයවීර [2]

සංක්ෂේපය

සංකීර්ණ සමාජ රටාව තුළ මිනිසාගේ අවශ්‍යතා හා වුවමනාවන් අසීමිත වී තිබේ. සිය අවශ්‍යතා සහ වුවමනාවන් ඉටුකරගන්නා සෑම මොහොතකදීම පුද්ගලයා අලෙවිකරණ ක්‍රියාදාමයට හසු වී සිටී. වර්තමානයේදී තරඟකාරී වෙළඳපොළ ජයගැනීමට අලෙවිකරණ ක්‍රමෝපායක් ලෙසින් ප්‍රචාරණය අන් සියල්ල අභිභවා ඉදිරියට පැමිණ තිබේ. දැන්වීම්කරණයේදී රූපවාහිනිය පුද්ගලයා මත ප්‍රබල බලපෑමක් ඇතිකරන සන්නිවේදන මෙවලමක් වන අතර එමගින් ඇති කරන බලපෑම හා පෙළඹවීම අභ්‍යන්තර මනෝ කායික ක්‍රියාවලියකි. දාරක ආහාර ක්‍රමවේද පමණක් නො ව, ළමුන්ගේ ආහාර ක්‍රම හා පෝෂණ රටාවල වෙනස්කම් ද නිර්මාණය වීම වෙළඳ දැන්වීම්කරණයෙහි එක් ප්‍රතිඵලයකි.

මේ අනුව රූපවාහනී වෙළෙඳ දැන්වීම් ළමුන්ගේ ආහාර පරිභෝජන රටාව කෙරෙහි බලපා ඇති ආකාරය අධ්‍යයනය කිරීම මෙම පර්යේෂණයේ මූලික පරමාර්ථය වෙයි. මෙම පර්යේෂණය ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණයක් වන අතර සමීක්ෂණ ක්‍රමය නම් මූලික පර්යේෂණ ක්‍රමය භාවිත කරමින් ප්‍රශ්නාවලී ක්‍රමය යටතේ ප්‍රාථමික දත්ත ලබා ගන්නා ලදී. ඒ සඳහා අත්තනගල්ල ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාසයේ වේයන්ගොඩ බණ්ඩාරනායක මධ්‍ය මහා විද්‍යාලය ඇසුරින් සසම්භාවී නොවන නියැදි ක්‍රමය යටතේ අරමුණුගත නියැදියක් තෝරාගත් අතර එම නියැදියට පාසල් සිසුන් පනස්දෙනෙකු හා දෙමාපියන් පනස්දෙනෙකු ඇතුළත් කර ගනිමින් අවශ්‍ය තොරතුරු රැස්කර ගන්නා ලදී.

මෙම පර්යේෂණයේදී ලබා ගන්නා ලද තොරතුරු අනුව අනාවරණය වූයේ ළමුන්ගේ ආහාර පරිභෝජන රටාව කෙරෙහි රූපවාහිනී වෙළඳ දැන්වීම් බලපා ඇති බවයි. මීට අමතරව ඔවුන් බොහෝ දෙනා ක්ෂණික ආහාර සහ පෝෂණයෙන් හීන සුළු ආහාර වර්ග පරිභෝජන රටාවකට හුරු වී ඇති අතර පවුලේ ආහාර තෝරාගැනීම් රටාව, සමවයස් කණ්ඩායම්වල බලපෑම යන සාධක ද ළමුන්ගේ ආහාර පරිභෝජන රටාව කෙරෙහි හේතු වී තිබෙන බව හඳුනාගත හැකි විය.

ප්‍රමුඛ පද - වෙළඳ දැන්වීම්, ආහාර පරිභෝජන රටාව, ළමුන්

---

1 සමාජ විද්‍යා අධ්‍යයන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය, ශ්‍රී ලංකාව; priyanwadawickramasinghe816@gmail.com
2 ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සමාජ විද්‍යා අධ්‍යයන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය, ශ්‍රී ලංකාව