

# Globalization and International Relations

Poongulaly Srisangeerthan  
Lecturer, Department of Media Studies, University of Jaffna.

*poongulaly@univ.jfn.ac.lk*

## Abstract

*The concept of globalization is much discussed in political, economic, social, and cultural settings. In fact, globalization seems to have led to the dissolution of global boundaries and the forming of political, economic, social, and cultural linkages between countries. These linkages seem also to be causing political, economic, social and cultural changes, and these changes seem greatly aided by the evolution and spread of communication technologies and mediums, such as mass media, social media, and new media. Particularly, the emergence of social media has not only provided a means for information exchange between global communities but seems also to have caused cultural related changes to the lifestyles of people. In fact, these cultural related changes seem to have gained potential to alter even the historical backgrounds of concerned individuals, specific races or the society at large. As such, it is of interest to understand the changes to cultural practices and lifestyle events as preferred or generated by the people of the Jaffna community due to the use of social media, and on whether such changes are embraced by the whole community. Therefore, to understand this potential impact, popular social media platforms such as Facebook, WhatsApp, Viber and Twitter are investigated under the uses and gratifications theory. On this basis, the consumption of those social media platforms was observed to be on an increasing trend among the Jaffna community, where the continued use and following seems greatly inclined towards being for a mode of gratification. It was also observed that social media platforms tend to partner with specific organizations to instill such social and/or cultural changes for their own economic benefit as well. The author further observed that individuals uploading content regarding their day-to-day activities seem linked to aid business related entities. Moreover, following the consumption of an interested individual's or organization's content upload in social media, it was understood from public discussions and social media posts/commentary that people seem to compare such content to their day to day activities and lifestyle, and tend to yearn for those portrayals to be present in their own lives.*

**Key words: Globalization, Social Media, International Relations, Technological Advancements, Media Consumption, Jaffna Community, Uses and Gratifications theory.**

## உலகமயமாக்கலும் சர்வதேச தொடர்புகளும்

பூங்குழலி சிறிசங்கீர்த்தனன், விரிவுரையாளர்  
ஊடகக் கற்கைகள் துறை, யாழ்ப்பாணப் பல்கலைக்கழகம்

poongulaly@univ.jfn.ac.lk

### ஆய்வுச்சுருக்கம்

உலகமயமாக்கல் என்ற எண்ணக்கருவானது அரசியல், பொருளாதாரம், சமூகப் பண்பாடு, கலாசாரத் துறைகளில் பலராலும் பேசப்படுகின்ற விடயமாகவே காணப்படுகின்றது. அதாவது, உலகநாடுகளிற்கிடையிலான தடைகள் அகற்றப்பட்டு நாடுகளிற்கிடையில் அரசியல், பொருளாதார, சமூக கலாசார ரீதியில் பிணைப்புக்கள் ஏற்பட்டுவருவது கண்கூடு.

இவ் உலகநாடுகளிற்கிடையிலான பிணைப்புக்கள் நாடளாவிய ரீதியில் அரசியல், பொருளாதார, சமூகப் பண்பாட்டுக் கலாசார நடத்தை மாற்றங்களை ஏற்படுத்தி வருவதனை அவதானிக்கக் கூடியதாகவிருக்கிறது. இவ்வாறான மாற்றங்களுக்குத் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் பேறான ஊடகங்களே (வெகுஜன ஊடகங்கள், சமூக ஊடகங்கள், புதிய ஊடகங்கள்) அளப்பரிய பங்கினையாற்றி வருகின்றது என்பது மிகையாகாது. அதிலும் குறிப்பாக, சமூக ஊடகங்களின் வருகையானது உலகநாடுகளில் உள்ள மக்களிற்கிடையில் தகவல்களை வழங்கி தொடர்புகளை ஏற்படுத்திவருவது மட்டுமல்லாது அவர்களது வாழ்வியலில் கலாசார ரீதியாகவும் மாற்றங்களை ஏற்படுத்தி வருவதை அவதானிக்க முடிகிறது. கலாசாரரீதியாக ஏற்படுகின்ற மாற்றமானது அதுசார்ந்திருக்கின்ற நபர்களது அல்லது இனத்தினது அல்லது சமூகத்தினது வரலாற்றையே மாற்றக்கூடியதொன்றாக வளர்ந்துவருவதனைக் காணலாம்.

அவ்வகையில், குறிப்பாக சமூக ஊடகங்களின் பாவனையினால் யாழ்ப்பாண சமூகம் சார்ந்த மக்கள் தமது கலாசார ரீதியிலான நடத்தைகளில், வாழ்வியல் சம்பவங்களில் எவ்வாறான மாற்றங்களை விரும்புகிறார்கள் அல்லது ஏற்படுத்துகிறார்கள், அவ்வாறு ஏற்படுத்தப்படும் மாற்றங்கள் அனைவராலும் ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகின்றதா என்பதனை அறியும் பொருட்டு சமூக ஊடகங்களான முகநூல் (Facebook), புலனம் (WhatsApp), வைபர் (Viber) மற்றும் கீச்சகம் (Twitter) என்பன பயன்களும் மகிழ்வுட்டலும் கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் ஆய்வுக்குட்படுத்தப்பட்டன.

அதன்படி, யாழ்ப்பாணத்து சமூக மக்கள் மத்தியில் இவ் ஊடகங்களின் நுகர்வும், அதனூடான கலாசார வைபவங்களின் மாற்றங்களும் அதிகரித்துச் செல்கின்றமையை அவதானிக்க முடிந்ததுடன், மகிழ்வுட்டல் என்றவொரு காரணத்தின்பேறாக மக்கள் தொடர்ந்தும் சமூக ஊடகங்களை நுகர்தலையும் பின்பற்றுவதையும் கொண்டுள்ளமையினையும், சமூக ஊடகங்களானவை இம்மாற்றங்களை உட்செலுத்துவதில் குறிப்பிட்ட நிறுவனம்சார்ந்து அவர்களுக்கேயான வணிகம்சார் பலன்களையும் பெற்றுவருவதனை இனங்காணக்கூடியதாகவிருந்தது. மக்கள் தமது அன்றாட வாழ்வில் நடைபெறும் விடயங்களின் தரவேற்றமானது வணிகம்சார்ந்த ஊடகங்களாகச் செயற்படுவதையும் ஆய்வாளரால் அவதானிக்கக் கூடியதாக அமைந்தது.

அத்துடன் மக்களின் நுகர்வுச் செயற்பாடானது ஒவ்வொரு தனிநபர்களினதும், நிறுவனங்களினதும் தரவேற்றங்களின் போது தமது அன்றாடச் செயற்பாடுகளையும் வைபவங்களையும் ஒப்பிட்டு நோக்கி அதனைத் தமது அன்றாட வாழ்வியலுடன் ஒப்பிட்டு நோக்கும் தன்மையும், அதுபோன்ற செயற்பாடுகள் தமது வாழ்விலும் நடைபெற வேண்டுமென்ற விருப்பங்கள் அவர்களது கருத்துரைகளினூடாகவும், சமூக ஊடகப் பதிவுகளினூடாகவும் அவதானிக்க முடிந்தன.

**திறவுச் சொற்கள்: உலகமயமாதல், சமூக ஊடகங்கள், சர்வதேச தொடர்புகள், தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி, ஊடக நுகர்வு, யாழ்ப்பாணத்து மக்கள், பயன்களும் மகிழ்வுட்டலும்.**

## 1. அறிமுகம்

உலகமயமாதல் என்ற சொல்லானது பூகோளமயமாக்கல் என்ற பதமாகவும் பயன்படுத்தப்பட்டு வருகின்றது. உலகமயமாதல் என்னும் போது ஒவ்வொரு நாட்டினதும் சர்வதேச அரசியல், பொருளாதார, சமய, சமூக, கலாசார உள்ளகத் தொடர்புகளனைத்தும் ஒன்றோடொன்றிணைந்து செயற்பட்டு வரும் செயற்பாட்டினைக் குறிக்கின்றது. உலகமயமாக்கல் என்ற ஒற்றைச் சொல்லுக்கு தனித்தேயான ஒரு வரைவிலக்கணத்தை வரையறுத்துக் கூறமுடியாது, பல்வேறுபட்ட வரைவிலக்கணங்கள் பலசாராராலும் முன்வைக்கப்பட்டிருப்பதனைக் கண்கூடாகக் காணமுடிகின்றது. உலகமயமாக்கல் செயற்பாட்டின் மூலம், பலதரப்பட்ட பொருட்கள் சேவைகள் சர்வதேச எல்லையைத் தாண்டி வியாபார வர்த்தகத்திற்கு உட்படுத்தப்படுகிறது. அவ்வகையில், பொருட்கள் - சேவைகள், பணம் - முதலீடு, மக்கள் (குடியேற்றக்காரர்கள், அகதிகள் மற்றும் சுற்றுலாதாரிகள்), தொடர்பாடல், கலாசாரம், நம்பிக்கை - சிந்தனைகள், எனப்பலவற்றைக் குறிப்பிடலாம். ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரம் உலகப் பொருளாதாரத்துடன் இணைந்து எந்தவித இடையூறுகளும் இன்றி வர்த்தக வியாபாரத்தின் மூலம் பொருட்களையும் சேவைகளையும் சுதந்திரமான முறையில் பரிமாற்றம் செய்யப்படுதலாகும். எனவே இச் செயற்பாட்டின் மூலம் தேசிய பொருளாதாரம், தேசிய கலாசாரம் விரிவடைவதுடன் மாற்றமடைகின்றது எனலாம். உலகமயமாக்கல் மூலமாக ஒவ்வொரு நாட்டினதும் ஒவ்வொரு துறையினூடான வளர்ச்சிப்பாதை விரிவடைந்து சென்றதுடன் சில எதிர்மறையான விடயங்களும் நடைபெற்று வருவதனை கண்கூடாகக் காணமுடிகின்றது. அவ்வகையில், பொருளாதார ரீதியிலான வளர்ச்சிப்படியை நோக்கின், உலகமயமாதலானது அதிகளவிலான வளர்ச்சியை நோக்கிச் செல்வதற்கான மிகப்பிரதான காரணமாக வியாபார வர்த்தக நடவடிக்கைகளில் காணப்பட்ட விரிவாக்கங்களையும் தொடர்பாடல் சாதனங்களிலேற்பட்ட அதீத வளர்ச்சியினையும் குறிப்பிட்டுக் கூறலாம். அதிலும் குறிப்பாக பொருளாதார ரீதியிலான வளர்ச்சியை நோக்கினால், குறிப்பாக தியோடா லெவிட் என்ற ஆய்வாளர் சந்தைகளின் உலகமயமாதல் என்ற 1983 ஆம் ஆண்டு வெளிவந்த புத்தகத்தில் பொருளாதாரம்சார் உலகமயமாதலானது எவ்வாறான வளர்ச்சிப்பாதைகளை கண்டு நாட்டுக்குநாடு வேறுபட்ட வகையில் தன் வளர்ச்சிப்பாதையை வகுக்கின்றது தொடர்பில் தனது ஆய்வை முன்வைத்துள்ளார். அவ்வகையில், அறிவுசார் பொருளாதாரம் (Knowledge Economy) என்பது பொருளாதார துறையில் மிக முக்கிய பேசுபொருளாக காணப்படுகின்ற தனித்துறையாகும். அதாவது 'அறிவுசார் மூலதனத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட நுகர்வு மற்றும் உற்பத்தி முறையாகும்'. பெரும்பாலான வளர்ந்த நாடுகளில் உள்ள அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளிலும் இவ் அறிவுசார் பொருளாதாரமானது பெரும் அங்கமாக உள்ளது. பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் விரைவான உலகமயமாக்கல், வளர்ந்துவரும் அறிவுப்பொருளாதாரத்தின் முக்கிய தீர்மானங்களில் ஒன்றாகக் காணப்படுகிறது. ஒரு நாடு அபிவிருத்தியடைவதில் அறிவுப்பொருளாதாரமானது முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. ஆரம்பகாலம் தொடக்கம் பொருளாதாரமானது விவசாயப் பொருளாதாரம், கைத்தொழில் பொருளாதாரம், தகவல் பொருளாதாரம் என மாறி இன்று தகவல்களை அறிந்து வைத்திருக்கின்ற நிலைக்கு வழங்கப்பட்ட முக்கியத்துவம் குறைவடைந்து அந்தத் தகவல்களை பயன்படுத்துகின்ற ஆற்றலான அறிவுக்கு முக்கியத்துவம் வழங்கும் நிலை ஏற்பட்டு அது இன்று ஓர் அறிவுப் பொருளாதாரமாக மாறி நிற்கின்றது. இவ் அறிவுப்பொருளாதாரத்திற்கு அடிப்படையான தூண்களாக பொருளாதார மற்றும் நிறுவனமயப்படுத்தப்பட்ட ஆட்சிமுறைமை, மனித மூலதனம், புத்தாக்கம் மற்றும் தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பம் போன்றன காணப்படுகின்றன.

எந்தவொரு நாட்டிலும் அரசியல் ஸ்திரத்தன்மையின்மையானது ஓர் அபிவிருத்தியடைந்து வருகின்ற நாடு எதிர்நோக்குகின்ற பாரிய சவாலாகக் காணப்படுகின்றது. வளர்ந்துவரும் நாடுகளில் தற்போது அரசியலானது உறுதியற்ற தன்மையைக் கொண்டே காணப்படுகிறது எனலாம். இவற்றுக்கு எடுத்துக்காட்டாக மத்திய கிழக்கு நாடுகளைக் குறிப்பிடலாம். 2010 ஆம் ஆண்டு முதல் சிரியா அதன் அரசியல் ஸ்திரத்தன்மையின் அடிப்படையில் மிகவும் மோசமடைந்த நாடுகளில் ஒன்றாகக் காணப்படுகிறது. இவற்றைவிட ஆப்கானிஸ்தான், சூடான், கென்யா, எத்தியோப்பியா ஆகிய நாடுகளையும் குறிப்பிட முடியும். இந்த வகையில் ஒரு நாட்டின் அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை நிலவும் போது உள்நாட்டு போர் ஏற்பட வழிவகுக்கும் அதே சமயம் பொருளாதார உறுதியின்மையும் காணப்படும். ஆகையால் இந்த சூழ்நிலையில் அபிவிருத்தியடைந்துவரும் நாடானது அறிவுப்பொருளாதாரமாக மாறுவது சவாலான விடயமாக காணப்படும்.

இங்கு தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பத்தினூடாக, நாடுகளில் நிலவுகின்ற அரசியல் ஸ்திரத்தன்மையை இல்லாதொழிக்கும் முகமாக ஏற்பட்ட, ஏற்பட்டுக்கொண்டிருக்கின்ற அரசியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப புரட்சிகளை அவதானிக்கலாம். அவ்வகையில் மத்திய கிழக்கு நாடுகளில் ஏற்பட்ட அரேபிய வசந்தம், துனிசியப் புரட்சி மற்றும் மியன்மாரில் ஏற்பட்ட பிளவர் உரை என்பனவற்றைக் குறிப்பிடலாம்.

அது தவிர இலங்கை நாட்டில் சமூக ஊடகங்கள் மூலமாக இடம்பெற்ற பொத்துவிலிலிருந்து பொலிகண்டி (P2P) வரையிலான நடைப்பேரணியைக் குறிப்பிடலாம்.

அடுத்து, மொழி ரீதியிலான வளர்ச்சிப்படியை நோக்கின், இலங்கைக்கும் ஐப்பான் நாட்டுக்கும் இடையிலான சர்வதேச தொடர்புகள் குறிப்பாக தந்திரோபாய ரீதியான உறவுமுறையானது 70 ஆண்டுகளை கடந்து தற்பொழுதும் வளர்ந்து கொண்டிருக்கின்றது என்பதனை குறிப்பிடலாம். அவ்வகையில் ஐப்பான் மொழி கற்கைத்திட்டமானது இலங்கையில் சாதாரணமானதொன்றாக அறிமுகப்படுத்தப்பட்டு பின்னர் கல்விப் பொதுத் தராதர பரீட்சையில் ஒரு பாடமாகவும் கல்விப் பொதுத் தராதர உயர்தரப் பரீட்சையில் ஒரு பாடமாகவும் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளமையினை அவதானிக்கக் கூடியதாகவுள்ளது. அதனைத் தொடர்ந்து பல்கலைக்கழக ரீதியில் களனிப் பல்கலைக்கழகம் மற்றும் சப்ரகமுவ பல்கலைக்கழகம் ஆகியன முதன்முறையாக ஐப்பான் மொழிக் கற்கைநெறியை தமது பாடத்திட்டத்திற்குள் அறிமுகப்படுத்தியிருந்தமையினையும் அவதானிக்கலாம்.

இலங்கைக்கும் சீனாவுக்கும் இடையிலான தொடர்பானது பலகாலந்தாண்டியும் வளர்ந்து வருகின்றது. தற்காலத்தில் சீன மொழியைக் கற்பதற்கான டிப்ளோமாக் கற்கைநெறிகள் ஆரம்பிக்கப்பட்டு நடைபெற்று வருவதுடன், பெற்றோர் தமது குழந்தைகளுக்கு ஆரம்பப் பாடசாலைக் கல்வியுடன் மேலதிக மொழிக் கற்கையாக ஆங்கில மொழியுடன் சீன மொழியையும் கற்பித்து வருவதனை கண்கூடாக அவதானிக்க முடிகின்றது.

## பயன்களும் மகிழ்வுட்டலும் கோட்பாடு

ஊடகங்களின்பால் ஊடக நுகர்வோராகிய பொதுசனத்தினர் எவ்வாறு எவ்வாறான பயன்களையும், மகிழ்ச்சியையும் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடியதாக ஊடகங்களை நுகரத் தலைப்படுகின்றனர் என்பதைப் பேசுகின்ற கோட்பாடாகப் பயன்களும், மகிழ்வுட்டல்களும் கோட்பாடு (Uses and Gratifications Theory) முன்வைக்கப்பட்டது. ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தும் மக்கள் தரப்பில் இருந்து அவர்கள்

எதற்காக ஊடகங்களை நுகரத்தலைப்படுகின்றனர் என்ற விடயத்தை விளக்கும் முயற்சியாக இக்கோட்பாடு அமைந்தது. இந்தவகையில் கேற்ஸ் (Katz), புளும்லர் (Blumler) மற்றும் குரேவிச் (Gurevitch) ஆகிய தொடர்பாடல் நிபுணர்கள் இந்தக் கோட்பாட்டை 1974ஆம் ஆண்டளவில் முன்வைத்திருந்தனர்.

வெகுசன ஊடகங்களை நோக்கி பொதுமக்கள் நகர்வதற்கான அல்லது வெகுசன ஊடகங்களிலிருந்து எவ்வாறான ஆதாயங்களை மக்கள் பெறுவதற்குத் தலைப்படுகின்றார்கள் என்பதை விளக்குவதான ஓர் ஆரம்பகட்ட முயற்சியாக, இந்த நிபுணர்களால் இந்தக் கோட்பாடு முன்வைக்கப்பட்டபோது – ஒரு தொகுதி பயன்களும், மகிழ்வூட்டுதல்களும் அந்தக் கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் பட்டியல் இடப்பட்டது. பிற்காலங்களில் வெகுசன ஊடகப்பயன்பாடுகள் அதிகரிக்க அதிகரிக்க, அந்தப் பட்டியல் மேலும் விரிவுபடுத்தப்பட்டு, அது இன்னமும் வளரும் போக்கிலே அமைந்திருப்பதையும் இங்கு அவதானிக்க வேண்டியிருக்கின்றது. வெகுசன ஊடகங்களை நுகரும் மக்கள் எவ்வாறான சமூக, உளவியல், பண்பாட்டுத் தேவைகளை நிவர்த்திக்க முனைகின்றார்கள் என்பதையும், வெகுசன ஊடகச் செயற்பாடுகளின்பால் அவர்களது எந்தெந்தத் தேவைகள் நிவர்த்தி செய்யப்படுகின்றன என்பதையும், வெகுசன ஊடகங்களை எந்தெந்த எதிர்பார்ப்புக்களை நிறைவேற்ற மக்கள் நாடிச்செல்கிறார்கள் என்பதையும் வெளிப்படுத்துவதாக, பட்டியற்படுத்துவதாக இந்தக் கோட்பாடு அமைந்திருக்கின்றது.

## 2. ஆய்வு முறையியல்

ஆய்வுச் செயற்பாடு ஒன்றை வெற்றிகரமாக முன்னெடுத்துச் செல்ல ஆய்வுமுறையியல் அவசியமானதாக அமைகின்றது. ஆய்வு முறையியல் என்பது ஆய்வானது எந்த முறையினூடாக நகர்த்திச் செல்லப்படுகின்றது என்பதே ஆகும். ஆய்வுப் பிரச்சினைகளும் தன்மைகளுமே ஆய்வுமுறையியலைத் தீர்மானிப்பதில் செல்வாக்குச் செலுத்துகின்றன. ஆய்வில் தகவல் திரட்டும் செயற்பாடானது ஆய்வு முறையியலின் ஊடாகவே மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. அந்தவகையில், நாளாந்தச் செயற்பாடுகளின் நிமித்தமாக யாழ்ப்பாணச் சமூக மக்கள் மத்தியில் காணப்பட்ட ஊடக நுகர்வு, அவர்கள் அவ்வூடகத்தினை நுகர்ந்தமைக்கான நோக்கங்கள், அவ்வூடக நுகர்வு பாவனையாளர்களது தனிப்பட்ட மற்றும் சமூக ரீதியாக ஏற்படுத்தி வந்த மாற்றங்கள், இம்மாற்றங்களால் மக்கள் எதிர்கொள்ளும் சவால்கள் ஆகிய விடயங்களைக் கண்டறிய அளவை ஆய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டது. காரண காரியத்தை கண்டறிதல், பண்புகளை இனங்காணல், உள்ளடக்கத்தை ஆராய்தல் முதலியவற்றின் வழியாக ஆய்வினை முன்னோக்கி நகர்த்தலுக்காக இவ் ஆய்வானது பெறுதிசார் ஆய்வாக மேற்கொள்ளப்படுகிறது. பெறுதிசார் ஆய்விலே உள்ளடக்கப் பகுப்பாய்வு (Content Analysis) மற்றும் தன் இனவரைபியல் ஆய்வாகவும் (Self-Ethnographical Study) முன்னெடுக்கப்படுகின்றது. தன் இனவரைபியல் முறையியலுக்கூடாக ஆய்வாளர் ஆய்வுக்களத்தில் தானும் ஓர் அங்கமாக, செயற்பாட்டாராக, தன்னை முன்னிறுத்துவதற்கூடாக ஆய்வுக்களம் குறித்தான புரிதலும் சுயமதிப்பீட்டுடனான தகவல்களையும் சொந்த அனுபவங்களை ஆய்வுக்களத்திலிருந்து பெற்றுக்கொண்டு ஆய்வினை செயற்படுத்தக்கூடியதான முறையாக அமைகின்றது.

### 3. தரவுப் பகுப்பாய்வும் ஆய்வு முடிவுகளும்

கலாசாரம் என்பது பொதுவாக மனிதச் செயற்பாட்டுக் கோலங்களையும் அத்தகைய செயற்பாடுகளுக்குச் சிறப்புத் தன்மைகளையும் முக்கியத்துவத்தையும் குறியீட்டு அம்சங்களையும் குறிக்கின்றது. மேலும் பண்பாடு என்பது மனித இயல்பு எனவும், அது அநுபவங்களைப் பகுத்துக் குறியீடாக்கிக் குறியீட்டு முறையில் வெளிப்படுத்துவதற்கான தகுதியை கொண்டுள்ளது எனவும் சிலர் கருதுகின்றனர். பண்பாடு/கலாசாரம் எனும் போது அவை மூன்று முக்கியச் சொற்களை தம்மகத்தே கொண்டுள்ளன. எண்ணங்கள், நடத்தைகள் மற்றும் பொருட்கள் - சேவைகளாகும்.

இங்கு கலாசாரப் பேரரசுவாதம் (Cultural Imperialism) பற்றிக் குறிப்பிடுதலானது மிகவும் முக்கியமாகின்றது. அவ்வகையில், ஒரு நாட்டின் நம்பிக்கைகள், விழுமியங்கள், அறிவு, நடத்தை மற்றும் பாரம்பரிய நடவடிக்கைகள் போன்றவற்றினை அதாவது வாழ்க்கை அமைப்பு முறைகளை அந்நாட்டின் பொருளாதார, சமூகச் செல்வாக்கினூடாக இன்னொரு நாட்டின் சமூகச் செல்வாக்கு மீது திணிக்கும் செயற்பாடாகும். கலாசாரப் பேரரசுவாதம் பற்றிக் குறிப்பிடும் போது அமெரிக்காவைத் தளமாகக் கொண்டு ஆரம்பித்த டிஸ்னியானது (Disney brand) சர்வதேசம் முழுவதும் தனது தளத்தைப் பரப்பியதையும் குறிப்பாக லத்தீன் அமெரிக்கா, மத்திய கிழக்கு, ரஷ்யா, இந்தியா, சீனா, சிங்கப்பூர், கொங்கொங் போன்ற நாடுகள் டிஸ்னியின் செல்வாக்கினைக் கொண்டு தத்தம் நாடுகளில் அமெரிக்க டிஸ்னி பூங்காவினையொத்த டிஸ்னி பூங்காக்களை அமைத்ததுடன், சீனா டிஸ்னி கதாபாத்திரங்களை கொண்டு சின்னஞ்சிறு மாற்றங்களை (ஆடைகளில் மட்டும்) செய்து திரையிடல்களை மேற்கொள்வதனையும் குறிப்பிடலாம்.

மேலும் ஜப்பானை மையமாகக் கொண்டு ஆரம்பிக்கப்பட்ட சமையல் நிகழ்ச்சியானது (Iron Chef) பின்னர் அமெரிக்கா, அவுஸ்திரேலியா, இந்தியா, சீனா போன்ற நாடுகளில் விஸ்தரித்து இன்றளவிலும் மிகவும் பிரபலமாக நடைபெற்று வருதனை அவதானிக்கலாம். அடுத்து, கலாசார ஒத்திசைவு (Cultural Homogenization) தொடர்பாக நோக்கினால், இக்கலாசார ஒத்திசைவென்பது கலாசார உலகமையமாக்கலுடன் இணைந்தவொரு தோற்றப்பாடாகும். ஒரு கலாசார பண்பாட்டம்சமானது அதன் கலாசார அம்சத்துடன் இன்னும்பல கலாசார அம்சங்களை இணைத்து ஒன்றிணைத்து வைத்திருத்தலைக் குறிக்கின்றது. இங்கு நாடொன்று அதனது கலாசார பண்பாட்டம்சங்களை பயன்பாட்டில் கொண்டிருப்பதுடன் தமக்கு எளிதில் கிடைக்கக்கூடியவாறான மற்றைய நாடுகளின் பண்பாட்டம்சங்களையும் தம்மையறியாமலே தமக்குள் ஏற்றுக்கொண்டு வாழப்பழகுதலைக் குறிக்கின்றது.

அதன்படி இவ் ஆய்வுக்காக எடுத்துக்கொள்ளப்பட்ட, யாழ்ப்பாணச் சமூக தமிழ் மக்களால் அதிகளவில் இன்று பயன்படுத்தப்படுகின்ற சமூக ஊடகங்களான முகநூல் (Facebook), புலனம் (WhatsApp), வைபர் (Viber) மற்றும் கீச்சகம் (Twitter) ஆகிய ஊடகங்களின் பாவனையையும், அவ்வூடகங்களில் ஒளிபரப்பு செய்யப்பட்ட மற்றும் தரவேற்றப்பட்ட பதிவுகளையும் ஆய்வாளர் அவதானித்ததன் அடிப்படையில் பெறப்பட்ட தரவுகளை அடிப்படையாகக்கொண்டு பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டது.

யாழ்ப்பாணச் சமூக மக்களது சமூக ஊடகநுகர்வானது அவர்களுக்கே உரித்தான தனித்துவமான வாழ்வியற் சடங்குகளில் தாக்கம் செலுத்தி வருவதையும் அவதானிக்க முடிந்தது.

அந்தவகையில், முகநூல் (Facebook), புலனம் (WhatsApp), வைபர் (Viber) மற்றும் கீச்சகம் (Twitter) ஆகிய சமூக ஊடகங்கள் ஆய்வாளரால் அவதானிக்கப்பட்டது.

### 3.1 யாழ்ப்பாண மக்கள் மத்தியில் காணப்படும் ஊடக நுகர்வு

மக்கள் வழமையாகவே தகவல், செய்திகளை அறிந்துகொள்வதற்காக அச்ச ஊடகங்களையும், இலத்திரனியல் ஊடகங்களையும் நாடுபவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். ஆனால், இன்றைய காலகட்டங்களில் அதிகளவான மக்கள் தகவல், செய்திகளை அறிந்து கொள்வதற்காக சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துவதனை அவதானிக்க முடிந்தது. இந்த ஊடக நுகர்வானது அச்ச ஊடகங்களையும், இலத்திரனியல் ஊடகங்களையும் நாடும் ஒரு பெறுநர்கூட்டம் மத்தியிலும் தாக்கம் செலுத்த ஆரம்பித்ததையும் அவதானிக்க முடிந்தது.

### 3.2 யாழ். மக்களது ஊடக நுகர்வு நோக்கங்கள்

ஒவ்வொரு மனிதனும் தமது நாளாந்த வாழ்க்கையில் நடைபெறும் நிகழ்வுகள், சம்பவங்கள் சார்ந்த தகவல்களை அறிந்துகொள்வதற்கு, எண்ணங்கள், கருத்துக்கள் போன்றவற்றை ஏனையோர்களுடன் பரிமாறிக் கொள்வதற்கு, புதிய, புதிய தகவல்களை அறிந்துகொள்வதற்கு, உலகைப் பற்றியதும், அங்கு நடைபெறும் நிகழ்வுகள் பற்றியும் செய்தியைப் பெறுவதற்கு, மகிழ்ச்சி அடைவதற்கு, அதிகாரமிக்கவர்கள் தாக்கப்படுவதை அல்லது தோல்வியுறுவதைக் காண்பதன்மூலம் உளத்திருப்தி ஒன்றைப் பெறுவதற்கு, சக மனிதர்களுடன் இணைந்து நிகழ்வொன்றின் அல்லது சம்பவமொன்றின் அனுபவத்தை பகிர்ந்து கொள்வதற்கு, ஆன்மீகம், தெய்வீகம் சார்ந்த அனுபவங்களைப் பெற்றுக்கொள்வதற்கு, வாழ்க்கையின் வழக்கமான அழுத்தங்களிலிருந்து விடுபட்டு தளர்வான அல்லது மாறுபாடான மன நிலையைப் பெறுதற்கு, மற்றவர்கள் மீது ஏற்படக்கூடிய அனுதாபங்கள் பற்றிய அனுபவங்களை பகிர்ந்து கொள்வதற்கு,

மேலும் - தனக்கான முன்மாதிரிகளைத் தேடிக்கொள்வதற்கு, தனது அடையாளத்தை தேடுவதோடு அதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்வதற்கு, நீதியின் பாலான நம்பிக்கையை தனக்குள்ள மீள்வலியுறுத்திக்கொள்வதற்கு, காதல் உணர்வில் நம்பிக்கையைப் பெற்றுக்கொள்வதற்கு, உலகின் மீதான கட்டுப்பாடுகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு, வரலாற்று நிகழ்ச்சிகளைக் காண்பதன் மூலம் தானும் வரலாற்றின் பங்குதாரர் ஆவதற்கு, மகிழ்ச்சிதராத உவகை அற்ற உணர்வுகளைப் புனிதப்படுத்திக் கொள்வதற்கு, அழகு என்பதை மாத்திரம் அல்ல அழகின்மையையும் தெரிந்துகொள்ளவதுடன் அதை அனுபவித்துக்கொள்ளதற்கு, நீதி, ஆன்மீகம், பண்பாட்டு விழுமியங்களை இன்னமும் உறுதியாக்கிக் கொள்ளவதற்கு ஆகிய காரணங்களே பொதுமக்கள் ஊடகங்களை நாடுவதற்கான காரணங்களாக பயன்களும் மகிழ்வுட்டுதல்களும் கோட்பாட்டின் (Uses and Gratifications Theory) அடிப்படையில் அவதானிக்கப்பட்டாலும் - இந்தக் காரணங்கள் இன்னமும் விரிவாக்கம் பெற்று செல்லும் போக்கினை இன்றைய சூழலிலும் ஆய்வாளரால் அவதானிக்க முடிந்தது.

இந்தக் காரணங்கள் மக்களது தனித்துவமான வாழ்வியற் சடங்குகளில் தாக்கம் செலுத்துவதையும் ஆய்வாளரால் அவதானிக்க முடிந்தது.

### 3.3 யாழ்ப்பாண சமூக மக்களின் மத்தியில் சமூக ஊடக நுகர்வானது அவர்களது வாழ்க்கை வட்டச் சடங்குகளில் ஏற்படுத்தியுள்ள தாக்கங்கள்

மனித வாழ்க்கையில் பிறப்பு முதல் இறப்பு வரை பலவகையான சடங்குகள் இடம்பெறுகின்றன. அச்சடங்குகள் மக்களின் வாழ்க்கைக்கேற்பவும் தரத்திற்கேற்பவும் வளர்ந்தும் மாறியும் அமைகின்றன. நாகரீகம் வளர்ந்துள்ள இன்றைய காலகட்டத்தில் பல வகையான சடங்குகள் மேற்கொள்ளப்பட்டு வருகின்றன.

அதாவது, வேறுபட்ட வாழ்க்கை வட்டச்சடங்கு முறமைகளைக் கொண்ட சமூகத்தவர்களால் அவர்களது வாழ்க்கை வட்டச் சடங்குகளின் (பிறப்பு, பூப்பு, திருமணம், இறப்பு) போது பதிவு செய்யப்பட்ட வீடியோ, புகைப்படப் பதிவுகளை தங்களது சமூக ஊடகங்களில் தரவேற்றம் செய்யும்போது அச்சமூக ஊடகங்களில் அவர்களிற்கு நண்பர்களாய் இருக்கும் ஏனைய சமூகத்தவர்கள் அச்சடங்கு முறமைகளை, ஆடை, அணிகலன்கள், உணவுப்பழக்கங்களினை அறிந்துகொண்டு தங்களது வாழ்வியல் சடங்குகளிலும் அம் முறைகளைப் பின்பற்றுவதனை அவதானிக்க முடிகின்றது.

அதிலும் குறிப்பாக, யாழ்ப்பாணத்து மக்களது வாழ்க்கை வட்டச் சடங்குகளிலும் (பிறப்பு, பூப்பு, திருமணம், இறப்பு) ஏனைய சமூகங்களினது வாழ்க்கைவட்டச் சடங்கு முறைகளின் தாக்கத்தினை அவர்களது சமூக ஊடகப்பதிவுகளிலிருந்து அவதானிக்க முடிந்தது.

அன்று ஒரு குழந்தை பிறந்தால், ஒரு பெண்பிள்ளை வயதுக்குவந்தால் அக்குடும்ப உறவுகளிற்கு மட்டுமே தெரியவரும் இன்றைய மக்களது ஊடக நுகர்வானது நவநாகரீகம் என்ற பெயரில் உலகமே பார்க்குமளவிற்கு சமூக ஊடகங்களில் பதிவுகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. அதாவது, குழந்தை பிறந்தால் பிறர் கண்பட்டுப்போகுமென பயந்து குழந்தையைப் பதுக்கிய காலம்போய், இன்று குழந்தை பிறந்த அக்கணமே குழந்தைகளின் புகைப்படங்கள் சமூக ஊடகங்களில் பதிவேற்றப்படுகின்றன.

வேறு சமூகத்தினரது சமூக ஊடகப் புகைப்படப் பதிவுகளையும், வீடியோக்காட்சிகளையும் பார்த்துவிட்டு தங்களது குழந்தைகளைகளிற்கும் அவ்வாறான நிகழ்வுகளை தாங்களும் செய்து அதனை ஊடகங்களில் பதிவேற்றி மகிழும் மனநிலையில் எங்களது நாட்டுக் கலாசாரங்களை மறக்குமளவிற்கு வாழ்ந்து வருவதையும் சமூக ஊடகப் பதிவுகளினூடாக அவதானிக்க முடிந்தது.

அதாவது உதாரணமாகக் குழந்தை பிறந்ததும் நான்/நாம் ஆண்/பெண் குழந்தையால் ஆசிரவதிக்கப்பட்டோம் (We blessed with a baby girl/boy) அல்லது இன்று முதல் நம் வீட்டில் மகளதிகாரம்/மகனதிகாரம் போன்ற வசனங்களுடன் பிறந்த குழந்தையின் புகைப்படத்தினைப் பதிவிடுதல்.

குழந்தை பிறப்புச் சடங்குகளில் மட்டுமல்லாது அக் குழந்தையின் பிறப்பு முதல் இறப்புவரை கொண்டாடப்படும் அனைத்து சடங்கு முறமைகளிலும், சடங்குகளின்போது அணியும் ஆடை அணிகலங்களிலும், உண்ணும் உணவு முறமைகளிலும் செல்வாக்குச் செலுத்தி வருவதையும் அவதானிக்க முடிகின்றது.



அதாவது, குழந்தை பிறந்து ஒருமாதத்தில் தொடக்குக்கழிவு, மூன்று மாதங்களில் தொட்டிலிடுதல், பெயர் வைத்தல் என்கின்ற சடங்குகளைத் தாண்டி இன்று குழந்தையின் மூன்று மாதங்களிலே குழந்தைக்கு விதம் விதமான ஆடைகளை உடுத்தி சொக்கலேட் விழா (Chocolate Function) என்கின்ற பெயரில் குழந்தையின் உடம்பின் மீதும், குழந்தையினைச் சுற்றியும் பலவகையான இனிப்பு வகைகள், சொக்லேட்ஸ் வகைகளைப் போட்டு புகைப்படங்களினையும், வீடியோக்காட்சிகளினையும் பதிவுசெய்து சமூக ஊடகங்களில் பதிவேற்றம் செய்கிறார்கள். இவ்விழா யாழ்ப்பாண மக்கள் வாழ்வியலில் சடங்குகளில் எப்பொழுது இணைந்துள்ளது என்றே தெரியவில்லை. ஆனால், யாழ்ப்பாண மக்களது சமூக ஊடகப் பதிவுகளில் ஆங்காங்கே காணக்கிடைத்தன.

அதுமட்டுமன்றி குழந்தையின் ஒவ்வொரு மாதத்தினையும் நினைவுகூரும் வகையில் முதலாம் மாதம் முதல் பன்னிரண்டாம் மாதம் வரையான மாதக்கணக்கினை நினைவுகூரும் வகையில் குழந்தையினை அலங்கரித்து புகைப்படமெடுத்தல் மற்றும் அதனை சமூக வலைத்தளங்களில் பதிவிடுதல் போன்றனவற்றை அவதானிக்க முடிந்தது.

யாழ்ப்பாணச் சமூகத்தினைப் பொறுத்தவரையில் ஒரு ஆணுக்கு ஒரு பெண்ணை நிச்சயம் செய்து மணமகன், மணமகள் வீடுகளில் கன்னிக்கால் நாட்டினால் அத்திருமணப் பெண்ணும் ஆணும் ஒருவரையொருவர் சந்தித்தல் கூடாது என்கின்ற விதிமுறைகள் இருந்தன. ஆனால், இன்று சமூக ஊடகப் பதிவுகளில் இடம்பெறும் ஏனைய நாட்டுத் திருமணச் சடங்கு போன்றே யாழ்ப்பாணத்து மக்கள் தங்களுக்கும் திருமணம் நடக்கவேண்டும் என்கின்ற எண்ண நிலையில் அச்சடங்கு முறைகளைப் பின்பற்றி திருமணத்திற்கு முன்னரே ஆணும், பெண்ணும் சேர்ந்து திருமண முற்பதிவுகளை (Pre - Shoots) மேற்கொள்கின்றனர். அக்காட்சிகள் புகைப்படப் பதிவுகளாகவும் வீடியோப் பதிவுகளாகவும் சமூக ஊடகங்களில் வலம்வருவதை அவதானிக்க முடிகின்றது. அத்துடன் அப்பதிவுகளை வைத்து Save date என்ற முறையில் திருமணச்சடங்கிற்கான அழைப்பிதழாகவும் பயன்படுத்தப்பட்டு வருவதை அவதானிக்க முடிந்தது.

அன்று திருமண அழைப்பிதழ்கள் மாமன், மச்சான் என உறவுகளின் வீடுகளுக்கு நேரடியாகச் சென்று கொடுக்கப்பட்டன. இன்று சமூக ஊடகங்களே திருமண அழைப்பிற்கான தளமாக மாறியுள்ளன.

ஒட்டுமொத்தமாக பார்க்கின்றபோது, யாழ்ப்பாண மக்களது வாழ்வியல் சடங்குகளில் மாற்றங்கள் ஏற்பட்டுள்ளமைக்கான காரணங்களாக சமூக ஊடகங்களில் பதிவேற்றப்படும் ஏனைய நாட்டு சடங்கு முறைகள் என்கின்றதையும் தாண்டி அங்கு மறைமுகமாக வணிகநோக்கம் முதன்மைப்படுத்தப்படுகின்றமை புலனாகின்றது.

தமக்கான வியாபார நோக்கத்திற்கான தளமாக சமூக ஊடகங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அதாவது, சடங்குகள் சார்ந்து முகநூல் பக்கங்கள், படவரிப் பக்கங்கள், வலையொளி இணைப்புக்கள், புலனக் குழுக்களில் பதிவேற்றப்படும் புகைப்படப் பதிவுகள், வீடியோப் பதிவுகள் இவற்றிற்குச் சான்றுகளாகும். ஒவ்வொரு வீடுகளில் நடைபெறும் நிகழ்வுகளுக்கான வித்தியாசமான அலங்காரங்களை, புகைப்படப் பதிவுகளை தமது தளங்களில் விளம்பரத்துக்கான அடித்தளமாக பதிவேற்றப்படுகின்றமையை Everest decorations, Baby shower for baby Everest, Vasantham decoration, Deco Rose point Pedro, V.A Photography Jaffna, Studio RedONE, VJ Event

Management, Green tree Event Management போன்ற பல தளங்களினூடாக ஆய்வாளரால் அவதானிக்க முடிந்தது.

இன்றைய நாட்களில் பதிவுசெய்யப்படும் திருமணப் பெண்களது புகைப்படப் பதிவுகளை அன்றைய நாட்களது புகைப்படங்களுடன் ஒப்பிட்டுப்பார்க்கும்போது சடங்கு முறைகளில் எவ்வாறான மாற்றங்கள் என இனங்காண முடிகிறது. குனிந்த தலை நிமிராமல் மணப்பெண் மணமேடைக்கு வந்தகாலம்போய் தற்காலப்போக்கில் மணப்பெண் நடனமாடியவாறே மணமேடைக்குச் செல்லும் காட்சிகள் வீடியோப் பதிவுகளாக சமூக ஊடகங்களில் பகிரப்பட்டமையும் இங்கு குறிப்பிடத்தக்கது.

திருமணச்சடங்குகளின் போது மட்டுமல்லாது பூப்புனித நீராட்டு விழாக்களிலும் மேலத்தேய சலாசாரப் பண்பாட்டு சடங்கு முறைகளைப் பின்பற்றுவதை அவதானிக்க கூடியதாயிருந்தது. அதாவது, மெகந்தி விழா என்பது யாழ்ப்பாண மக்களுக்கு உரித்தான சடங்கல்ல. ஆனால். இச் சடங்குமுறை அண்மைக் காலமாக யாழ்ப்பாணத்து மக்களால் விரும்பிக் கொண்டாடப்படுவதையும் அவதானிக்க முடிகிறது.

இவை தவிர, பெண்கள் நிறைமாத கர்ப்பகாலத்தில் கொண்டாடப்படும் வளைகாப்புச் சடங்கு (சீமந்தம்), கோலி பண்டிகை, பிறைடில் விழா (திருமண நாளிற்கு முதல் நாள் மணப்பெண், மணமகன் தங்களது தோழர்களுடன் கேக் வெட்டி கொண்டாடும் நிகழ்வு), அட்சயதிருதிகை என புதிய சடங்குகள் யாழ்ப்பாண மக்களது வாழ்க்கையுடன் கலந்து வருவதனை யாழ்ப்பாண சமூக ஊடகப் பயனாளர்களது சமூக ஊடகத் தரவேற்ற பதிவுகள் மூலம் அறியமுடிந்தது.

ஊடகப் பயனாளர்களையும் தாண்டி வணிக நோக்கில் தத்தம் உற்பத்திகளை வணிகச்சந்தையில் மெருகூட்டும் நோக்கில் அவரவர்களால் தளங்களில் போடப்படும் பதிவுகளும் ஆய்வாளரால் அவதானிப்புக்குக்குட்படுத்தப்பட்டது.

யாழ்ப்பாண மக்களது வீடுகளில் மங்களகரமான சடங்குகளின்போது விருந்தினர்களிற்கு நிலத்தில் பாய்போட்டு உட்காரவிட்டு வாய்க்கிதமாக வாழையிலையில் குத்தரிசிச் சோறும், ஐவகைக் கறியும் என அறுசுவை உணவழித்த காலம் மாறி, இன்று அநேகமான சடங்குகளின்போது நூடில்ஸ், பாஸ்ரா, அவற்றுக்கேற்ற கறி என விரைவுணவுகள் (Fastfood) வழங்கும் புதிய கலாச்சாரப் போர்வைக்குள் மக்கள் மறைந்துகிடக்கின்றனர்.

பயன்களும் மகிழ்வுட்டல் கோட்பாட்டில் கூறப்பட்ட பயன்களின்பால், யாழ்ப்பாணச் சமூக மக்கள் தங்களின் மாதிரிகளைத் தெரிவு செய்வதற்காகவும், மகிழ்ச்சிக்காகவும், தங்களின் படைப்பாக்கத் திறன்களை வாழ்க்கை வட்டச் சடங்குகளின் புகைப்படங்கள், வீடியோக் காட்சிப் பதிவுகள் மூலமும் வெளிக்கொண்டு வருவதற்காகவும் சமூக ஊடகங்களை அதிகம் பயன்படுத்தியிருந்தார்கள். இவ்வாறான செயற்பாடுகள் அவர்களுக்கே உரித்தான வாழ்வியல் சடங்கு முறைகளினுள் ஏனைய சமூகச் சடங்கு முறைகள் பிரதிபலிப்பதும் இங்கு அடையாளப்படுத்தப்படுகிறது.

### 3.4 யாழ். மக்களின் மத்தியில் ஏற்பட்ட சமூக ஊடகப் பாவனையானது, அவர்களது வாழ்க்கை வட்டச் சடங்குகளில் ஏற்படுத்தி வரும் மாற்றங்களால் அவர்கள் எதிர்கொள்ளும் சவால்கள்.

இவ்வாறாக வாழ்க்கைவட்டச் சடங்குகளில் மாற்றங்கள் ஏற்படுத்தப்படுவதனால் தற்கால இளையோர்களால் தமக்கேயுரிய பாரம்பரியத்தினை அறியமுடியாதிருத்தல். தமது கலாசாரத்துக்குரிய பண்பாடு இவ்வாறுதானிருக்க வேண்டும் என்ற பண்பாடு அவர்களுக்கு தெரியாமலே போவதற்கான வாய்ப்புக்கள் அதிகமாக இளையோர் மத்தியில் விளங்குவதனை அவதானிக்க முடிந்தது.

சமூக ஊடகங்களில் பதிவிடும் நோக்கத்திற்காகவே சில சம்பிரதாயங்கள் மற்றும் பாரம்பரியங்கள் செயற்கையாக இடம்பெறுகின்றன. அவ்வாறு செயற்கையாக பாரம்பரியங்களை நடைபெறச் செய்வதனால் உண்மையாக கிடைக்கக்கூடிய அந்த உயிரோட்டமான தன்மை இல்லாமல் போவதனையும் காணக்கூடியதாகவுள்ளது.

மேலும் சமூக ஊடகங்களில் பதிவிடப்படுகின்ற பதிவுக் கருத்துக்களை நோக்குமிடத்து, மற்றையவர்கள் மத்தியில் தாம் நல்லதொரு நிலையில் வைக்கப்பட வேண்டுமென்ற காரணத்தினாலும், சுயமரியாதையை காப்பாற்ற வேண்டுமென்ற காரணத்தினாலும் தம்மால் இயலாதளவிலும் கூட கடன்சுமைகளை தலையில் ஏற்றிக் கொண்டு நிகழ்வுகளை ஒழுங்கமைத்தல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களில் தரவேற்றம் செய்தல் என்பவற்றை அவதானிக்க முடிந்தது.

இவ்வாறு வாழ்வின் அடிப்படைத் தேவைகளை விலக்கி ஆடம்பரத்தேவைகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தலை அவரவர்களது பதிவுகளின் மூலமும் தரவேற்றங்களின் மூலமும் ஆய்வாளரால் அவதானிக்க முடிந்தது.

## 4. ஆய்வு முடிவு

அதன்படி, யாழ்ப்பாணத்து சமூக மக்கள் மத்தியில் இவ் ஊடகங்களின் நுகர்வும், அதனூடான கலாசார வைபவங்களின் மாற்றங்களும் அதிகரித்துச் செல்கின்றமையை அவதானிக்க முடிந்ததுடன், மகிழ்வூட்டல் என்றவொரு காரணத்தின்பேராக மக்கள் தொடர்ந்தும் சமூக ஊடகங்களை நுகர்தலையும் பின்பற்றுதலையும் கொண்டுள்ளமையினையும், சமூக ஊடகங்களானவை இம்மாற்றங்களை உட்செலுத்துவதில் குறிப்பிட்ட நிறுவனம்சார்ந்து அவர்களுக்கேயான வணிகம்சார் பலன்களையும் பெற்றுவருவதனை இனங்காணக்கூடியதாகவிருந்தது. மக்கள் தமது அன்றாட வாழ்வில் நடைபெறும் விடயங்களின் தரவேற்றமானது வணிகம்சார்ந்த ஊடகங்களாகச் செயற்படுவதனையும் ஆய்வாளரால் அவதானிக்கக் கூடியதாக அமைந்தது. அத்துடன் மக்களின் நுகர்வுச் செயற்பாடானது ஒவ்வொரு தனிநபர்களினதும், நிறுவனங்களினதும் தரவேற்றங்களின் போது தமது அன்றாடச் செயற்பாடுகளையும் வைபவங்களையும் ஒப்பிட்டு நோக்கி அதனைத் தமது அன்றாட வாழ்வியலுடன் ஒப்பிட்டு நோக்கும் தன்மையும், அதுபோன்ற செயற்பாடுகள் தமது வாழ்விலும் நடைபெற வேண்டுமென்ற விருப்பங்கள் அவர்களது கருத்துரைகளினூடாகவும், சமூக ஊடகப் பதிவுகளினூடாகவும் அவதானிக்க முடிந்தன. அதன்பேராகக், வாழ்வின் அடிப்படைத் தேவைகளை விலக்கி ஆடம்பரத்தேவைகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தலை அவரவர்களது பதிவுகளின் மூலமும் தரவேற்றங்களின் மூலமும் ஆய்வாளரால் அவதானிக்க முடிந்தது.

## உசாத்துணைகள்

- தொடர்பாடலும் ஊடகக்கற்கையும்: *Mrpupau; topfhl;b* (2018). மஹரகம, இலங்கை: தேசியக் கல்வி நிறுவகம்
- ரகுராம், எஸ். (2015). அபிவிருத்தித் தொடர்பாடல் மாற்று நோக்கி, கொழும்பு : சேமமடு பதிப்பகம் ஊடக மறுசீரமைப்புக்களுக்கான செயலகம். (2016). பொதுமக்கள் நம்பிக்கையை மீள்கட்டியெழுப்புதல், பன்னல, இலங்கை
- Collins, Botambu & Hoang, Dinh Tuyen & Nguyen, Ngoc Thanh & Hwang, Dosam. (2020). Trends in combating fake news on social media – a survey. *Journal of Information and Telecommunication*. 5. 1-20. 10.1080/24751839.2020.1847379.
- Arthur A, .B. “*Media Analysis Techniques*” Revised edition, Sage Publications.
- Simmons, Janelle Christine. “The Role of Social Media in the Globalized World of Education: Education Book Chapter | IGI Global.” *The Role of Social Media in the Globalized World of Education: Education Book Chapter | IGI Global, www.igi-global.com*