KNOWLEDGE FLAME
E-ISSN: 3049-1541
INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY RESEARCH JOURNAL (KF-IMRJ)
(An International Indexed & Peer Reviewed Journal)
https://knowledgeflame.in PRGI Reg. No. MAHMUL/2024/89852

"सेलिब्रिटी अभिवृत्ति, स्व-आदर, शरीर प्रतिमा आणि शरीर समाधान यामधील संबंध: एक चिकित्सक अभ्यास"

वैशाली रायपुरे
प्रोफ. रामकृष्ण मोरे कला, वाणिज्य आणि विज्ञान महाविद्यालय (स्वायत्त), आकुर्डी, पुणे-11044.
E-mail: vraipure@gmail.com
Phone no. 8237691164

डॉ. संतोष बी. वाळके
मानसशात्र विभागप्रमुख,
प्रोफ. रामकृष्ण मोरे कला, वाणिज्य आणि विज्ञान महाविद्यालय (स्वायत्त), आकुर्डी, पुणे-11044.

सारांश:

सदरील संशोधन लेखामध्ये प्रसिद्ध व्यक्तिमत्त्वाच्या दृष्टिकोन आणि मुख्य मानसिक घटकांमध्ये, विशेषत: शरीराची प्रतिमा, आत्ममूल्य आणि शरीराची समाधान यामधील संबंधांचा अभ्यास करतो. या संशोधनात १८-२५ वयाच्या २०० तरुणांनी भाग घेतला आणि त्यांच्या दृष्टिकोन व भावनांचे मोजमाप करण्यासाठी प्रमाणित मानसिक मूल्यांकनांचा वापर केला.

पियर्सनच्या उत्पादन-मोमेंट संबंध विश्लेषणाचा वापर करून, सर्व चार गृहितकांना समर्थन मिळाले, ज्यामध्ये प्रसिद्ध व्यक्तिमत्त्वाच्या दृष्टिकोन आणि नकारात्मक शरीराची प्रतिमा, कमी आत्ममूल्य आणि कमी शरीराची समाधान यामधील महत्त्वपूर्ण सकारात्मक संबंध सापडले. वास्तविक नसलेल्या शरीराच्या प्रतिमा आदर्शांनी प्रसिद्ध व्यक्तिमत्त्वांकडे वाढीव आदर दर्शविला, यावरून मिडिया-प्रेरित सौंदर्य मानके कशी प्रभाव टाकतात याचा सूचक दिला. तसेच, आत्ममूल्य एक महत्त्वाचा घटक म्हणून समोर आले, ज्या व्यक्तींमध्ये कमी आत्ममूल्य होते, त्यामध्ये शरीराच्या समाधानाचे प्रमाण कमी होते. याव्यतिरिक्त, ज्यांना शरीराचे समाधान कमी होते, त्यांना प्रसिद्ध व्यक्तिमत्त्वांशी उच्च सामाजिक तुलना करण्यात अधिक रस होता, ज्याचा नकारात्मक परिणाम त्यांच्या आत्ममूल्यवर झाला. हे दर्शवते की मिडियामध्ये सौंदर्याचे आदर्श चित्र कसे वैयक्तिक समज आणि भावनिक कल्याणावर परिणाम करू शकतात.

भावी संशोधनाने या संबंधांचा अभ्यास दीर्घकालीन डिझाइन आणि वस्तुनिष्ठ वर्तमन डेटाचा वापर करून केल्यास, कारणात्मक कनेक्शन्स स्थापित केली जाऊ शकतात आणि त्यामागील यांत्रिकींचा अधिक चांगला अभ्यास केला जाऊ शकतो.

मुख्य शब्द: सेलिब्रिटी अभिवृत्ति, स्व आदर, शरीर प्रतिमा, शरीर समाधान

सेलिब्रिटी अभिवृत्ति, स्व आदर, शरीर प्रतिमा, आणि शरीर समाधान यांच्यातील गुंतागुंतीच्या संबंधांचा अभ्यास करण्याचा प्रयत्न करते. मानसिक आरोग्य, स्व आदर, आणि शारीरिक कल्याणावर त्यांच्या प्रभावामुळे हे घटक सामाजिक आणि मानसिक संशोधनात मोठ्या प्रमाणात लक्ष वेधून घेत आहेत. विशेषतः सोशल मीडियाच्या माध्यमातून सेलिब्रिटी अभिवृत्ति संस्कृतीच्या वाढत्या प्रभावामुळे शरीर प्रतिमेची संकल्पना अधिक लवचिक आणि प्रभावी बनली आहे.

सेलिब्रिटी अभिवृत्ति, बॉडी इमेज, सेल्फ-एस्टीम आणि बॉडी सॅटिस्फॅक्शन यांच्यामधील सहसंबंध हा परस्पर घट्टपणे जोडलेला आहे, कारण सेलिब्रिटींच्या मीडिया प्रस्तुतीमुळे अवास्तव सौंदर्य मानके निर्माण होतात, ज्याचा प्रभाव व्यक्तीच्या आत्मधारणेवर पडतो. सेलिब्रिटी अभिवृत्ति म्हणजे लोक सेलिब्रिटींना कसे पाहतात आणि त्यांच्याशी कसा प्रतिसाद देतात, याचा परिणाम त्यांच्या शारीरिक स्वरूपाबद्दलच्या अपेक्षांवर होतो. यामुळे बॉडी इमेज म्हणजेच व्यक्तीच्या शरीराची मानसिक धारणा प्रभावित होते, ज्यामुळे सकारात्मक किंवा नकारात्मक आत्ममूल्यमापन होऊ शकते. ही बॉडी इमेज धारणा थेट सेल्फ-एस्टीमवर परिणाम करते, कारण व्यक्ती आपल्या मूल्याचे मूल्यांकन सहसा सेलिब्रिटी संस्कृतीने बळकट केलेल्या सामाजिक आदर्शांवर आधारित करतात.

परिणामी, जर व्यक्तीच्या शरीर आणि सेलिब्रिटींनी दर्शविलेल्या आदर्श प्रतिमांमध्ये तफावत असेल, तर बॉडी असमाधान निर्माण होते. सध्याच्या अभ्यासांमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या प्रमुख संकल्पना म्हणजे सोशल कंपॅरिजन थिअरी, जी स्पष्ट करते की व्यक्ती इतरांशी तुलना करून स्वतःचे मूल्य कसे ठरवतात, आणि मीडिया इन्फ्लुएंस थिअरी, जी सौंदर्याच्या मानकांना आणि आत्मधारणेला आकार देण्यात मीडियाची भूमिका अधोरेखित करते. याशिवाय, सेल्फ-डिस्क्रेपन्सी थिअरी ही संकल्पना देखील उपयुक्त ठरते, जी व्यक्तीच्या वास्तविक स्वरूप आणि सेलिब्रिटी प्रतिमांद्वारे प्रभावित आदर्श स्वरूपामधील फरकामुळे उद्भवणाऱ्या भावनिक परिणामांवर प्रकाश टाकते.

सेलिब्रिटी अभिवृत्ति परिणाम (Celebrity Attitude Effect) :

समाजातील सौंदर्य आणि यशाचे मानदंड घडविण्यात सेलिब्रिटी अभिवृत्ति संस्कृती महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. आधुनिक समाजात सेलिब्रिटी अभिवृत्ति पारंपरिक आणि डिजिटल मीडिया प्लॅटफॉर्मवर सर्वत्र दिसतात. अभ्यासातून दिसून आले आहे की, ख्यातनाम व्यक्ती अनेकदा असे प्रघात पाडतात जे लोकांच्या शरीराच्या प्रतिमेच्या धारणा आणि अपेक्षांवर प्रभाव

टाकतात (Tiggemann & Slater, 2014). सेलिब्रिटी अभिवृत्ति -प्रेरित मीडिया, जसे की Instagram, TikTok, आणि YouTube, त्यांचा पोहोच अधिक व्यापक बनवते.

go{b~«oQ>r A{^d¥Îmr अनेकदा अप्राप्य सौंदर्य आदर्शांना प्रोत्साहन देतात, जसे की निर्दोष त्वचा, सडपातळ शरीरयष्टी, आणि तरुण स्वरूप. डिजिटल संपादन साधने आणि काळजीपूर्वक तयार केलेल्या प्रतिमांद्वारे हे चित्रण अधिक आकर्षक बनवले जाते, ज्यामुळे परिपूर्णतेचा आभास निर्माण होतो. परिणामी, लोक स्वतःची तुलना या अवास्तव मानकांशी करतात, ज्यामुळे शरीर असंतोष आणि आत्ममूल्य कमी होणे यासारख्या समस्या उद्भवतात. सामाजिक माध्यमे "फिटस्पिरेशन" आणि "थिनस्पिरेशन" या प्रघातामुळे ख्यातनाम व्यक्ती प्रभावाचे नकारात्मक परिणाम अधोरेखित होतात, जसे की शरीर असंतोष आणि अस्वास्थ्यकर आहाराच्या सवयी (Holland & Tiggemann, 2016).

दुसरीकडे, काही सेलिब्रिटी अभिवृत्ति शरीर सकारात्मकता आणि समावेशकतेचे समर्थन करतात, पारंपरिक सौंदर्य मानकांना आव्हान देतात. शरीर सकारात्मकता आणि स्व शरीर प्रेम सारख्या चळवळी प्रभावी सार्वजनिक व्यक्तींनी चालविल्या आहेत, विविध शरीर प्रकारांच्या स्वीकृतीस प्रोत्साहन देतात आणि सामाजिक दबावांना आव्हान देतात. तथापि, सेलिब्रिटी अभिवृत्ति प्रभावाचे द्वैतीय स्वरूप मीडिया सामग्रीशी गंभीर सहभागाचे महत्त्व आणि मीडिया साक्षरतेची गरज अधोरेखित करते .

स्व-आदर (Self Esteem):

स्व-आदर म्हणजे एखाद्या व्यक्तीने स्वतःवर आणि त्यांच्या किमतीवर ठेवलेले मूल्य, ज्यामध्ये स्व आदर, आत्मस्वीकृती, आणि प्रामाणिकपणा यांचा समावेश होतो. हा मानसिक कल्याणाचा आणि लवचिकतेचा मूलभूत घटक आहे. स्वाभिमान शरीर प्रतिमेवर लक्षणीय परिणाम करतो, कारण ज्या व्यक्तींमध्ये जास्त स्वाभिमान असतो त्या बाह्य मानकांवर कमी अवलंबून असतात (Schneider, 2015). ते शारीरिक स्वरूपाऐवजी अंतर्गत गुणांमधून त्यांचा आत्ममूल्य मिळवतात.

संशोधनातून असे दिसून आले आहे की स्व आदर समाजातील आणि मीडियाच्या दबावांपासून नकारात्मक परिणाम रोखण्याचे काम करतो. उच्च स्व आदर असलेल्या व्यक्ती सकारात्मक आत्म-देखभाल पद्धतींमध्ये सहभागी होण्याची शक्यता जास्त असते आणि शरीर प्रतिमेवर निरोगी दृष्टिकोन ठेवतात. ते अवास्तव सौंदर्य मानकांच्या आंतरकरणास प्रतिकार करतात, ज्यामुळे शरीराच्या दिसण्याबद्दल नाराजी आणि संबंधित मानसिक आरोग्य समस्यांचा धोका कमी होतो. याउलट, कमी स्व आदर बाह्य प्रभावांबद्दलची असुरक्षा वाढवू शकतो. उदाहरणार्थ, कमी स्वाभिमान असलेल्या व्यक्ती सामाजिक तुलना करून मान्यता शोधण्याचा

प्रयत्न करू शकतात, सेलिब्रिटी अभिवृत्ति मानकांचे अनुकरण करून स्वीकृती किंवा प्रशंसा मिळवण्याचा प्रयत्न करतात. ही बाह्य अवलंबन निराशा आणि विकृत आत्मप्रतिमा यांकडे नेते, असमाधानच्या चक्राला चालना देते. स्वाभिमान विकसित करणे म्हणजे आत्म-सहृदयता, सीमांचे निर्धारण, आणि सामाजिक अपेक्षांपेक्षा वैयक्तिक मूल्यांना प्राधान्य देणे. स्वाभिमान वाढवण्यासाठी हस्तक्षेप सेलिब्रिटी अभिवृत्ति प्रभावाच्या प्रतिकूल परिणामांना कमी करण्यात आणि शरीर प्रतिमेबाबत निरोगी धारणा प्रोत्साहित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावू शकतात.

शरीर प्रतिमा (Body Image):

शरीर प्रतिमा म्हणजे एखादी व्यक्ती त्यांच्या शारीरिक स्वरूपाबद्दल कशी धारणा करते, यामध्ये त्यांच्या शरीराबद्दलचे विचार, भावना, आणि दृष्टिकोन यांचा समावेश होतो. ही वैयक्तिक अनुभव, सांस्कृतिक मानके, आणि मीडियाच्या प्रतिनिधित्वांद्वारे प्रभावित होणारी बहुआयामी रचना आहे. सकारात्मक शरीर प्रतिमा एकूणच सौन्दर्य वाढवते, तर शरीर प्रतिमा असंतोष मानसिक आणि शारीरिक आरोग्यावर विपरित परिणाम करतो (Cash & Smolak, 2011).

शरीर प्रतिमा असमाधानचा अभ्यास मोठ्या प्रमाणात झाला आहे, कारण त्याचा व्यापक प्रसार आणि गंभीर परिणाम आहे. संशोधन त्याचा संबंध विविध मानसिक आरोग्य समस्यांशी जोडतो, जसे की नैराश्य, चिंताग्रस्तता, आणि खाण्याचे विकार (Grabe et al., 2008). मीडियाचा शरीर प्रतिमेवर महत्त्वाचा परिणाम होतो, जो अनेकदा संकुचित आणि अप्राप्य सौंदर्य आदर्शांना प्रोत्साहन देतो. विशेषतः स्त्रियांवर सडपातळपणा, तारुण्य, आणि सममिती यांना प्राधान्य देणाऱ्या मानकांशी जुळवून घेण्याचा प्रचंड दबाव असतो, तर पुरुषांवर स्नायुत्तमता आणि ताकदीचे आदर्श लादले जातात.

सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म हे दबाव वाढवतात, कारण ते आदर्शीकृत प्रतिमांना सतत उघडकीस आणतात. "सेल्फी" संस्कृती आणि फिल्टर्सचा व्यापक उपयोग यामुळे धारणा अधिक विकृत होतात, वापरकर्त्यांना त्यांच्या स्वरूपात बदल करून सामाजिक मानकांशी जुळवून घेण्यासाठी प्रोत्साहन मिळते. संशोधनातून असे दिसून आले आहे की स्वरूप-केंद्रित सामग्रीच्या वारंवार सहभागामुळे शरीर असमाधान वाढतो आणि स्व आदर कमी होतो (Fardouly et al., 2018). या आव्हानांव्यतिरिक्त, सकारात्मक शरीर प्रतिमेला प्रोत्साहन देण्याचे महत्त्व वाढले आहे. शैक्षणिक कार्यक्रम आणि मीडिया मोहिमा शरीर विविधता, आत्मस्वीकृती, आणि अवास्तव मानकांच्या नकारावर भर देतात. डव्ह’च्या रियल ब्युटी मोहिमेसारख्या उपक्रमांमुळे आणि एरी’च्या अप्रतिष्ठित जाहिरातींमुळे समाजातील कथा बदलण्याच्या आणि शरीर प्रतिमेबाबत निरोगी दृष्टिकोन विकसित करण्याच्या प्रयत्नांचे उदाहरण दिले आहे.

शरीर समाधान (Body Satisfaction)

शरीर समाधान म्हणजे एखाद्याच्या शरीर आणि शारीरिक स्वरूपाबाबतची समाधानाची पातळी. हे स्व आदर, एकूणच जीवन समाधान, आणि मानसिक आरोग्याचे महत्त्वपूर्ण घटक आहे. आपल्या शरीराशी समाधानी असलेले लोक आत्मविश्वास, लवचिकता, आणि परस्पर परिणामकारकतेचे उच्च स्तर प्रदर्शित करतात (Menzel et al., 2011).

शरीर समाधान साध्य करणे विविध घटकांवर अवलंबून असते, ज्यामध्ये आनुवंशिक पूर्वग्रह, सांस्कृतिक मानके, आणि मानसिक गुणधर्मांचा समावेश होतो. ज्या काही व्यक्तींना नैसर्गिकरित्या सकारात्मक शरीर प्रतिमा आहे, तर इतरांना ती हेतुपुरस्सर पद्धतींमार्फत विकसित करावी लागते. या पद्धतींमध्ये नियमित शारीरिक क्रियाकलाप करणे, संतुलित आहार घेणे, आणि बाह्य स्वरूपाऐवजी अंतर्गत गुणांवर लक्ष केंद्रित करणे यांचा समावेश होतो.

मीडियाची भूमिका शरीर समाधान घडविण्यात अतिशय महत्त्वाची आहे. विविध आणि वास्तववादी सौंदर्य प्रतिनिधित्वांना उघड केल्याने शरीर समाधान वाढल्याचे दिसून आले आहे. उदाहरणार्थ, मीडियाच्या सामग्रीमध्ये विविध शरीर प्रकार, वंश, आणि वयाचे प्रतिनिधित्व पारंपरिक मानकांना आव्हान देते आणि सौंदर्याच्या अधिक समावेशक समजुतीस प्रोत्साहन देते. तथापि, अशा प्रतिनिधित्वांच्या कमतरतेमुळे सतत वकिली आणि प्रणालीतील बदलांची आवश्यकता अधोरेखित होते.

नकारात्मक शरीर समाधानाचे दूरगामी परिणाम होऊ शकतात, ज्यामध्ये सामाजिक मागे हटणे, खराब नाते, आणि उत्पादकतेत घट यांचा समावेश होतो. शरीर असंतोषावर उपाययोजना करण्यासाठी व्यक्ती, समाज, आणि धोरण पातळीवरील हस्तक्षेप आवश्यक आहेत. संज्ञानात्मक-आचरणात्मक थेरपी (CBT) सारख्या उपचारात्मक रणनीतींनी व्यक्तींना नकारात्मक विचार नमुने पुन्हा तयार करण्यात आणि त्यांच्या शरीराशी अधिक सहृदय संबंध विकसित करण्यात मदत करण्याचे सिद्ध केले आहे.

सेलिब्रिटी अभिवृत्ति प्रभाव, स्व आदर , शरीर प्रतिमा, आणि शरीर समाधान यांच्यातील परस्पर संबंध गुंतागुंतीचे आणि बहुआयामी आहेत. जरी सेलिब्रिटी अभिवृत्ति संस्कृती अनेकदा अवास्तव सौंदर्य आदर्शांना प्रोत्साहन देते, तरीही , स्व आदर वाढवणे आणि सकारात्मक शरीर प्रतिमेला प्रोत्साहन देणे या प्रभावांना प्रतिकार करू शकतात. विविधता, प्रामाणिकपणा, आणि आत्मस्वीकृतीचे मूल्य अधोरेखित करणे मानसिक आणि शारीरिक आरोग्याला प्राधान्य देणाऱ्या समाजाच्या जोपासनेसाठी आवश्यक आहे. या गतिकतेचा सखोल अभ्यास करण्यासाठी आणि सामाजिक वृत्ती व पद्धतींमध्ये स्थायी बदल निर्माण करण्यासाठी पुढील संशोधन आणि वकिली आवश्यक आहे.

पद्धती:

सेलिब्रिटी अभिवृत्ति प्रभाव, स्व आदर, शरीर प्रतिमा, आणि शरीर समाधान यांच्यातील गुंतागुंतीच्या संबंधांचा अभ्यास करण्याचा प्रयत्न करते. मानसिक आरोग्य, स्व आदर, आणि शारीरिक कल्याणावर त्यांच्या प्रभावामुळे हे घटक सामाजिक आणि मानसिक संशोधनात मोठ्या प्रमाणात लक्ष वेधून घेत आहेत. विशेषतः सोशल मीडियाच्या माध्यमातून ख्यातनाम व्यक्ती संस्कृतीच्या वाढत्या प्रभावामुळे शरीर प्रतिमेची संकल्पना अधिक लवचिक आणि प्रभावी बनली आहे.

सहभागी (Participants)

i. एकूण सहभागी: 200 सहभागी (महिला).

ii. डेटा संकलन पद्धती: सोयीस्कर नमुना घेणे, संशोधन पत्रिकेसाठी पेन्सिल डेटा संकलन.

iii. सहमती व गोपनीयता: सहभागींच्या सर्व माहितीला गोपनीय ठेवले जाईल आणि ते

iv. स्वेच्छेने भाग घेतील.

v. समावेश निकष: वय 18-25 वर्षे.

VARIABLES

i. सेलिब्रिटी ॲटिट्युड
ii. स्व आदर
iii. शरीर प्रतिमा
iv. शरीर समाधान

साधने (Tools)

1. Celebrity Attitude Scale (CAS):

हे एक मानसशास्त्रीय साधन आहे, जे लोकांच्या सेलिब्रिटींबद्दलच्या भावना, विचार, आणि वर्तनाचे मापन करण्यासाठी वापरले जाते, आणि हे "Parasocial Interaction Theory" वर आधारित आहे, ज्यामध्ये लोक सेलिब्रिटींसोबत एकतर्फी नातं कसे निर्माण करतात हे स्पष्ट केले जाते. या स्केलमध्ये परासामाजिक परस्परसंवाद, सेलिब्रिटी प्रभाव, आणि सेलिब्रिटी फॅनडम यासारख्या घटकांचा अभ्यास केला जातो, जसे की लोक सेलिब्रिटींशी वैयक्तिक नातं निर्माण करतात का, त्यांच्या वर्तनाचा प्रभाव किती आहे, आणि फॅन म्हणून त्यांच्यावर होणारे वेडसर आकर्षण. CAS मध्ये सामान्यतः लिकर्ट स्केल (Likert Scale) वापरली जाते, जिथे उत्तरदाता विविध विधानांवर 1 (खूप असहमत) ते 5 (खूप सहमत) पर्यंतची उत्तरे देतात, ज्यामुळे सेलिब्रिटीबद्दलची सकारात्मक किंवा नकारात्मक भावना मोजली जाते. CAS ची विश्वसनीयता (Reliability) साधारणतः क्रोनबाख अल्फा (Cronbach's Alpha) च्या मदतीने मोजली जाते, आणि ती 0.70 पेक्षा जास्त

असल्यास स्केलला चांगली विश्वासार्हता मानली जाते. याचा उपयोग मार्केटिंग, जाहिरात, आणि मानसशास्त्र या क्षेत्रात फॅन-बिहेविअरच्या मानसशास्त्रीय पैलूंचे विश्लेषण करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर होतो.

2. Body-Image Questionnaire (BIQ) Scale:

हे एक मानसशास्त्रीय साधन आहे, जे व्यक्तीच्या शरीराच्या प्रतिमेबद्दलच्या धारणा, भावना, आणि वर्तनाचे मापन करण्यासाठी वापरले जाते, विशेषतः शरीराविषयीचा स्व आदर आणि असंतोष तपासण्यासाठी. या प्रश्नावलीमध्ये शारीरिक असंतोष, शरीराची आकृती, वजनाविषयीची चिंता, आणि शारीरिक प्रतिमेचे सामाजिक तुलनात्मक घटक यांसारख्या घटकांचा अभ्यास केला जातो. BIQ मध्ये साधारणत: लिकर्ट स्केल (Likert Scale) वापरली जाते, जिथे उत्तरदाता 1 (खूप असहमत) ते 5 (खूप सहमत) पर्यंतच्या स्केलवर आपल्या अनुभवांचे मूल्यांकन करतात. विश्वसनीयता (Reliability) मोजण्यासाठी क्रोनबाख अल्फा (Cronbach's Alpha) वापरले जाते, आणि 0.70 किंवा त्याहून अधिक गुण मिळाल्यास स्केलला विश्वासार्ह मानले जाते. हे साधन शरीर प्रतिमा संबंधित विकारांचे विश्लेषण, मानसिक आरोग्य संशोधन, आणि वजन व्यवस्थापन कार्यक्रमांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर वापरले जाते.

3. Rosenberg Self-Esteem Scale:

म्हणजे व्यक्तीच्या स्वतःच्या मूल्याची जाणीव आणि स्व आदर, ज्याचा मानसिक आरोग्य, वर्तन, आणि सामाजिक संबंधांवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव असतो. स्व आदर मोजण्यासाठी सर्वात वापरले जाणारे साधन म्हणजे Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES), ज्यामध्ये 10 विधानं असतात, आणि उत्तरदाता 4-बिंदू लिकर्ट स्केल (Likert Scale) वर प्रतिक्रिया देतात (1 = खूप असहमत, 4 = खूप सहमत). ही स्केल आत्मसन्मानाच्या सकारात्मक आणि नकारात्मक दोन्ही पैलूंचे मूल्यांकन करते, जसे की आत्मविश्वास, आत्मस्वीकृती, आणि नकारात्मक भावना. विश्वसनीयता (Reliability) मोजण्यासाठी क्रोनबाख अल्फा (Cronbach's Alpha) वापरला जातो, आणि 0.70 पेक्षा जास्त गुण मिळाल्यास स्केलला विश्वासार्ह मानले जाते. RSES चा वापर मानसिक आरोग्य संशोधन, किशोरवयीन विकास, आणि शैक्षणिक अभ्यासात आत्मसन्मानाशी संबंधित घटकांचे विश्लेषण करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर होतो.

4. Body Image Satisfaction Scale:

म्हणजे व्यक्तीच्या स्वतःच्या शरीराबद्दलच्या धारणा आणि समाधानाची पातळी, ज्याचा स्व आदर, मानसिक आरोग्य, आणि वर्तनावर मोठा परिणाम होतो. याचे मापन करण्यासाठी Body Image Satisfaction Scale (BISS) सारख्या साधनांचा वापर केला जातो, जे शरीराच्या आकृती, वजन, आणि एकूण शरीर प्रतिमेबद्दलच्या भावनांचे मूल्यांकन करतात. या स्केलमध्ये साधारणत: लिकर्ट स्केल (Likert Scale) वापरली जाते, जिथे उत्तरदाता 1 (खूप असहमत) ते 5

किंवा 7 (खूप सहमत) पर्यंतच्या स्केलवर आपल्या अनुभवांचे मूल्यांकन करतात. विश्वसनीयता (Reliability) मोजण्यासाठी क्रोनबाख अल्फा (Cronbach's Alpha) वापरला जातो, आणि 0.70 किंवा त्याहून अधिक गुण मिळाल्यास स्केलला विश्वासार्ह मानले जाते. हे साधन मानसिक आरोग्य संशोधन, खाण्याचे विकार (eating disorders), आणि शरीर प्रतिमेशी संबंधित समस्यांचे विश्लेषण करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर वापरले जाते.

शोध प्रक्रिया (Procedure of Research):

या अभ्यासात 18-25 वयोगटातील 200 मुलींचा समावेश होता, ज्यामध्ये सेलिब्रिटीविषयीचा दृष्टिकोन, शरीर प्रतिमेचे समाधान, शरीर प्रतिमा आणि रोझेनबर्ग स्व आदर यांचा अभ्यास करण्यात आला. सेलिब्रिटी अभिवृत्ति स्केल, शरीर प्रतिमा समाधान स्केल, शरीर प्रतिमा स्केल, आणि रोझेनबर्ग स्व आदर स्केल यांसारखी मानकीकृत साधने वापरली गेली. सहभागी व्यक्तींना माहिती देण्यात आली, त्यांची संमती घेण्यात आली, आणि गोपनीयतेचे पालन करण्यात आले.

निष्कर्ष (RESULTS):

सध्याच्या अध्ययनात, एकूण 200 सहभागींनी . सेलिब्रेटी अभिवृत्ती, शरीर प्रतिमा, शरीर समाधान आणि स्व आदर यावर आधारित प्रश्नावलीचे उत्तर दिले. माझ्या संशोधनाचा परिणाम सुसंगत नाही. सेलिब्रेटी अभिवृत्ती, शरीर प्रतिमा, शरीर समाधान आणि स्व आदर यामध्ये कोणताही महत्त्वपूर्ण संबंध आढळलेला नाही.

या संशोधनाद्वारे सेलिब्रिटी अ‍ॅटिट्युड, शरीर प्रतिमा, स्व आदर आणि शरीर समाधान यामधील संबंधांचा अभ्यास करण्यात आला. जरी या घटकांमध्ये काही प्रमाणात संबंध आढळले असले तरी, या अभ्यासाने त्यांच्या परस्पर संबंधांमध्ये कोणतेही महत्त्वपूर्ण (significant) संबंध सिद्ध करण्यात यश मिळवले नाही. याचे मुख्य कारण म्हणजे नमुन्याचा आकार, डेटा गोळा करण्याची पद्धत, किंवा इतर प्रभावी घटक जे या निष्कर्षांवर परिणाम करीत असतील. तथापि, या अभ्यासाने या विषयाच्या सखोल समजासाठी महत्त्वपूर्ण योगदान दिले आहे. सेलिब्रिटी अ‍ॅटिट्युड आणि शरीर प्रतिमा यासारख्या घटकांचा व्यक्तीच्या मानसिक आरोग्यावर होणाऱ्या संभाव्य प्रभावाचा अभ्यास करण्याची गरज अधोरेखित केली आहे.

संदर्भ (References):

Aparicio-Martinez, P., (2019). Social media, thin-ideal, body dissatisfaction, and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. International Journal of Environmental Research and Public Health, 16(21), 4177. https://doi.org/10.3390/ijerph16214177

Augner, C.; & Hacker, G. W. (2012). Association's between Undergrad Res. Communication. 5(1):74–80.

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2021). Celebrity influence on body image and eating disorders: A review. Journal of Health Psychology. https://doi.org/10.1177/1359105320988312
Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). Body image: A handbook of science, practice, and prevention. Guilford Press.
Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). Body image: A handbook of science, practice, and prevention. Guilford Press.
Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. Psychological Bulletin, 130(3), 392–414.
Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1991). Manual of the Eysenck Personality Scales (EPS Adult). London: Hodder & Stoughton. F.
Eysenck, S. B., Eysenck, H. J., & Barrett, P. (1985). A revised version of the Psychoticism scale. Personality and Individual Differences, 6(1), 21–29. https://doi.org/10.1016/0191-8869(85)90026-1
Eysenck, H. J. (1990). Biological dimensions of personality. In L. A. Pervin (Ed.), Handbook of personality: Theory and research (pp. 244–276). The Guilford Press.
Eysenck, H.J. (1985). Behaviourism and Clinical Psychiatry. International Journal of Social Psychiatry.31(3):163-169. doi:10.1177/002076408503100301
Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. Body Image, 13, 38–45.
Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2018). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. Body Image, 13, 38–45.
Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. Psychological Bulletin, 134(3), 460–476. https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460
Harter, S. (1999). The construction of the self: A developmental perspective. Guilford Press.
Hendriks, H., & Burgoon, M. (2003). The effects of source credibility and argument quality on persuasion: A case of celebrity influence. Communication Research Reports, 20(3), 273–282.
Hitlan, R. T., McCutcheon, L. E., Volungis, A. M., Joshi, A., Clark, C., & Pena, M. (2021). Social Desirability and the Celebrity Attitude Scale. North American Journal of Psychology, 23(1), 105–114.
Jae Han Jay Min, Hyo Jung Julie Chang, Tun-Min Catherine Jai, & Morgan Ziegler. (2019). The effects of celebrity-brand congruence and publicity on consumer attitudes and buying behavior. Fashion and Textiles, 6(10). SpringerOpen.
McCutcheon, L., Aruguete, M. S., Jenkins, W., McCarley, N., & Yockey, R. (2016). An investigation of demographic correlates of the celebrity attitude scale. Interpersona: An International Journal on Personal Relationships, 10(2), 161–170.
Neff, K. D. (2003). The development and validation of a scale to measure self-compassion. Self and Identity, 2(3), 223–250.
Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. Princeton University Press.
Rosen, L. D.; Whaling, K.; Carrier, L. M.; Cheever, N.A.; & Rokkum, J. (2013). The media and technology usage and attitudes scale: an empirical investigation. Computer Human Behaviour. 29:2501–2511.

Schneider, B. (2015). The role of self-esteem in body image and mental health. Journal of Psychological Research, 12(3), 45–58.

Singh, R. P., & Banerjee, N. (2019). Exploring the influence of celebrity worship on brand attitude, advertisement attitude, and purchase intention. Journal of Promotion Management, 25(2), 225–251.
Singh, R. P., & Banerjee, N. (2019). Exploring the influence of celebrity worship on brand attitude, advertisement attitude, and purchase intention. Journal of Promotion Management, 25(2), 225–251.
Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. International Journal of Eating Disorders, 47(6), 630–643.

Thomée, S, Härenstam A, Hagberg M. Mobile phone use and stress, sleep disturbance, and symptoms of depression among young adults-a prospective and cohort study. BMC Public Health. 2011; 11:66.