

ரியாலிட்டி ஷோக்கள் இளம் பட்டதாரி மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் ரீதியிலான தாக்கங்கள்: இஸ்லாமிய கற்கைகள் மற்றும் அரபு மொழி பீட முதலாம் வருட மாணவிகளை மையப்படுத்திய ஆய்வு, இலங்கை தென்கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம்

The Reality Show's Psychological Impacts on Undergraduates: A Study Based on First Year Students of Faculty of Islamic Studies and Arabic Language, South Eastern University of Sri Lanka

M.H.F. Roshni¹, F. Afrose², P.M.A. Aleeshan³ & A.M.M. Aaqil⁴

^{1,2 & 3} Department of Islamic Studies, South Eastern University of Sri Lanka

⁴ Department of Arabic Language, South Eastern University of Sri Lanka

⁴ Department of Arabic Language, South Eastern University of Sri Lanka

¹roshnihaniiffa@gmail.com, ²afrose8376@gmail.com, ³anwaralisan96@gmail.com, ⁴aaqilamm@seu.ac.lk

ABSTRACT

Reality shows are a collection of shows designed to entertain people. As such it is interesting for everyone from school students to university students to watch reality shows. The study aims to identify the psychological implications of the reality show among younger students. This study is characteristic and quantitative methodology; Have used .; Thus the data for this study were obtained and analyzed on the basis of first and second degree data. Data were obtained through questionnaire group discussion and observation as first level data. The questionnaire was presented to 100 selected first-year students of the Faculty of Islamic Studies and Arabic Language and data was also obtained through group discussion. Research articles related to the topic as secondary data in web articles; Data is also collected by. The obtained data are analyzed by the governing body and the results are obtained. The results of the study show that reality shows have a number of psychological and behavioral implications for young graduate students. The fact that the young graduate students commented that they are happy and relaxed by watching reality shows is seen as a positive result. That is why the main conclusion of the study is that reality shows have a high psychological and behavioral positive impact on students.

Keywords: Reality Show, Young Undergraduate Students, Psychological Impacts, South Eastern University of Sri Lanka.

ஆய்வுச் சுருக்கம்

ரியாலிட்டி ஷோக்கள் மக்களை களிப்பூட்டும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்ட நிகழ்ச்சிகளின் தொகுப்பாகும். அந்தவகையில் இது பாடசாலை மாணவர்கள் தொடக்கம் பல்கலைக்கழக மாணவர்கள் வரை அனைவரும் ரியாலிட்டி ஷோக்கள் பார்ப்பதில் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம்பட்டதாரி மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் ரீதியான தாக்கங்களை இனங்காண்பதை நோக்காகக் கொண்டு இவ்வாய்வானது மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இவ்வாய்வானது பண்பு மற்றும் அளவு ரீதியான முறையியலை பயன்படுத்தியுள்ளன. அந்தவகையில் இவ்வாய்வுக்கான தரவுகளானது முதலாம், இரண்டாம் நிலைத் தரவுகள் எனும் அடிப்படையில் பெறப்பட்டு பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது. முதலாம் நிலைத் தரவுகளாக வினாக்கொத்து, குழுக் கலந்துரையாடல் மற்றும் அவதானம் மூலம் தரவுகள் பெறப்பட்டன. வினாக்கொத்தானது இஸ்லாமிய கற்கைகள் மற்றும் அரபு மொழி பீட முதலாம் வருட மாணவிகளில் எழுமாறாக தெரிவு செய்யப்பட்ட 100 பேரிடம் வழங்கப்பட்டது மற்றும் குழுக் கலந்துரையாடல் மூலமும் தரவுகள் பெறப்பட்டன. இரண்டாம் நிலைத் தரவுகளாக தலைப்புடன் தொடர்புபட்ட ஆய்வுக் கட்டுரைகள், இணையத்தள ஆக்கங்கள்; மூலமும் தரவுகள் திரட்டப்பட்டுள்ளன. பெற்றுக்கொள்ளப்பட்ட தரவுகள் ஆள நுட்பமூலம் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு பெறுபேறுகள் பெறப்பட்டுள்ளன. ஆய்வின் முடிவுகளாக ரியாலிட்டி ஷோ வானது இளம் பட்டதாரி மாணவர்கள் மத்தியில் உளவியல் ரீதியான மற்றும் நடத்தை ரீதியான பல தாக்கங்களை ஏற்படுத்தியுள்ளமையை காணமுடிகின்றது. மேலும் ரியாலிட்டி ஷோ பார்ப்பதன் மூலம் மகிழ்ச்சியாக இருப்பதாகவும், மனநிம்மதியை தருவதாகவும் இளம் பட்டதாரி மாணவிகள் கருத்து தெரிவித்திருந்தானது நேர்மறையான ஒரு முடிவாக காணப்படுகின்றது. ஆகவேதான் ரியாலிட்டி ஷோக்கள் அதிகமாக உளவியல் ரீதியான மற்றும் நடத்தை ரீதியான நேர்மறையான தாக்கங்களை மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்தியுள்ளமை ஆய்வின் பிரதான முடிவாக கண்டறியப்பட்டுள்ளன.

திறவுச் சொற்கள்: ரியாலிட்டி ஷோ, இளம் பட்டதாரி மாணவிகள், உளவியல் ரீதியிலான தாக்கங்கள், இலங்கை தென்கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம்.

1. ஆய்வு அறிமுகம்

ஊடகங்கள் உலகின் கண்கள் என அழைக்கப்படுகிறது. உலகின் ஒட்டுமொத்த ஓட்டத்தையும் அலசி ஆராய்ந்து ஒளிபரப்பாக்குகிறது. பொதுவாக ஊடகங்கள் பல கட்டமைப்புகளையும், செயல்முறைகளையும் தமக்கேயான தனிச்சிறப்புக்களுடன் ஒளிபரப்பாக்கி, ஏனைய ஊடகங்களுடன் போட்டி போட்டு முன்னேறுவது வழக்கமான வியாக்கியானமாக கருதமுடியும். அவ்வாறான புதிய நுட்பங்களில் அமெரிக்க தொலைக்காட்சிகளில் அறிமுகமாகி, வட இந்திய தொலைக்காட்சிகளில் பிரபல்யமாகி பின்னர் மொழிபெயர்ப்பு மூலம் தென்னிந்திய தொலைக்காட்சிகளில் பெயர் பெற்று இன்று அனைவரையும் கவர்ந்த நிகழ்ச்சியாக ரியாலிட்டி ஷோக்களை குறிப்பிட முடியும்(மயூரா அகிலன், 2012). அந்த வகையில் ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சி (யதார்த்த நாடகம்) என்பது அன்றாட வாழ்வில் யதார்த்தமாய் நிகழ்கின்ற நிகழ்வுகளை கற்பனை கலந்த பாத்திரங்களில் நிகழ்த்துவது என குறிப்பிட முடியும். இந்த ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகள் பொதுவாக திரைப்பிரபலங்களின் மூலமே தொகுக்கப்பட்டு ஒளிபரப்பப்படுகிறது. இன்னும்

இந்த ரியாலிட்டி ஷோக்கள் இலங்கை தொலைக்காட்சிகளை காட்டிலும் தென்னிந்திய தொலைக்காட்சிகளிலே அதிகம் ஒளிபரப்பாகின்றன. குறிப்பாக விஜய் டிவி ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளுக்கு பிரபலமான தொலைக்காட்சியாக காணப்படுகிறது. இன்னும் சன் டிவி, ஸீ தமிழ் போன்ற தொலைக்காட்சிகளிலும் இன்று அதிகமான ரியாலிட்டி ஷோக்கள் இடம்பெறுகின்றன. அந்தவகையில் ரியாலிட்டி ஷோக்களின் கட்டமைப்பில் என்டடைமன்ட் ஷோக்கள், டாக் ஷோக்கள், டாஸ்க் ஷோக்களாக இடம்பெறுகின்றன. இவ்வாறான நிகழ்ச்சிகள் இலங்கை தொலைக்காட்சி நிறுவனங்களில் ஒளிபரப்பப்பட்டாலும் இந்திய தொலை ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பது அதிகமாக காணப்படுகிறது. இன்னும் இந் நிகழ்ச்சிகள் மக்களுக்கு மத்தியில் பேசப்படுகின்ற, அதிகம் பார்க்கப்படுகின்ற ஒன்றாக மாறிவிட்டது. இதன் விளைவுகள் பற்றிய விழிப்புணர்வு இல்லாமலே மக்கள், மாணவர்களுக்கு மத்தியில் அடிமையாக்கப்பட்ட ஒன்றாக மாறிவிட்டது.

அண்மைக்காலமாக அனைவர்களிடமும் பேசப்படுகின்ற பார்க்கப்படுகின்ற அடிமையாகிய நிகழ்ச்சி நிரலாக ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகள் காணப்படுகிறது. தொலைக்காட்சி நிலப்பரப்பு முழுவதும் ரியாலிட்டி அடிப்படையிலான தொகுப்பு மில்லியன் கணக்கான பார்வையாளர்களை மட்டுமல்ல. சமீபத்திய ஆண்டுகளின் கல்வி ஆர்வத்திலும் பிறழ்வுகளையும் ஏற்படுத்தியுள்ளது (Kooistra et al, 1998; .Nabi et al, 2003; Oliver, 1994). இன்னும் அடிப்படை அனுபவ மூலத்திலிருந்தும் பலவிதமான முன்னோக்குகளிலிருந்தும் இத்தகைய ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகள் வந்துள்ளது (பிஸ்மன் மற்றும் பலர், 1998). எனினும் ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளில் ஒரு புதிய திருப்பம் ஏற்பட்டுள்ளது (கேவெண்டர் மற்றும் பலர், 1993; பிஸ்மேன் மற்றும் பலர், 1998; ஆம்ஸ்ரோங் மற்றும் பலர், 1995). இன்னும் இந்த ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகள் க்ரைம் தொடர்கள், கேம் டாஸ்க்கள், லைப் ஸ்டைல் திட்டங்கள் என பொதுவாக பிரிக்கப்பட்டு இடம்பெற்று வருகின்றன (கோடல்ட்ரி, 2004).

இந்த ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதில் வயது வித்தியாசம் இன்றி பலரும் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். அந்த வகையில் பாடசாலை, பல்கலைக்கழக மாணவர்கள் குறிப்பிடத்தக்கவர்கள். இதனால் அன்றாட வாழ்வில் அவர்களை அறியாமலேயே ரியாலிட்டி தொடர்களைப் போன்ற பண்புகள், பாத்திரங்கள் மற்றும் பார்வைகளும் இணைந்து விடுகின்றன. எனவே “ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம் பட்டதாரி மாணவிகளுக்கு மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் தாக்கங்கள்” எனும் தலைப்பில் இவ்வாய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

2. ஆய்வுப் பிரச்சினை

ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம் பட்டதாரி மாணவிகளுக்கு மத்தியில் உளவியல் ரீதியாகவும், நடத்தை ரீதியாகவும் தாக்கங்களை ஏற்படுத்தியுள்ளன. அவ்வாறே இஸ்லாமிய கற்கைகள் மற்றும் அரபு மொழி பீட முதலாம் வருட மாணவிகள் தொடராக நிகழ்நிலைக் கல்வியை தொடர்ந்ததனால், திரை நேரப் பாவனையும் இ சமூக வலைத்தளங்களின் தொடர்பும் அதிகரித்த வண்ணம் இருந்ததனால் முதலாம் வருட மாணவிகள் ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளை பார்வையிடும் அளவீடு அதிகம் என்பதனையும், இன்னும் ரியாலிட்டி தொடர்களை பார்க்கும் விதத்தில் பெண்களின் சதவீதம் மிகை என்பதை ஆய்வுப் பிரச்சினையாக கொண்டு; மேலும் இலங்கையில் இந்த தலைப்பு வாரியான ஆய்வுகள் குறைவு என்பதையும் கருத்திற்கொண்டு பட்டதாரிகள்

எதிர்நோக்கும் உளவியல் ரீதியான தாக்கங்களை இணங்காண இவ்வாய்வு மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

3. ஆய்வு நோக்கம்

ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம் பட்டதாரி மாணவிகளுக்கு மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் ரீதியான தாக்கங்களை இணங்காணல்.

4. ஆய்வு முறையியல்

ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம் பட்டதாரி மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் ரீதியான தாக்கங்கள் எனும் தலைப்பில் இஸ்லாமிய கற்கைகள் மற்றும் அரபு மொழி பீட முதலாம் வருட மாணவிகளை மையப்படுத்தி மேற்கொள்ளப்பட்ட இவ்வாய்வானது பண்பு மற்றும் அளவு ரீதியான முறையியலில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. அந்தவகையில் இவ்வாய்வுக்கான தரவுகளானது முதலாம், இரண்டாம் நிலைத் தரவுகள் எனும் அடிப்படையில் பெறப்பட்டு பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது. முதலாம் நிலைத் தரவுகளாக வினாக்கொத்து, குழுக் கலந்துரையாடல் மற்றும் அவதானம் மூலம் தரவுகள் பெறப்பட்டன. வினாக்கொத்தானது இஸ்லாமிய கற்கைகள் மற்றும் அரபு மொழி பீட முதலாம் வருட மாணவிகளில் எழுமாறாக தெரிவு செய்யப்பட்ட 100 பேரிடம் வழங்கப்பட்டது மற்றும் குழுக் கலந்துரையாடல் மூலமும் தரவுகள் பெறப்பட்டன. இரண்டாம் நிலைத் தரவுகளாக தலைப்புடன் தொடர்புபட்ட ஆய்வுக் கட்டுரைகள், இணையத்தள ஆக்கங்கள், மூலமும் தரவுகள் திரட்டப்பட்டுள்ளன.

5. இலக்கிய மீளாய்வு

“The Impact Of Reality Shows On Children A Study Of Chingigarh School Students.” (Archana Sharma & BS Batia, 2021). எனும் ஆய்வானது சண்டிகார் பள்ளி மாணவர்களை மையப்படுத்தி மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இந்தியாவில் குழந்தைகள் மீதான நிகழ்ச்சிகள் குறித்து ஆய்வுகள் மேற்கொள்ளப்படவில்லை. எனவே 10-18 வயதிற்குட்பட்ட 500 பள்ளி மாணவர்களிடம் நடாத்தப்பட்ட ஆய்வில் ரியாலிட்டி ஷோக்கள் குழந்தைகள் மீதான தாக்கத்தை ஆய்வு செய்தனர். 90 சதவீதமானோர் பிக்பாஸ் நிகழ்ச்சிகளை பார்த்துள்ளனர். பதிலளித்தவர்களில் 84.9 சதவீதம் தவறான வார்த்தை பிரயோகங்களை பொது நடைமுறையாக மாறிவிட்டது என்று கூறிகின்றனர். ஆகவே ரியாலிட்டி ஷோக்கள் நடத்தை ரீதியாக மாற்றத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளது என இவ் ஆய்வில்; தெளிவாக ஆராயப்பட்டுள்ளது.

“Impact Of Reality Shows On Adolescent Personality” (Agarwal Shalini & Sharma Ayushi, 2015). எனும் ஆய்வானது உத்தர பிரதேசத்தில் அரச மற்றும் தனியார் பள்ளிகளில் தங்கி இருக்கும் 120 இளம் பருவத்தினரிடம் ஆய்வு நடாத்தப்பட்டுள்ளது. ஆய்வின் பிரதான நோக்கமாக இளம் பருவ மாணவர்களின்; ஆளுமையில் ரியாலிட்டி ஷோவின் நேர் மற்றும் எதிர்மறையான தாக்கங்களை இணங்கான்பதை ஆய்வுசெய்துள்ளது. இதற்காக வினாக்கொத்து, நேர்காணல் அட்டவணைகள் என்பன பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளன. இரு தரப்பு மாணவர்களிடமும் 0.05 நேர்மறைத் தாக்கங்கள் மற்றும் போட்டித் திறனுக்கான உணர்வு காணப்படுகின்றன. இன்னும் அரச பள்ளி மாணவர்களை காட்டிலும் அதிகமாக தனியார் பள்ளி மாணவர்கள் ரியாலிட்டி ஷோவிற்கு அதிகம் அடிமையாகியுள்ளமை ஆய்வின் முடிவில் தெளிவுபடுத்தப்பட்டுள்ளன.

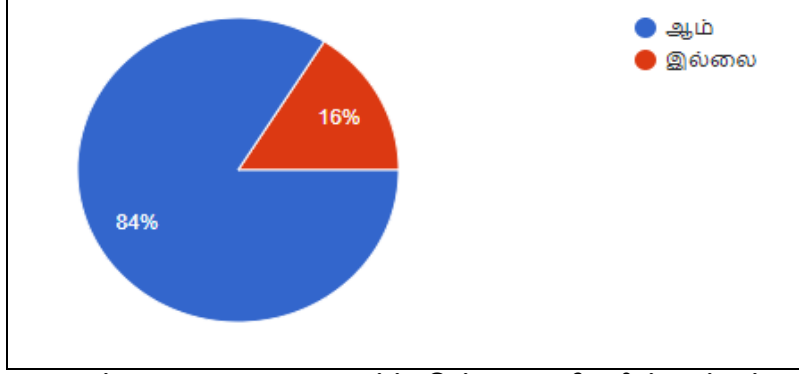
“Content Strategy” (Shailesh Kumar, 2016). எனும் ஆய்வானது Contents ஆனது ஒரு நிகழ்வின் ஒட்டுமொத்த தகவல்களை குறிக்கும் எனவும் பார்வையாளர்களை கவரும் மிகப்பெரும் உத்தி எனவும் குறிப்பிடுகிறது. இன்னும் பார்வையாளர்களை மீண்டும் மீண்டும் பார்வையிட ஊக்குவிக்கிறது. எனவே இவ்வாய்வானது நல்ல உள்ளடக்கத்துடன் தொடர்புடைய பொதுவான சவால்களை ஆராய்கிறது. ஒருவலுவான உள்ளடக்கத்தின் உத்தியை வரையறுப்பதற்கான அத்தியவசிய முன் நிபந்தனைகளை ஆராய்கிறது. உள்ளடக்க மூலோபாயத்தின் நான்கு கட்டங்களை முக்கிய வடிவமைப்பு இன்னும் பரிசீலனைகளுடன் ஆராய்கிறது. எனவே மீடியா ரியாலிட்டி ஷோக்களுக்கு ஊழுவெநவெள அவசியம் ஆகும் என்பது இவ்வாய்வின் முடிவில் கூறப்படுகிறது.

“Television Advertising Television: Measure The Ability Of Television Promos To Deliver Ratings For New Programs Using Single Source Data”(Virginia beal மற்றும் பலர், 2017) எனும் ஆய்வானது பொழுதுபோக்குத் துறையானது பார்வையாளர்களைக் கவர விளம்பரத்தையே பெரிதும் நம்பியுள்ளது. விற்பனையில் விளம்பரத்தின் காரணமான தாக்கத்தை நிர்ணயிப்பதற்கான நன்கு நிறுவப்பட்ட ஒற்றை-மூல முறையின் அடிப்படையில், பார்க்கும் நடத்தையில் ஒளிபரப்பு தொலைக்காட்சி விளம்பரங்கள் அல்லது விளம்பரங்களின் விளைவை அளவிடுவதற்கான ஒரு முறையை இந்த ஆய்வு விளக்குகிறது. 18 புதிய பிரைம்-டைம் புரோகிராம்களில் இந்த முறையை விளக்குகிறது. விளம்பரங்கள் பார்க்கும் நடத்தையில் நேர்மறையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன என்பதைக் காட்டுகிறது. வெளிப்படும் பார்வையாளர்கள் புதிய தொடரின் பிரீமியர் எபிசோடைப் பார்ப்பதற்கு கணிசமாக அதிக வாய்ப்புள்ளது, பல்வேறு தொலைக்காட்சி பார்க்கும் எடைகள், விளம்பர வெளிப்பாடுகளின் அதிர்வெண் மற்றும் நிரல் வகைகள். அதிர்வெண் அடிப்படையிலான உத்திகளைக் காட்டிலும் அடைய அடிப்படையிலான திட்டமிடல் உத்திகள் பொதுவாக மிகவும் பயனுள்ளதாக இருப்பதற்கான ஆதாரங்களையும் ஆராய்ச்சி காட்டுகிறது. இந்த கண்டுபிடிப்புகள் நெட்வொர்க்குகள் தங்கள் விளம்பர உத்தியை மிகவும் திறம்பட செயல்படுத்த உதவுவதற்கு வழிகாட்டுதலை வழங்குகின்றன, அத்துடன் தொலைக்காட்சி விளம்பரங்களின் செயல்திறனைப் பற்றிய எதிர்கால ஆராய்ச்சிக்கான ஒரு வழிமுறையையும் வழங்குகிறது, ஏனெனில் இந்த அணுகுமுறையை எந்த நாட்டிலும் தொலைக்காட்சி மதிப்பீடு குழுவில் பயன்படுத்தமுடியும் எனவும் ஆய்வு விளக்குகிறது.

“Recognition Of Sex Role Stereotypes In Prime Time Television”(Butter மற்றும் பலர், 1984). எனும் ஆய்வானது பாரம்பரிய தொலைக்காட்சி கதாப்பாத்திரங்கள் பொதுவாக பாலின ஒழுங்குமுறையாக சித்தரிக்கப்பட்டாலும், சமீபகாலமாக ஸ்டீரியோடைப் பாத்திரங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. கல்லூரி வயது பங்கேற்பாளர்கள் ஒரே மாதிரியான சித்தரிப்புகள் இடம்பெறுகின்றன. ஒவ்வொரு பாத்திரத்திற்கும் கவர்ச்சி மற்றும் விருப்ப மதிப்பீடுகள் எடுக்கப்பட்டன. இந்த மதிப்பீடுகளில் உள்ள பாலின வேறுபாடுகள் ஆராயப்பட்டுள்ளது. ஆண், பெண்களில் பெண்களுக்கு உச்ச அளவில் மதிப்பீடுகள் காணப்படுவதாக முடிவுகள் காணப்படுகின்றன. இவ்வாய்வில் தொலைக்காட்சி மாதிரியாக்கத்திற்கான தாக்கங்களும் விவாதிக்கப்படுகின்றன.

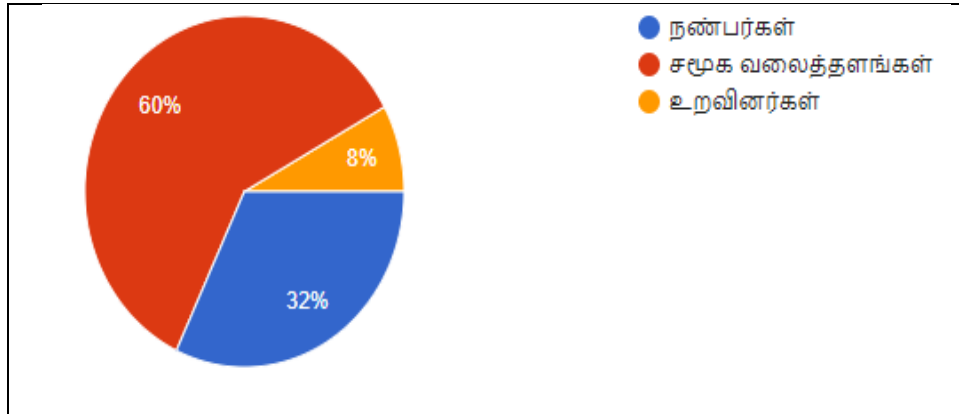
6. கலந்துரையாடலும் பெறுபேறுகளும்

01. ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதில் மாணவிகளின் ஆர்வம் தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது 84% மாணவிகளுக்கு ஆர்வம் இருப்பதாகவும், 16% மாணவிகளுக்கு ரியாலிட்டி ஷோ பார்ப்பதில் ஆர்வம் இல்லை என்றும் இதன் மூலம் தெரியவருகிறது.



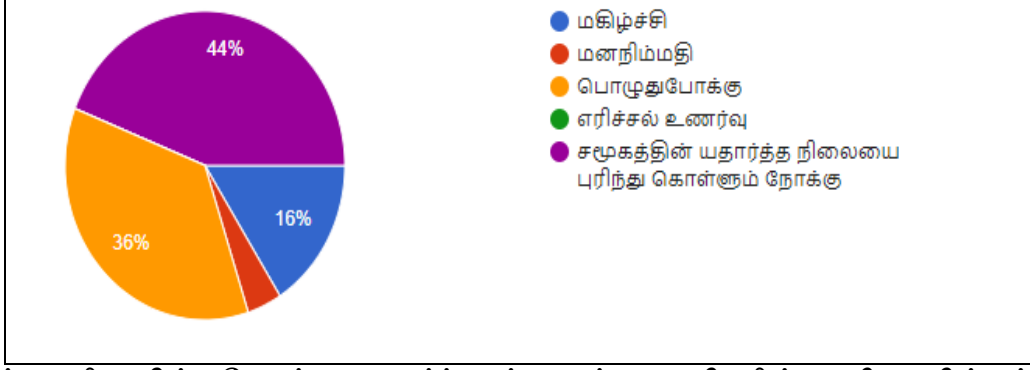
படம்: 01 – Reality Shows பார்ப்பதில் மாணவிகளின் ஆர்வம்

02. மாணவிகளிடத்தில் ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதற்கு அது யார் மூலம் அறிமுகமானது? என்பது தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது 60% மாணவிகள் சமூக வலைதளங்கள் மூலமும் 32% மாணவிகள் நண்பிகள் மூலமாகவும் ஏனைய 8% மாணவிகள் உறவினர்கள் மூலமும் தாங்கள் அறியப்பெற்றதாக குறிப்பிட்டனர். எனவே அதிகமாக சமூக வலைதளங்கள் ஊடாகவே ரியாலிட்டி ஷோக்கள் இம் மாணவிகளிடத்தில் அறிமுகமாகி இருக்கின்றன என்பது இதன் மூலம் தெளிவாகிறது.



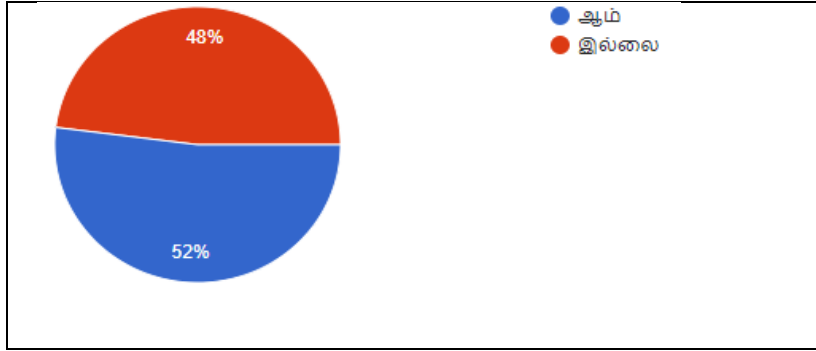
படம்: 02 - மாணவிகளிடத்தில் ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதற்கு அறிமுகமாகல்

03. ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதன் மூலம் மாணவிகளின் மனநிலையில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது 44% மாணவிகளுக்கு சமூகத்தின் யதார்த்த நிலையை புரிந்துகொள்ளும் நோக்கு ஏற்படுவதாகவும், 36% மாணவிகளுக்கு பொழுதுபோக்கிற்காக பார்ப்பதாகவும், 16% மாணவிகளுக்கு மகிழ்ச்சி ஏற்படுவதாகவும், ஏனைய வீதமான மாணவிகளுக்கு மனநிம்மதி மற்றும் எரிச்சல் உணர்வு ஏற்படுவதாகவும் குறிப்பிட்டிருந்தனர்.



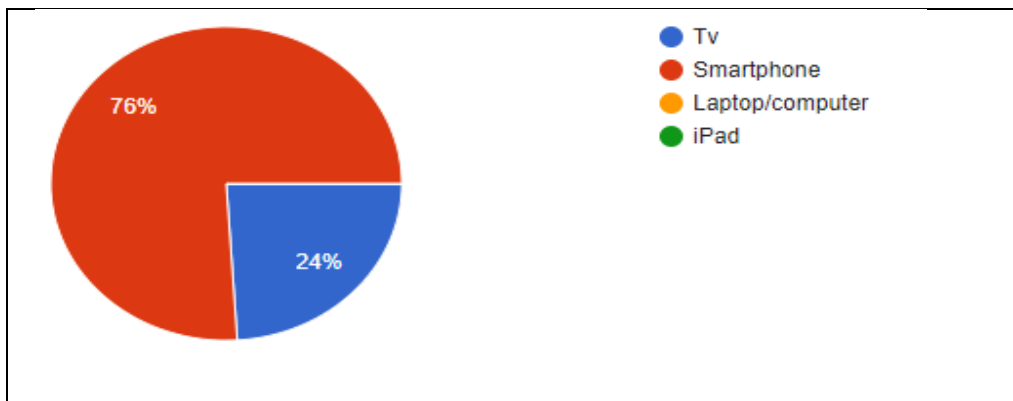
படம்: 03 - ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதன் மூலம் மாணவிகளின் மனநிலையில் ஏற்படும் மாற்றங்கள்;

04. ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதன் மூலம் மாணவிகளிடத்தில் அது பற்றிய எண்ணங்கள் எப்போதும் உங்கள் மனதில் தோன்றுகிறதா? என்பது பற்றி கேட்கப்பட்டபோது 52% மாணவிகள் ஆம் என்றும், 48% மாணவிகள் இல்லை பதிலளித்திருந்தனர்.



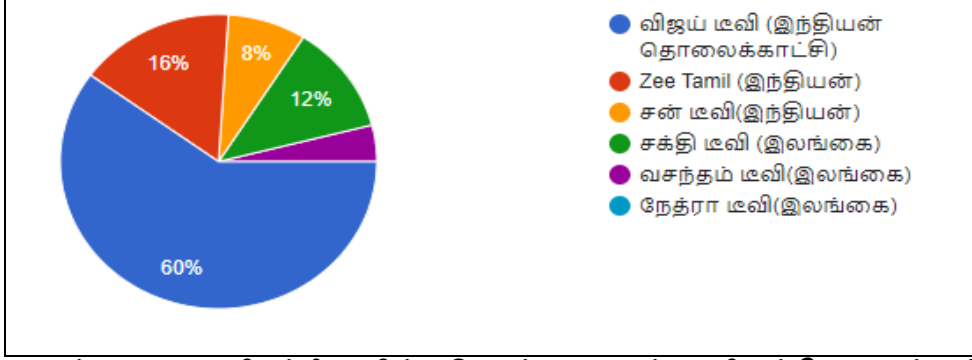
படம்: 04 - ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதன் மூலம் மாணவிகளிடத்தில் அது பற்றிய எண்ணங்கள்

05. ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதற்காக மாணவிகள் பயன்படுத்தும் தொழினுட்ப சாதனங்கள் தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது 76% மாணவிகள் Smartphone ஊடாகவும், 24% மாணவிகள் தொலைக்காட்சி மூலம் பார்வையிடுவதாக குறிப்பிட்டிருந்தனர்.



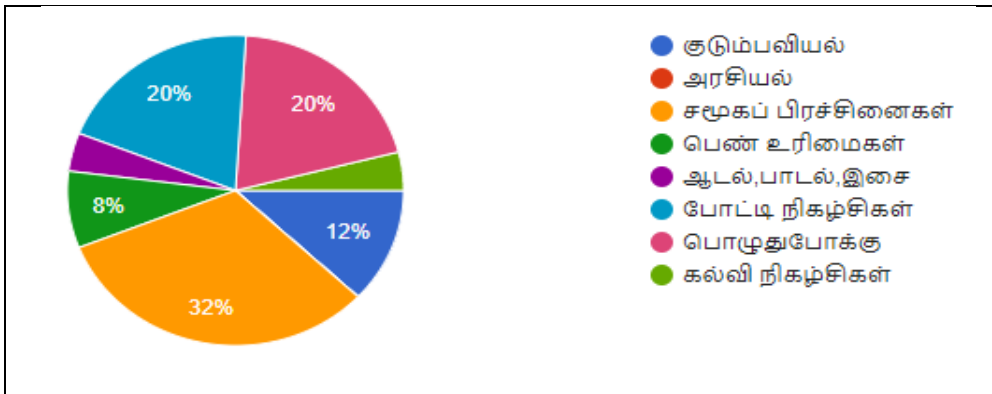
படம்: 05 - ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்ப்பதற்காக மாணவிகள் பயன்படுத்தும் தொழினுட்ப சாதனங்கள்

06. மாணவிகள் ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்வையிடும் தொலைக்காட்சி அலைவரிசைகள் (TV Channels) தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது, 60% மாணவிகள் இந்திய தொலைக்காட்சி அலைவரிசைகளான விஜய் TV 16% மாணவிகள் ZEE தமிழ், 8% மாணவிகள் SUN TV அலைவரிசைகளை பார்ப்பதாகவும், 12% மாணவிகள் இலங்கை தொலைக்காட்சி அலைவரிசைகளான சக்தி TV ஏனைய மாணவிகள் வசந்தம் TV நேத்ரா TV அலைவரிசைகளில் பார்வையிடுவதாகவும் குறிப்பிட்டிருந்தனர். எனவே இந்த நிகழ்ச்சிகள் அதிகம் இந்திய அலைவரிசைகளான விஜய் ZEE தமிழ் SUN அலைவரிசைகள் மூலம் பார்வையிடப்படுகின்றது என்பது தெளிவாகிறது.



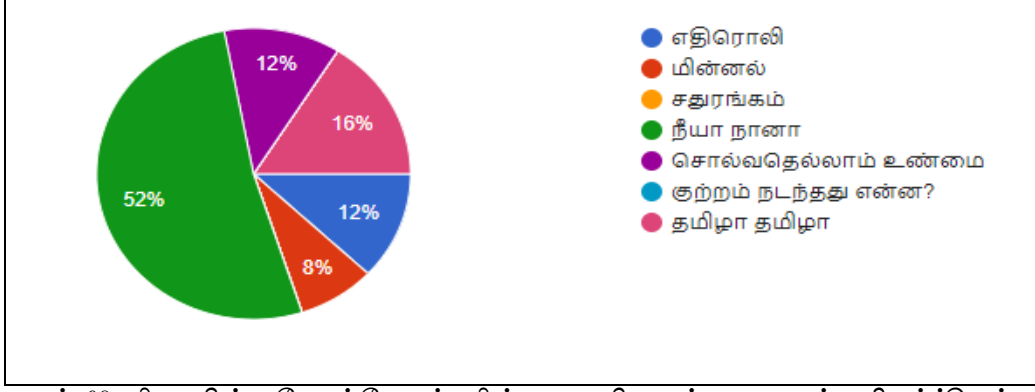
படம்: 06 - மாணவிகள் ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்வையிடும் தொலைக்காட்சி அலைவரிசைகள் (TV Channels)

07. மாணவிகளிடத்தில் ரியாலிட்டி ஷோவில் அவர்களைக் கவர்ந்துள்ள Contents தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது 32% சமூகப்பிரச்சினை தொடர்பாகவும் 20% பொழுதுபோக்கு மற்றும் 20% போட்டி நிகழ்ச்சிகள், ஏனையவை குடும்பவியல் அரசியல் பெண் உரிமைகள் கல்வி நிகழ்ச்சிகள், ஆடல் பாடல் இசை நிகழ்ச்சிகள் போன்றன அவர்களைக் கவர்ந்துள்ளதாகவும் குறிப்பிட்டிருந்தனர். எனவே இதன் சமூகம் சார்ந்த Contents களும் பொழுதுபோக்கு சார்ந்த Contents இதில் உள்வாங்கப்படுகின்றன என்பது இதன் மூலம் தெளிவாகிறது.



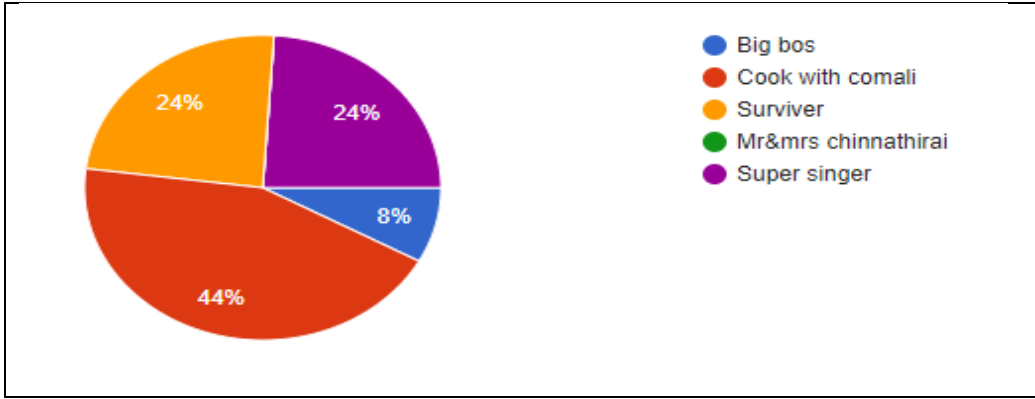
படம்: 07 - மாணவிகளிடத்தில் ரியாலிட்டி ஷோவில் அவர்களைக் கவர்ந்துள்ள Contents

08. ரியாலிட்டி டோக் ஷோக்களில் மாணவிகளுக்கு பயனுள்ள நிகழ்ச்சிகள் தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது, 52% நீயா நானா என்ற நிகழ்ச்சியும் 16% தமிழா தமிழா, 12% எதிரொலி மற்றும் சொல்வதெல்லாம் உண்மை ஏனையவை மின்னல் சதுரங்கம் குற்றம் நடத்தது என்ன? போன்றவை பயனுள்ள நிகழ்ச்சிகள் என்றும் குறிப்பிட்டிருந்தனர்.



படம்: 08 - ரியாலிட்டி டோக் ஷோக்களில் மாணவிகளுக்கு பயனுள்ள நிகழ்ச்சிகள்;

09. Entertainment ரியாலிட்டி ஷோவில் மாணவிகளுக்குப் பிடித்த நிகழ்ச்சிகள் தொடர்பாக கேட்கப்பட்டபோது, 44% Cook With Comali, 24% Super Singer மற்றும் Survivor ஏனையவை Big Bos மற்றும் Mr & Mrs சின்னத்திரை போன்ற நிகழ்ச்சிகள் மாணவிகளுக்குப் பிடித்தவை என்றும் குறிப்பிட்டிருந்தனர். எனவே Cook With Comali, Super Singe, Survivor போன்ற நிகழ்ச்சிகள் மாணவிகளுக்கு அதிகம் பிடித்தவை என்பது இதன் மூலம் அறியமுடிகிறது.



படம்: 09 - Entertainment ரியாலிட்டி ஷோவில் மாணவிகளுக்குப் பிடித்த நிகழ்ச்சிகள்

- Reality Shows ஆனது மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் ரீதியான மாற்றங்கள். மகிழ்ச்சி ஏற்படுத்தல் மனக்கவலைகள் நீங்குதல் திறமைகளை வெளிப்படுத்துவதற்கான ஆர்வம் தூண்டப்படல் மன அழுத்தம் குறைதல்.
- Reality Shows ஆனது மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்திய நடத்தை ரீதியான மாற்றங்கள். ஆளுமை விருத்திகள் சமூக நோக்கோடு செயற்பட ஆர்வத்தினைத் தூண்டப்படல் அறிவிப்பு பேச்சு நகைச்சுவை போன்றவற்றில் அதற்கான பாணிகளை சரியாக கற்று செயற்படுத்த முடிதல் மன தைரிய விருத்தி உதவும் மனப்பான்மை உண்டாதல். வெற்றி தோல்விகளை ஏற்றுக்கொள்ளும் மனப்பாங்கு.
- Entertainment ரியாலிட்டி ஷோக்கள் உணர்த்த வரும் பயனுள்ள செய்திகள் அல்லது விழிப்புணர்வுகள் பற்றி மாணவிகள் தெரிவித்த கருத்துக்கள்.
- Entertainment Reality Shows கள் திறமைகளை உத்வேகப்படுத்தவும், திறமைகளை வெளிக்கொண்டு வருவதற்குமரன ஓர் களமாகும்.

- மனித, சமூக வாழ்வின் யதார்த்தமான பக்கங்களை நோக்கி இந் நிகழ்ச்சிகள் திசை திருப்புகின்றன.
- பெண்களின் தைரியம் மற்றும் அவர்களின் திறமைகளுக்கான ஒரு வாய்ப்பு, குடும்ப ஒற்றுமை, சமையல் தொடர்பான செய்திகளை அறிதல்.
- சொல்வதெல்லாம் உண்மை என்ற நிகழ்ச்சியினூடாக சமூகத்தில் உள்ள பிரச்சினைகள், அதற்கான தூண்டுதல்களையும் புரிந்துகொள்ள முடியுமாக உள்ளது.
- கவலைகளைப் போக்கக்கூடிய, மகிழ்ச்சியை ஏற்படுத்தக்கூடியதாகவும் இந் நிகழ்ச்சிகள் உள்ளன.
- எதிர்காலத்தில் என்டர்டைமன்ட் ரியாலிட்டி ஷோக்களின் மூலம் மாணவிகள் எதிர்பார்க்கும் பயனுள்ள நிகழ்ச்சி நிரல்களா!.
- தமிழா தமிழா, நீயா நானா, மின்னல் Bigg boss, Survivor, Cook with Comali, Super Singer, போன்ற நிகழ்ச்சிகள் ஆர்வத்தை தூண்டும் வகையில் அமைதல் வேண்டும். கல்விசார்ந்த மற்றும் விளையாட்டு தொடர்பான விடயங்கள் மேலும் உள்வாங்கப்பட வேண்டும்.
- சமூக பிரச்சினைகளை தீர்க்கும் முகமாகவும், நல்ல குடும்பவியல் விடயங்களை முன்மாதிரியுடனும் வெளிக்காட்ட வேண்டும்.

ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம் பட்டதாரி மாணவிகள் மத்தியில் ஏற்படுத்திய உளவியல் தாக்கங்களுக்கான தரவுகளை வினாக்கொத்து மூலம் திரட்டப்பட்டதுடன் இகுழு முறை கலந்துரையாடலும் நிகழ்த்தப்பட்டது. அந்தவகையில் கலந்துரையாடலில் நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறை தாக்கங்கள் கலந்தாலோசிக்கப்பட்டன.

- ரியாலிட்டி ஷோக்கள் பால் வேறுபாடின்றி நிகழ்த்தப்படுவது வித்தியாசமான விடயமாகும்.

ஆண், பெண் சேர்ந்து காணப்படுவதனால் எதிர்ப்பால் ஈர்ப்புகள் காரணமாக சுவாரஸ்யமானதாகவும் உச்சாகமாகவும் இருப்பதனால் மீண்டும் மீண்டும் பார்வையிட ஆசை ஏற்படுகிறது எனவும் சமூகத்தில் நிகழ்கின்ற பேசுபொருட்களை மீடியா உலகம் பாலின வேறுபாடின்றி யதார்த்தமாக வழங்குகிறது என தெரிவிக்கப்பட்டது. இதன் விளைவாக சண்டை விவாதங்களை பெண்கள் ஆண்களிடம் சாதாரணமாக பேசும் பட்சத்தில் வீண் பிரச்சினைகளும் நிகழ்வதாக கலந்துரையாடலில் 55 வீதமானவர்கள் தெரிவித்தனர். (நேரடிக் கலந்துரையாடல்: 02.06.2022).

- அன்றாட வாழ்வில் தீய வார்த்தை பிரயோகங்கள் யதார்த்தமாய் பேசப்படும் மனப்பாங்கு

அன்றாட வாழ்வில் நம்மை அறியாமலே கெட்ட வார்த்தை பிரயோகங்கள் சாதாரணமாக பிரயோகமாவதை ஒழுக்க விழுமிய கோளாராக குறிப்பிட்டனர். இன்னும் இந்த வார்த்தைகள் பாவம் பெரியவர்களுக்கு முன்னால் பேசக்கூடாது என்ற மனோநிலைகள் முற்றாக மறந்த நிலையில் தாமகவே உபயோகிப்பது ரியாலிட்டி ஷோக்களுக்கு அடிமையாகியமையே என கூறப்பட்டது. (நேரடிக் கலந்துரையாடல்: 02.06.2022).

- ப்ரோமாக்களை பார்வையிடுவதனால் ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகள் மேலும் சுவாரஸ்யமாகிறது.

ஊடகக் கட்டமைப்பின் மிக நுணுக்கமான கலைகளில் ப்ரோமோக்களுக்கு பாரிய பங்குண்டு. அந்தவகையில் ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளை பார்க்கக் கூடாது என்ற மனநிலையில் இருந்தாலும் ப்ரோமோக்கள் சுவாரஷ்யமாக்கப்பட்டு இன்னும் இன்னும் பார்வையாளர்களை கவர்வதனால் இந்த நிகழ்ச்சிகளை பார்ப்பதற்கான நேரங்களில் செலவிடுகின்றனர் என குறிப்பிட்டனர். (நேரடிக் கலந்துரையாடல்: 02.06.2022).

- ரியாலிட்டி தொட்களில் வரும் பிரபலங்களைப் போன்ற உடை, உணவு, அழகு ஒப்பணைகள் பயன்படுத்தும் மோகம் அதிகரிப்பதாக குறிப்பிடப்பட்டது.

தமது சொந்த வாழ்க்கையில் இருக்கும் பொருளாதாரத்தின் நிலை அறிந்தும்இரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளின் பிரபலங்கள் போன்று காட்சியளிக்க வேண்டும் என்ற மனப்பாங்கு உரிவாகியுள்ளது எனவும் கூறியருந்தனர். (நேரடிக் கலந்துரையாடல்: 02.06.2022).

- ட்ரைண்டி மனப்பான்மை

அதாவது இன்று பெண்கள் சீரியல் நாடகங்கள் பார்க்கும் பழக்கம் அரைக்கரைவாசி குறைந்து பாரம்பரியத்திலிருந்து நவீனத்தை நோக்கி நகர்ந்து விட்டோம் என்ற மனப்பாங்கு உருவாகியுள்ளதாகவும் சக நண்பர்களிடம் பேசும் பொழுது ட்ரைண்டியாக பேசப்படுகின்ற விடயங்கள்இநிகழ்வுகளை பார்த்து தாமும் இற்றைப்படுத்தப்பட்ட பெண் மாணவிகள் என்பதை நிறுபிக்கும் மனப்பாங்கு உருவாகியதாகவும் தெரிவித்தனர். மற்றவர்களுடன் பழக்கம் போது ரியாலிட்டி தொடர்கள் பார்ப்பது பெருமையான விடயமாகவும் தோன்றும் ; என குறிப்பிட்டனர். (நேரடிக் கலந்துரையாடல்: 02.06.2022).

- வாசிக்கும் மனநிலை குறைவு

ரியாலிட்டி தொடர்களில் அதிக நேரங்களை கழிப்பதால் வாசிக்கும் தேடும் மனப்பாங்கு குறைவடைந்ததாக குறிப்பிட்டனர். (நேரடிக் கலந்துரையாடல்: 02.06.2022).

அந்தவகையில் இக்கலந்துரையாடலானது ஆய்வாளர்களுக்கு ஆய்வுக்கு பொருத்தமான பரிந்துரைகளை இணங்கானக்கூடியதாகவும்இபட்டதாரி மாணவிகளின் மனநிலைகளை கண்டரியவும் உதவியது.

ரியாலிட்டி ஷோக்களை பார்வையிடும் இளம் பட்டதாரி மாணவிகள் 84 வீதமானவர்களாக கணிப்பிடப்பட்டிருந்தனர். எனவே இவ் ஆய்வுக்கான நோக்கங்களின் அடிப்படையில் அதிக எண்ணிக்கையான மாணவர்கள் சமூக யதார்த்த நிலையை புரிந்து கொள்ளும் நோக்கு அதாவது சமூகமயமாகும் காரணத்தால் ரியாலிட்டி ஷோக்களில் ஆர்வம் காட்டினாலும் மகிழ்ச்சிக்காகவும்இ மனநிம்மதிக்காவும்இ பொழுதுபோக்குக்காகவும் இந்த நிகழ்ச்சிகளில் ஆர்வம் காட்டினர். அதில் குறிப்பிட்ட சிறுதொகையான பட்டதாரிகள் எரிச்சல் உணர்வு இருப்பதாகவும் பதிவிட்டமை குறிப்பிடத்தக்கது. இந்த நிகழ்ச்சிகளின் ஆர்வ அடிமையாதல் பற்றி மாணவர்களிடம் கலந்துரையாடல் வேளையில் வினவப்பட்ட போது அதிகமானோர் ஆம் என பதிலளித்தனர். 60 வீதமானோர் இந்திய தொலைக்காட்சிகளிலே அதிகம் பார்வையிடுவதாக பதிவுசெய்துள்ளனர். இன்னும் இந்த ரியாலிட்டி ஷோக்களின் மூலம் சமூகத்தில் ஏற்படுகின்ற பிரச்சினைகள், பெண்கள் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சினைகள் பற்றிய தெளிவு இருப்பதாகவும்

அறியப்படுத்தினர். அதுபோல கற்பனையுடனான வாழ்க்கை கோலம் அதிகரித்ததாகவும் கூறினர். ஆண், பெண் கலப்பு நிகழ்ச்சிகள் அதிகம் கவரப்படுவதாகவும் அறிவித்தனர்.

இன்னும் இந்நிகழ்ச்சிகளின் உளவியல் மாற்றங்களாக பட்டதாரி மாணவர்களது கலந்துரையாடலில் வெளிப்படையாக அறிவிக்கப்பட்ட விடயம் தமக்குத் தாமே திட்டங்களை வகுக்க முடியாத மனநிலை அதாவது சுய விருப்பு வெறுப்புஇதம்மை பற்றிய பிரதிமையை கணிப்பிட முடியாத மனோநிலை உரிவாகியுள்ளதாக தெரிவித்தனர். அதேபோன்று அபத்தமான தைரியத்தனங்கள் தங்களை ஆட்கொண்டிருப்பதாக அறிவித்தனர். பெரியவர்களுடனும் சகஜமாக நடந்துகொள்ளும் தைரியம் என்பது எல்லா நேரங்களிலும் பொருந்தாது என்று மனம் ஏற்றுக்கொண்டாலும் நடத்தைகள் இடம் கொடுக்காமையை வருத்தத்துடன் அறிவித்தனர். இன்னும் திரைப்பிரபலங்களை போன்ற வாழ்க்கைமுறையை தமது வாழ்க்கையிலும் நடைமுறைப்படுத்த எத்தணித்து திருமணமான பெண்கள் கணவர்களுடன் விரிசலான முரண்பாடுகளை வெளிப்படையாக அறிவிப்பதால் மகிழ்ச்சி மற்றும் நிம்மதயற்ற உள நெருக்கடிகளை எதிர்நோக்குவதாகவும் குறிப்பிட்டிருந்தனர். இந்த ஓவ்வொரு உள மாற்றங்களும் நடத்தை ரீதியாக வெளிப்படுவதை இணங்கண்டாலும் இந்த ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளின் அடிமையாதலில் இருந்து வெளிவர முடியாமல் உள்ளது என்பதே பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டது. அத்தகைய நிகழ்ச்சிகளை நல்ல நோக்கோடு சுவாரஸ்யங்கள் மிக்கதாக ஒளிபரப்பாக்குவது வரவேற்கத்தக்கதாகும். அதற்கான சில பரிந்துரைகளை ஆய்வாளர்கள் இறுதியாக வழங்கியுள்ளனர்.

7. முடிவுரை

ரியாலிட்டி ஷோவானது இளம் பட்டதாரி மாணவிகளுக்கு மத்தியில் உளவியல் ரீதியாகவும் நடத்தை ரீதியாகவும் தாக்கம் செலுத்தியுள்ளன. அனைத்து தாக்கங்களும் நேர்மறையாகவும்; எதிர்மறையாகவும் காணப்படுகின்றன. ரியாலிட்டி ஷோவானது தலைமைத்துவம் போட்டி போடும் மனோநிலை போன்ற ஆளுமை விருத்திகள் சமூக நோக்கோடு செயற்பட ஆர்வம் தூண்டப்படல் அறிவிப்பு பேச்சு நகைச்சுவை போன்றவற்றில் அதற்கான பாணிகளை சரியாக கற்று செயற்படுத்த முடிதல் மன தைரிய விருத்தி உதவும் மனப்பான்மை உண்டாதல். வெற்றி தோல்விகளை ஏற்றுக்கொள்ளும் மனப்பாங்கு போன்றனவும். மகிழ்ச்சி ஏற்படுத்தல் மனக்கவலைகள் நீங்குதல் திறமைகளை வெளிப்படுத்துவதற்கான ஆர்வம் தூண்டப்படல் மன அழுத்தம் குறைதல் போன்ற உளவியல் ரீதியான மாற்றங்களாகவும் இனங்காணப்பட்டுள்ளன. சில ரியாலிட்டி ஷோக்களை பெயர் குறிப்பிட்டு சமூகத்திற்கு இன்னும் பிரயோசனமான முறையில் சமூக பிரச்சினைகளை பேச வேண்டும் எனும் முன்மொழிவுகளும் மாணவிகளிடம் வேண்டுகோளாக திணிக்கப்பட்டன. குறிப்பிட்ட சிலருக்கு மகிழ்ச்சிஇமனநிம்மதி போன்ற மனநிலை ஏற்பட்டுள்ளதாகவும் ஆய்வுக்குறப்பட்ட பலருக்கு எந்த மனநிலையும் இன்றி நண்பர்களுக்கு மத்தியில் பேசுபொருளாக இருப்பதை பார்க்கின்றோம். பொழுதுபோக்கிற்காக நேரத்தை கழிக்கும் ஒன்றாக இந்த ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளை குறிப்பிடுகின்றனர். நடத்தை ரீதியான தாக்கங்களாக தீய வார்த்தை பிரயோகம் சாதரணமாக மாறியமை பெரியவர்களுடன் பொடுபோக்காக பேசும் பக்குவம் ஆடம்பர சொகுசு வாழ்வு படிப்பில் ஆர்வம் குறைவு போன்ற விடயங்கள் ஆய்வில் தெளிவாக இணங்கானப்பட்டன.

8. பரிந்துரைகள்

- இதுபோன்ற நிகழ்ச்சிகளானது எதிர்காலத்தில் சமூகத்தில் உள்ள பிரச்சினைகளை இனங்கண்டு அதற்கான தீர்வுகளை யதார்த்தபூர்வமாக விளக்க முற்பட வேண்டும்.
- சமூகத்தில் உள்ள திறமைசாலிகள் இனங்கண்டு அவர்களின் திறமைகளை வெளிப்படுத்த வாய்ப்புக்கை அமைத்துக் கொடுத்தல்.
- சிறந்த மாற்றங்களை ஏற்படுத்தும் நிகழ்ச்சிகளை அறிமுகம் படுத்தல்.
- சமூக வரையறைகளை மீறாது கட்டுப்பாடுகளுடன் நிகழ்ச்சிகளை வினைத்திறனான முறையில் அடுத்த கட்டத்திற்கு கொண்டுசெல்ல வேண்டும்.
- சமூகத்தின் நேர்மையான மற்றும் எதிர்மையான பக்கங்களை வெளிக்காட்டும் முகமாக அமைதல்.
- Entertainment ஐ மாத்திரம் நோக்காகக் கொள்ளாமல் சமூக நலனையும் கருத்திற் கொண்டு கல்விசார்ந்த புதிய தலைப்புக்களையும் உள்வாங்கி நிகழ்ச்சிகளை தயார் செய்தல்.

References

- Agarwal, N. (2000). Impact of Reality Shows on Delhi-NCR Youth. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Techniligy (IJRASET)*, 712-719.
- Akilan, M. (2012, December 28). 2012 டிஸிம்பர் மீஸி ரியாலிடீ ஷோக்களும் ரசிகர்களின் ரசனையும். Retrieved from Filmi Beat: <https://tamil.filmibeat.com/television/top-10-best-reality-tv-shows-india-166943.html>
- Ayushi, S., & Shalini, A. (2015). Impact of Reality shows on Adolescents personality. *International Journal of Scientific Research*, 605-608.
- Bhatia, B., & Sarma, A. (n.d.). *The impact of Reality Shows on Childrens: A study of Chandigarh School Studies*.
- Cockroft, H. (2021, May 6). *Research shows reality TV is not 'harmless entertainment'*. Retrieved from SW Londoner: <https://www.swlondoner.co.uk/entertainment/06052021-research-shows-reality-tv-is-not-harmless-entertainment>
- He, Y. (2021). The Pragmatic Functions of Shields "I Think, I Believe" in TV Chat shows. *open Access Library Journal*, 1-9.
- Karthik, K. (2020, December 10). பேரு 'ரியாலிடீ ஷோ'! ஆனா... நாடகம்தான்! உளவியல் தாக்குதலின் உச்சம்! Retrieved from Dhinasari: <https://dhinasari.com/scoopnews/183135-reality-in-tv-reality-shows.html/amp>

- Misalilidou, E. (2018/2019). *Female Representation in TV: the case of the Superhero genre*. sweden: Malmo University.
- News, B. (2017, May 3). *தொலைக்காட்சி 'ரியாலிட்டி ஷோ' தொகுப்பாளராகிறார் கமல் ஹாசன்*. Retrieved from <https://www.bbc.com/tamil/india-39797018.amp>
- Parades, V., Vanessa, C., Noreen, C., & Graf. (2013). The Impact of Reality Television on the Alcohol-Related Beliefs and Behaviors of Hispanic College Students. *The Impact of Reality Television on the Alcohol-Related Beliefs and Behaviors of Hispanic College Students*, 23-45.
- Peng, X. (2018). Discussion on Creation of TV Directors under the Backround of Media Covergence. *Art and Design Review*, 71-75.
- Romaniuk, J., & Sharp, B. (2018). Television advertising television: measuring the ability of television promos to deliver ratings for new programs using single-source data. *International Journal of Advertising*, 463-481.
- Tao, C. C. (2008). Market Segmentation For Mobile TV Content on Public Transportation by Interrating Innovation Adoption Model and Lifestyle Theory. *J.Serv.Sci& Managment*,, 244-250.
- Wang, X. (2015). The Content Security Mechanism of Smart TV Broadcasting Operating System. *Open Access Library Journal*, 1-10.