ෆේස්බුක් භාවිතයේ සමාජීය බලපෑම පිළිබඳ සමාජ විද්‍යාත්මක විමර්ශනයක්

කථිකාචාර්ය
ටී. ජී. ඩී. උදයකාන්ති

හැඳින්වීම

අන්තර්ජාල සබඳතා පහසුකම් ව්‍යාප්තිය හා පරිගණක මෘදුකාංග ජාල දියුණුවත් සමඟ අන්තර් පුද්ගල සබඳතා පවත්වන සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් තවදුරටත් දියුණු විය. පුද්ගලාන්තර සබඳතා තහවුරු කරන නවමාධ්‍යය සබඳතා ජාලය පිළිබඳ ව කතිකාවතකට බඳුන්වන ප්‍රධානම සංකල්පයක් ලෙස සමාජ වෙබ් අඩවි හඳුනාගත හැකි ය.

සමාජ වෙබ් අඩවි යන්න පළමු ව භාවිත කරන ලද්දේ සමාජ විද්‍යාව තුළ යි. සමාජ විද්‍යාව තුළ සමාජ ව්‍යුහය නිර්මාණයෙහි සමාජ වෙබ් අඩවි යන වචනය භාවිත කරන ලදි. ඒ පිළිබඳ ව එමිල් ඩර්කයිම් Emile Durkhim හා ෆර්ඩිනන්ඩ් ටෝනිස් Ferdinand Tonnies සිය අධ්‍යයනවලින් තහවුරු කරයි. ඔවුන් සමාජ වෙබ් අඩවි ලෙස හා හැඳින්වූයේ අන්තර් පුද්ගල සබඳතා තුළින් තහවුරු වූ හැඟීම් අදහස් හුවමාරු කර ගන්නා මිනිස් ජාලයකට ය. එහිදී සමූහය යන්න අතිශය වැදගත් විය. මෙහිදී අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ගොඩනගා ගන්නා තාක්ෂණික සබඳතාව පිළිබඳ ව සෘජුව සාකච්ඡා නොවේ. නමුත් සමාජ විද්‍යාඥයින් විසින් සමාජ ජාලයක ලක්ෂණ ලෙස හඳුනාගත් බොහෝ ලක්ෂණයන් අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ගොඩනඟා ගත් මානව සබඳතා ජාලයන් තුළ ද දක්නට ලැබේ. මෙම පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයට බඳුන් වන සමාජ ජාලය නම් සංකල්පය ද කතිකාවතට භාවිත වන අතර නව සබඳතා ව්‍යුහය පුද්ගලයාට හා සමාජයට සිදුකරන බලපෑම පිළිබඳ විවිධ අදහස් පැන නගමින් පවතියි.

එය කෘත්‍යාත්මක හා දුෂ්කෘත්‍යාත්මක විය හැකි අතර ඒ ඒ සමාජයන් ග්‍රහණය කර ගන්නා ප්‍රමාණය අනුව මෙය වෙනස් වේ. මේ වන විට සමාජ වෙබ් අඩවි භාවිතය හා එහි බලපෑම තක්සේරු කරලීම සඳහා සමාජ විද්‍යාඥයින් මාධ්‍ය පර්යේෂණයන් හා අනෙකුත් විද්වතුන්ගේ නැඹුරුවීමක් දැකගත හැකි ය. උක්ත සාකච්ඡා කළ ආකාරයට පරිගණක අන්තර්ජාලය හා නව මෘදුකාංග යන් නිර්මාණය තුළ සමාජ වෙබ් අඩවි යන සංකල්පය වඩාත් ප්‍රචලිත විය. එනම් අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ගොඩනගාගත් සමාජ සම්බන්ධතා ජාලය මෙලෙස අර්ථ ගැන්විය. මෙය අදවන විට පුද්ගලයන් අතර විවේකය විනෝදයෙන් ගත කිරීමේ මාධ්‍යයන් ලෙස සහ විලාසිතාවන් ලෙස වේගයෙන් ව්‍යාප්ත වෙමින් පවතියි. ලොවපුරා දෛනිකව බිලියන ගණනක් සමාජ වෙබ් අඩවි සමඟ ගනුදෙනු කරන අතර නව සමාජ වෙබ් අඩවි නිර්මාණය සහ සමාජගත කිරීම ද අඛණ්ඩ ව සිදුවේ. මේ සඳහා ඔවුන්ගේ මූලික තාක්ෂණික දැනුම ප්‍රමාණවත් වීමත් ප්‍රවේශය හා භාවිතය පහසු වීමත් බහුතරය අතර සමාජ වෙබ් අඩවි ජනප්‍රිය වීමට හේතු වී ඇත. පැරණි මිතුරන් සොයා ගැනීම, නව මිතුරන් එකතු කර ගැනීම, තම රුචිකත්වයන් බෙදා හදා ගැනීම, දේශපාලන සබඳතා පුළුල් කිරීම, අදහස් මතවාද ව්‍යාප්ත කරලීම, විවේකය විනෝදයෙන් ගත කිරීම හා ප්‍රධාන වශයෙන් දැනුම තොරතුරු හුවමාරුව වැනි කරුණු හේතු කොටගෙන සමාජ වෙබ් අඩවි භාවිත්‍ය ඉහළ ගොස් ඇත. එමෙන්ම සමාජ වෙබ් අඩවි සජීවිකරණය වීම මෙහි ජනප්‍රිය බවට බලපාන ලදී.

මිට දශක 5-6 කට පමණ පෙර පැනේ මිතුරු සබඳතාවන් ප්‍රකට වූ අතර එය බොහෝ කල් ගතවන පණිවුඩ හුවමාරු ක්‍රමවේදයක් විය. මේ අනුව සමාජ වෙබ් අඩවි රැසක් හඳුනාගත හැකි ය. සමාජ වෙබ් අඩවි මාධ්‍ය මැදිහත්කරුවෙකු ලෙස හැඳින්විය හැකි අතර අද්විතීය ලිපි එකතුවකින් හා දැනුම බෙදා හැරීමක් එමගින් සිදුවේ. එමෙන්ම විවිධ ක්ෂේත්‍රවල බුද්ධිමය සංවාදයන් ද හඳුනාගත හැකි ය.

"සමාජ වෙබ් අඩවි නිර්වචනය කරන නිකොල් ඩිල්සන් Nicole Delison විසින් රචිත Social Network sites definitions history and scholrship යන ලිපියට අනුව

පුද්ගලයන්ට අන්තර්ජාලය මත පදනම් වෙමින් පොදු හෝ අර්ධ වශයෙන් පොදු වූ ආකෘතියකට සීමාසහිත වූ පද්ධතියක් තුළ ගොඩනගා ගැනීම එමෙන්ම පුද්ගල එකතුවකින් සැකසුණු නාමාවලියක හා එකතුවීම හා පද්ධතිය තුළ එකිනෙකා හඳුනා ගැනීම හා අදහස් හුවමාරුව දැකිය හැකි ය".

(Boyd, Ellison, P.2)

මෙම නිර්වචනයට අනුව සමාජ වෙබ් අඩවි තුළින් පුද්ගලයා පූර්ණ වශයෙන් අර්ධ වශයෙන් සමාජයට නිරාවරණය වෙමින් සජීවී ලෙස සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමට දරන වෑයමක් ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි ය. සමාජ වෙබ් අඩවි ලෙස Sixdigrees.com, Classmade.com Facebook, Twitter, Myspace, Netlog, Meetup, Friendster, Linkdin වැනි සමාජ වෙබ් අඩවි දැකගත හැකි අතර එය දිනෙන් දින අලුතින් එකතු වෙමින් වෙනස් ආකාරයකින් ගනුදෙනු කරමින් සමාජ සබඳතාවයන්ට ධනාත්මක හා ඍණාත්මක ලෙස සමාජ ව්‍යුහයේ පැවැත්මට බලපෑම් කරයි.

1.2. ෆේස්බුක් (Facebook) හෙවත් මුහුණු පොතෙහි ආරම්භය, විකාශනය හා එහි ස්වභාවය පිළිබඳ සමාජ විද්‍යාත්මක දෘෂ්ටියෙන්

සමාජ වෙබ් අඩවි පිළිබඳ පර්යේෂණයන්ගේ අවධානය මෑත කාලීන ව දිනාගත් ප්‍රධානතම සමාජ වෙබ් අඩවිය ලෙස ෆේස්බුක් facebook හඳුන්වා දිය හැකි ය. එය මූලික වශයෙන් යුරෝපීයන් අතර ව්‍යාප්තව පසුව දකුණු ආසියාව ඇතුළු අනෙකුත් භූගෝලීය කලාපයන් තුළ පාලනය කළ නොහැකි ලෙස ව්‍යාප්ත විය. අන්තර්ජාලය මුල්කර ගනිමින් නව මාධ්‍ය මුහුණුවරකින් ව්‍යාප්ත වූ ෆේස්බුක් ගෝලීය තරුණ ප්‍රජාවගේ සන්නිවේදනයේ ජනප්‍රිය මාධ්‍යය බවට පත් වන්නට ගත වූයේ දශකයකටත් වඩා අඩු කාලයකි. පුද්ගල මනෝභාවයන්ට සුවිශේෂී ඉඩක් ලබා දෙමින් පුද්ගල සබඳතා සජීවීකරණය කරලීමේ ඉඩ ප්‍රස්තාව facebook හරහා හිමි විය. එය සයිබර් අවකාශය තුළ දැනුම, විනෝදය, මිත්‍රත්වය, ආදරය පිළිබඳ ව අන්තර් පුද්ගල ගනුදෙනුවක් පමණක් නොව වාණිජ පරමාර්ථ ඉටුකර ගැනීම, දේශපාලන මතවාද

ව්‍යාප්තියේ සිට පුද්ගල මතවාද වෙනස් කරන ප්‍රධාන මාධ්‍යයක් බවට පරිවර්තනය වෙමින් පවතී යි.

ෆේස්බුක් (Facebook) සිංහලෙන් හඳුන්වන "මුහුණු පොත" 2004 දී මාර්ක් ෂුකර්බර්ග් (Mark Zuckerbeg) ඔහුගේ මිතුරන් කිහිපදෙනෙකු විසින් පරිගණක වැඩසටහනක් ලෙස නිර්මාණය කරන ලදී.

මාක් ෂූකර්බර්ග් විසින් 2003 ඔක්තෝම්බර් 28 වැනිදා අමුතු පන්තියේ පරිගණක වැඩසටහනක් ලියා අවසන් කළේය. විශ්වවිද්‍යාල පරිගණක ජාලය සමඟ සම්බන්ධ වී මෙය ක්‍රියාත්මක කළ අතර විශ්වවිද්‍යාල සිසුන් එකිනෙකා සමඟ තොරතුරු හුවමාරු කරගත හැකි ඔන්ලයින් ගිණුමක් සකසා ගන්නට මෙම වැඩසටහනෙන් ඉඩ සලසා දෙයි. ෆේස්මැෂ් facemash ලෙස නම් කරන ලද මෙම වැඩසටහන අන්තර්ජාලයට මුදා හැර පැය 24 ක් යනවිට හාවර්ඩ් සිසු සිසුවියෝ 1200 ක් ඊට සම්බන්ධ වූහ. ඡායාරූප 22000 ක් හුවමාරු කර ගත්හ. මෙම ජනප්‍රියත්වය නිසා ම ෆේස්මැෂ් ඇසුරින් අලුත් වෙබ් සේවයක් ආරම්භ කරන්නට ෂූකර්බර්ග් පෙළඹිණි. එය ෆේස්බුක් වෙබ් සේවය යි.

> "ෆේස්බුක් වෙබ් සේවය ද ඉතා ජනප්‍රිය විය 2004 අගභාගය වන විට ඇමෙරිකාවේත් කැනඩාවේත් සියලු විශ්වවිද්‍යාල වල ෆේස්බුක් ජනප්‍රිය වී තිබිණි. එතැන් පටන් ගෙවී ගිය කාලය තුළ ෆේස්බුක් සේවය ජනප්‍රිය වෙමින් එහි රැඳෙන සාමාජිකයින් ගණන දිගින් දිගට ම වැඩි වුවා මිස අඩුවක් වූයේ නැත. වෙබ් අඩවිවල කාර්යබහුල බව සහ ජනප්‍රියත්වය ගැන වර්ග කරන ඇලෙස්කා වර්ගීකරණයට Alexca Rule අනුව ෆේස්බුක් යනු අද ලොව තිබෙන දෙවැනි කාර්යබහුල වෙබ් අඩවිය යි. පළමුතැන තිබෙන්නේ ගූගල් සර්ච් එන්ජිමයි".
>
> (ජයසුන්දර, 2004 පෙබරවාරි, පි.අ. 4-6)

ෆේස්බුක් සමාජ සම්බන්ධීකරණ ජාලයේ සභාපති හා ප්‍රධාන විධායක නිලධාරි ලෙස එහි නිර්මාණකරු මාර්ක් ෂුකර්බර්ග් කටයුතු කරයි. එය අදවන විට ලොව බිලියන ගණනකගේ ආකර්ෂණය දිනාගෙන ඇත.

"සී. එන්. එන්. CNN වෙබ් අඩවිය පවසන පරිදි වර්තමානයේ ලොව සිටින පුද්ගලයන් හය දෙනෙකුගෙන් එක් අයෙකු ෆේස්බුක් භාවිත කරයි. එසේ ම මාසික ක්‍රියාකාරිත්වයක් ඇති සාමාජිකයන් බිලියන 1.23 ක් මෙය වටා එක් රොක්ව සිටිනවා. ඉන් මිලියන තුන්සිය හැට අටක් ආසියාතිකයන් වෙද්දී මිලියන අසූදෙනෙක් යුරෝපානුවන් මිලියන දෙසිය හතක් ඇමෙරිකානුවන් හා කැනඩාවනුන් සහ සෙසු ලෝකවාසීන් මිලියන තුන්සිය හැත්තෑහයක් මෙය භාවිත කරන බවයි. CNN වාර්තා පෙන්වා දෙන්නේ එමෙන්ම ෆේස්බුක් භාවිත කරන්නන් දස දෙනෙකුගෙන් හය දෙනෙකු දිනපතා ෆේස්බුක් අඩවියට ඇතුළු කරන බවත් එම වාර්තා සඳහන් කරන්නේ ෆේස්බුක් හි ජනප්‍රියතාව ලොවට පැහැදිලි කරමිනි.

වර්තමානය වන විට ලොව ප්‍රධානතම සමාජ ජාලකරණ වෙබ් අඩවිය බවට ෆේස්බුක් වෙබ් අඩවිය පත්වන්නේ විවිධ සේවා සහ පහසුකම් හඳුන්වා දෙමිනි. සානාවේ පල කරන ලද "The National Phychology" ශාස්ත්‍රීය සඟරාවේ දක්වන ආකාරයට අන්තර්ජාලය භාවිත කරන වැඩිහිටියන්ගෙන් 61% ක් තරුණ තරුණියන්ගෙන් 86% ක් හා නව යොවුන් වයසේ පසුවන්නන්ගෙන් 71% ක් ෆේස්බුක් භාවිත කරයි. එවගේම මේ සඟරාවේ වැඩිදුරටත් පෙන්වා දෙන පරිදි වයස අවුරුදු 8-24 ක් අතර සෑම තිදෙනෙකුගෙන් ම දෙදෙනෙකු දෛනිකව ෆේස්බුක් භාවිත කරන බව අනාවරණය වී තිබෙනවා".

(දෙසතිය, අප්‍රේල් 2014, පි. අ. 20,21)

මේ අනුව පැහැදිලි වන්නේ ෆේස්බුක් සමාජ ජාලය විශේෂයෙන් ම තේමාව කරගෙන ඇත්තේ මිනිසුන්ට සම්බන්ධ කිරීම connecting people යන්න යි. අන්තර්පුද්ගල හා අන්තර් කණ්ඩායම් සම්භාෂණ මාධ්‍යයක් ලෙස සජීවී ලෙස දෛනිකව පුද්ගලයෝ සම්බන්ධ වෙමින් සිටිති.

උක්ත කරුණු විශ්ලේෂණය තුළ පැහැදිලි වන්නේ,

ෆේස්බුක් යනු සමාජ වෙනස්වීම්කාරක වන නවීකරණය, ගෝලීයකරණය පදනම් කරගෙන නිර්මාණය වූ තාක්ෂණික උපකරණ භාවිතයෙන් පුද්ගල සම්බන්ධතා සජීවිකරණය කරන පුද්ගල ඥානයට හා සියලු සමාජ ආයතනයන්ට ප්‍රබල ලෙස බලපෑම් කරමින් සමාජය ජාලගත කරන පරිගණක වැඩසටහනකි යන්නයි.

එහි සමාජ විද්‍යාත්මක වටිනාකම නම් සමාජ සම්බන්ධතා කෙරෙහි ඇති බලපෑම යි. එමිල් ඩර්කයිම් Emil durkhim සමාජ පරිණාමවාදය තුළ ප්‍රධාන අවධි 2 ක් හඳුනා ගන්නා ලදී.

- යාන්ත්‍රික ඒකාබද්ධතාවය Mechanical Solidarity
- ඓන්ද්‍රීය ඒකාබද්ධතාවය Organic Solidarity

යාන්ත්‍රික ඒකාබද්ධතාවය යනු පොදු හා මූලික අරමුණුවලින් සංවිධානය වූ සමාජය යි. ගැමි සමාජ හා යාන්ත්‍රක සමාජ ඒ සඳහා නිදසුන් වේ. සාමූහික විඥානය සමාජයට අයත් වන අතර පුද්ගලයා සාමූහික විඥානයට අවනත වේ. ඒ තුළ සාමූහික හැඟීම් බලවත් වේ. එය පුද්ගලයා තුළ නොව සමාජය තුළ නිර්මාණය වන්නකි. එහිදී සමාජ අනුකලනය හෙවත් පුද්ගල බැඳීම් ඉහළ මට්ටමක පැවතීම දැකිය හැකි ය. නමුත් නූතනයේ එහි ප්‍රතිවිරුද්ධ තත්ත්වය හෙවත් ඓන්ද්‍රීය ඒකාබද්ධතාවය යන අවධීන්ට පරිවර්තනය වී ඇත. මේ අනුව අනුකලනය හා පුද්ගල බැඳීම් පහළ මට්ටමක ඇති බව ඩර්කයිම් සඳහන් කරයි.

ෆේස්බුක් සමාජ හැසිරීම පිළිබඳ සලකා බැලීමේ දී එය යාන්ත්‍රික ඒකාබද්ධතාවයේ ප්‍රධාන ම ලක්ෂණයක් වන සාමූහික විඥානය හා සමාජ අනුකලනය ඉස්මතු කරයි. විටෙක එය යාන්ත්‍රික ඒකාබද්ධතාවයෙන් යුතු සමාජය ඓන්ද්‍රීය ඒකාබද්ධතාවයට පරිවර්තනය විමේ දී ගිලිහී ගිය ප්‍රබල සම්බන්ධතා සහිත විස්තෘත පවුල් ක්‍රමයට විකල්පයක් ලෙස ද සැලකිය හැකි ය. තවත් අතකින් ඓන්ද්‍රීය ඒකාබද්ධතාවයන්ගේ යුතු සමාජයක් තුළ යාන්ත්‍රික ඒකාබද්ධතාවයේ ලක්ෂණ පිළිබිඹු කරන අර්ධ අවස්ථාවක් ලෙස ද සැලකිය හැකි ය.

ෆේස්බුක් සමඟ ගොඩනැගුණු සමාජ සම්බන්ධතාව පිළිබඳව සලකා බැලීමේ දී එය සංකේතාත්මක අන්තර්ක්‍රියාවාදි න්‍යාය ඔස්සේ ද විමර්ශනය කළ හැකි බව ද පෙනී යයි. එහි දී පුද්ගලයා ෆේස්බුක් හරහා සමාජ සම්බන්ධතාව ගොඩනගා ගන්නා ආකාරය හා ඒ තුළ සමාජයට මැදිහත් වන ආකාරය පිළිබඳ ව මෙහිදී විමසා බලයි. සී. එච්. කූලි C. H Cooley නම් සමාජ මනෝ විද්‍යාඥයා සඳහන් කළ පරිදි මෙහිදී පුද්ගලයා සමාජ ආත්මය ගොඩනගා ගනිමින් තමන් පිළිබඳ නිරන්තරයෙන් නිරීක්ෂණය කරමින් බොහෝ දේ සිතීමට සහ කතාබහ කිරීමට පෙළඹේ. එමගින් "තමා" self යන මානසික තත්ත්වය නිර්මාණය වේ. එය අන්තර්ජාල ආත්මය Looking Galss self ලෙස අර්ථ දක්වයි. ඒ අනුව ෆේස්බුක් හරහා සජීවී සම්බන්ධ වෙමින් මුහුණට මුහුණ ලා ගොඩනගා ගන්නා සම්බන්ධතා ජාලය බෙහෙවින් වැදගත් වේ.

සංකේතාත්මක අන්තර්ක්‍රියාවාදී න්‍යාය පිළිබඳ සමාජ මනෝ විද්‍යාව තුළ සාකච්ඡා කරන බැවින් නව සන්නිවේදන සංස්කෘතිය හා සංක්‍රමණය වූ ෆේස්බුක් පුද්ගලයාගේ මානසිකත්වය, පෞරුෂය, නායකත්වය, ආතතිය, පුද්ගල සිතුවිලි, ආකල්ප, ආත්මය පිළිබඳ සාකච්ඡා කරයි. එය සංක්ෂිප්තව සඳහන් කළහොත් පුද්ගලයා පිළිබඳව හා පුද්ගල සම්බන්ධතා පවත්වන සමාජය පිළිබඳව ද සාකච්ඡා කරයි. අර්වින් ගොෆ්මාන් Ervin Gofman සහ ජී. එච්. මීඩ් G.H. Mead වැනි සංකෙත්මක අන්තර්ක්‍රියාවාදීන් ආත්මය හා අභිනය පිළිබඳ ව සාකච්ඡා කරමින් එය පුද්ගල චර්යාවට බලපාන ආකාරය පැහැදිලි කර ඇත.

සමාජ විද්‍යාඥයින්ගේ පර්යාවලෝකනය හා ගැළපීමේ දී පැහැදිලි වන්නේ සමාජ පරිණාමයේ සංසිද්ධීන් වන සමාජ වෙනස්වීම්කාරක හේතු කොට ගෙන සිදුවන ගෝලීය සන්නිවේදන වෙනස සමාජ ව්‍යුහය කෙරෙහි විශාල ලෙස බලපෑම් කර ඇති බවයි. එය කෘත්‍යවාදී දෘෂ්ටියෙන් විග්‍රහ කිරීමේ දී යහපත් හා අයහපත් එනම් වාසි හා අවාසි දක්නට ලැබේ. සමාජ විද්‍යාවට අයත් සට්ටනවාදී න්‍යාය ඔස්සේ ද ෆේස්බුක් වැනි සමාජ වෙබ් අඩවි තුළින් සිදුවන බලපෑම විග්‍රහ කරයි. එහිදී එය එක් අතකින් පුද්ගල මතවාද වෙනස් කරමින් සමාජය තුළ කරුණු මතවාදයන්ට ලක් කරමින් ඇති කරන මත ගැටුම ප්‍රබල වේ. සමහර අවස්ථාවල

ආර්ථිකය වෙනස් කිරීමට පවා එම මතවාදයන් සමත් බවට ඉරානය, ඉරාකය යේමනය ඇතුළු අරාබි රටවල් සාක්ෂි දරයි.

1.3. ෆේස්බුක් facebook භාවිත කරන පාර්ශ්වයන් හා ඊට බලපාන හේතු සාධකයන්

ෆේස්බුක් භාවිත කරන පාර්ශ්වයන් පිළිබඳ විමර්ශනය කිරීමේ දී එම සමාජ ජාලය සමඟ සම්බන්ධ බහුතරය තරුණ පිරිසකි. විවේකය විනෝදයෙන් ගත කිරීම, හුදකලාව නැතිකර ගැනීමට වැඩ පරිසරයෙන් මිදී මනස සැහැල්ලු කර ගැනීමට පැරණි හිත මිතුරන් හමුවීමට නව මිතුරු සම්බන්ධතා ඇතිකර ගැනීමට හා තහවුරු කර ගැනීමට වැනි කාරණාවන් මෙහිදී මූලිකව වැදගත් වේ.

ෆේස්බුක් මේ වනවිට තරුණයන් අතර අතිශය ජනප්‍රිය වී ඇත. නව යොවුන්විය සමග ඇතිවන ප්‍රතිවිරුද්ධ ලිංගිකයන්ට ඇල්මක් දැක්වීම, සමාජයේ කැපී පෙනීමේ අවශ්‍යතාවය හා මිතුරු හවුලට ඇති කැමැත්ත යන කාරණා හේතුකොට සමාජ වෙබ් අඩවි හරහා සම්බන්ධතා ඇති කර ගැනීම දැකිය හැකි ය. ඒ අනුව බහුතර තරුණ පිරිස් ෆේස්බුක් සමඟ සම්බන්ධ වේ. මාක් ෂුකර්බර්ග් ඇතුළු තරුණ විශ්වවිද්‍යාල සිසුන් කිහිප දෙනෙකුගේ මැදිහත් වීමෙන් ඇරඹි එම සමාජ ජාලය ඔවුන්ගේ හැඟීම් දැනීම්වලට හා අවශ්‍යතාවයන්ට සුදුසු පරිදි නිර්මාණය කරන්නට ඇති බව පැහැදිලි ය.

බ්‍රිතාන්‍යයේ හිට්වයිස් Hitwize වෙබ් අඩවිය සඳහන් කරන්නේ ලෝකයේ ජනප්‍රියම වෙබ් අඩවිය ෆේස්බුක් බවයි.

> "2013 සැප්තැම්බරයේ ප්‍රසිද්ධ කළ ගණන් හිලව්වලට අනුව එම සෙනඟ මිලියන 1.19 ක් හෙවත් කෝටි 119 කි. මේ සෙනඟ නිතිපතා වැඩිවෙයි. ඒ සෑම මසකදී ම 1.67ක වේගයකිනි. එනම් මාසයකට කෝටි දෙකක සෙනඟක් අලුත් ෆේස්බුක් වෙත එයි. මින් 8.7% ක් දෙනා ව්‍යාජ හෝ එකවුන්ට් කිහිපයක් ඇති ඔවුන් ලෙස හඳුනා ගෙන තිබේ. ඒ අනුව අද ෆේස්බුක් භාවිත කරන්නන්ගේ ගණන කෝටි 110 කට වැඩි ය. ඉන් හය කෝටියක් දෙනා දවසක දී කීප වාරයක් තම එකවුන්ට් එක හරහා ෆේස්බුක්

වෙත එන සක්‍රීය පිරිසකි. මේ සියලු සෙනඟ අවුරුදු 13 ට වැඩි අය සේ සැලකේ. වයසින් ඊට වඩා අඩු අයට ෆේස්බුක් එකවුන්ට් විවෘත කරන්නට ඉඩ නොදෙන බැවින් ෆේස්බුක් සමාජික සෙනඟින් වැඩි දෙනෙක් තරුණ තරුණියන් ය. සියයට 28 ක් දෙනා අවුරුදු 34 ට වැඩි අය යි. එම කාණ්ඩයේ සෙනඟ වැඩි වෙමින් සිටිති. එනම් මිලදී ගැනීමේ හැකියාව වැඩි සෙනඟ වැඩිවෙමින් සිටිති. මේ සෙනඟ ෆේස්බුක් වෙත මුදල් ගෙන එන අය යි".

(ජයසුන්දර, 2014 පෙබරවාරි, පි. අ. 4)

උක්ත සඳහන් කරුණු අනුව පැහැදිලි වන්නේ තරුණ පිරිස් අතර සමාජ වෙබ් අඩවි වඩාත් ප්‍රසිද්ධ බවයි. තරුණයයේ පවත්නා කුතුහලය, මිත්‍ර සමාගම්ගතවීමට ඇති අවශ්‍යතාවය, තාක්ෂණික ඥානය, භාවිතයට ඇති දැනුම හා සමාජය තුළ මතුවීමට ඇති අවශ්‍යතාව තුළ ඔවුන් වඩාත් මේ සඳහා නැඹුරු වේ. ඒබ්‍රහම් මාස්ලෝ **Abraham Maslo** පෙන්වා දෙන්නේ මානව සමාජයක මිනිසුන්ට අදාළව හඳුනාගත හැකි අවශ්‍යතා කොටස් හයක් බවයි. එනම්,

- කායික අවශ්‍යතා
- ආරක්ෂක අවශ්‍යතා
- ස්නේහ අවශ්‍යතා
- සම්මානනීය අවශ්‍යතා
- ආත්ම පරිපූර්ණ අවශ්‍යතා
- අවබෝධතා අවශ්‍යතා ලෙස හඳුනාගත හැකි ය.

කායික අවශ්‍යතා වන ආහාරපාන, ඇඳුම් පැලඳුම්, විවේකය, විනෝදය, නින්ද යන කායික අවශ්‍යතාවයන් ඉටුවීමෙන් පසු සමාජ සුරක්ෂිතතාව කෙරෙහි ඔවුන්ගේ අවධානය යොමුවේ. ඒ අනුව ජීවත් වීමට සුදුසු සමාජ ආර්ථික දේශපාලන පරිසරයක් අවශ්‍ය වේ. මීළඟට මිනිසාගේ අපේක්ෂාව ස්නේහය හෙවත් අවට පරිසරයෙන් ආදරය කරුණාව ඇති කර ගැනීම යි. අනතුරු ව සමාජයේ සම්මානනීය පුරවැසියෙකු ලෙස ජීවත්වීමට ඔහු අපේක්ෂා කරන අතර එහිදී ඔවුන් කැපී පෙනෙන්නට විවිධ වූ උපක්‍රම අනුගමනය කරයි. ඒ අතර නව තාක්ෂණය

හා දැනුම ගෝලීය දැනුමට අවනත වීමට ඔහු උත්සාහ ගනියි. ෆේස්බුක් යනු 2004 න් පසු ඇති වූ නව රැල්ලකි. මේ වනවිට පරිගණක භාවිත දැනුම ඇත්තේ තරුණ පරපුරට පමණි. මන්ද එය ලංකාවට භාවිතයට සමාජයේ මෑතකාලීනව එනම් දශක දෙක තුනක කාලයක දී ය. එනම් පරිගණක ආසන අන්තර්ජාල භාවිතය හා ඒ තුළ ෆේස්බුක් වැනි සමාජ ජාලවලට පිවිසීමේ කුසලතාවය තිබුණේ එම තරුණ පිරිසටය. ෆේස්බුක් ගනුදෙනුව අරඹා දැනට ගත වී ඇත්තේ වසර 10 ක් පමණි. මේ තුළ තවමත් ෆේස්බුක් රැඳී සිටින්නේ සහ එයට එකතු වන්නේ තරුණ පිරිස් පමණි. නමුත් එම තරුණ කණ්ඩායම වයස ඉක්මවා යාමේ දී තාක්ෂණික උපාංග භාවිතයට ඔවුන් සතු දැනුම හේතුවෙන් ෆේස්බුක් භාවිත කණ්ඩායම් හි වෙනසක් සිදුවිය හැකි ය. පුද්ගල වයස් භේදයකින් තොර ව උක්ත කී මානව අවශ්‍යතා සමීප කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාවයන් භාවිතයෙන් ෆේස්බුක් වැනි සමාජ වෙබ් අඩවි භාවිතයට පුද්ගලයා යොමුවිය.

තරුණයන් සමඟ දැනෙන අත්විඳින ලිංගිකයන් ඇසුරු කිරීමේ අවශ්‍යතාවය ද මෙහිදී වැදගත් වේ. ෆේස්බුක් හරහා හඳුනාගැනීමෙන් ආදරය කරන තරුණ පිරිස් හඳුනාගත හැකි අතර විවාහය නව දිශානතියෙන් කරා ගෙන යන්නට ෆේස්බුක් හේතු වී ඇත. එනම් අතීතයේ විවාහය "මඟුල් කපුවෙකු" මගින් සහකරු සහකාරිය තෝරාගැනීම සිදුකළ අතර එය පසුව කාන්තා හා පිරිමි දැන හඳුනා ගැනීමේ ඇතිවන ආදර සම්බන්ධතාවයන් තුළින් විවාහය සිදුවීම දක්වා සමාජය තුළ විවාහ සබඳතා වෙනස් විය. අද වනවිට ෆේස්බුක් එදා මඟුල් කපුවාගේ කාර්ය සිදුකරන බව සඳහන් කළ හැකි ය. එහිදී තමා තෝරාගන්නා පුද්ගලයාගේ තොරතුරු සඳහන් ගිණුමට ප්‍රවේශ වීමෙන් ඔවුන්ගේ හෝ ඇයගේ ඡායාරූප, පවුලේ තොරතුරු. වෘත්තිය, වයස. අධ්‍යාපනය මට්ටම වැනි තොරතුරු දැන ගැනීමට හැකි ය. නමුත් එහි අවාසි සහගත පැතිකඩක් ද හඳුනාගත හැකි ය. මන්ද ව්‍යාජ ගිණුම් සකස් කර ගනුදෙනු කරන පිරිස් ද මේ අතර වේ. ඒ තුළ රැවටීම් හා සිත් තැවුල් ඇතිවීම් ද දැකිය හැකි ය. එය ෆේස්බුක් භාවිතයේ නිශේධනීය පැතිකඩකි.

එමෙන්ම අධ්‍යාපනය හා වෘත්තීය ජීවිතය තුළ ඇතිවන අවිවේකී බව හේතුවෙන් ගිලිහෙන සමාජ සම්බන්ධතා හා වැඩ පරිසරය තුළ ඇතිවන මානසික ආතතියට විසඳුම් සොයන්නට ෆේස්බුක් හරහා උත්සාහ ගෙන ඇති අතර ඒ තුළ පරිගණකය හා ගත කරන වැඩ පරිසරයේ මානසික වෙනසක් ඇති කරලීමට සමාජබට එක් අතකින් පැහැදිලි වුව ද තවත් අතකින් ශ්‍රම පැය අපතේ යෑමෙන් ද සිදුවේ. රටකට ආයතනයකට වඩාත් ඵලදායි වන්නේ ජව සම්පන්න තරුණ ශ්‍රමය යි. නමුත් වැඩ පරිසරය තුළ ෆේස්බුක් භාවිත කිරීමේ දී ඒ සමග ගත කරන කාලය හා සිත නොසන්සුන් කරන තොරතුරු ෆේස්බුක් හරහා හුවමාරු වීමෙන් ඇතිවන කැළඹිලි සහගතබව ෆේස්බුක් භාවිතයේ තවත් අහිතකර පැතිකඩකි.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ද මේ වනවිට පරිගණක සාක්ෂරතාව ඉහළ නගිමින් පවතියි. දියුණු ජංගම දුරකථනවලට ෆේස්බුක් මෘදුකාංගය ලබාදීමෙන් සමග එය පරිගණකයන් මිල දී ගැනීමට හෝ භාවිතයට අපහසු අය ද පහසුවෙන් ෆේස්බුක්වලට පිවිසීම දැකිය හැකි ය. ඒ අනුව අදවන විට විශාල වශයෙන් ෆේස්බුක් භාවිත කරයි.

ෆේස්බුක් හා ළමා සමාජානුයෝජනය යනු සංවාදශීලි තේමාවකි. සමාජානුයෝජනය යනු සමාජීය පුහුණුවකි. සෑම මිනිසෙකුගේ ම හැසිරීම උගත් චර්යාවන් බව පෙනී යයි. එනම් ජෛව විද්‍යාත්මක මිනිසා සමාජ විද්‍යාත්මක මිනිසෙකු බවට පත්වන්නේ සමාජානුයෝජනය තුළිනි. එන්. එම්. නිකෝප් නැමති සමාජ විද්‍යාඥයාට අනුව,

> "කිසියම් පුද්ගලයෙකු තම අන්තර් සමුහයා මගින් අනුදාන හැසිරීම් රටාව ඉගෙන ගැනීමේ අනුවර්තනය වීමේ ක්‍රියාවලිය සමාජානුයෝජනය ලෙස හඳුන්වනු ලබයි".
>
> (ගුණරත්න 2005, පි. අ. 95)

එනම් පවත්නා සමාජය තුළින් තරුණයා සමාජානුයෝජනය කිරීම සිදුවේ. එනම් සමාජානුයෝජනය යන්න සංකීර්ණ අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියකි. සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලිය ප්‍රභේද කිහිපයකින් හඳුනා ගත හැකි අතර එය ප්‍රාථමික සමාජානුයෝජනය, ද්විතියික

සමාජානුයෝජනය, තෘතියික සමාජානුයෝජනය, සාවද්‍ය සමාජානුයෝජනය ලෙස වර්ගීකරණය කළ හැකි ය. ප්‍රාථමික සමාජානුයෝජනයේ පවුල සමාජානුයෝජනයකරණය වන අතර මව පියා සහෝදර සහෝදරියන් හා අනෙකුත් වැඩිහිටි පාර්ශවයන් මෙහිදී විශේෂ වේ.

දරුවකුගේ පළමු සමාජනුයෝජන අවස්ථාව පවුල කේන්ද්‍ර කරගෙන සිදුවන අතර පසුව පෙර පාසල හා පාසල ද්විතීයික සමාජානුයෝජන කාරනා ලෙස ක්‍රියා කරයි. තෘතීයික සමාජානුයෝජනකාරක ලෙස පුවත්පත් රූපවාහිනි, ගුවන් විදුලිය, පොත්පත්, සඟරා, පරිගණකය, අන්තරජාල යනාදිය හඳුන්වදිය හැකි ය. ඒ අනුව ෆේස්බුක් තෘතියික සමාජානුයෝජනකාරකයන් ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. දරුවන් පාසල තුළ හා නිවස තුළ අන්තර්ජාල භාවිතය හා ඒ තුළ සමාජ වෙබ් අඩවිවලට ප්‍රවේශ වීම දැකගත හැකි ය. නව යොවුන්වියේ දරුවන්ගේ අනුකරණ මානසිකත්වය මෙයට ප්‍රධාන වශයෙන් බලපාන අතර සම වයස් මිතුරු සමූහ අතර එම තත්වය වේගයෙන් පැතිරීම සාමාන්‍ය දෙයකි. ෆේස්බුක් යනු ජංගම දුරකතන ඔස්සේ වුව ද පහසුවෙන් ප්‍රවේශ විය හැකි සමාජ වෙබ් අඩවියකි. තාක්ෂණය හා අන්තර් ජාලය නව අත්දැකීමක් ලෙස එකතු වන විට ඒ සඳහා දරුවන් අවැසි වීමක් හා ඒ තුළ සාවද්‍ය හෙවත් වැරදි සමාජානුයෝජනයක් හඳුනා ගත හැකි ය. මෙම වයසේ මතුකරන ලිංගිකත්ව කුතුහලයට විසඳුම් සොයන්නට ඔවුන් ෆේස්බුක් වැනි සමාජ වෙබ් අඩවි තුළින් උත්සාහ දරයි. මෙය ලංකාව වැනි සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල සමාජ ප්‍රශ්න ඇතිකරවන්නක් ලෙස හඳුනාගත හැකි ය.

ෆේස්බුක් ව්‍යාජ පරමාර්ථ සඳහා භාවිත වීමක් දක්නට හැකි අතර ෆේස්බුක් කණ්ඩායමට ආදායම ලැබෙන ප්‍රධානම කණ්ඩායමක් ලෙස ඔවුන් හඳුනාගත හැකි ය. යම් යම් භාණ්ඩ හා සේවාවන් අලෙවි කර ගැනිම සඳහා ෆේස්බුක් මාධ්‍ය උපයෝගී කරගෙන දැන්වීම් පළ කිරීම දැකිය හැකි ය. මෙහිදී විශාල ග්‍රාහකයන් ප්‍රමාණයක් ඉලක්ක කර ගනියි. ෆේස්බුක් ග්‍රාහකයන් ඉහළ යත්ම වාණිජ පරමාර්ථ ඉටුකර ගැනීම සඳහා එය අතිශය වැදගත් වේ. මහා පරිමාණ ව්‍යාපාරයන් ෆේස්බුක් හරහා තම දැන්වීම් මුදල් ගෙවා ප්‍රචාරය කරවා ගනී. එහිදී ලොව මිලියන

ගණන ෆේස්බුක් ග්‍රාහකයන්ට එම දැන්වීම් ප්‍රදර්ශනය වේ. නමුත් කුඩා පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයන්ගේ වාණිජ අරමුණු ඉටුකරන වෙළඳපොළ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගත හැකි ලාභදායී මාධ්‍යයන් ලෙස ෆේස්බුක් හඳුනාගත හැකි ය. මෙම ප්‍රචාරණයේ දී යම් යම් භාණ්ඩ භාවිතයේ දී ඇති දුර්වලතාවයන් හා ඒවා භාවිතය වාරණය කරමින් යම් යම් පණිවුඩ හුවමාරු වීම ද ෆේස්බුක් හරහා සිදුවේ.

ෆේස්බුක් බහුලව භාවිත කරන පිරිසක් ලෙස කලාකරුවන් හඳුනාගත හැකි ය. එහිදී ප්‍රේක්ෂකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම හා තම ප්‍රචාරණ කටයුතු සඳහා වැදගත් වේ. මෙම සමාජ වෙබ් අඩවි පැමිණීමට පෙර තම අදහස් ප්‍රචාරය කරන්නට ලාබදායි පහසු මාධ්‍යයෙන් නොවී ය. නමුත් ෆේස්බුක් භාවිතයෙන් පසු ඕනෑම කලාකරුවෙකුට තම නිර්මාණ නොමිලේ ප්‍රසිද්ධ කර ගැනීමටත් ඒ සඳහා සහෘදයන් පිරිසක් ගොඩනගා ගැනීමට සිදුවිය. එය පුද්ගල හැකියාවන් වර්ධනයට වැදගත් අවස්ථාවකි. ඒ තුළ බොහෝ කලාකරුවන් එයට වඩාත් උනන්දු වන බව කරුණු විමර්ශනය කිරීමේ දී පැහැදිලි වේ.

දේශපාලනයට ෆේස්බුක් සෘජුව ම දායක වේ. 2015 ශ්‍රී ලංකාවේ පැවති ජනාධිපතිවරණයේ දී ෆේස්බුක් හරහා තම ඡන්ද ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදුකර ගන්නා ලදී. ඒ අනුව පරිගණක භාවිතය ව්‍යාප්තව පැවති නාගරික තරුණ පන්තිය අතර මනා වෙනස සිදුකරන්නට ෆේස්බුක් සමාජ වෙබ් අඩවිය තීරණාත්මක ලෙස මැදිහත් විය. පසුගිය ඇමරිකානු ජනාධිපතිවරණයේ දී අරාබි රටවල ඇති වූ දේශපාලන වෙනස්කම්වල දී සමාජය තුළ මත වෙනසක් ඇති කරන්නට මෙම ප්‍රතිපත්තිමය වෙනස්වීම්වලට අවශ්‍ය ඉඟි ලබාදීමට ත් බහුල ව භාවිත වේ. වර්තමානයේ බොහෝ දේශපාලඥයින්ට ෆේස්බුක් ගිණුම් පවත්වා ගනිමින් දේශපාලන මතය වෙනස්කරන්නට උත්සාහ දරයි.

එසේ ම දාර්ශනික මතවාද ව්‍යාප්තිය හා ආගමික ප්‍රචාරක කටයුතු සඳහා ද ෆේස්බුක් මාධ්‍යයක් ලෙස සලකා කටයුතු කරයි. ආගම සම්බන්ධයෙන් යම් යම් න්‍යාය ධර්ම හඳුන්වා දීමෙන් සමාජය තුළ ප්‍රචලිත කිරීමත් මේ හරහා සිදුවේ. නමුත් මේ තුළින් ඇති විය හැකි භයානක ප්‍රතිපලය වන්නේ අන්තවාදී

ආගමික කල්ලි සඳහා ඔවුන්ගේ මත ජනතාව අතරට ගෙන යන්න උපක්‍රමශීලී මාධ්‍යයක් වීම යි.

සමාජ අපරාධ ඉහළ යාම සඳහා ෆේස්බුක් හේතුවක් වී ඇති බව අපරාධ නිරීක්ෂණයන් සඳහන් කරයි. ඒ අනුව සමාජ විරෝධී ක්‍රියාවල යෙදෙන්නන් ෆේස්බුක් තම කටයුතු පහසු කර ගැනීම සඳහා යොදා ගනියි. ගණිකා ව්‍යාපාරය මත්ද්‍රව්‍ය ව්‍යාපාර හා අනෙකුත් අපරාධයන් සඳහා ෆේස්බුක් දායක වී ඇති බවට ශ්‍රී ලාංකීක සමාජය තුළින් ද සාක්ෂි හඳුනාගත හැකි ය.

1.4. සමාජ සංස්ථාව පවත්වාගෙන යාම සඳහා ෆේස්බුක් හි දායකත්වය

ඕනෑම සමාජයක පැවැත්ම රඳා පවතින්නේ එහි අන්තර් සම්බන්ධතාවල ශක්තිමත් බව මත යි. ෆේස්බුක් හේතුවෙන් පුද්ගලාන්තර සම්බන්ධතා පමණක් නොව සමාජ සංස්ථා අතර සම්බන්ධතාවය ද තහවුරු කරයි. පුද්ගලයා ෆේස්බුක් භාවිතය සලකා බැලීමේ දී එය ඔහුගේ හෝ ඇයගේ රුචිකත්වය අනුව තීරණය වේ. එය පුද්ගල මානසික තත්ත්වයකි. සමහරුන් ෆේස්බුක් ගිණුම පවත්වාගෙන යාමට අකමැති අතර තවත් අයෙක් ෆේස්බුක් ගිණුම් පවත්වාගෙන ගිය ද ඒ තුළ නිරන්තරයෙන් සිටින්නට අකමැති ය. සමහර ෆේස්බුක් භාවිත කරන්නන් එය ඇබ්බැහියක් ලෙස භාවිත කරයි. විචිත්‍රත්වය, දැනුම හා වෙනස් අංගයන්ගෙන් සපිරුණු ෆේස්බුක් විවේකය විනෝදයෙන් ගත කරන මාධ්‍යයකි. බොහෝ අය ෆේස්බුක් භාවිතය හරහා හුදෙකලාවට පිළියම් සොයයි.

> "ඇමරිකාවේ බොස්ටන් විශ්වවිද්‍යාලයේ මනෝවිද්‍යාඥ ආචාර්ය ස්ටෙෆන් හෝෆ්මන් personality and individual differences සඟරාවට ලියූ why do people use facebook පර්යේෂණ ලිපියෙන් අවධාරණය කළේ මිනිසුන් ප්‍රධාන හේතු දෙකක් මත ෆේස්බුක් ඇතුළු සමාජජාල වෙබ් අඩවි භාවිත කරන බව එනම් අයත් කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාව need to belong හා ස්වයං ප්‍රදර්ශනය self presentation යි. එහෙත් එහි අවභාවිත ස්වරූපයන් අපට දක්නට ලැබෙන්නේ සාධනීය බලපෑම දරුවා විසින් නිශේධනීය

ආකාරයට භාවිත කිරීම පෙළඹීමෙන් පුද්ගල මනසේ පෙළඹීමක් ඇති කිරීම සන්නිවේදනයේ එක් අරමුණක් වුවත් එය යහපතට යොදා ගැනීමයි ග්‍රාහකයන්ගේ වගකීම විය යුත්තේ".

(දෙසතිය. 2014 අප්‍රේල් පි. අ. 2,3)

මේ අනුව පැහැදිලි වන්නේ පුද්ගල පෙළඹවීම් මත භාවිත කරන ෆේස්බුක් පුද්ගලයාගේ චර්යාව තීරණය කෙරෙහි ද බලපාන බවයි. ඒබ්‍රහම් මාස්ලෝ සඳහන් කළ සමාජ අවශ්‍යතා හා සැසඳීමේ දී ෆේස්බුක් භාවිතය එක් අතකින් පුද්ගල අවශ්‍යතාවයන් ලෙස හොවා දැක්විය.

පුද්ගලයන් වැඩ පරිසරය තුළ එහි ආතතියෙන් මිදීමට සහ විවේකය ගත කිරීමට ෆේස්බුක් යොදා ගනියි. එමෙන්ම ආර්ථික කටයුතු සඳහා වෙළඳ ප්‍රචාරක කටයුතු එමෙන්ම භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීම් ගනුදෙනුකරුවන් පිරිසක් ඇති කර ගැනීම හා කොටස් අලෙවි කිරීම වැනි කාර්යයන් සඳහා මෙය වැදගත් වේ. එමෙන්ම සංවර්ධන සංකල්පය තුළ මානව සංවර්ධන දර්ශනය ඉතා වැදගත් අතර සාක්ෂරතාව එහි එක් නිර්ණායකයකි. අදවන විට සාක්ෂරතා දර්ශනය ද වෙනස්වීමක් සිදුවී ඇත. මුලදී අකුරු ලිවීමේ කියවීමේ හැකියාව ගණනය කිරීම මෙයට අයත් වුවත් පසුකාලීනව එය පරිගණක සාක්ෂරතාව මැනීම තරම් නිර්ණායකයන් වෙනස් විය. ඒ අනුව ෆේස්බුක් භාවිතය තුළ පරිගණකය සමග වැඩකිරීමේ අනුක්‍රමවත් ළංවෙන බව පිළිගත හැකි කරුණක් වන අතර වක්‍රාකාරව එය තාක්ෂණික භාවිතය සඳහා පුද්ගලයන් පෙළඹීමේ එක් උපාය මාර්ගයකි.

පාසල් සිසුන්ට හා අනෙකුත් අධ්‍යාපනය ලබන සිසුන්ට අධ්‍යාපනික වශයෙන් ෆේස්බුක් නොගැළපේ යන්න මතයක් ඇත. එයට හේතුව වී ඇත්තේ ෆේස්බුක් වැරදි සහිත යි. අධ්‍යාපනික වශයෙන් වැදගත් දේ ෆේස්බුක් හරහා බෙදා හරී නම් එහි ඇති අවාසි මග හැරේ. එහිදී කණ්ඩායම් ගත කිරීම ද වැදගත් වේ. මේ අනුව අධ්‍යාපනය ලබන සිසුන්ට ඵලදායි ලෙස ෆේස්බුක් භාවිත කළ හැකි ය. ෆේස්බුක් භාවිතයේ වාසියක් ලෙස ඉංග්‍රීසි භාෂාව පහසුවෙන් භාවිතයට හුරුවීම දැක්විය හැකි ය. ෆේස්බුක් සඳහා භාවිත කර ඇති ඉංග්‍රීසි භාෂාව ඕනෑම කෙනෙකුට අවබෝධ

කරගත හැකි සරල වචන මාලාවකි. එමෙන්ම එහි සංවාදයේ යෙදීමේ දී ඕනෑම භාෂාවක් භාවිත කිරීමට ඇති හැකියාව එහි ග්‍රාහකයන් ප්‍රමාණය ඉහළ දැමීමට හේතු වී ඇත.

එමෙන්ම ෆේස්බුක් භාවිතය හේතු කොට ගෙන නව සංස්කෘතියක් නිර්මාණය වී ඇත. එය බොහෝ විට සංස්කෘතික විසරණය හරහා සිදු වූවකි. ෆේස්බුක් නම යොදාගෙන විවිධ ව්‍යාපාර සිදුකරන අතර ඇඳුම් පැළඳුම් සඳහා එම නම යොදා ගනී. කාලයත් සමග ඕනෑම දෙයක් වෙනස් වේ. එය භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් විය හැකි ය. 2004 දී හඳුන්වාදුන් ෆේස්බුක් භාවිතය ද අද වනවිට වෙනස් මුහුණුවරක් ගෙන ඇත.

මිතුරන් අතර සබඳතා පවත්වාගෙන යාම සඳහා නිර්මාණය වූ ෆේස්බුක් අදවන විට දේශපාලන හා වාණිජ පරමාර්ථ ඉටුකර ගැනීම දක්වා ව්‍යාප්ත වී ඇත. අරාබිකාරයෝ අතර ගිය අරාබි වසන්තය නමින් හැඳින්වූ දේශපාලන විපර්යාසයන් සඳහා ද ෆේස්බුක් සෘජුව ම සම්බන්ධ විය. මේ අනුව පැහැදිලි වන්නේ ෆේස්බුක් සමාජ සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් ලෙස අත්‍යවශ්‍ය මෙම තහවුරු කරගෙන ඇති බවයි.

වනචාරී යුගයේ සිට ක්‍රමිකව විකාශනය වූ මානව සමාජය අදවන විට දැනුම සමාජයකට ප්‍රවිශ්ට වී ඇත. දැනුම් සමාජයක් තුළ පරිගණකය හා අන්තර්ජාලයට සුවිශේෂි ස්ථානයක් හිමිවේ. ගෝලීයකරණ සංකල්පය තුළ එය තවදුරටත් තහවුරු වේ. යම් දෙයක ප්‍රචලිතභාවය සමඟ මිනිසුන් එය වැළඳ ගැනීමේ ප්‍රවණතාවය ද වැඩිවන අතර ඒ සමඟම එහි නිශෙෂ්ධනාත්මක බලපෑම ද ප්‍රබලය. නූතන සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් තොරතුරු ජනතාවට බෙදා හැරීමේ සිය වගකීම පසෙක ලා ග්‍රාහකයන් තමන් වෙත ළඟා කර ගැනීමේ හා බැඳ තැබීමේ උපක්‍රම භාවිත කරයි. ඒ හරහා යම් යම් උපාය මාර්ගයක් අනුගමනය කරයි. ෆේස්බුක් එවැනි ජනතාව ඇබ්බැහි කරන සන්නිවේදන මාධ්‍යයකි. ෆේස්බුක් වැඩසටහනෙහි ඇති විවිධත්වය දේශපාලන, ආර්ථික, සමාජීය තොරතුරු එකවර දැන ගැනීමේ හැකියාව හේතුකොට ගෙන මිනිසුන් ඒ සමඟ ගනුදෙනු කරයි. එය ළමුන්ගේ සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලියට තදින්ම බලපා ඇති අතර නව යොවුන් වියේ පුද්ගල මනස තුළ ආකල්ප සකස් වීමේ දී ප්‍රබල වශයෙන් ෆේස්බුක් භාවිතය බලපායි.

ශ්‍රී ලංකාවේ පසුගිය අවුරුද්ද තුළ ෆේස්බුක් තහනම් කළ යුතුය යන මතය සමාජය තුළ පැතිරිනි. විවාහක තරුණ කාන්තාවන් ඇතුළු පාසල් දරුවන් තිදෙනෙක් සිය දිවි නසා ගැනීම ඊට හේතුව යි. විවාහක කාන්තාවගේ සියදිවි නසා ගැනීමට බලපෑවේ ඇය ෆේස්බුක් හරහා පවත්වා ගෙන ගිය අනියම් ප්‍රේම සම්බන්ධතාවය යි. නිවසක් තුළ හුදකලා වන කාන්තාව සමාජ අවබෝධය අවම නම් මෙවැනි තත්ත්වයකට අවැසි මානසික පරිසරය සකස් වේ. බොහෝ විට හුදකලාව සමඟ ඇය අනියම් ප්‍රේමයකට සංවේදී වන්න ඇත. මෙය පුද්ගල පෞරුෂය සමඟ බද්ධ වූ දෙයකි. බොහෝ අය ෆේස්බුක් ගිණුමක් පවත්වා ගෙන යන්නේ මෙම හුදකලාව නැතිකර ගැනිමට ය.

පාසල් සිසුන් අතර ෆේස්බුක් ජනප්‍රියවීම හේතුවෙන් සිදු වූ බලපෑම තුළ සියදිවි නසාගත් සිසුවියන් තිදෙනා ම එම තීරණය ගෙන ඇත්තේ තම ආත්ම අභිමානයට හානියක් වුවා යැයි සිතාය. ඒ අනුව පැදිලි වන්නේ ෆේස්බුක් භාවිතයේ දී යම් යම් සීමාවන් වැදගත් වන බව යි. පාසල් සිසුන්ගේ අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් ෆේස්බුක් හරහා අධ්‍යාපන වැඩසටහන් හා ඔවුන්ට ඵලදායි වැඩසටහන් කළ හැකි ය. ඒ සඳහා අවශ්‍යය යතුරු පද Password භාවිත කළ හැකි ය. ඒ තුළ සමාජ වෙබ් අඩවි භාවිතයේ සාධනීය ප්‍රතිපල ඔවුනට ලබාගත හැකි ය.

සමාජය දෙස විවෘත මනසින් බලන කළ දැනුම් පරතරයක් පවත්නා බව පැහැදිලි ය. නූතන පරම්පරාව තාක්ෂණික උපකරණ භාවිතයේ හුරුව ලබා ඇති අතර වැඩිහිටි පරම්පරාවට එම දැනුම සම්ප්‍රේෂණය වී නොමැත. මේ හේතුවෙන් දරුවන් පරිගණකය අන්තර්ජාලය හරහා සිදුකරන ගනුදෙනු පිළිබඳ ඔවුන් දැනුවත් නැත. දරුවන්ගේ වැරදි පෙළඹවීම සෙවීමට ඔවුනට තාක්ෂණික දැනුම ද අවම බැවින් පරම්පරා දෙක අතර තාක්ෂණික දැනුම පිළිබඳ පැහැදිලි වෙනසක් ඇත. නමුත් ලාංකේය වැඩිහිටි පරම්පරාවට ද පරිගණකය හා තාක්ෂණය සමග නවීන උපාංග භාවිතයේ දැනුම ලබාදීම වැදගත් වන අතර පාසල් මට්ටමින් එවැනි දෙමාපිය දූ දරු සබඳතා තහවුරු කරන වැඩසටහන් දියත් කිරීම කාලෝචිත වේ.

එමෙන්ම ෆේස්බුක් යනු පුද්ගලයා සම්බන්ධව ගත් කළ කාලය විනාශ කරන මාධ්‍යයක් ලෙස ද හඳුන්වයි. පාසල් දරුවන් සමඟ සැසඳීමේ දී ඔවුන්ගේ අධ්‍යයන කාලය නිකරුණේ ෆේස්බුක් සඳහා වැය කරයි. රැකියාවන්හි නිරත බහුතරයක් දෙනා දෛනිකව යම් වේලාවක් ෆේස්බුක් භාවිත කරයි. වැඩ පරිසරයෙන් මිදී ආතතිය කළමනාකරණය කරගන්නට ෆේස්බුක් විවිධත්වය හේතු වුව ද ඒ තුළින් අපතේ යන ශ්‍රම පැය ගණන අති විශාල ය. එක් අයෙකුගේ වැඩ පැය ගණන් පැය භාගයක් ඒ සඳහා වැය කළහොත් ලක්ෂ දෙකක් දිනකට එසේ ෆේස්බුක් භාවිත කළහොත් අපතේ යන ශ්‍රම පැය ගණන ලක්ෂයකි. එනම් එහි ඍජු අවාසිය ආර්ථිකයට සිදුවන අතර නිෂ්පාදන හා සේවාවල ඵලදායිතාවය පහළ බැසීමට එය හේතුවේ. එපමණක් නොව ෆේස්බුක් සැරිසැරීම මත ඇතිවන යම් යම් ගැටලු හේතුවෙන් ඇතිවන මානසික ව්‍යාකූලතා සිත් රිදීම් වෘත්තිය ජීවිතයට ද ප්‍රබලව බලපායි. ඒ අනුව වෘත්තිය පරිසරය තුළ මානසික ඒකාකාරීබවට ෆේස්බුක් බාධාවක් වේ.

ෆේස්බුක් භාවිතය තුළ ඇතිවන මානසික ගැටලු මෙන්ම කායික වශයෙන් ද යම් යම් ගැටලු පැනනගී. භාවිතයේ දී කාලය පිළිබඳ තැකීමක් නොකරන අතර ඒ සඳහා විශාල කාලයක් කැප කරන්නට සිදුවේ. පරිගණක ක්‍රීඩා හා ෆේස්බුක් ,භාවිතයට පැමිණීමට පෙර දරුවන් තම මිතුරන් සමග කුඹුරු ඉපනැල්ලේ ක්‍රීඩා පිටියේ දුව පැන සෙල්ලම් කළහ. නමුත් මෑතකාලීනව එම ප්‍රවණතාවය ගිලිහී තම වීවේකී මාධ්‍යය ලෙස ඉස්මතු වූ ෆේස්බුක් කායික මානසික වශයෙන් මිනිසා රෝගියෙකු බවට පත්කර ඇත. ඔවුන් එක් තැනක ගත කරන කාලයේ ශරීරයට ලැබෙන ව්‍යායාම අවම බැවින් කායිකව රෝගීන් බවට පත්වේ. ඒ තුළ බෝ නොවන රෝගී ව්‍යාප්තිය තවදුරටත් වැඩිවේ.

එමෙන්ම ෆේස්බුක් හේතු කොටගෙන සමාජ සබඳතා අවම වී ඇත. මිනිසුන් බිත්ති හතරකට සීමා වී පරිගණකයක් මත තම මිතුරු සම්බන්ධතා තහවුරු කර ගනිමින් සිටිති. එය මුහුණට මුහුණ ලා පවතින සම්බන්ධතා තරම් විවෘත නැති අතර ව්‍යාජ ගිණුම් ද දක්නට ඇත. එහිදි ව්‍යාජ නම් ඡායාරූප හා ලිපිනයන් මගින් ගිණුම් පවත්වාගෙන යමින් තරුණ තරුණියන් රැවටීම් හා වෙනත් ජාවාරම්වල යෙදීම මේ තුළින් සිදුවේ.

ෆේස්බුක් වෙබ් අඩවියේ පවතින සජීවිබව හේතුවෙන් යම් යම් ලිංගික අතවර සඳහා එය භාවිත කරයි. අනියම් පෙම් සබඳතා හා පළිගැනීම් සඳහා සබඳතාවයන් පැවැත් වූ පාර්ශ්වයන් සතුව ඇති ඡායාරූප අන්තර්ජාලයට මුදා හැරීම තුළින් කාන්තාවන් හා පාසල් ශිෂ්‍යාවන් අපහසුතාවයට මුහුණ දුන් බව පුවත්පත් වාර්තා කරන ලදී. එම වාර්තා අතර සම්බන්ධතා පැවතී කාලය තුළ ගත් නිරුවත් ඡායාරූප ළඟ තබා ගෙන ලිංගික අල්ලස් ගැනීමේ ජාවාරම් අනාවරණය කර ඇත. ෆේස්බුක් සහ අනෙකුත් අන්තර්ජාලයෙන් සිදුවන අපරාධ සඳහා පවත්නා නීතිය ප්‍රමාණවත් නැති අතර ඒ සඳහා නව නීති සම්පාදනය කළ යුතුව ඇත. එමෙන්ම ලංකාව තුළ අපරාධ විමර්ශනය හා ඒ පිළිබඳ දැනුම පුළුල් කිරීම වැදගත් වේ.

තවත් ආකාරයෙන් ඡායාරූප අලුතින් නිර්මාණය කරමින් වීඩියෝ නිර්මාණය කරමින් පුද්ගලයන්ට අපහාස වන ආකාරයෙන් ප්‍රචලිත කරලීම දැකිය හැකි ය. ඒ අනුව ෆේස්බුක් යනු පාලනය කිරීමට අපහසු මාධ්‍යයක් බවට පත්වෙමින් පවතී. ෆේස්බුක් භාවිතය පිළිබඳ ව ගැඹුරින් විමර්ශනය කිරීමේ දී ඒ තුළ සමාජ ස්ථරායනයේ මතුවීමක් ද දැකිය හැකි ය. පරිගණකය ලංකාවට හඳුන්වා දුන් මුල්කාලයේ දී එය ඉහළ පන්තියේ සමාජ ගතු කියන උපාංගයක් විය. අද වන විට පරිගණකය හා අන්තර්ජාලයෙන් ඉටුකරන ගත හැකි කාර්යයන් යම් කොටසක් ජංගම දුරකථනය මගින් ඉටුකරයි. ඒ අනුව අන්තර්ජාලයට පිවිසීම හා ෆේස්බුක් භාවිතය සඳහා ජංගම දුරකථනය භාවිත කරයි. තාක්ෂණික උපාංග භාවිත හැකියාව මත සමාජය තුළ ස්ථරගත වීමක් සියුම් ලෙස නිරීක්ෂණයෙන් පැහැදිලි වේ.

පසුගිය කාලය තුළ ඇති වූ සියදිවි නසාගැනීම ලිංගික අපයෝජනය හේතුකොට ගෙන ෆේස්බුක් තහනම් කළ යුතුය යන මතය සමාජය තුළ පැතිර ගියේය. නමුත් ෆේස්බුක් යනු පුද්ගල සබඳතා තහවුරු කරන ගෝලීයකරණය තුළ සමාජ ආර්ථික දේශපාලනික අරමුණු ඉටුකරගත හැකි මාධ්‍යයකි. සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටක් වශයෙන් විවෘත වීම තුළ ගැටලුවලට මුහුණදීම සාමාන්‍ය සංසිද්ධියකි. ඕනෑම දෙයක සාධාරණ හා නිෂේධනීය බලපෑම් ඇති අතර සාධනීය බලපෑම්

සමාජගත කර නිෂේධනීය බලපෑම් අවම කරලීම සඳහා නෛතික හා ප්‍රතිපත්තිමය උපාය මාර්ග ගැනීම සිදුකළ යුතුය.

2004 දී මාක් ෂුකර්බර්ග් ඇතුළු මිතුරන් ෆේස්බුක් නමින් සමාජ වෙබ් අඩවිය නිර්මාණය කළේ සංකීර්ණ සමාජ පරිසරය තුළ දුරස්වන මානව සබඳතා සයිබර් අවකාශය තුළ සජීවිකරණය කරලීමට ය. වෙඩි බෙහෙත් සොයා ගත්තේ ලොවට යහපතක් කරන්නට මිස මිනිසුන් මරන්නට නොව. විය යුත්තේ ෆේස්බුක් තහනම් කරලිම නොව ආකල්ප වෙනස් කරලීම ය. එමගින් වෙනස්වීම තුළ ඇතිවන යහපත් ප්‍රතිඵල සමාජගත කළ හැකි ය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ.

1. ඩයස්, ගිහාන් (2014 මාර්තු 16) සමාජයේ හොඳට ෆේස්බුක් යොදා ගන්නා හැටි, ලංකාදීප.
2. චන්ද්‍රගුප්ත, රොෂාන් (2014 මාර්තු 02) ෆේස්බුක්, සිළුමිණ.
3. ජයසුන්දර, භූපති (2014 පෙබරවාරි) ෆෙස්බුක් දශකය, විජය පරිගණකය.
4. පල්ලියගුරුගේ රවීන්ද්‍ර චන්ද්‍රසිරි (2014 පෙබරවාරි 23) ෆේස්බුක් හෙවත් මුහුනු පොතේ බලපෑම, ලංකාදීප.
5. පෙරේරා, රුක්ලන්ති (2013 අප්‍රේල් 09 අඟහරුවාදා) ටයිම් සඟරාවේ කවරයට ගිය ආත්ම විශ්වාසයේ පරමාදර්ශය, සමුදුර.
6. රත්නායක, මනෝජ් (2013.11.20) සමාජ වෙබ්ජාල, විදුසර.
7. වැවලගේ ටිරෝන් (2014 පෙබරවාර 23) ෆේස්බුක් මිනී මරනවාද? සිළුමිණ.
8. වික්‍රමසිංහ, කල්පනී (2011 ජනවාරි) මාක් ෂුකර්බර්ග් 2010 වසරේ ආදාර්ශවත්ම පුද්ගලයා, විජය පරිගණක.
9. විජේසිංහ, ශ්‍රියානි 2014 මාර්තු 02) වෙබ් අඩවි හරහා සිදුවන ලිංගික උත්තේජන ජාවාරම, ලක්බිම.
10. www.danah.org
11. www.keptell.com
12. www.crossmedialab.nl
13. Boyd D.M. and Ellison N.B. (2007) Social Networking Sites: Definition 13 (1) article.
14. Burou, T 2008: Sufer Chidldren in a Digital world, the report of the Byrou Review March 2008.