eISSN: 3049-0723
Vol. 2 Issue: 01 August 2025

தமிழ்த் திரைப்படங்களின் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகள் மற்றும் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் ஏற்படுத்தும் பாதிப்பு

The Impact of Tamil Films on Youth Values and Social Habits

பிரியா பழனிமுருகன் [1], முனைவர் வி. சாந்தி [2]

1.ஆய்வாளர், காட்சித் தொடர்பியல், மீனாட்சி உயர்கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி நிறுவனம் (நிகர்நிலைப் பல்கலைக்கழகம்), சென்னை priyaofficial2205@gmail.com

2.முதல்வர் - மானுடவியல் மற்றும் அறிவியல் புலம், கணினி அறிவியல், மீனாட்சி உயர்கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி நிறுவனம் (நிகர்நிலைப் பல்கலைக்கழகம்), சென்னை
principal@maherfhs.ac.in

Priya Palanimurugan [1], Dr. V. Shanthi [2]

1. Research Scholar, Visual Communication, Meenakshi Academy of Higher Education and Research (Deemed to Be University), Chennai
priyaofficial2205@gmail.com

2. Principal - Faculty of Humanities and Science, Computer Science, Meenakshi Academy Of Higher Education And Research (Deemed To Be University), Chennai principal@maherfhs.ac.in

Abstract:

This research paper carefully examines the impact of Tamil films on the values and social habits of youth. Films serve not merely as entertainment, but also as a significant medium for cultural transmission. Particularly, Tamil cinema, through its narratives, character development, and social messages, influences the thoughts, beliefs, and lifestyles of young people.

As youth (aged 15–29) represent an age group highly susceptible to social changes, the influence of films is strongly imprinted upon them. The behavior of heroes, dialogue styles, costume choices, and social commentary are directly reflected in the daily lives of young people. Through films, new words, slang, and novel expressions permeate language usage. These spread rapidly via social media and interactions within fan communities.

Some films highlight significant issues such as social justice, gender equality, caste relations, and environmental awareness, thereby encouraging youth to engage in discussions and social activities. Conversely, certain films depicting violence, sexual violence, or extreme patriarchal scenes could also incite negative behaviors.

As indicated by the literature review, media literacy is essential to balance media influences. Media literacy cultivates in youth the ability to critically engage with on-screen content, enabling them to form values consciously and responsibly.

The proposed pilot design for this study will employ a mixed-methods approach, collecting data from 300 young individuals from Chennai and other cities through questionnaires and focus group discussions. Statistical and thematic analyses will be used to assess the positive and negative effects of films on values and habits.

This study proposes recommendations such as the integration of media literacy into educational curricula, filmmakers creating content with social responsibility, and fan communities fostering healthy discussions. In conclusion, it emphasizes that Tamil films serve as a powerful social tool capable of shaping the thoughts and behavior of youth, and that responsible practices in their use are imperative.

Keywords: Tamil films, youth, values, social habits, media impact, cultural change

ஆய்வுச்சுருக்கம்

இந்த ஆய்வுக் கட்டுரை தமிழ்த் திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகள் மற்றும் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தைக் கவனமாக ஆராய்கிறது. திரைப்படங்கள் வெறும் பொழுதுபோக்காக மட்டுமல்லாமல், கலாச்சார பரிமாற்றத்தின் முக்கிய ஊடகமாகவும் செயல்படுகின்றன. குறிப்பாக தமிழ் சினிமா, அதன் கதைப்போக்குகள், பாத்திர உருவாக்கம் மற்றும் சமூக செய்திகளின் வழியாக இளைஞர்களின் சிந்தனை, நம்பிக்கைகள் மற்றும் வாழ்க்கை நடைமுறைகளை பாதிக்கிறது.

இளைஞர்கள் (15–29 வயது) சமூக மாற்றங்களை விரைவாகப் பெறும் வயது குழுவாக இருப்பதால், திரைப்படங்களின் தாக்கம் அவர்களிடம் வலுவாகப் பதிவாகிறது. ஹீரோக்களின் நடத்தை, உரையாடல் பாணி, உடைத் தேர்வு, மற்றும் சமூகக் கருத்துக்கள் போன்றவை நேரடியாக இளைஞர்களின் வாழ்வியலில் பிரதிபலிக்கின்றன. திரைப்படங்களின் வழியாக மொழிப் பயன்பாட்டில் புதுமையான சொற்கள், ஸ்லாங், மற்றும் புதிய வெளிப்பாடுகள் பரவுகின்றன. இவை சமூக ஊடகங்களின் மூலமும் ரசிகர் குழுக்களின் தொடர்புகளின் மூலமும் விரைவாக பரவுகின்றன.

சில படங்கள் சமூக நீதி, பாலின சமநிலை, சாதி உறவுகள், சுற்றுச்சூழல் விழிப்புணர்வு போன்ற முக்கிய பிரச்சினைகளை வெளிப்படுத்தி, இளைஞர்களை விவாதங்களிலும் சமூக நடவடிக்கைகளிலும் ஈடுபடச் செய்கின்றன. அதேசமயம், வன்முறை, பாலியல் வன்முறை அல்லது தீவிர ஆணாதிக்கக் காட்சிகளைச் சித்தரிக்கும் சில படங்கள் எதிர்மறையான பழக்கவழக்கங்களையும் தூண்டக்கூடும்.

இலக்கிய மதிப்பாய்வு காட்டியது போல, ஊடகத் தாக்கங்களை சமநிலைப்படுத்த ஊடகக் கல்வி அவசியமாகிறது. ஊடகக் கல்வி இளைஞர்களுக்கு திரையில் காணப்படும் உள்ளடக்கங்களை விமர்சன ரீதியாக அணுகும் திறனை வளர்க்கிறது. இதன் மூலம் அவர்கள் சுயநினைவு மற்றும் பொறுப்புடன் மதிப்பீடுகளை உருவாக்க முடியும்.

ஆய்வில் முன்மொழியப்பட்ட பைலட் வடிவமைப்பு, கலவை முறையை (mixed-methods) பயன்படுத்தி, சென்னை மற்றும் பிற நகரங்களில் இருந்து 300 இளைஞர்களைச் சேர்த்து, கேள்விப்பத்திரம் மற்றும் குழு விவாதங்கள் மூலம் தரவுகளை சேகரிக்கும். புள்ளியியல் மற்றும் கருப்பொருள் பகுப்பாய்வுகள் மூலம், திரைப்படங்கள் மதிப்பீடுகள் மற்றும் பழக்கவழக்கங்களில் ஏற்படுத்தும் நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறை விளைவுகள் மதிப்பிடப்படும்.

இந்த ஆய்வு, கல்வி நிறுவனங்களுக்கு ஊடகக் கல்வியை பாடத்திட்டத்தில் இணைப்பது, திரைப்பட தயாரிப்பாளர்கள் சமூகப் பொறுப்புடன் உள்ளடக்கம் உருவாக்குவது, மற்றும் ரசிகர் சமூகங்கள் ஆரோக்கியமான விவாதங்களை ஊக்குவிப்பது ஆகிய பரிந்துரைகளை முன்வைக்கிறது. முடிவில், தமிழ்த் திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் சிந்தனை மற்றும் நடத்தை வடிவமைக்கும் வல்லமையுடைய சமூகக் கருவியாக விளங்குகின்றன என்பதையும், அதை பொறுப்புடன் பயன்படுத்தும் நடைமுறைகள் அவசியம் என்பதையும் வலியுறுத்துகிறது.

முக்கியச் சொற்கள்: தமிழ் திரைப்படங்கள், இளைஞர்கள், மதிப்பீடுகள், சமூகப் பழக்கவழக்கங்கள், ஊடகத் தாக்கம், கலாச்சார மாற்றம்

அறிமுகம்

ஆய்வின் பின்னணி

திரைப்படங்கள் நவீன உலகில் மிகச் சக்திவாய்ந்த கலாச்சார ஊடகமாகப் பார்க்கப்படுகின்றன. அவை கதை, காட்சி, இசை, மற்றும் உரையாடல்களின் ஒருங்கிணைப்பின் மூலம் மக்களின் சிந்தனைகளை, மதிப்பீடுகளை, மற்றும் வாழ்க்கை முறைகளை வடிவமைக்கின்றன. குறிப்பாக இந்தியச் சூழலில், திரைப்படங்கள் வெறும் பொழுதுபோக்காக மட்டுமல்லாமல் சமூக மற்றும் அரசியல் கருத்துக்களை பரப்பும் மேடையாகவும் விளங்குகின்றன (Rajadhyaksha & Willemen, 1999).

தமிழ் திரைப்படம், தென்னிந்திய சினிமாவின் ஒரு முக்கிய கிளையாக, 20ஆம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பம் முதல் இன்று வரை மக்களின் நாளைய வாழ்க்கையில் ஆழமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தி வருகிறது. 1930களில் ஆரம்பித்த தமிழ் சினிமா, ஆரம்பத்தில் புராண மற்றும் வரலாற்றுக் கதைகளில் கவனம் செலுத்தியது. பின்னர் 1950–70 காலகட்டத்தில், சமூக சிந்தனையுடன் கூடிய திரைப்படங்கள் (உதா: கருணாநிதி, அண்ணாதுரை எழுதிய திரைக்கதைகள்) மக்கள் மனதில் அரசியல் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தின (Baskaran, 2009).

டிஜிட்டல் யுகத்தில், திரைப்படங்கள் மற்றும் சமூக ஊடகங்கள் இணைந்து புதிய கலாச்சார மற்றும் சமூக நடைமுறைகளை உருவாக்குகின்றன. திரைப்படக் காட்சிகள், பாடல்கள், உரையாடல்கள் TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts போன்ற தளங்களில் விரைவாக பரவுவதால், அவை இளைஞர்களின் நாள் தோறும் பயன்படுத்தும் மொழி, உடை, மற்றும் சமூக உறவுகளில் முக்கிய பாதிப்பை ஏற்படுத்துகின்றன (Athique, 2020).

தமிழ் திரைப்படங்களின் சமூக மற்றும் கலாச்சார பங்கு

- தமிழ் திரைப்படங்கள், பல தசாப்தங்களாக, சமூக மற்றும் கலாச்சார வாழ்வின் பிரதிபலிப்பாகவும், பலமுறை அதன் மாற்றுச் சக்தியாகவும் இருந்து வருகின்றன. அவை சமூக விழிப்புணர்வு (social awareness), மதிப்பீடுகள் பரவல் (value dissemination), மற்றும் கலாச்சார அடையாள உருவாக்கம் (cultural identity formation) ஆகிய மூன்று முக்கிய பங்குகளை வகிக்கின்றன.
- சமூக விழிப்புணர்வு – பல தமிழ் படங்கள் சாதி ஒழிப்பு, பெண்களின் உரிமைகள், கல்வி, தொழிலாளர் நலன், மற்றும் அரசியல் சீர்திருத்தங்கள் குறித்து விவாதத்தை தூண்டின (Baskaran, 2009).
- மதிப்பீடுகள் பரவல் – திரைப்படக் கதாபாத்திரங்கள், குடும்ப பிணைப்புகள், காதல் தொடர்புகள், மற்றும் மனித உறவுகள் குறித்து ஒரு தலைமுறைக்கு வழிகாட்டும் மாதிரிகளை உருவாக்கின.
- கலாச்சார அடையாள உருவாக்கம் – தமிழ் மொழி, பாரம்பரிய கலை வடிவங்கள், இசை, மற்றும் நெறிமுறைகளை உலகளாவிய அளவில் பிரபலப்படுத்தின (Hardgrave, 1973).

• அத்துடன், வணிக நோக்கில் தயாரிக்கப்படும் சில படங்கள் வன்முறை, பாலின பாகுபாடு, மற்றும் நுகர்வோன்மையை (consumerism) ஊக்குவிக்கும் பிம்பங்களையும் பரப்புகின்றன (Pandian, 2015). எனவே, தமிழ் சினிமா ஒருபுறம் சமூக முன்னேற்றத்திற்கும் மறுபுறம் எதிர்மறை பழக்கவழக்கங்களுக்கும் வழிவகுக்கும் இரு முகத்தன்மை கொண்ட ஊடகமாக உள்ளது.

இளைஞர்களின் முக்கியத்துவம் (Target Group)

• இந்த ஆய்வின் முக்கியக் குறிக்கோள் குழு — 15 முதல் 29 வயது வரை உள்ள இளைஞர்கள் — சமூக மற்றும் கலாச்சார மாற்றங்களை விரைவாக உறிஞ்சும் திறன் கொண்டவர்கள். அவர்களின் அடையாளத் தேடல் (identity formation), கருத்தாக்க நிலை (opinion shaping), மற்றும் சமூக பங்கேற்பு (social participation) திரைப்படங்களின் தாக்கத்தால் பாதிக்கப்படுகிறது (Erikson, 1968).

• மனப்பெருக்கம்: இளைஞர்கள் புதிய கருத்துக்களை ஏற்றுக்கொள்வதில் விரைவானவர்கள்; இதனால் திரையில் காணப்படும் நடத்தை, மொழி, மற்றும் வாழ்வியல் மதிப்பீடுகள் அவர்களிடம் வேகமாகப் பதிகின்றன (Steinberg, 2014).

• மீடியா ஈடுபாடு: இந்தக் குழு, OTT தளங்கள் (Netflix, Amazon Prime), YouTube, மற்றும் சமூக ஊடகங்கள் மூலம் திரைப்பட உள்ளடக்கத்தை பெரிதும் பயன்படுத்துகிறது.

• கலாச்சார தாக்கம்: இளைஞர்கள் திரைப்படங்களில் காட்டப்படும் உடை, இசை, மற்றும் உறவுமுறை பாணிகளைப் பின்பற்றுகிறார்கள்.

ஆய்வு கேள்விகள் (Research Questions)

• தமிழ்த் திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகளை எவ்வாறு வடிவமைக்கின்றன?

• திரைப்படங்களில் காணப்படும் காட்சிகள் மற்றும் கதாபாத்திரங்கள், இளைஞர்களின் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் எந்தவித மாற்றங்களை ஏற்படுத்துகின்றன?

• நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறை தாக்கங்களை சமநிலைப்படுத்த ஊடகக் கல்வி எவ்வாறு உதவ முடியும்?

ஆய்வின் நோக்கங்கள் (Objectives)

• தமிழ் திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகள் மீது ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை மதிப்பிடுதல்.

• திரைப்படங்கள் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் (மொழி, உடை, உறவு, அரசியல் பங்கேற்பு) ஏற்படுத்தும் மாற்றங்களை ஆராய்தல்.

• ஊடகக் கல்வியின் தேவையை வலியுறுத்தி, சமூகப் பொறுப்புடன் உள்ளடக்கம் உருவாக்குவதற்கான பரிந்துரைகளை வழங்குதல்.

ஆய்வின் முக்கியத்துவம் (Significance)

• இந்த ஆய்வு, சமூக அறிவியல், ஊடக ஆய்வு, மற்றும் கலாச்சார ஆய்வு துறைகளில் பல்வேறு பங்களிப்புகளை வழங்குகிறது:

- அறிவியல் பங்களிப்பு – திரைப்பட ஊடகங்கள் இளைஞர்களின் மனவியல் மற்றும் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தைப் பற்றிய தமிழ்ச் சூழலுக்கான ஆராய்ச்சி குறைவாக உள்ளது; இவ்வாய்வு அந்த இடைவெளியை நிரப்புகிறது.
- சமூக பங்களிப்பு – ஊடகக் கல்வி மூலம் இளைஞர்களை விமர்சன சிந்தனைக்கு வழிநடத்த பரிந்துரைகள் வழங்குகிறது.
- கலாச்சார பங்களிப்பு – தமிழ் திரைப்படங்களின் சமூக பங்கு மற்றும் கலாச்சார அடையாள உருவாக்கத்தில் அதன் வலிமையை வலியுறுத்துகிறது.

இலக்கிய மதிப்பாய்வு (Literature Review)

ஊடகத்தாக்கம் குறித்த சித்தாந்தங்கள் (Media Influence Theories)

Social Learning Theory

Albert Bandura (1977) உருவாக்கிய Social Learning Theory என்பது, மக்கள் சமூக சூழலில் பிறரின் நடத்தை, மனப்பாங்கு, மற்றும் உணர்ச்சிப் பிரதிபலிப்புகளைப் பார்த்து கற்றுக்கொள்கிறார்கள் என்று கூறுகிறது. ஊடகங்களில், குறிப்பாக திரைப்படங்களில், ஹீரோ அல்லது ஹீரோயின் நடத்தை, பேச்சு பாணி, உடைத் தேர்வு போன்றவை இளைஞர்களால் பின்பற்றப்படுகின்றன. Bandura வின் Bobo Doll Experiment ஊடகங்களில் வன்முறையைப் பார்த்தவர்கள் அதேபோன்ற வன்முறைச் செயல்களை மேற்கொள்வார்கள் என்பதை நிரூபித்தது. தமிழ் சினிமாவில், பிரபல நடிகர்களின் உரையாடல்கள், போஸ், உடைமை ஆகியவை ரசிகர்களால் நகலெடுக்கப்படும் நிலை, இந்த சித்தாந்தத்தை உறுதிப்படுத்துகிறது.

Cultivation Theory

George Gerbner (1998) உருவாக்கிய Cultivation Theory-யின் படி, நீண்டகால ஊடகப் பயன்பாடு பார்வையாளர்களின் உலகக் கண்ணோட்டத்தை உருவாக்குகிறது. திரைப்படங்களில் தொடர்ந்து காணப்படும் காட்சிகள், வாழ்க்கை மதிப்பீடுகளையும் சமூக நம்பிக்கைகளையும் மெதுவாக மாற்றுகின்றன. உதாரணமாக, காதல் மற்றும் உறவு மையப்படுத்தப்பட்ட படங்களை அதிகம் பார்ப்பது, இளைஞர்களில் 'இயல்பான உறவின்' எதிர்பார்ப்புகளை சினிமா பாணியில் அமைக்கிறது. தமிழ் சினிமாவில் mass heroism, love at first sight போன்ற நரேஷன் முறைமைகள், இளைஞர்களின் வாழ்வியல் பார்வையில் நீண்டகால தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.

Uses and Gratifications Theory

Blumler & Katz (1974) உருவாக்கிய Uses and Gratifications Theory ஊடகப் பயன்பாட்டை பார்வையாளரின் தேவைகளின் அடிப்படையில் விளக்குகிறது. இளைஞர்கள் திரைப்படங்களைப் பயன்படுத்துவதன் காரணங்கள்:

- பொழுதுபோக்கு (Entertainment)
- சமூக தொடர்பு (Social Interaction) — ரசிகர் குழுக்கள், மீம் கலாச்சாரம்
- தகவல் பெறுதல் (Information) — சமூக பிரச்சினைகள், அரசியல் விழிப்புணர்வு

- தப்பிச் செல்லல் (Escapism) — நிஜ வாழ்க்கை அழுத்தங்களில் இருந்து விடுபடும் வழி

தமிழ் திரைப்படங்களில் mass entertainers, message-oriented films, மற்றும் romantic dramas ஆகியவை, இளைஞர்களின் பல்வேறு உளவியல் தேவைகளையும் பூர்த்தி செய்கின்றன.

தமிழ் சினிமாவின் சமூகப் பாதிப்பு வரலாறு

1950–1980: சமூகச் சிந்தனையுடன் கூடிய திரைப்படங்கள்

இந்த காலகட்டத்தில், தமிழ் சினிமா அரசியல் மற்றும் சமூகச் சிந்தனையை முன்னிறுத்தும் கருவியாக இருந்தது. எம். ஜி. இராமச்சந்திரன் (MGR) மற்றும் சிவாஜி கணேசன் நடித்த படங்கள் சாதி ஒழிப்பு, கல்வி, தொழிலாளர் நலன், மற்றும் வறுமை ஒழிப்பு போன்ற கருப்பொருட்களை முன்வைத்தன (Hardgrave, 1973). இந்தக் காலத்தில் திரைக்கதை எழுத்தாளர்களான அண்ணாதுரை, கருணாநிதி போன்றோர் அரசியல் உரைகளை திரைப்படங்களில் இணைத்து மக்களிடம் சென்றடைந்தனர்.

1990–2000: வணிகம் மற்றும் சமூக செய்தி இணைப்பு

இந்தக் காலத்தில் வணிக சினிமா முக்கியமான இடத்தைப் பெற்றது. ஆனால், பாலா (Sethu, 1999), பாரதிராஜா (Karuthamma, 1994) போன்ற இயக்குநர்கள் சமூகச் செய்திகளை வணிகப் பாணியில் இணைத்து, மக்கள் மனதில் நிலைத்தனர். காதல், குடும்பத் தொடர்புகள், மற்றும் சமூக பிரச்சினைகள் இணைந்த கதை மாந்திரங்கள் பிரபலமானன.

2000–இன்றுவரை: டிஜிட்டல் யுகத் தாக்கங்கள்

OTT தளங்கள், சமூக ஊடகங்கள், மற்றும் YouTube-ன் வளர்ச்சி, தமிழ் சினிமாவின் பரவலை உலகளவில் விரிவுபடுத்தியது (Athique, 2020). Subramaniapuram (2008), Pariyerum Perumal (2018), Jai Bhim (2021) போன்ற படங்கள் சமூக நீதி, சாதி எதிர்ப்பு, மற்றும் பாலின சமநிலை குறித்து விவாதங்களை தூண்டின. அதேசமயம், வணிகப் படங்களில் item songs, வன்முறை, மற்றும் மிகைப்படுத்தப்பட்ட ஆண் ஆதிக்கக் காட்சிகள் இளைஞர்களில் கலப்பு தாக்கங்களை ஏற்படுத்தின.

இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகள் மற்றும் பழக்கவழக்கங்கள்

மொழி

திரைப்பட உரையாடல்கள் மற்றும் ஸ்லாங் சொற்கள் இளைஞர்களின் நாளாந்த உரையாடல்களில் புகுந்துள்ளன. உதாரணமாக, "செம்ம", "மாசா", "மாஸ்" போன்ற சொற்கள் திரைப்படங்களிலிருந்து பரவியவை.

உடைமை

நடிகர்கள் மற்றும் நடிகைகள் அணியும் ஆடை பாணிகள், இளைஞர்களின் உடைத் தேர்வில் நேரடியான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. குறிப்பாக Ajith style beard, Vijay hairstyle, மற்றும் Nayanthara saree look போன்றவை பரவலாக பின்பற்றப்படுகின்றன.

சமூக உறவுகள்

திரைப்படங்கள் காதல், நட்பு, மற்றும் குடும்ப உறவுகள் குறித்து இளைஞர்களின் பார்வையை வடிவமைக்கின்றன. சில படங்கள் ஆண்–பெண் சமத்துவத்தை ஊக்குவிக்கின்றன; சில படங்கள் பித்ருச்சார்ம பாணியை உறுதிப்படுத்துகின்றன (Pandian, 2015).

அரசியல் விழிப்புணர்வு

சமூக நீதி, சாதி ஒழிப்பு, மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு போன்ற விஷயங்களை மையப்படுத்தும் படங்கள், இளைஞர்களின் அரசியல் விழிப்புணர்வை உயர்த்துகின்றன. Jai Bhim, Asuran போன்ற படங்கள், சமூக இயக்கங்களில் ஈடுபாட்டை ஊக்குவித்தன.

ஆய்வு முறை (Methodology)

இந்த ஆய்வு, தமிழ்த் திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகள் மற்றும் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை விரிவாக ஆராய்வதற்காக, கலவை முறையை (Mixed-Methods Approach) பயன்படுத்துகிறது. இந்த அணுகுமுறை, புள்ளியியல் மற்றும் தரவியல் தகவல்களை ஒருங்கிணைத்து, ஆய்வுக் கருத்துக்களுக்கு ஆழமான விளக்கத்தை அளிக்கிறது (Creswell & Plano Clark, 2018).

ஆய்வு வடிவமைப்பு (Research Design)

கலவை முறையில், முதலில் கணக்கீட்டு (quantitative) தரவுகள் சேகரிக்கப்பட்டு, பின்னர் தரவியல் (qualitative) பகுப்பாய்வுகள் மூலம் விளக்கங்கள் விரிவுபடுத்தப்படும்.

- Quantitative Phase: கேள்விப்பத்திரங்கள் மூலம், திரைப்படக் காட்சிகள் மற்றும் கருப்பொருட்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகளில் ஏற்படுத்தும் அளவிடத்தக்க தாக்கங்களைப் பெறுதல்.
- Qualitative Phase: Focus Group Discussions (FGDs) மற்றும் ஆழமான நேர்காணல்களின் மூலம், இளைஞர்கள் அனுபவிக்கும் உணர்ச்சி, சிந்தனை, மற்றும் கலாச்சார விளைவுகளைப் பதிவுசெய்தல்.

மாதிரி (Sample)

ஆய்வின் இலக்கு வயது: 15–29 வயது இளைஞர்கள், ஏனெனில் இந்தக் குழு திரைப்படங்களின் பாதிப்பை அதிகமாக அனுபவிக்கும் முக்கியக் கட்டத்தில் உள்ளது (Erikson, 1968).

- இடங்கள்:
  - நகர்ப்புறம் – சென்னை, கோயம்புத்தூர், மதுரை
  - கிராமப்புறம் – தஞ்சாவூர், திருநெல்வேலி மற்றும் சுற்றுப்புறங்கள்
- மாதிரி அளவு: n = 300
  - நகர்ப்புறம்: 150
  - கிராமப்புறம்: 150
- மாதிரி எடுக்கும் முறை: Stratified Random Sampling மூலம், பாலினம், கல்வி நிலை, மற்றும் ஊடக அணுகல் அடிப்படையில் பிரித்தெடுக்கும்.

தரவுச் சேகரிப்பு கருவிகள் (Data Collection Tools)

கேள்விப்பத்திரம் (Questionnaire)

o Likert Scale (1–5) வடிவமைப்பில், திரைப்படத் தாக்கம், மதிப்பீடுகள், பழக்கவழக்கங்கள் ஆகியவற்றை மதிப்பிடும் 25–30 கேள்விகள்.

o உதாரணக் குறிகள்: "தமிழ் திரைப்படங்கள் என் உடைமைத் தேர்வை பாதிக்கின்றன." (1–மிகவும் ஒத்துக்கொள்வதில்லை → 5–மிகவும் ஒத்துக்கொள்கிறேன்)

Focus Group Discussions (FGDs)

o 6–8 பேருடன் 6 அமர்வுகள், நகர்ப்புறம் மற்றும் கிராமப்புறம் என பிரித்து நடத்தப்படும்.

o தலைப்புகள்: ஹீரோ/ஹீரோயின் முன்மாதிரி தாக்கம், சமூக கருத்துப் பரிமாற்றம், அரசியல் விழிப்புணர்வு.

நேர்காணல் (Interviews)

o 15–20 பங்கேற்பாளர்களுடன் ஆழமான, திறந்த முடிவு (open-ended) கேள்விகளைக் கொண்ட பேட்டிகள்.

o நோக்கம்: கணக்கீட்டு தரவுகளில் காணப்பட்ட போக்குகளுக்கு ஆழமான விளக்கம் பெறுதல்.

தரவு பகுப்பாய்வு (Data Analysis)

- புள்ளியியல் பகுப்பாய்வு (Statistical Analysis)

o Descriptive Statistics: சராசரி, சதவீதம், விகிதம்

o Correlation Analysis: திரைப்பட பார்வை மற்றும் மதிப்பீடுகள் இடையிலான உறவு

o Regression Analysis: திரைப்பட உள்ளடக்க அம்சங்கள், இளைஞர்களின் சமூக நடத்தை மீது ஏற்படுத்தும் கணிப்பிடத்தக்க தாக்கம்

- கருப்பொருள் பகுப்பாய்வு (Thematic Analysis)

o FGDs மற்றும் நேர்காணல்களில் வெளிப்பட்ட கருத்துகளை Braun & Clarke (2006) முறையைப் பயன்படுத்தி குறியிடுதல் (coding).

o முக்கிய கருப்பொருட்கள்: மொழிப் பழக்கம், உடைமை, சமூக உறவுகள், அரசியல் ஈடுபாடு.

Results:

Demographic Profile of Respondents

Variable	*Category*	*Frequency (n)*	*Percentage (%)*
Gender	Male	150	50.0
	Female	150	50.0
Age Group	15–19 years	90	30.0
	20–24 years	120	40.0
	25–29 years	90	30.0
Location	Urban	150	50.0

	Rural	150	50.0
Education Level	School	75	25.0
	Undergraduate	165	55.0
	Postgraduate	60	20.0

Descriptive Statistics for Key Impact Areas

(5-point Likert Scale: 1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree)

Impact Area	Mean (M)	Standard Deviation (SD)	Highest Agreement Item (%)
Language	3.98	0.82	72% agree films influence slang words
Dressing	4.12	0.76	78% agree films influence clothing style
Social Relationships	3.85	0.88	69% agree films influence friendship norms
Political Awareness	3.45	0.91	60% agree films increase awareness of political issues

Correlation Matrix

Variables	Language	Dressing	Social Relationships	Political Awareness
Language	1.000	0.512**	0.468**	0.301**
Dressing	0.512**	1.000	0.556**	0.289**
Social Relationships	0.468**	0.556**	1.000	0.423**
Political Awareness	0.301**	0.289**	0.423**	1.000

* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Regression Analysis

Dependent Variable = Political Awareness

Predictor Variable	Beta (β)	t-value	p-value
Language	0.152	2.84	0.005
Dressing	0.098	1.92	0.056
Social Relationships	0.341	6.77	0.000

$R^2 = 0.284$, $F(3, 296) = 39.15$, $p < 0.001$

Thematic Analysis (Qualitative Data)

Theme	Description	Example Quote
Influence on Language	Films popularize slang and punch dialogues among youth	“After watching certain hero movies, my friends started using their dialogues daily.”

Fashion Adoption Film characters set trends for dressing styles "We all bought similar shirts after that movie became a hit."

Relationship Norms Films impact ideas about friendship, romance, and loyalty "Movies made me believe friendship means doing anything for friends."

Political Awareness Some films trigger discussions on political issues "That political drama made me Google about real-life events behind it."

Urban–Rural Comparison

Impact Area	Urban Mean (SD)	Rural Mean (SD)	t-value	p-value
Language	4.12 (0.78)	3.84 (0.85)	2.87	0.004
Dressing	4.25 (0.71)	4.00 (0.79)	3.02	0.003
Social Relationships	3.92 (0.85)	3.78 (0.90)	1.62	0.106
Political Awareness	3.58 (0.87)	3.32 (0.94)	2.42	0.016

தருண்முறை (Qualitative) பகுப்பாய்வின் அடிப்படையில்:

1. பிரபல நடிகர்களின் பாணி பின்பற்றுதல் – உடைமை, பேச்சுவழக்கு, நடைமுறை.
2. திரைப்பட உரையாடல்கள் – இளைஞர்களின் அன்றாட உரையாடலில் தாக்கம்.
3. சமூக பிரச்சினைகளின் விழிப்புணர்வு – அரசியல், சமூக நீதி, சுற்றுச்சூழல்.
4. இன, மொழி, கலாச்சார அடையாளம் – தமிழ் மொழி மற்றும் மரபு மீதான பெருமை.
5. புதிய சமூக பழக்கவழக்கங்கள் – டிஜிட்டல் மீடியா பின்தொடர்தல், Instagram Reels, TikTok பாணிகள்.

பிராந்திய / பாலின வேறுபாடுகள் (Regional / Gender Differences)

பிராந்திய அடிப்படையில்:

- நகரப் பகுதிகளில் உடைமை மற்றும் மொழியில் மேம்பட்ட தாக்கம் (Urban mean > Rural mean).
- கிராமப்புறங்களில் சமூக உறவுகளில் சிறிய அளவு அதிக தாக்கம், ஆனால் அரசியல் விழிப்புணர்வில் குறைவு.

பாலின அடிப்படையில்:

- ஆண்கள் – அரசியல் விழிப்புணர்வு மற்றும் சமூகச் செயல்பாடுகளில் அதிக ஈடுபாடு.
- பெண்கள் – உடைமை, மொழி, சமூக உறவுகளில் அதிக தாக்கம்.

விவாதம் (Discussion)

இந்த ஆய்வின் முக்கிய நோக்கம், தமிழ் சினிமா இளைஞர்களின் (15–29 வயது) மொழி, உடைமை, சமூக உறவுகள், மற்றும் அரசியல் விழிப்புணர்வு ஆகிய நான்கு முக்கிய துறைகளில் ஏற்படுத்தும் தாக்கங்களை பகுப்பாய்வு செய்வதாகும். புள்ளியியல் மற்றும் தருண்முறை முடிவுகள்,

இலக்கிய ஆய்வின் முந்தைய கண்டுபிடிப்புகளுடன் ஒப்பிட்டு பார்க்கப்பட்டன. இதனால், திரைப்படங்கள் சமூக மாற்றத்தின் ஒரு இயக்கமாகவும், மதிப்பீடு மற்றும் பழக்கவழக்கங்களில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் முக்கிய ஊடகமாகவும் செயல்படுவதை உறுதிப்படுத்துகிறது.

இலக்கிய ஆய்வுடன் ஒப்பீடு

Social Learning Theory (Bandura, 1977) படி, மக்கள் நடத்தை, மதிப்பீடுகள், மற்றும் சமூக விதிமுறைகளை பார்வையால் கற்றுக்கொள்கிறார்கள். இந்த ஆய்வில், இளைஞர்கள் பிரபல நடிகர்களின் உடைமை, பேசும் முறை, மற்றும் பாணிகளை பின்பற்றுவது Social Learning Theory-க்கு நேரடி ஆதாரமாகும். Cultivation Theory (Gerbner & Gross, 1976) கூறுவதுபோல, நீண்ட காலமாக திரைப்படங்களைப் பார்க்கும் பழக்கம், உலகைப் பற்றிய பார்வையை மாற்றுகிறது. குறிப்பாக, நகர்ப்புற இளைஞர்கள் திரைப்படங்களில் காணப்படும் நவீன வாழ்க்கை முறைகளை தங்களின் அடையாளமாக ஏற்றுக்கொள்வது, இந்த சித்தாந்தத்தின் விளைவாகும்.

Uses and Gratifications Theory (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) படி, பார்வையாளர்கள் பொழுதுபோக்கு, சமூக அடையாளம், மற்றும் தகவல் அறிதல் ஆகிய தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய திரைப்படங்களைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். இந்த ஆய்வில், அரசியல் விழிப்புணர்வுக்கு திரைப்படங்கள் ஒரு தகவல் ஆதாரமாக இருந்தாலும், பெரும்பாலான இளைஞர்கள் அதைப் பொழுதுபோக்கு மற்றும் பாணி பின்பற்றலுக்காகவே அதிகம் பயன்படுத்துகிறார்கள் என்பதை கண்டறிந்தோம்.

தமிழ் சினிமாவின் சமூக பாதிப்பு வரலாறு குறித்த இலக்கியங்களில் (Srinivas, 2013; Baskaran, 2009), 1950–1980 காலகட்டத்தில் சமூகச் சிந்தனையுடன் கூடிய திரைப்படங்கள், பார்வையாளர்களின் அரசியல் மற்றும் சமூக விழிப்புணர்வை உயர்த்தியதாகக் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. ஆனால், 1990கள் முதல் வணிகத் திரைப்படங்களில் சமூகச் செய்தி குறைந்து, பாணி மற்றும் காட்சிக் கவர்ச்சி அதிகரித்தது. இந்த ஆய்வின் முடிவுகள் அதையே உறுதிப்படுத்துகின்றன — உடைமை மற்றும் மொழியில் தாக்கம் அதிகமாக இருந்தாலும், அரசியல் விழிப்புணர்வு குறைவாகவே உள்ளது.

மதிப்பீடுகளில் மாற்றம்

தரவுகளின் அடிப்படையில், மதிப்பீடுகளில் தெளிவான மாற்றங்கள் காணப்படுகின்றன. முந்தைய தலைமுறைகளுடன் ஒப்பிடும்போது, தற்போதைய இளைஞர்கள்:

1. பெரிய அளவில் பாணி சார்ந்த மதிப்பீடுகளை உருவாக்குகின்றனர் (உடை, பேச்சு, அசைவுகள்).
2. சமூக உறவுகளில் வெளிப்படையான தொடர்புகளை விரும்புகிறார்கள் (social openness).
3. அரசியல் ஈடுபாட்டில் குறைவு காணப்படுகிறது, ஆனால் சமூக ஊடக வழி அரசியல் கருத்துகள் பரவுகின்றன.

இந்த மாற்றம், Gillespie (2006) குறிப்பிட்ட "மீடியா வழிநடத்தும் மதிப்பீடு மாற்றம்" (Media-led Value Shift) என்ற கருத்துடன் பொருந்துகிறது. திரைப்படங்கள், குறிப்பாக வணிக திரைப்படங்கள், இளைஞர்களின் 'coolness' மற்றும் 'trendiness' பற்றிய புரிதலை நேரடியாக உருவாக்குகின்றன.

சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் மாற்றம்

சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில், பின்வரும் மாற்றங்கள் கண்காணிக்கப்பட்டன:

- மொழி: திரைப்பட உரையாடல்கள், slang, மற்றும் punch dialogues அன்றாட உரையாடல்களில் அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன (Anbazhagan, 2018).
- உடைமை: திரைப்படங்களில் பிரபலமான கதாபாத்திரங்கள் அணியும் ஆடைகள், இளைஞர்களிடையே பிரபலமாகின்றன (Ravindran, 2019).
- சமூக உறவுகள்: காதல், நட்பு, மற்றும் குடும்ப உறவுகளைப் பற்றிய பார்வையில் சினிமாவின் தாக்கம் அதிகம். பலர் திரைப்படங்களில் காணப்படும் காதல் மாதிரிகளை வாழ்க்கையில் பின்பற்ற முயற்சிக்கின்றனர்.
- அரசியல் விழிப்புணர்வு: சமூக பிரச்சினைகளை மையமாகக் கொண்ட சில திரைப்படங்கள் அரசியல் விழிப்புணர்வை உயர்த்தினாலும், பெரும்பாலான வணிகத் திரைப்படங்கள் இந்த துறையில் குறைவான பங்களிப்பை மட்டுமே செய்கின்றன.

நேர்மறை விளைவுகள்

இந்த ஆய்வின் முடிவுகளின் அடிப்படையில், தமிழ் சினிமா இளைஞர்களுக்கு ஏற்படுத்தும் சில நேர்மறை விளைவுகள்:

1. மொழி மற்றும் கலாச்சார அடையாளத்தை வலுப்படுத்தல் – தமிழ் மொழிப் பயன்பாடு மற்றும் மரபுகளின் பெருமை அதிகரித்தல்.
2. சமூக விழிப்புணர்வு – சில திரைப்படங்கள் பாலின சமத்துவம், சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு, மற்றும் சமூக நீதி பற்றிய செய்திகளை வழங்குகின்றன.
3. சுய வெளிப்பாடு மற்றும் தன்னம்பிக்கை – பாணி மற்றும் உரையாடல் பின்பற்றுதல் இளைஞர்களுக்கு சமூகத்தில் தங்களின் இடத்தை உருவாக்கும் நம்பிக்கையை அளிக்கிறது.

எதிர்மறை விளைவுகள்

அதே நேரத்தில், சில எதிர்மறை விளைவுகளும் அடையாளம் காணப்பட்டன:

1. வணிக பாணி மிகை – உடை, அழகு, மற்றும் வாழ்க்கை முறைகளின் அளவுக்கு மீறிய காட்சிகள், நிஜ வாழ்க்கையில் இயலாமையான எதிர்பார்ப்புகளை உருவாக்குகின்றன (Venkatesh, 2020).
2. அரசியல் விழிப்புணர்வின் குறைவு – சமூக மாற்றத்திற்கான திரைப்படங்களின் பங்கு குறைவது.
3. பழக்கவழக்கங்களில் மேற்கு நோக்குமை – உள்ளூர் கலாச்சாரத்தை விட பன்னாட்டு பாணிகளை அதிகம் பின்பற்றுதல்.

மொத்தப் பொருள்

இலக்கிய ஆய்வுடன் ஒப்பிடுகையில், இந்த ஆய்வு இரண்டு முக்கிய அம்சங்களை வெளிப்படுத்துகிறது:

- திரைப்படங்கள் இன்னும் மதிப்பீடு மற்றும் பழக்கவழக்கங்களை வடிவமைக்கும் சக்தி கொண்டுள்ளன.

• ஆனால், அரசியல் மற்றும் சமூக விழிப்புணர்வில் முந்தைய தலைமுறையுடன் ஒப்பிடும்போது குறைவான தாக்கமே உள்ளது.

இதனால், எதிர்காலத்தில் தமிழ் சினிமா, பொழுதுபோக்குடன் சமூகச் செய்திகளையும் இணைக்கும் வகையில் உருவாக வேண்டியது அவசியம்.

பரிந்துரைகள் (Recommendations)

இந்த ஆய்வின் முடிவுகள் தமிழ் திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகள் மற்றும் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துவதை வெளிப்படுத்துகின்றன. குறிப்பாக மொழி, உடைமை, சமூக உறவுகள், அரசியல் விழிப்புணர்வு போன்ற துறைகளில் திரைப்படங்களின் தாக்கம், நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புற இளைஞர்களுக்கு இடையிலான வேறுபாடுகள், மற்றும் பாலின அடிப்படையிலான அனுபவ வேறுபாடுகள் ஆகியவை கவனத்திற்குரியவை. இதனை அடிப்படையாகக் கொண்டு கீழ்க்கண்ட பரிந்துரைகள் முன்வைக்கப்படுகின்றன:

கல்வி நிறுவனங்களுக்கு

• மீடியா கல்வி (Media Literacy) பாடத்திட்டம்: பள்ளிகள் மற்றும் கல்லூரிகளில் ஊடகத்தாக்கத்தை விமர்சன ரீதியாக ஆராயும் பாடங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட வேண்டும். இதன் மூலம் மாணவர்கள் திரைப்படங்களை சிந்தனையுடன் அணுக கற்றுக்கொள்வர்.

• திரைப்படக் கலந்துரையாடல் குழுக்கள்: மாணவர்களுடன் திரைப்படங்களின் சமூக மற்றும் கலாச்சார செய்திகளைப் பகிர்ந்து விவாதிக்க சிறப்பு அமர்வுகள் ஏற்பாடு செய்யலாம்.

• உள்ளூர் கலாச்சாரத்தை ஊக்குவித்தல்: மாணவர்களில் தமிழ் பாரம்பரியமும் பண்பாடும் குறித்த விழிப்புணர்வை அதிகரிக்க கல்வி நிகழ்ச்சிகள் நடத்துதல்.

திரைப்பட தயாரிப்பாளர்களுக்கு

• சமூகப் பொறுப்பு உணர்வுடன் உள்ளடக்கம்: இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகளை உருவாக்கும் விதத்தில் திரைப்படங்கள் சமூக நல்லிணக்கத்தையும் நேர்மறை பண்புகளையும் ஊக்குவிக்க வேண்டும்.

• பாலின சமத்துவக் காட்சிப்படுத்தல்: பெண்கள் மற்றும் பிற பாலினங்களின் பாத்திரங்களை மரியாதையுடனும் யதார்த்தமாகவும் சித்தரிக்க வேண்டும்.

• மொழி மற்றும் கலாச்சார அடையாளம்: தூய்மையான தமிழ், மற்றும் பாரம்பரிய இசை, கலை வடிவங்கள் போன்றவை திரைப்படங்களில் முன்னிலைப்படுத்தப்பட வேண்டும்.

கொள்கை உருவாக்குநர்களுக்கு

• திரைப்பட உள்ளடக்க ஒழுங்குமுறை: சிறுவர் மற்றும் இளைஞர்களுக்கு பாதிப்பை ஏற்படுத்தக்கூடிய காட்சிகளுக்கு மதிப்பீட்டு முறைகளை (rating systems) கடுமையாகப் பயன்படுத்துதல்.

• சமூக விழிப்புணர்வு திரைப்படங்களுக்கு ஊக்கத்தொகை: கல்வி, சுற்றுச்சூழல், பாலின சமத்துவம், மனித உரிமைகள் போன்ற சமூகப் பிரச்சினைகளை கையாளும் திரைப்படங்களுக்கு அரசு ஊக்கத் தொகை வழங்குதல்.

• திரையரங்கு மற்றும் டிஜிட்டல் பிளாட்ஃபார்ம் கண்காணிப்பு: ஆன்லைன் மற்றும் திரையரங்கு வெளிப்பாட்டுகளில் உள்ளடக்கத்தினை கட்டுப்படுத்தும் சட்ட நடைமுறைகளை வலுப்படுத்துதல்.

ரசிகர் சமூகங்களுக்கு

• விமர்சன பார்வையை வளர்த்தல்: ரசிகர்கள் தங்கள் விருப்பமான திரைப்படங்களையும் நடிகர்களையும் விமர்சன ரீதியாக ஆராயும் பழக்கத்தை வளர்க்க வேண்டும்.

• சமூக சேவை நிகழ்ச்சிகள்: ரசிகர் மன்றங்கள் சமூக நல நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட்டு, திரைத்துறை மற்றும் சமூகத்திற்கு நேர்மறையான தொடர்பை உருவாக்கலாம்.

• சரியான ஆன்லைன் விவாதங்கள்: சமூக ஊடகங்களில் திரைப்படங்களைப் பற்றிய விவாதங்கள் மரியாதை மற்றும் கருத்து வேறுபாடுகளைப் பொறுத்த மனப்பான்மையுடன் நடத்தப்பட வேண்டும்.

முடிவு (Conclusion)

இந்த ஆய்வு தமிழ் திரைப்படங்கள், குறிப்பாக சமீபத்திய தலைமுறை (Gen Z) இளைஞர்களின் வாழ்க்கை நோக்குகள், மதிப்பீடுகள், மற்றும் சமூகப் பழக்கவழக்கங்களில் ஏற்படுத்தும் தாக்கங்களை ஆழமாக ஆய்வு செய்தது. ஆய்வின் முக்கியக் கண்டுபிடிப்புகள் பின்வருமாறு:

- திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மொழி, உடைமை, உறவுகள், மற்றும் வாழ்க்கை இலட்சியங்களில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.
- சமூகச் செய்திகள், பாலினக் காட்சிப்படுத்தல், மற்றும் கலாச்சார அடையாளம் ஆகியவற்றில் திரைப்படங்கள் நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறை விளைவுகளை ஒரே நேரத்தில் ஏற்படுத்துகின்றன.
- நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புற இளைஞர்களின் பார்வையில் தெளிவான வேறுபாடுகள் காணப்படுகின்றன; நகர்ப்புற இளைஞர்கள் திரைப்படங்களில் உள்ள நவீன வாழ்க்கைச் சித்திரங்களுக்கு அதிகம் ஈர்க்கப்படுகின்றனர், கிராமப்புற இளைஞர்கள் பாரம்பரிய மற்றும் குடும்ப அடிப்படையிலான காட்சிகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றனர்.
- பாலின அடிப்படையில், பெண்கள் பாத்திரங்களின் யதார்த்தத்தன்மை மற்றும் அதிகாரமளித்தல் (empowerment) தொடர்பான கருத்துக்கள், ஆண்கள் விட வேறுபட்டதாக இருந்தது.

சமூக மற்றும் கலாச்சார முக்கியத்துவம்

இந்த ஆய்வு, தமிழ் திரைப்படங்கள் சமூகத்தில் ஒரு பிரதிபலிப்பாக மட்டுமின்றி, சமூக மாற்றத்தை உருவாக்கும் சக்திவாய்ந்த கருவியாகவும் செயல்படுவதை உறுதிப்படுத்துகிறது. திரைப்படங்கள், பார்வையாளர்களின் கலாச்சார அடையாளத்தை மீண்டும் உறுதிப்படுத்தவும், உலகமயமாக்கலின் சவால்களை எதிர்கொள்ளவும் உதவுகின்றன. ஆனால், அதே சமயம், வணிக ரீதியான லாப நோக்கங்களால், சில திரைப்படங்கள் இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகளில் பாசாங்கு, வன்முறை, மற்றும் பாலின அசமத்துவத்தை நிலைநிறுத்தும் ஆபத்தும் கொண்டிருக்கின்றன.

எதிர்கால ஆய்வுத் திசைகள்

- டிஜிட்டல் பிளாட்ஃபார்ம்கள் (OTT, YouTube) வழியாக திரைப்படங்கள் மற்றும் வெப்-சீரிஸ்கள் இளைஞர்களுக்கு ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை ஆய்வு செய்தல்.

- நீண்டகால (Longitudinal) ஆய்வுகள் மூலம் திரைப்படங்களின் தாக்கம் நிலையானதா அல்லது தற்காலிகமா என்பதை கண்காணித்தல்.
- பிராந்திய மற்றும் மொழி அடிப்படையிலான ஒப்பீட்டு ஆய்வுகள் நடத்தி, தமிழ் திரைப்படங்களின் தனித்துவத்தை பிற இந்திய பிராந்திய சினிமாக்களுடன் ஒப்பிடுதல்.
- பாலின அடிப்படையிலான திரைப்பட அனுபவங்கள் மற்றும் அவற்றின் மனவியல் விளைவுகளை விரிவாக ஆய்வு செய்தல்.

வரையறைகள் (Limitations)

புவியியல் மற்றும் மாதிரி அளவு வரையறைகள்

இந்த ஆய்வு குறிப்பிட்ட சில நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புற பகுதிகளை மட்டுமே உள்ளடக்கியது; அதனால், முடிவுகளை தமிழ்நாடு முழுவதுக்கும் அல்லது உலகளாவிய தமிழ் பேசும் சமூகத்துக்கும் பொதுப்படுத்துவதில் வரம்புகள் உள்ளன. மாதிரி அளவு (sample size) குறைவாக இருந்ததால், சில துணைக் குழுக்களில் புள்ளியியல் வலிமை (statistical power) குறைந்தது.

தற்காலிக மற்றும் நீண்டகால தாக்கம் கணிக்க முடியாத நிலை

இந்த ஆய்வு குறுகிய காலப் பார்வையை (cross-sectional study) மட்டுமே பயன்படுத்தியது. எனவே, திரைப்படங்களின் நீண்டகால தாக்கம் குறித்து உறுதியான முடிவுகளை எடுக்க முடியவில்லை. மேலும், இளைஞர்களின் மதிப்பீடுகளில் நிகழும் மாற்றங்களுக்கு திரைப்படங்களுக்கு அப்பாற்பட்ட சமூக ஊடகம், குடும்ப சூழல், மற்றும் கல்வி போன்ற காரணிகளும் தாக்கம் ஏற்படுத்தக்கூடும் என்பதால், திரைப்படங்களின் தாக்கத்தை தனித்து அளவிடுவது சிரமமாக இருந்தது.

மேற்கோள்கள் (References)

1. Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. Media Psychology, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
2. Dissanayake, W., & Gokulsing, K. M. (2004). Indian popular cinema: A narrative of cultural change. Trentham Books.
3. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), Media effects: Advances in theory and research (pp. 43–67). Lawrence Erlbaum Associates.
4. Rajadhyaksha, A., & Willemen, P. (1999). Encyclopedia of Indian cinema. British Film Institute.
5. Srinivas, S. V. (2009). Megastar: Chiranjeevi and Telugu cinema after N. T. Rama Rao. Oxford University Press.

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Our journal adopts CC BY License Creative Commons Attribution 4.0 International License http://Creativecommons.org//license/by/4.0/ . It allows using, reusing, distributing and reproducing of the original work with proper citation.