

ශ්‍රී ලංකාවේ පාසල් ළමුන් කෙරෙහි රූපවාහිනියෙන් වන බලපෑම

ඒ. ඒ. එස්. ඩී අධිකාරි¹, එච්. කේ. ඒකනායක², එල්. එන්. ලියනගේ, ඩී. එච්. එස්. මධුවන්ත³, ඩී. එම්. එස්. එස්. දයාරත්න⁵ සහ කේ. එන්. සමරසිංහ⁶

සංක්ෂේපය

එදා මෙදා තුර සමාජීය විකාශය ත් සමඟ ඊට සමගාමීව සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් ද විකාශය වූ බව පෙනේ. එහිදී මිනිස් සන්නිවේදනය හා බැඳී පවතින ප්‍රබලත ම පොදු මාධ්‍යය බවට වර්තමානය වන විට රූපවාහිනිය පත්ව ඇත. විශේෂයෙන් පවුලක් වශයෙන් ලෝකය හා සන්නිවේදන කටයුතු සිදු කිරීමේ දී රූපවාහිනිය ප්‍රධාන මාධ්‍යය බවට පත්ව ඇත.

අතීතයේ පැවති සරල ස්වයංපෝෂිත ආර්ථික රටාව තුළ, පවුලක් වශයෙන් අන්තර් සබඳතා යහපත් අන්දමින් පැවතිණි. නමුත්, තරඟකාරී ආර්ථික රටාව හමුවේ පවුල් සබඳතා තුළින් ක්‍රමයෙන් ළමුන් දුරස් වීම ත් සමඟ රූපවාහිනිය වෙත වැඩි වශයෙන් නැඹුරු වේ. ඒ අනුව රූපවාහිනිය නැරඹීම තුළින් ළමුන්ට ඇති කරනු ලබන අහිතකර බලපෑම් කෙබඳු ද යන්න මෙහි දී විමර්ශනය කොට ඇත.

ඒ අනුව රූපවාහිනිය නැරඹීමට ඇබ්බැහිවීම ළමුන්ට අහිතකර බලපෑම් ඇතිකරයි යන උපකල්පනය යටතේ රූපවාහිනිය නැරඹීම තුළින් ළමුන්ට සෞඛ්‍ය ගැටලු ඇතිවන්නේ ද? වෙළඳ දැන්වීම් තුළින් කෘත්‍රීම ආහාරවලට යොමුවේ ද? ක්‍රාසන්නක වැඩසටහන් තුළ ඇති දෑ අත්හදා බැලීමට යොමුවේ ද? යන්න අධ්‍යයනයට භාජනය විය.

ඉහත කී අරමුණු සාක්ෂාත් කරගැනීම සඳහා අවශ්‍ය දත්ත රැස්කිරීමට ගම්පහ දිස්ත්‍රික්කයේ ජීවත්වන වයස අවු. 13ත් 18ත් අතර සෑම සමාජ පසුකලයක්ම නියෝජනය වන පරිදි පාසල් ළමුන් 100කින් යුත් නියැදියක් තෝරා ගත් අතර ඔවුන් වෙත ප්‍රශ්නාවලියක් යොමුකර ප්‍රධාන වශයෙන් දත්ත රැස් කළ අතර සම්මුඛ සාකච්ඡා, ද්විතීක දත්ත පරිශීලනය තුළින් ද අවශ්‍ය තොරතුරු රැස්කරගන්නා ලදී.

¹ ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) සමාජ සංඛ්‍යානය පළමු වසර, samikadinashki@gmail.com
² ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) සමාජ සංඛ්‍යානය පළමු වසර, hke93816@gmail.com
³ ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) සමාජ සංඛ්‍යානය පළමු වසර, lashi.navi@gmail.com
⁴ ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) සමාජ සංඛ්‍යානය පළමු වසර, shachimadhuwanthi@gmail.com
⁵ ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) සමාජ සංඛ්‍යානය පළමු වසර, sunethrasewwandi123@gmail.com
⁶ ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) සමාජ සංඛ්‍යානය පළමු වසර, kaushisamarasinghe90@gmail.com

ඒ අනුව ඉහත පර්යේෂණය තුළින් පෝෂ්‍යදායී ආහාරවලට වඩා ක්ෂණික ආහාරවලට ළමයින් යොමුවීමේ වැඩි නැඹුරුතාවක් ඇති අතර ඒ තුළින් අනාගත පරපුර රෝගාබාධවලට ගොදුරු වීමේ අවදානමක් පවතින බව හෙළිදරව් විය. රූපවාහිනිය අසල ම සිට නැරඹීම නිසා ද අක්ෂි රෝගයන් වැළඳීමේ වැඩි ප්‍රවණතාවක් ඇත. එසේ ම විදේශීය වැඩසටහන්වලට ළමුන් ඇබ්බැහිවීමේ ප්‍රවණතාවක් ඇති අතර පිරිමි ළමුන් වැඩි වශයෙන් ක්‍රාසජනක වැඩසටහන් තුළ ඇති දෑ අත්හදා බැලීමට යොමුවන බව ක් තහවුරු වීණි.

මුඛ්‍ය පද: රූපවාහිනිය, ළමයා, ප්‍රවණ්ඩත්වය, සෞඛ්‍යය, මාධ්‍ය

හැඳින්වීම

වර්තමානය වනවිට ලෝකයේ ඉහළ ම හා ප්‍රබල ම සන්නිවේදන මාධ්‍යය වශයෙන් රූපවාහිනිය හැඳින්විය හැක. කොතෙකුත් දියුණු සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් පැවතිය ද පවුලක් වශයෙන් සියලු දෙනා ට එක්ව නැරඹිය හැකි මාධ්‍යය වන්නේ රූපවාහිනිය වීම ඊට හේතුවයි. රූපවාහිනිය වෙතින් පුද්ගලයෙකු ඇත් කොට තැබීම අසීරු කාර්යයකි. මෙහි බරපතල තත්වය නම්, වැඩිහිටියන් පමණක් නොව ඇතැම් කුඩා දරුවන් රූපවාහිනියෙන් මොහොතක ට හෝ ඉවත් කිරීම ඉතා අසීරු දෙයක් බවට පත්ව තිබීමයි.

වැඩිහිටියන් ට කෙසේ වුව ද කුඩා දරුවන්ට රූපවාහිනියෙන් කොතෙක් දුරට හානියක් සිදුවේ ද යන්න අවබෝධ කරගත යුතුය. ළමයාට ළමාවිය ඇත්තේ ඉතා සුලු කාලයක් පමණි. එහෙත් රූපවාහිනිය නිසා ලබන නුසුදුසු අත්දැකීම් ළමයා වැඩිහිටියෙකු බවට පත් වූ පසු ද බලපෑම් ඇති කරයි. එහිදී රූපවාහිනිය මගින් විකාශනය කරනු ලබන වැඩසටහන් ළමයාගේ පෞරුෂය කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇති කරන අතර එවැනි වැඩසටහන් කිහිපයක් ලෙස,

1. කාටූන් වැඩසටහන්
2. මෙගා ටෙලි නාට්‍ය
3. චිත්‍රපට
4. ගීත රචනා
5. ක්‍රාසජනක වැඩසටහන්
6. වෙළඳ දැන්වීම්

දැක්විය හැක.

ස්වභාවයෙන් ම ළමයා තුළ ප්‍රවණිතත්වය ඇත. ළමයා වැඩිහිටියෙකු වන විට ප්‍රවණිතත්වය ක්‍රමයෙන් යටපත් වේ. ජීව විද්‍යාත්මකව ක්‍රමයෙන් යටපත් වන ප්‍රවණිතත්ව හැඟීම්වලට නැවත පණදීමක් ඇතැම් රූපවාහිනි වැඩසටහන් තුළින් සිදු වේ. ඇතැම්විට ළමුන්ගේ ඉහළ මානසිකත්වය බිඳ වැටීමට රූපවාහිනිය හේතු වේ. බොහෝ වෙළඳ දැන්වීම්වල කාන්තාව ප්‍රදර්ශන භාණ්ඩයක් බවට පත් වී ඇති අතර ඇය පුරුෂයා ට යටත්ව සිටිය යුතු බව දක්වයි. ඉන් කුඩා දරියන්ගේ මානසිකත්වයට කුඩා කළසිට ම තමා පුරුෂයා ට යටත්ව ජීවත්විය යුත්තෙකු බව පෙන්වුම් කරයි.

වත්මන් ළමා වැඩසටහන් නිර්මාණය කරන්නේ වැඩිහිටියන්ගේ දෘෂ්ටිකෝණයෙනි. එය ළමයාට විශාල බලපෑමක් එල්ල කරයි. මේ වැඩසටහන් වෙළඳ අරමුණු මුල්කර ගනිමින් ළමයාට බලෙන් පෙන්වීම ට උත්සාහ දරයි. අධ්‍යාපනික මෙවලමක් ලෙස රූපවාහිනිය අති සාර්ථක වේ. සාමාන්‍යයෙන් ගුරුවරයා උගන්වන දේ ළමයා ට ඉතා ඉක්මනින් අමතක වේ. එහෙත්, රූපවාහිනියේ විකාශනය වන ළමයා ට නුසුදුසු බොහෝ වචන සහ රූපරාමු ළමයින් ට ක්‍ෂණිකව මතකයේ රැඳේ.

මනා පෞරුෂ සංවර්ධනයකින් හෙබි මිනිසෙකු බිහිකිරීමේදී, ඔහුගේ ළමාවිය වැදගත් අදියරයක් ලෙස සැලකිය හැකිය. එහිදී, රූපවාහිනිය තුළින් ඔහු වෙත සිදුකරනු ලබන බලපෑම සලකා බැලීම වැදගත් ය. කවර හෝ මාධ්‍යයක් තුළින් ළමයා කෙරෙහි වන බලපෑම ප්‍රධාන වශයෙන් ආකාර 3ක් දැකිය හැක. හැසිරීම් කෙරෙහි වන බලපෑම, ආකල්ප කෙරෙහි වන බලපෑම සහ හැඟීම් කෙරෙහි වන බලපෑම ලෙස මේවා විශ්ලේෂණය වේ. ස්වීඩනය, ඩෙන්මාර්කය වැනි රටවල් රූපවාහිනි ප්‍රචාරණ උපක්‍රම උදෙසා ළමා රඟපෑම් සහ ළමා චරිත භාවිතය තහනම් කොට ඇත. එසේම මෙම රටවල් ඇතුළුව නෝර්වේ, ඕස්ට්‍රේලියාව, කැනඩාව වැනි රටවල් ළමයින් සඳහා වන දැන්වීම් ප්‍රචාරණය තහනම් කොට තිබේ.

මනෝ විද්‍යාත්මකව සලකා බලන විට මාධ්‍ය බලපෑම අනුකාරකවාදීව සිදුවන බව තහවුරු කෙරේ. ඇමරිකාවේ විනාඩි 5කට වරක් ප්‍රවණිත ක්‍රියා සම්බන්ධයෙන් අයෙක් අත්අඩංගුව ට ගන්නා බව හෙළි වී ඇත. එයට ප්‍රධාන හේතුවක් ලෙස මාධ්‍යවල බලපෑම හේතු වී තිබේ. බටහිර රටවල රූපවාහිනි වැඩසටහන්වලින් 60%-70%ක් අතර ප්‍රවණිතත්වය සහිත දර්ශන බහුල ලෙස දැකිය හැක. මාධ්‍ය මඟින් ඉදිරිපත් කරන විනෝදාස්වාදය තුළ ප්‍රවණිතත්වය බහුලව ම දැකිය හැකි බව තවත් මතයකි. හැඟීම් උද්දීපනය, අසංවේදීතාවය හා විවේචනය ආදී ක්‍රම ළමයා සහ මාධ්‍ය අතර ඇති බලපෑමෙ හි සම්බන්ධතාවය විද්‍යාත්මක විෂය ඔස්සේ අධ්‍යයනය කළ හැකි බව අවබෝධ කොටගත යුතු ය.

ලමයාගේ සෞඛ්‍ය කෙරෙහි සිදුවන බලපෑම් ද රූපවාහිනිය ඇතුළු මාධ්‍ය හැසිරීම් විෂයේ දී හඳුනාගෙන ඇත. දුම්පානය, මත්ද්‍රව්‍ය සහ මත්කුඩු පානයට ඇබ්බැහිවීම මාධ්‍ය බලපෑමෙන් සිදුවන විශේෂයෙන් ලමයාගේ ආහාර ගැනීමේ හැසිරීම කෙරෙහි මාධ්‍ය වැඩසටහන් සහ දැන්වීම් බෙහෙවින් බලපානු ලබන බව ත් පැහැදිලි ය.

ක්ෂණික ආහාර දැන්වීම් නිසා ශ්‍රාමීය ලමයාට වඩා නාගරික මධ්‍යම පාන්තික ලමයා තරබාරුකම, දියවැඩියාව වැනි රෝගාබාධ සඳහා ගොදුරු වන්නේ, දෙමව්පියන් විසින් මාධ්‍ය තුළ මවා පෙන්වන ක්ෂණික ආහාර ලමයා ට ලබාදෙන බැවිනි. මධ්‍යම පාන්තික රැකියා කරන දෙමව්පියන් ට ක්ෂණික ආහාර පහසු ජීවන රටාවක් හුරු කරන නිසා ලමයා ද එම ආහාරවල ට හුරුවේ. බොහෝ වෙළඳ දැන්වීම් ආහාර විෂය කරගන්නා බැවින් ඒ පිළිබඳ විධිමත් නියාමනයන් රටක තිබිය යුතුය.

එසේ ම ලමයා තම පවුලේ සාමාජිකයන් සමඟ හැසිරෙන කාලය මාධ්‍ය නිසා අඩුවන බවත්, අධ්‍යාපන කටයුතු කෙරෙහි අවධානය අඩුවන බවත් ලමයාගේ නිදාගැනීම හා සම්බන්ධ ගැටලු මතුවන බවත් මාධ්‍ය ඇසුර සමඟ බැඳෙන බව ඇතැම් අධ්‍යයන තුළින් අවධාරණය වී තිබේ. මාධ්‍ය තුළින් සිදුවන ඵලදායී බලපෑම සම්බන්ධයෙන් සළකා බලන විට එය ලමයා නව සමාජයක්, නව පෞරුෂයක් සහ නව ලෝකයක් කෙරෙහි හැසිරවිය හැකි බලයක් මාධ්‍ය සතු වේ. ශාරීරික හා ඉන්ද්‍රිය වර්ධනය, හැඟීම් සංවර්ධනය, සමාජ අවබෝධය, සමාජ සම්බන්ධතා හා භාෂා වර්ධනය කෙරෙහි යහපත් බලපෑම් මාධ්‍ය තුළින් සිදුවන අතර රටක මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී ඒ පිළිබඳ වඩාත් අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

දරුවා සඳහා සෑම විට ම යහපත් පෞරුෂයක් ගොඩනඟා ගැනීමට සහාය ලබාදිය යුතු ය. අවශ්‍ය ආදරය හා රැකවරණය ලබා දිය යුතු ය. එය දරුවාගේ අනාගතයට සිදුකරන මහඟු ආයෝජනයයි. ලමා පෞරුෂ වර්ධනයට මාධ්‍ය බලපෑම උපරිම වේ. මාධ්‍ය යනු විශ්වීය සන්නිවේදන මෙවලමක් වන බැව් ඉන් යමක් සමාජානුගත කළ හැකි ආකාර බහුල වේ.

සමාජ තරාතිරම, පන්තිය, වර්ගය, වයස යන සීමාවලින් තොරව මාධ්‍ය භාවිතා කිරීමේ සීමාව පුළුල් වී ඇත. මේ හේතුවෙන් ලමා පෞරුෂ වර්ධනය කෙරෙහි බලපවත්නා මූලික අවශ්‍යතාවයක් නිවැරදිව අවබෝධ කරගැනීම වැඩිහිටියන්ගේ යුතුකමකි. දරුවා නිවැරදි දිශාවට යොමුකළහැකි මාධ්‍ය ප්‍රවණතා පමණක් උකහා ගැනීම අනිවාර්ය සාධකයයි.

සාහිත්‍ය විමර්ශනය

වොමින්ටන් විශ්වවිද්‍යාලයේ Zimmeram සහ Bell (2010) යන පර්යේෂකයන් විසින් (ඇමරිකාවේ) රූපවාහිනිය සහ ළමා ස්ථුලතාවය පිළිබඳ කරන ලද පර්යේෂණයට වයස අවුරුදු 7 ට වඩා වැඩි ළමයින්ගේ බර හි දත්ත භාවිතා කර ඇත. ඔහුගේ නිගමනය වූයේ රූපවාහිනිය නැරඹීම සහ ස්ථුලතාවය අතර සම්බන්ධයක් නොපවතින බවයි.

2008 වර්ෂයේදී ඇමරිකාවේ Carbo Giuseppe and Collaborative groups ආයතනය විසින් රූපවාහිනිය නැරඹීම සහ ඇඳුම රෝග අතර ඇති සම්බන්ධය පිළිබඳව සෙවීමට සිදු කරන ලද පර්යේෂණයක ප්‍රතිඵල වශයෙන්, රූපවාහිනිය නරඹන ළමයින්ගෙන් 7.6% කට ඇඳුම රෝගය වැළඳී ඇති බව ත් 6.7% කට ඇඳුම රෝගය වැළඳීමට අවදානමක් පවතින බව ත් සොයාගත හැකි විය.

ඇමරිකාවේ නෙල්සන් සමාගම විසින් කරන ලද පර්යේෂණයකින් එරට වයස අවුරුදු 2-11 ත් අතර ළමයී ඔවුන්ගේ වයසට වඩා වැඩියෙන් රූපවාහිනිය නරඹන බව අනාවරණය විය. එනම් වයස අවුරුදු 2-5 ත් අතර ළමයින් සාමාන්‍යයෙන් සතියකට පැය 32 ක ට අධික කාලයක් රූපවාහිනිය නරඹන අතර, වයස අවුරුදු 6-11 අතර ළමයින් සාමාන්‍යයෙන් සතියකට පැය 28 ක ට ආසන්න කාලයක් නරඹන බැවිනි.

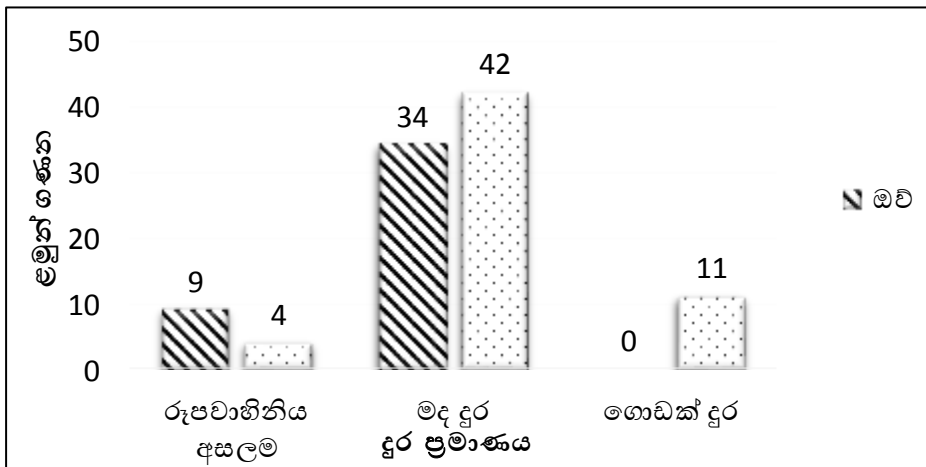
ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ Michigan විශ්වවිද්‍යාලය මගින් සිදු කළ පර්යේෂණයක දී එරට ළමයින් වයස අවුරුදු 18 වන විට, ප්‍රවණ්ඩත්වය පිළිබඳ වැඩසටහන් 200,000 පමණ ද, පුද්ගල සාතන ආදිය 10,000 ක් පමණ ද රූපවාහිනිය හරහා නැරඹීමට යොමුවන බව සොයාගෙන ඇත.

2011 වර්ෂයේ දී ඉන්දියාවේ Raghatham සහ Sashidhar යන අය විසින්, රූපවාහිනිය නැරඹීම ළමයින්ගේ අධ්‍යාපනයට සහ සෞඛ්‍යයට ඇති කරන බලපෑම පිළිබඳව විමසීමට වයස අවුරුදු 13-15 ත් අතර ළමයී 450 ගේ හරස්කඩ දත්ත ලබාගෙන පර්යේෂණයක් සිදුකර ඇත. ඒ ඇසුරින් ලබාගත් නිගමනය වූයේ රූපවාහිනිය නැරඹීම මගින් ඇස් පෙනීමේ දුර්වලතා සහ හිසරදය ආදී රෝග තත්ත්වයන් ඇති වුව ද අධ්‍යාපනයට බාධාවක් නොවන බවයි.

රූපවාහිනිය නැරඹීම මඟින් ළමුන්ගේ සෞඛ්‍යය කෙරෙහි ඇතිවන බලපෑම

වර්තමානයේ දී බහුලව ම භාවිතා වන සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් වශයෙන් රූපවාහිනිය හඳුන්වා දෙන අතර එමඟින් සෞඛ්‍යයට කිනම් බලපෑමක් ඇති කරන්නේ ද යන්න සෙවිය යුතු ම කාරණයකි. එය සොයා බැලීම සඳහා අප කරන ලද අධ්‍යනයෙන් 76% ක පිරිස මද දුරක සිට එනම් රූපවාහිනියේ සිට 1 ½ m ට අඩු දුරක සිට රූපවාහිනිය නරඹන බවත්, 11% ක් වැනි ප්‍රතිශතයක් ගොඩක් දුර එනම් 2 ½ m ට වඩා වැඩි දුරක සිට රූපවාහිනිය නරඹන බවත් දැන ගැනීමට හැකි විය. ඊට අදාළව රූපවාහිනිය නරඹන දුර ප්‍රමාණය ළමයාගේ සෞඛ්‍යයට යම් ආකාරයක බලපෑමක් ඇති කරනවා ද යන්න අධ්‍යයනය කරන ලදී.

ප්‍රස්තාරය 1 : රූපවාහිනිය නරඹන දුර ප්‍රමාණය සහ ළමයින්ට ඇති වී තිබෙන ශ්‍රවණ ආබාධ, අකෂි ආබාධ සහ හිසරද තත්ත්වය



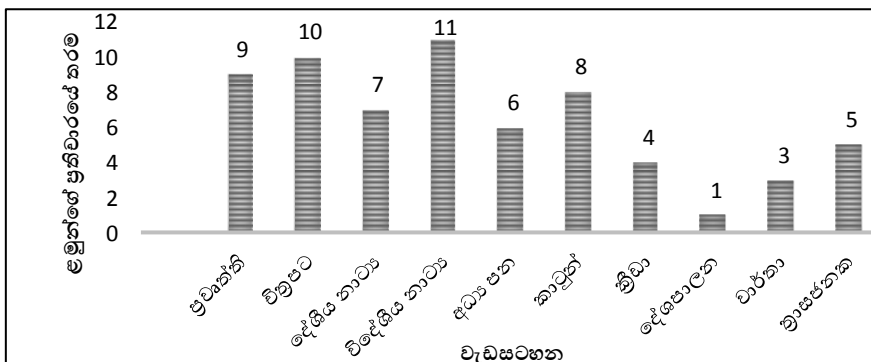
මූලාශ්‍රය: නියැදි සමීක්ෂණය, 2015

මෙම විශ්ලේෂණයට අනුව රූපවාහිනිය ඉතා ආසන්නයේ සිට නරඹන පිරිසෙන් 69.23% ට හිසරදය, අකෂි රෝග සහ කන් ඇසීමේ දුර්වලතා පවතින බවත්, රූපවාහිනිය මද දුරකින් නරඹන පිරිසෙන් 44.73% ක ට ද එම රෝග පවතින බවත් දැනගත හැකි විය. නමුත් රූපවාහිනිය ඉතා දුරින් සිට නරඹන පිරිසෙන් කිසිවෙකුටත් කිසිම රෝගයක් වැළඳී නොමැති බව මෙයින් අවබෝධ වේ.

ලමුන් රූපවාහිනියේ අධ්‍යාපනික වැඩසටහන් නැරඹීමේ නැඹුරුකාවය

නවීන තාක්ෂණයත් සමඟ දියුණුවන විද්‍යාත් මාධ්‍යයක් වන රූපවාහිනිය මඟින් ලබාගත හැකි විවිධාකාර පහසුකම් හේතුවෙන් පාසල් ලමුන් වැඩි වශයෙන් රූපවාහිනි වැඩසටහන් නැරඹීමට නැඹුරු වී ඇති බව පැහැදිලි ය. මේ අනුව ඔවුන්ගේ අධ්‍යාපන තත්වය හා රූපවාහිනිය නැරඹීමේ ප්‍රවණතාව අතර කිනම් සබඳතාවක් පෙන්නුම් කරන්නේ ද යන්න තහවුරු කරගැනීම හි ලා ඔවුන් නරඹන වැඩසටහන් පිළිබඳව විමසීමක් කරන ලදී.

ප්‍රස්තාරය 02 : රූපවාහිනියේ විකාශනය වන වැඩසටහන් සහ ලමුන්ගේ රුචිකත්වය



මූලාශ්‍රය: නියැදි සමීක්ෂණය, 2015

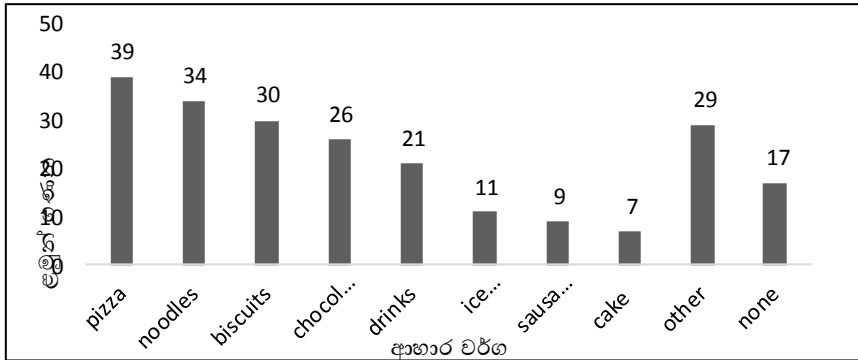
ඉහත ප්‍රස්තාරයෙන් නිරූපිත දත්ත අනුව බහුතරයක් ලමුන් විදේශීය ටෙලිනාට්‍ය නැරඹීම සඳහා වැඩි රුචිකත්වයක් දක්වන අතර දෙවනුව චිත්‍රපට නැරඹීමට ද ඇල්මක් ඇති බව තහවුරු වේ. එමෙන්ම ඔවුන්ගේ තෙවන කැමැත්ත ලබා දී ඇත්තේ ප්‍රවෘත්ති නැරඹීමටයි. මෙය යහපත් ප්‍රවණතාවයකි. එනමුත් සමස්තයක් ලෙස ගත් කළ රූපවාහිනියේ විකාශිත වැඩසටහන් අතරින් ලමුන්ගේ මුල් රුචිකත්වය හිමි වී තිබෙනුයේ අධ්‍යාපනය සඳහා රුකුලක් නොවන වැඩසටහන් සඳහා බව තහවුරු වේ.

රූපවාහිනි වෙළඳ දැන්වීම් නිසා කෘත්‍රීම ආහාරවලට ලමුන් යොමුවීමේ ප්‍රවණතාවය

අවිචේකි නාගරික සමාජය තුළ මුල් බැසගත් ආහාර සංස්කෘතිය, රූපවාහිනියේ විකාශිත වෙළඳ දැන්වීම් තුළින් සමස්ත සමාජය ම ග්‍රහණයට ගෙන ඇත. මේ සඳහා බහුල වශයෙන් ගොදුරුවන්නේ ළමා පරපුරයි. මෙම පර්යේෂණය මඟින් රූපවාහිනි වෙළඳ දැන්වීම් මඟින් ලමුන් කෘත්‍රීම ආහාර සඳහා යොමුවීමේ ප්‍රවණතාවක් තිබේ ද යන්න විමසීමක් කරන ලදී.

පහත ප්‍රස්තාරයට අනුව අපගේ ප්‍රශ්නාවලිය තුළ “ඔබ රූපවාහිනී වෙළඳ දැන්වීම් දැක ආහාරයට ගැනීමට සිත් වූ ආහාර වර්ග මොනවා ද?” යන ප්‍රශ්නයට ලැබුණු පිළිතුරු දැක්වේ.

ප්‍රස්තාරය 03 : විවිධ කෘත්‍රීම ආහාර වර්ග හා සිසුන්ගේ රුචිකත්වය



මූලාශ්‍රය: නියැදි සමීක්ෂණය, 2015

එම ප්‍රස්තාරයට අනුව බහුතරයක් පිරිස පීසා, නූඩල්ස්, බිස්කට්, වොක්ලට්, විවිධ බීම වර්ග වැනි කෘතීම ආහාර පරිභෝජනය සඳහා යොමු වී තිබෙනු දැක්වේ. මෙයින් ළමුන් 100 දෙනෙකුගෙන් 39 පමණ එනම් 39% ආසන්න පිරිසක් පීසා ආහාරයට ගැනීමට යොමු වී ඇති බව අනාවරණය වේ. මෙවැනි ආහාර නිතර පරිභෝජනයට යොමුවීම සෞඛ්‍යට දැඩි ලෙස බලපානු ලබයි. මෙය අහිතකර තත්වයකි. එනමුත් මෙම කෘත්‍රීම ආහාර සඳහා යොමු නොවූ පිරිසක් ද හඳුනාගත හැකි විය. ඔවුන් ප්‍රතිශතයක් ලෙස 17% කි. මෙය බහුතරයක් කෘත්‍රීම ආහාර සඳහා යොමුවීමේ කාල සීමාවක සැලකිය යුතු තරම් යහපත් ප්‍රවණතාවකි.

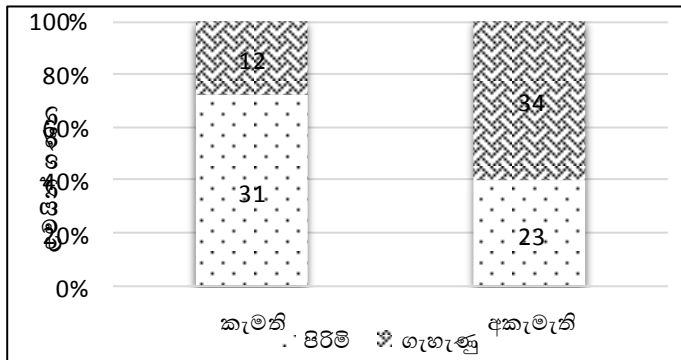
ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල රුචිකත්වය

පුද්ගලයා යනු දිනෙන් දින අලුත් වන ක්‍රියාකාරකම් සිදු කිරීමට උත්සාහ දරන්නෙකි. රූපවාහිනිය තුළ ද විවිධාකාර ක්‍රාසප්තක වැඩසටහන් බොහෝමයක් විකාශනය වෙමින් පවතී. නිවසේ සිට එම වැඩසටහන් නරඹන දරුවා එම ක්‍රාසප්තක ක්‍රියාකාරකම් අත්හදා බැලීමට පෙළඹේ.

ගැහැණු හා පිරිමි වශයෙන් ගත් කළ පහත ප්‍රස්තාරය 04 ට අනුව පිරිමි දරුවන් ප්‍රවණඛත්වයෙන් යුත් වැඩසටහන් නැරඹීමට වඩා කැමැත්තක් දැක්වයි. එය තහවුරු කරගැනීම සඳහා අප සිදුකරන ලද අධ්‍යනයේ දී ගැහැණු ළමයින් හා සාපේක්ෂව පිරිමි ළමයින් වැඩි ප්‍රමාණයක් ප්‍රවණඛ හා ක්‍රාසප්තක වැඩසටහන් නැරඹීමට ඇල්මක් දක්වා ඇති බව දක්නට

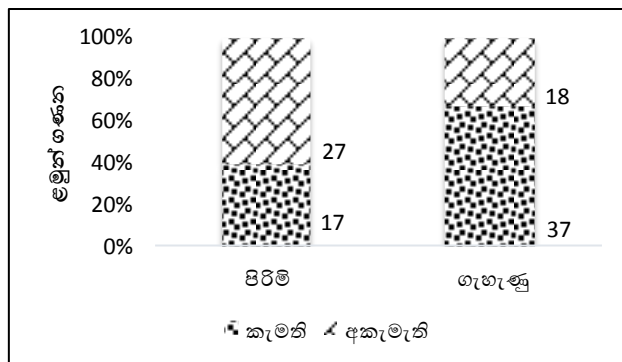
ලැබුණි. මෙම ප්‍රස්තාරයට අනුව ක්‍රාසජනක වැඩසටහන් සඳහා 72.09% ක පිරිමි ළමුන්ගේ කැමැත්ත දක්වා තිබුණු අතර ගැහැණු ළමුන්ගෙන් ලැබුණු කැමැත්තේ ප්‍රතිශතය වූයේ 40.35% කි.

ප්‍රස්තාරය 04 : ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව ප්‍රවණ්ඩකාරී වැඩසටහන්වල රුචිකත්වය



මූලාශ්‍රය: නියැදි සමීක්ෂණය, 2015

ප්‍රස්තාරය 05: ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව විදේශීය වැඩසටහන්වල රුචිකත්වය



මූලාශ්‍රය: නියැදි සමීක්ෂණය, 2015

ඉහත ප්‍රස්තාරය 05 ට අනුව ගැහැණු ළමුන්ගෙන් 67.27% විදේශීය ටෙලි නාට්‍ය නැරඹීමට රුචිකත්වයක් දක්වන අතර ඒ සඳහා පිරිමි ළමුන් කැමැත්ත දක්වා තිබුණේ 38.63% වැනි ප්‍රමාණයකි.

සමාලෝචනය

රූපවාහිනි වැඩසටහන්, ළමයින්ගේ ජීවන රටාව කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇති කරන බව, පර්යේෂණයේ දත්ත විශ්ලේෂණයන් තුළින් පැහැදිලි විය. වර්තමානය වන විට වෙළඳ දැන්වීම් හරහා ළමුන්ගේ රූපිකත්වය වෙනස්වීම කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති බව පැහැදිලි විය. විශේෂයෙන් ම පෝෂ්‍යදායී ආහාරවලට වඩා ක්ෂණික ආහාර වලට යොමු වීමේ නැඹුරුවක් මේ නිසා ඇති වී ඇත. පිළිකා, අධිරුධිර පීඩනය, දියවැඩියාව වැනි රෝග වලට අනාගත පරම්පරාව ගොදුරු වීමේ අවධානමක් මේ නිසා ඇතිවන බව පෙනේ. ළමුන්ගේ මනසට අනුවිත ආකල්ප ද මෙම වෙළඳ දැන්වීම් හරහා කාවද්දන බව අපට පෙනී ගිය කරුණක් වේ.

අධ්‍යයනය කළ ළමුන් අතරින් 76% පිරිසක් රූපවාහිනිය අසල සිට නැරඹීම නිසා අක්ෂි රෝග වලට ගොදුරු වී ඇති බව පෙනේ. මේ නිසා හිසරදය වැනි තත්ත්වවලින් පීඩා විදින බව පෙනේ. මෙය ඔවුන්ගේ අධ්‍යාපන කටයුතු වලට අයහපත් බලපෑමක් ඇති කිරීමට හේතු විය හැකි ය.

අද වන විට ලාංකීය රූපවාහිනි කලාව, විදේශීය වැඩසටහන් ආකෘති මඟින් ආක්‍රමණය කර ඇත. එමඟින් ලාංකීය සමාජ සංස්කෘතිය කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇතිවන බව පෙනේ. ළමුන් එම විදේශීය, සංස්කෘතිය, ඇදහිලි විලාසිතා ආදිය තම ජීවන රටාවන් වලට අනුකරණ කිරීමට පෙළඹී ඇත. මේ නිසා අනාගතයේ දී දේශීය සංස්කෘතියේ අන්‍යන්‍යතාවය පිළිබඳ අර්බුදකාරී තත්ත්වයක් මතු විය හැකි ය. වර්තමානයේ ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනි නාලිකා තුළ බහුල වශයෙන් විදේශීය ටෙලි නාට්‍ය විකාශනය වන අතර ඒවා නරඹන ප්‍රමාණය ඉතා ඉහළ මට්ටමක පවතී.

මෙම බොහොමයක් වැඩසටහන් තුළ දේශීය භාෂාවෙන් හඬකැවීම හෝ උපසිරැසි භාවිතය දැකිය හැකි ය. මේ නිසා විදේශීය භාෂාවන් පිළිබඳ දැනුම වැඩි දියුණු වීමක් නොවන අතර හඬකැවීමේ දුර්වලතා ද දැකිය හැකි ය.

ත්‍රාසජනක වැඩසටහන් නැරඹීම සඳහා ගැහැණු ළමුන්ට සාපේක්ෂව පිරිමි ළමුන් 72.09% ප්‍රමාණයක් කැමැත්තක් දක්වන අතර විදේශීය නාට්‍ය නැරඹීම සඳහා පිරිමි ළමුන්ට වඩා ගැහැණු ළමයි වැඩි කැමැත්තක් එනම් 67.27% ප්‍රමාණයක් කැමති බව පෙනී යයි. මේ අනුව වැඩසටහන් නැරඹීම සඳහා ස්ත්‍රී පුරුෂ භේදය බලපාන බව නිගමනය විය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

ආරියරත්න, ඒ. (1993). *රූපවාහිනිය හා සන්නිවේදනය*. කොළඹ: විශ්ව කලා ප්‍රකාශන.

ආරියරත්න, ඒ. (1998). *සංජානනය හා සන්නිවේදනය*. කොළඹ : එම්. ඩී. ගුණසේන ප්‍රකාශන

කරුණානායක, එන්. (1984). *මාධ්‍ය ප්‍රතිචාර*. කොළඹ : සමාජය හා සමාජික කේන්ද්‍රය.

ගුණවර්ධන, සී. කේ., (2010). *කලමනාකරණ සහ ගිණුම්කරණ පර්යේෂණ ක්‍රම විද්‍යාව*. කර්තෘ ප්‍රකාශන

ලලිතධීර, කේ. ඒ. (2008). *පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය I*. කොළඹ : දීපානි මුද්‍රණ ප්‍රකාශන.

KidsHealth. (2015). *How TV affects Your Child*. Retrived November 8, 2015 from m.kidshealth.org/parent/positive/family/tv_affects_child.html.

Kyla, B. (2010). *Television and Children*. Retrieved November 8, 2015 from www.med.umich.edu/yourchild/topics/tv.html.