PROCEEDINGS

URSA 2025

5th Undergraduate Research Symposium in Arts

Knowledge in Action: Bridging Disciplines to Empower Change

08 October 2025

Faculty of Arts

University of Jaffna, Sri Lanka

Sivakumar Nirosan
B.A(Hons), M.Phil.
Senior Lecturer
Department of Philosophy
Faculty of Arts
University of Jaffna

URSA -2025

"Knowledge in Action: Bridging Disciplines to Empower Change"

Proceedings

5th Undergraduate Research Symposium in Arts - 2025

under the sphere of

Jaffna University International Research Conference

08 October 2025

Faculty of Arts
University of Jaffna
Sri Lanka

5th Undergraduate Research Symposium in Arts - 2025
ISSN: 2820 -2932

Editor in Chief: Mr. T. Thileepan
Book design: Mrs. Stephan Kirubalini
Cover design: Ms. Safna Iqbal

Published by : Faculty of Arts,
University of Jaffna
Sri Lanka

Printed by: New Ever Green Printers,
Jaffna

Disclaimer:
The Views expressed in the abstracts published in this proceedings are those of the respective authors. The statements and opinions found in the abstarcts do not reflect the views of the editorial board.

URSA-2025

ஐந்தாவது இளங்கலைமாணி ஆய்வு மாநாடு–2025

"வெவ்வேறு துறைகளை இணைத்து மாற்றங்களை வலுவூட்டுவதற்கான அறிவைச் செயற்படுத்தல்"

உள்ளடக்கம்

துணைவேந்தரின் வாழ்த்துச் செய்தி

கலைப் பீடாதிபதியின் வாழ்த்துச் செய்தி

ஒருங்கிணைப்பாளரின் செய்தி

செயலாளரின் செய்தி

பதிப்பாசிரியரின் செய்தி

திறப்புரை

ஆய்வுச்சுருக்கங்கள்

நுகர்வோர் சமூகமும் சுயகணிப்பும் பற்றிய பின்நவீனத்துவ நோக்கிலான ஒரு பகுப்பாய்வு: அழகுக்கலை நிலையங்களின் வாடிக்கையாளர்களை அடிப்படையாகக்கொண்டது

செல்வறாஜினி. செ., நிரோசன். சி.

மெய்யியல் துறை, கலைப்பீடம், யாழ்ப்பாணப் பல்கலைக்கழகம்

sselvaragini@gmail.com

நுகர்வு என்பது மனிதனது வாழ்வில் பரந்து விரிந்ததாகக் காணப்படுகின்றது. ஒவ்வொரு மனிதனும் ஏதோ ஒரு வகையில் இந்த வலைப்பின்னலுக்குள் அகப்பட்டுக்கொள்கின்றான். இதில் ஒப்பனை மற்றும் அழகுசாதனப் பொருட்களின் நுகர்வு இன்றைய காலகட்டத்தில் ஒரு பிரதான பகுதியாக உருவெடுத்துள்ளது. அந்தவகையில் இந்த ஆய்வானது அழகுக்கலை நிலையங்களை நாடிச் செல்லும் நுகர்வோரின் சுயகணிப்பையும், அது நுகர்வை ஊக்குவிக்குகிறதா என்பதையும் பின்நவீனத்துவப் பார்வையில் ஆய்வு செய்வதாக அமைந்துள்ளது. பின்நவீனத்துவ சிந்தனையாளரான பௌதிலார்டின் 'நுகர்வு என்பது புதிய சமூக ஒழுங்கு' என்ற சிந்தனை இவ்வாய்விற்கான கோட்பாட்டு அடித்தளமாக அமைந்துள்ளது. நுகர்வோர் தம்மைப் பற்றிக் கொண்டுள்ள சுயகணிப்பிற்கும், ஒப்பனை மற்றும் அழகுசாதனப் பொருட்களுக்கும், உடல் பற்றிய படிமத்திற்கும், நுகர்வோர் நடத்தைக்கும் மற்றும் ஊடகங்களின் தாக்கத்திற்கும் நெருங்கிய தொடர்புள்ளது என்ற வகையில் இவ்வாய்வின் கருதுகோள்கள் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. இந்த ஆய்வின் நோக்கங்களாக அழகுக்கலை நிலையங்களை நாடிச் செல்வோரின் சுயகணிப்பை மதிப்பிடுதல், சுயகணிப்பிற்கும் அழகுக்கலை நிலையங்களுக்குச் செல்லும் நுகர்வோருக்குமான தொடர்பினை ஆராய்தல், அத்தொடர்பை பின்நவீனத்துவப் பார்வையில் ஆய்வு செய்தல் என்பன அமைந்துள்ளன. இது தொடர்பான தரவுகளைப் பெற்றுக்கொள்வதற்காக ஆறு அழகுக்கலை நிலையங்கள் தெரிவுசெய்யப்பட்டு பெண் வாடிக்கையாளர்களே ஆய்விற்குட்படுத்தப்பட்டனர். இந்த ஆய்விற்கான முதலாம்நிலைத் தரவுகள் மூடிய மற்றும் திறந்த வினாக்கொத்து மூலமும் நேரடி அவதானிப்பு மூலமும், இரண்டாம் நிலைத் தரவுகள் நூல்கள், ஆய்வுக்கட்டுரைகள் மற்றும் இணைத்தளக்கட்டுரைகள் என்பவற்றிலிருந்தும் பெற்றுக்கொள்ளப்பட்டன. பெற்றுக்கொள்ளப்பட்ட தரவுகள் சமூக விஞ்ஞானங்களுக்கான புள்ளிவிபரவியல் மென்பொதி மூலம் விபரண புள்ளிவிவரவியல் முறை, அனுமானப் புள்ளிவிவரவியல் முறை, இணைவுக்குணகப் பகுப்பாய்வு முறை என்பவற்றுக்கு உட்படுத்தப்பட்டு முடிவுகள் பெறப்பட்டன. ஆய்வின் முடிவுகளாக, நுகர்வோர் தம்மைப்பற்றிக் கொண்டுள்ள சுயகணிப்பிற்கும் ஒப்பனை மற்றும் அழகுசாதனப் பொருட்களின் நுகர்விற்கும் இடையில் (R=.266, P=.003) நேர்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. நுகர்வோர் தம்மைப்பற்றிக் கொண்டுள்ள சுயகணிப்பிற்கும் உடல் பற்றிய படிமத்திற்கும் இடையில் (R=.258, P=.004) நேர்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. நுகர்வோர் தம்மைப்பற்றிக் கொண்டுள்ள சுயகணிப்பிற்கும் நுகர்வோர் நடத்தைக்கும் இடையில் (R=.392, P=.000) நேர்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. நுகர்வோர் தம்மைப்பற்றிக் கொண்டுள்ள சுயகணிப்பிற்கும் நுகர்வின் மீதான ஊடகங்களின் தாக்கங்களிற்கும் இடையில் (R=.492, P=.000) நேர்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. ஆகவே பெண்கள் தம்மைப் பற்றிக் கொண்டுள்ள சுயகணிப்பும் அழகுக்கலை

நிலையங்களை நாடுவதற்கான அடிப்படைக் காரணிகளுள் ஒன்றாகும் என்பது நிரூபனமாகின்றது. இருப்பினும் நாகரிகமயமாக்கப்பட்ட இச் சமூகத்தில் அழகியல்சார் விடயங்கள் முக்கியமாகக் காணப்பட்டாலும் அவை அடிப்படைத் தேவைதானா? என்ற விழிப்புணர்வு நுகர்வோர் மத்தியில் உருவாக்கப்படுதலும், இவ் ஆய்வானது மேலும் விரிவுபடுத்தப்படுதலும் காலத்தின் தேவையாகும்.

திறவுச்சொற்கள்: *சுயகணிப்பு, உடல்பற்றிய படிமம், அழகுக்கலை நுகர்வு, பின்நவீனத்துவம்*