

தொகுதி - XVIII

மாசி - 2018

இதழ் - 1

சிந்தனை



கலைப்பீடம்
யாழ்ப்பாணப் பல்கலைக்கழகம்
யாழ்ப்பாணம்.



பொருளடக்கம்

01. பண்டைத்தமிழரின் அறிவியல் சிந்தனைகள்
ஒரு நோக்கு
விக்னேஸ்வரி பவநேசன்
02. சுற்றுலாத்துறைத் திட்டமிடல் மற்றும் முகாமைத்துவத்தில்
புவியியல் தகவல் முறைமையின் பிரயோகம்
வை. பத்மான்ந்தகுமார், ந. தசரதன்
03. விஞ்ஞான அறிவைக் கட்டமைப்பதில் கார்ள் பொப்பர் மற்றும்
தோமஸ் கூனின் முறையியற் சிந்தனைகளின் வகிபங்கு
ஓர் ஒப்பீட்டாய்வு
தி. திலீபன்
04. யாழ்ப்பாணக் குடாநாட்டில் கிறிஸ்தவ புதைகுழிகளில் காணப்படும்
நினைவுக்கற்களின் மீதான குறியீடுகளும் அவற்றின் பண்பாட்டுப்
பொருண்மையும் ஓர் ஆய்வியல் நோக்கு
சா. டேவிட்ராஜ், செ. கிருஷ்ணராசா
05. நூலகங்களிலே சேகரிக்கப்படுகின்ற தமிழ்மொழியிலமைந்த
வெளியீடுகளுக்குப் பட்டியல் பதிவுகளைத் தயாரித்தலில்
எதிர்கொள்ளும் சவால்கள் பற்றிய விளக்கநிலை ஆய்வு
மைதிலி விசாகரூபன்
06. இசைநாடகங்களில் இசைவடிவங்களின் அரங்கியல் வகிபாகம்
நந்தனார் சரித்திரக் கீர்த்தனைகளை அடிப்படையாகக் கொண்ட ஆய்வு
நவதர்ஷினி கருணாகரன்
07. நுகர்வோர் சமூகம் - பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளை
அடிப்படையாகக் கொண்ட ஒரு பின்னவீனத்துவப் பார்வை
சி. நிரோசன்
08. புராதன இந்து அரசியல் மூலங்களும்
சமகால மனித உரிமைப் பிரகடனங்களும்
ச. முகுந்தன்

நுகர்வோர் சமூகம் - பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளை அடிப்படையாகக் கொண்ட ஒரு பின்னவீனத்துவப் பார்வை

சி. நிரோசன்

ஆய்வுச் சுருக்கம்

இவ் ஆய்வுக் கட்டுரையானது நுகர்வு, அதனுடைய பரிமாணம், அதனுடைய சமூகக் கட்டமைப்பு, அச் சமூகக் கட்டமைப்பினை அடித்தளமாகக் கொண்ட முதலாளித்துவ சமூகத்தின் ஆதிக்கம் என்பவற்றை பின்னவீனத்துவ சிந்தனையாளரான பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு ஆராய்கின்றது. இன்றைய சமூகத்தில் நுகர்வு என்பது தவிர்க்க முடியாத ஒரு சமூகப், பொருளாதார செயற்பாடாக மாற்றமடைந்துள்ளது. இந்த நுகர்வு என்ற வலைப்பின்னலுக்குள் ஒவ்வொரு மனிதனும் தவிர்க்கமுடியாதபடி உள்வாங்கப்படுகின்றான். தனது தேவைகளைப் பொருட்களாகவும், சேவைகளாகவும் நுகர்வு செய்வதாக அவன் அபிப்பிராயப்படுகின்றான். ஆனால் அந்த தேவைகள் கூட உள்ளார்ந்தமான வைகளாக அல்லாமல் புறத்தே இருந்து கட்டமைக்கப்படுவதை அறியத் தவறிவிடுகின்றான். எனவே இந்த நுகர்வோர் சமூகத்தினுடைய கட்டமைப்புக் குறித்த விழிப்புணர்வு தேவைப் பாடுடைய ஒன்றாகின்றது. பின்னவீனத்துவத்தைத் தளமாகக் கொண்ட பௌதிலார்ட்டினுடைய நுகர்வோர் சமூகம் குறித்த சிந்தனைகள் இந்த தேவைப்பாட்டினை நிவர்த்தி செய்வதாக அமைகின்றன. எனவே நுகர்வு பற்றிய புரிந்துகொள்ளலில் பின்னவீனத்துவத்தின் குறிப்பான், குறிப்பீடு பற்றிய சிந்தனைகளின் செல்வாக்கு, நுகர்வோர் சமூகத்தில் பொருள் மதிப்பு முறைமை, புதிய சமூக ஒழுங்காக மாற்றமடைந்துள்ள நுகர்வோர் சமூகம் என்பன பற்றிய பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளைப் பகுப்பாய்வு செய்தவன் மூலம் நுகர்வோர் சமூகத்தில் அங்கத்தவர்களாக உள்ள எமது நிலை குறித்த விழிப்புணர்வினை ஏற்படுத்துவதே இவ் ஆய்வின் நோக்கமாகும். இவ்வாய்வானது விபரணமுறை, பகுப்பாய்வுமுறை ஆகிய முறைகளைப் பயன்படுத்தி மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளதோடு, இவ் ஆய்வுக்கான தரவுகள் பௌதிலார்ட்டினுடைய நூல்களில் இருந்து முதன்நிலைத் தரவுகளாகவும், பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளைப் பற்றி வெளிவந்த ஏனைய நூல்கள், பருவ இதழ்களில் இருந்து இரண்டாம் நிலைத் தரவுகளாகவும் பெற்றுக்கொள்ளப்பட்டுள்ளன. பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு நுகர்வு என்பது ஒரு புதிய சமூக ஒழுங்கு என்பதனை இவ் ஆய்வு வெளிப்படுத்தி நிற்கின்றது.

திறவுச் சொற்கள் : நுகர்வு, நுகர்வோர் சமூகம், முதலாளித்துவம், பின்னவீனத்துவம் மற்றும் குறிப்பான் - குறிப்பீடு

அறிமுகம்

நுகர்வோர் சமூகம் என்பது பொருட்களையும் சேவைகளையும் கொள்வனவு செய்வதனையும் விற்பனை செய்வதனையும் மிக முக்கியமான சமூக, பொருளாதார செயற்பாடாகக் கொண்டுள்ள ஒரு சமூகம் என வரையறை செய்யப்படுவதானது, இன்றைய இருபத்தோராம் நூற்றாண்டில் வாழ்க்கை நுகர்வினால் கட்டமைக்கப்பட்ட தொரு வலைப்பின்னலாக பரிணமித்துள்ளது என்பதனைத் தெளிவுபடுத்துவதாக உள்ளது. இந்த நுகர்வோர் சமூகத்தில் ஒருவர் கூட நுகர்வு என்பதற்கு விதிவிலக்கானவர்கள் அல்லர். சந்தையில் அனைத்து விருப்பத் தெரிவுகளும் நுகர்வு செய்யப்படக்கூடியதாக இருப்பதனை உறுதி செய்துகொள்வதன் வழி முதலாளித்துவம் தன்னுடைய ஆதிக்கத்தினை விஸ்தரித்துக் கொள்கின்றது. அதற்கு இயைபுடைய வகையில், இன்றைய சமூகமும் முதலாளித்துவ சமூகத்தினால் உருவாக்கப்படுகின்ற பொருட்கள் மீது அத்தீ ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துகின்ற ஒரு சமூகமாகக் காணப்படுகின்றது. அது நவீன தொழில்நுட்பக் கருவிகள் மற்றும் அழகுசாதனப் பொருட்கள் மீதும் ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துவதோடு, அதனை கலாசாரம், சூழல், நாகரிகம், புதுமை என்பவற்றின் பெயரால் மேலும் வலிமைப்படுத்துவதிலும் நாட்டம் கொள்கின்றது. இத்தகைய சமூகத்தில் வாழ்வதே நுகர்வுக்காக எனலாம். ஒவ்வொன்றும் நுகர்வுப் பண்டங்களாகவே உள்ள இந்த சமூகத்தில் எமது வாழ்க்கையும் இத்தகைய நுகர்வுப் பண்டங்களின் சூழமைவினாலேயே ஒழுங்குபடுத்தப்படுகின்றது. இத்தகைய தோர் நுகர்வோர் சமூகத்தில் எமது நிலைப்பாடு குறித்து விழிப்புணர்வினை நாம் பெற்றுக்கொள்வது மிகவும் தேவைப்பாடுடைய ஒன்றாகும். இந்த தேவைப்பாட்டினை நிவர்த்தி செய்யும் வகையில் பௌதிலார்ட்டி னுடைய நுகர்வோர் சமூகம் பற்றிய சிந்தனைகள் அமைகின்றன. அவருடைய

இந்த சிந்தனைகள் பின்ன வீனத்துவத்தினைத் தளமாகக் கொண்டிருந்தன. பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரை நுகர்வினுடைய ஒட்டுமொத்த விளைவானது பண்பாடு, கலை முதல் மனித உறவுகள் வரையிலான அனைத்து நிலைகளிலும் ஊடுருவியுள்ளதாகக் குறிப்பிடுகின்றார். நுகர்வோர் சமூகம் பற்றிய இவருடைய சிந்தனைகள் மாக்கிஸம், பிராங்பேர்ட் சிந்தனைப்பள்ளி (நவமாக்சிஸம்) என்பவற்றிலிருந்து வேறுபட்டு 'நுகர்வு என்பது புதிய சமூக ஒழுங்கு' என்பதனைத் தெளிவுபடுத்துவதாக அமைவதனைக் காணலாம். பௌதிலார்ட் நுகர்வியத்தின் மீதும், எவ்வாறு வெவ்வேறான பொருட்கள் வெவ்வேறு வழிகளில் கொள்வனவு செய்யப்படுகின்றன என்பதிலும் அதிக கவனம் செலுத்தியிருந்தார். பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரை, உற்பத்தியைவிட நுகர்வே முதலாளித்துவ சமூகத்தின் இயக்கியாக உள்ளது என்கின்றார். இந்த நுகர்வு தேவைகளை நிவர்த்தி செய்யும் பொருட்டு இடம் பெறுகின்றது. ஆனால் தேவைகள் உள்ளுறைபவைகளாக அல்லாமல் முதலாளித்துவத்தினால் கட்டமைக்கப்படுபவைகளாக உள்ளன என்பதனைத் தெளிவுபடுத்துவதாக அவருடைய சிந்தனைகள் அமைந்தன. அந்த வகையில் இவ் ஆய்வானது பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளைப் பகுப்பாய்வு செய்வதன் வழி நுகர்வோர் சமூகத்தில் எமது நிலை குறித்த விழிப்புணர்வினை ஏற்படுத்துவதாக அமைகின்றது.

பௌதிலார்ட்டின் மெய்யியற் பின்னணி

சமூகக் கோட்பாட்டாளரும், விமர்சகருமான பௌதிலார்ட் பிரான்ஸிலுள்ள ரெய்ம்ஸ் (Reims) எனும் இடத்தில் 1929 இல் பிறந்தார். 'லைசி' எனும் கல்லூரியில் தனது உயர்படிப்பைப் மேற்கொண்டார். அங்கு கல்விபயிலும் காலத்தில் மெய்யியல் பேராசிரியரான 'இமானுவெல் பெய்லெட்' (Emmanuel Peillet) என்பவரது பௌதிக அத்தீ

சிந்தனைகளால் பெரிதும் ஈர்க்கப்பட்டார். பௌதிலார்ட்டினுடைய பிற்பட்ட சிந்தனைகளை விளங்கிக்கொள்வதற்கு அவையே அடிப்படையாகின. இவர் பல்கலைக் கழகத்தில் பயின்ற காலத்தில் ஜேர்மன் மொழியையும், இலக்கியங்களையும் பயின்றார். இவர் விரிவுரையாளராக கடமையாற்றிய காலப்பகுதியில் பல இலங்கியங்களை மீளாய்வு செய்தும், விமர்சித்தும் எழுதியிருந்ததோடு பீற்றர் வெய்ஸ் (Peter Weiss), ரிற்றிக் கோயல் (Ritik Goyal), வேற்றோல்ற் பிறெச்ற் (Bertolt Brecht), கார்ல் மாக்ஸ் (Karl Marx), பிரட்டறிக் ஏங்கல்ஸ் (Friedric Engles) போன்றோருடைய நூல்களை மொழிபெயர்ப்புச் செய்திருந்தார். ஊடகமுறைகள் (Modes of Mediation), தொழில்நுட்பவியல் தொடர்பாடல் என்பன பற்றிய அவரது பகுப்பாய்வு அவரை மெய்யியல் உலகில் பிரபலயமடையச் செய்தது. இவர் சமூகமாற்றத்தில் தொழில்நுட்பம் ஏற்படுத்தும் தாக்கம் குறித்து அதிக கவனம் செலுத்தினார். மேலும் நுகர்வியம் (Consumerism), பாலினத் தொடர்புகள் (Gender Relations), சமூக வரலாறு (Social History), எய்ட்ஸ் பற்றிய ஊடகவியலாளர்களின் விபரிப்புக்கள், குளோனிங் (Cloning), முதலாவது வளைகுடாப் போர் (First Gulf War), நியூயோர்க் உலக வர்த்தகமையத்தின் மீதான தாக்குதல் என்பன போன்ற பல்வேறு விடயங்கள் குறித்தும் எழுதியுள்ளார் (Lytvyn, 2012). நுகர்வோர் சமூகம் (Consumer Society) பற்றிய இவருடைய சிந்தனைகள் 'நுகர்வு என்பது புதிய சமூக ஒழுங்கு' என்பதனைத் தெளிவுபடுத்துவதனால், மாக்கிஸம், பிராங்பேர்ட் சிந்தனைப்பள்ளி (நவமாக்கிஸம்) என்பவற்றின் நுகர்வோர் சமூகம் பற்றிய நோக்கு நிலைகளில் இருந்து வேறுபட்டு ஒரு தனித்துவமான சிந்தனையாக விளங்குவதனைக் காணலாம்.

இவரது நூல்களும், கட்டுரைகளும் குறிப்பான் குறிப்பீடு குறித்து அதிக கவனம் செலுத்திய பிரஞ்சு தேச பின்னமைப்பியல் சிந்தனையாளர்களான தெலூஸ், லியோதர், பூக்கோ, டெரிடா, லக்கான் போன்றோரின் சிந்தனைகளின் ஒரு பகுதியாகவே கருதப்படுகின்றன (Wolny, 2017, p75) என்றே கூறலாம். இவர் பின்னமைப்பியல் (Post - Structuralism) சிந்தனைப்பள்ளியை சேர்ந்த சிந்தனையாளராகவே இனங்கண்டு கொள்ளப்படுகின்றார்.

குறிப்பாலும் அர்த்தமும்

நுகர்வோர் சமூகம் பற்றிய பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளை விளங்கிக்கொள்வதற்கு, குறிப்பான் - குறிப்பீடு பற்றிய அவரது சிந்தனைகளை விளங்கிக்கொள்ளுதல் முன்னிபந்தனையாகின்றது. ஏனெனில் நுகர்வோர் சமூகம் பற்றிய அவரது சிந்தனைகளைகளின் கட்டமைப்பில் குறிப்பான் குறிப்பீடு பற்றிய எடுத்தாளுகைகள் பிரதான இடத்தினைப் பெறுகின்றன. பொதுவாக பின்னமைப்பியல்வாதிகள் குறிப்பான் மற்றும் அர்த்தம் பற்றிகொண்டுள்ள நிலைப்பாட்டினையே பௌதிலார்ட்டும் கொண்டிருந்தார். சொற்கள் அல்லது குறிப்பான்கள் எவ்வாறு தொடர்புகின்றன என்பதனை அடிப்படையாகக் கொண்டே குறிப்பான் மற்றும் அர்த்தம் (Signification and Meaning) என்பவற்றின் இயல்புகளை விளங்கிக்கொள்ளமுடியும். ஏனைய பின்னமைப்பியல்வாதிகளைப் போலவே குறிப்பான்கள் ஒருங்கிணைந்து செயற்படும் ஓர் அமைப்பினூடாக அர்த்தம் பெறப்படுகின்றது என பௌதிலார்ட் கருதினார். இவருடைய சிந்தனைகளில் 'பேடினன்ட் டி சசூரின்' (Ferdinand de Saussure) சிந்தனைகள் பெரிதும் செல்வாக்குச் செலுத்தியிருந்தன. சசூர் குறிப்பிடுவது போன்று வேறுபாட்டின் வழி அர்த்தங்கள் உருவாக்கப்படுவதனைப் பௌதிலார்ட்டும் வலியுறுத்தினார் (Kellner, 1989, p19). அதாவது ஒரு பொருளின் அர்த்தம் அது வேறொன்றாக

இல்லை என்ற வேறுபாட்டின் வழி ஏற்படுத்தப்படுகின்றது. உதாரணமாக, 'நாய்' என்பதன் அர்த்தம் 'நாய்' என்பதே ஆகும். ஏனெனில் அது பூனை அல்ல, ஆடு அல்ல, மரம் அல்ல, வேறு எதுவும் அல்ல என்பதனால் ஆகும்.

பொருட்கள், பொருட்களின் பிரதிகள் (Images of Objects), சொற்கள் மற்றும் குறிப்பான்கள் (Words and Signs) என்பன அர்த்தத்தின் வலைப்பின்னலில் அமைந்துள்ளன. ஒரு சொல்லின் /பொருளின் அர்த்தம் மற்றைய சொற்களின்/ பொருட்களின் அர்த்தத்துடன் அது கொண்டுள்ள தொடர்பின் ஊடாக மாத்திரமே புரிந்துகொள்ளப்படக் கூடியது. உதாரணமாக ஒரு பொருளின் முக்கியத்துவம் என்பது மற்றொரு பொருளின் முக்கியத்துவமற்ற தன்மை அல்லது முதன்மையற்ற தன்மைபுடன் தொடர்புறுகின்றது.

இத்தகைய சுய குறிப்பீட்டினை அடிப்படையாகக் கொண்டே பௌதிலார்ட் மனித சமூகம் பற்றிய ஒரு பரந்துபட்ட கோட்பாட்டை கட்டியமைத்தார். சமூகங்கள் எப்பொழுதும் புரிந்துகொள்வதற்குக் கடினமானதாகவே உள்ள அர்த்தம் பற்றிய அறிவை அல்லது உலகு பற்றிய முழுமையான புரிந்து கொள்ளல்களைத் தேடிக்கொண்டே இருக்கின்றன. அதிகாரத் தொடர்புகளின் விளைவுகளால் மாத்திரமே அறிவு கட்டமைக்கப்படுவதாகக் கூறும் பூக்கோ போன்ற பின்னமைப்பியல் வாதச் சிந்தனையாளர்களுக்கு மாறாக, முழுமையான அறிவுக்கான பயனற்ற தேடல் எம்மை ஒரு வகையான மாயையினுள் இட்டுச் செல்கின்றது என பௌதிலார்ட் குறிப்பிடுகின்றார். பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரை விடயியான மனிதன், விடயமான மனிதரல்லாத பொருட்களைப் புரிந்துகொள்ள முயற்சிக்கலாம். ஏனெனில் அவை குறித்து நிற்கின்ற குறிப்பீடுகள் அல்லது அர்த்தங்களின் படி மாத்திரமே அவ்விடயங்கள் புரிந்து கொள்ளப்பட முடியும் என்பதனால் ஆகும்.

இந்தவகையில் 20ம் நூற்றாண்டின் பின்னரைக்கூறில், உலகளாவிய சமூகத்தில் எண்ணற்ற குறிப்பான்களும் அர்த்தங்களும் யதார்த்தத்தின் மீது ஒருவித திருப்தியற்ற நிலையினை ஏற்படுத்தியிருப்பதாகப் சிந்தனையாளர் பௌதிலார்ட் அபிப்பிராயப்படுகின்றார். இந்த உலகில் நிறைவானவை, பூரணமானவை எனத் தம்மைக் கூறிக் கொண்ட (சோசலிஸமோ அல்லது மாக்சிஸமோ) சோசலிஸவாதிகளின் இலட்சியமோ அல்லது மாக்சிஸவாதிகளின் இலட்சியமோ நீண்ட காலத்திற்கு நம்பிக்கையைப் பெற்றிருக்கவில்லை. மார்சல் எம்சிலுகானினுடைய (Marshall McLuhan)சொற்றொடர்களைப் பயன்படுத்துவதற்கு நாம் பூகோள கிராமத்தில் (Global Village) வசிக்கவில்லை (Habib, 2018, p46). மாறாக ஒவ்வொரு சிறிய நிகழ்வும் கூட எம்மை அச்சப்படுத்தக்கூடிய ஓர் உலகில் நாம் வாழ்கின்றோம் என அவர் வாதிடுகின்றார். ஏனெனில் பூகோளமயமான உலகு குறிப்பான்களும், விற்பனைப் பண்டங்களும் பரிமாற்றம் செய்யப்படுகின்ற நிலையில் இயக்கப்படுகின்றது. இது குறியீட்டு செயல்களுக்கு (Symbolic Acts) மேலும் இலகுவாக வழியேற்படுத்திக் கொடுக்கின்றது. உதாரணம்: பயங்கரவாதம் (Terrorism).

பௌதிலார்ட் டினுடைய குறியீட்டு ஆய்வுப் பரப்பு (Symbolic Realm) குறிப்பான் மற்றும் குறிப்பீடு என்பவற்றிலிருந்து வேறுபட்டது. குறிப்பான்கள் விற்பனைப் பண்டங்கள் போல் பரிமாற்றப்படக் கூடியவை. ஆனால் மாறாக குறியீடுகளின் செயற்பாடு சற்று வேறுபட்டது. இவை பரிசுப் பொருட்கள் போல் கைமாற்றப்படுகின்றன. சிலவேளைகளில் பரிசில்களை வாங்கும் நிகழ்வோடு நடத்தப்படும் விருந்து போல் (Form of Potlatch) வலுக்கட்டாயமாக நிகழ்கின்றது. பௌதிலார்ட், குறிப்பாக தன்னுடைய பிற்பட்டகாலச் சிந்தனைகளில் பூகோள சமூகம் (Global Society) குறியீட்டு மூலக்கூறு இல்லாதிருப்பதாக வாதிடுகின்றார்.

நுகர்வோர் சமூகத்தில் பொருள் மதிப்பு முறைமை

பௌதிலார்ட் பொருட்களின் அமைப்பு (The System of Objects), குறிப்பானின் அரசியல் பொருளாதார விமர்சனத்திற்காக (For a Critique of the Political Economy of the Sign) மற்றும் நுகர்வோர் சமூகம் (The Consumer Society) போன்ற அவரது ஆரம்பகால நூல்களில் நுகர்வியத்தின் (Consumerism) மீதும், எவ்வாறு வெவ்வேறான பொருட்கள் வெவ்வேறு வழிகளில் கொள்வனவு செய்யப்படுகின்றன என்பதிலும் அதிகக்கவனம் செலுத்தியிருந்தார் (Kellner, 1989, p19). அக்காலப்பகுதியில் பௌதிலார்ட்டினுடைய அரசியல் சிந்தனைகள் காள் மாக்ஸினுடைய சிந்தனைகளைத் தழுவினதாக காணப்பட்டிருப்பினும் ஒரு வழியில் அவர் காள் மாக்ஸினுடைய சிந்தனைகளில் இருந்து வேறுபடுகின்றார். பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரை சந்தர்ப்பவாதிகள் அல்லது சூழ்நிலைவாதிகள் (Situationists) கருதுவதைப் போன்று, உற்பத்தியை விட நுகர்வே முதலாளித்துவ சமூகத்தின் இயக்கியாக உள்ளது என்கின்றார்.

பௌதிலார்ட் மாக்ஸினுடைய 'பயன்பாட்டுப் பெறுமதி' (Use - Value) என்ற எண்ணக்கருவை விமர்சிப்பதன் மூலம் இத்தகைய முடிவிற்கு வருகின்றார் (Baudrillard, 1998, p4). காள் மாக்ஸினதும், அடம்சிமித்தினதும் பொருளாதார சிந்தனைகள் "உண்மையான தேவைகள், உண்மையான பயன்பாடுகளுடன் மிக எளிமையாகவும், மிக இலகுவாகவும் தொடர்பு கொண்டுள்ளன" எனும் கருத்தை ஏற்றுக்கொள்கின்றன என பௌதிலார்ட் கருதினார். மாறாக, பௌதிலார்ட், ஜோர்ஜியஸ் பற்றைலேயினுடைய (Georges Bataille) சிந்தனைகளைப் பின்பற்றி 'தேவைகள் உள்ளூறைபவை அல்ல: அவை கட்டமைக்கப்படுகின்றன' (Needs are constructed: Rather than innate) எனக் குறிப்பிடுகின்றார். மேலும் அவர் அனைத்துக்

கொள்வனவுகளும் அவை சமூக ரீதியாக சிலவற்றைக் குறிப்பீடு (Signify) செய்வதனாலும், ஆடம்பரமான பகுத்தறிவற்ற ஈடுபாட்டினாலுமே நிகழ்கின்றன என்பதனை வலியுறுத்துகின்றார். மேலும் றோலன் பார்த்தினுடைய (Roland Barthes) சிந்தனைகளைப் பின்பற்றி, 'பொருட்கள் எப்பொழுதும் அவற்றைப் பயன்படுத்துபவர்களைப் பற்றிச் சிலவற்றை சொல்லுகின்றன (Say Something)' என்கின்றார். இது பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்த வரை உற்பத்தியை விட நுகர்வு முக்கியமானது என்பதனைக் குறிப்பிடுவதாகும் என்கின்றார். ஏனெனில் தேவைகளின் கருத்தியல் தோற்றம் (Ideological genesis of needs) பொருட்களின் உற்பத்திக்கு முந்தியதாகவுள்ளது (Baudrillard, 1981, p63).

மேலும் பௌதிலார்ட் பொருட்கள் நான்கு வழிகளில் பெறுமானங்களைப் பெற்றுக்கொள்வதாகக் குறிப்பிடுகின்றார். இந்த நான்கு பெறுமான உருவாக்கச் செயற்பாடுகளும் (Value - Making Processes) பின்வருமாறு.

1. முதலாவது பொருளினுடைய செயற்பாட்டுப் பெறுமதி (Functional Value): அதாவது, அதனுடைய கருவிசார் தேவை (பயன்பாட்டு பெறுமதி). உதாரணமாக ஒரு பேனை "ஒரு குளிர் சாதனப்பெட்டி குளிர்நீடுகின்றது" என எழுத உதவுகின்றது.
2. இரண்டாவது ஒரு பொருளினுடைய மாற்றுப் பெறுமதி (Exchange Value): அதாவது பொருளாதாரப் பெறுமதி (Economic Value). உதாரணமாக ஒரு பேனை மூன்று பென்சில்களின் பெறுமதியாக இருக்கலாம். ஆனால் குளிர் சாதனப் பெட்டி ஒருவருடைய மூன்று மாத சம்பளங்களின் பெறுமதியாக இருக்கலாம்.

3. மூன்றாவது ஒரு பொருளின் குறியீட்டுப் பெறுமானம் (Symbolic Value): அதாவது பொருளுடன் இணைக்கப்பட்ட அல்லது தொடர்புபட்ட அதனுடைய உள்ளார்ந்த அர்த்தத்தினுடைய பெறுமானம். இது குறித்த பொருளை வழங்குவருக்கும் அப்பொருளைப் பெற்றுக் கொள்வருக்கும் இடையில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றது. (Between a giver and receiver). உதாரணமாக ஒரு பேனை என்பது ஒரு பாடசாலை மாணவனின் திறமைக்கான பரிசின் குறியீடாக இருக்கலாம். அதேபோல் ஒரு வைர ஆபரணம் திருமண அன்பின் குறியீடாக இருக்கலாம்.

4. நான்காவது ஒரு பொருளின் குறிப்பான பெறுமதி (Sign - Value): அதாவது இப்பெறுமானம் பொருட்களின் ஒழுங்கமைப்பினால் காணப்படும். உதாரணமாக ஒரு பேனை எந்தவிதமான செயற்பாட்டுப் பெறுமதியையும் கொண்டிருக்காத போதும் அது மற்றொரு பேனையுடனான கௌரவத் தொடர்பினை குறிப்பீடு செய்வதாக இருக்கும். அதேபோல் ஒரு வைரக்கல் மோதிரம் எப்பொழுதும் செயற்பாட்டுப் பெறுமதியைக் கொண்டிருக்காத போதும் அது சமூக அந்தஸ்தினுடைய குறிப்பானாக இருக்கும். அதாவது இரசணை அல்லது வகுப்பினை (High Class/ Middle Class/ Low Class) குறிப்பீடு செய்வதாக இருக்கும்.

மேற்குறித்த இந்த நான்கு வழிகளில் ஒரு பொருள் பெறுமானத்தினைப் பெற்றுக் கொள்வதாக பௌதிலார்ட் குறிப்பிடுகின்றார் (Ibid, pp. 64-67). பௌதிலார்ட் தன்னுடைய ஆரம்ப நூல்களில் இப்பெறுமானங்களுள் முதலிரண்டு பெறுமானங்களும் வெறுமனே பொருளுடன் தொடர்பு கொண்டவை அல்ல என்றும் மூன்றாவது மற்றும் நான்காவது

வகைப் பெறுமானங்கள் அவற்றில் செல்வாக்குச் செலுத்துகின்றன என்றும் குறிப்பிடுகின்றார். பின்னர், பௌதிலார்ட் மாக்ஸிஸத்தை முழுவதுமாக நிராகரிக்கின்றார். எனினும் பௌதிலார்ட் குறிப்பான பெறுமதிக்கும், குறியீட்டுப் பெறுமதிக்கும் இடையிலான வேறுபாட்டில் அதிக கவனம் செலுத்தினார். அவருடைய மரணம் வரை அனைத்து சிந்தனைகளிலும் இது செல்வாக்குச் செலுத்தியிருந்தது. இச்சிந்தனைகள் உலக நிகழ்வுகள் பற்றிய அவரது எழுத்துக்கள் அனைத்திலும் மிகமிக முக்கியமான பங்கினை வகித்தன.

இன்றைய சமூகம் முதலாளித்துவ சமூகத்தினால் உருவாக்கப்படுகின்ற பொருட்கள் மீது அதீத ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துகின்ற ஒரு சமூகமாகக் காணப்படுகின்றது. அது நவீன தொழில்நுட்பக் கருவிகள் மற்றும் அழகு சாதனப் பொருட்கள் மீதும் ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துகின்றது. அதனை கலாசாரம், சூழல், நாகரிகம், புதுமை என்பவற்றின் பெயரால் மேலும் வலிமைப்படுத்துவதில் விருப்பம் கொள்கின்றது. அடையாளத்துவத்துக்கான பசியும், சுதந்திரத்திற்கானதாகமும், சமூக வேறுபாடுகளுக்கான விருப்பமும் அத்தகைய முதலாளித்துவத்தின் உற்பத்திகளைக் கொள்வனவு அல்லது நுகர்வு செய்வதில் திருப்தி செய்யப்படுகின்றன.

இத்தகைய சமூகத்தில் வாழ்வதே நுகர்வுக்காக எனலாம். அனைத்தும் இங்கு நுகர்வுப் பண்டங்களாகவே உள்ளன. அத்தோடு எமது வாழ்க்கையும் இத்தகைய நுகர்வுப் பண்டங்களின் சூழமைவினாலேயே ஒழுங்குபடுத்தப்படுகின்றது. இந்நிலைமையானது பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகளில் மிகத்தெளிவாகவே வெளிப்படுத்தப்பட்டிருந்தது. பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரை நுகர்வினுடைய ஒட்டுமொத்த விளைவானது பண்பாடு, கலை முதல் மனித

உறவுகள் வரையிலான அனைத்து நிலைகளிலும் ஊடுருவியுள்ளதாகக் குறிப்பிடுகின்றார். இதனை அவர் தன்னுடைய “நுகர்வோர் சமூகம்: ஐதீகங்களும் அமைப்புகளும்” (The Consumer Society: Myths and Structures) என்ற நூலில் பின்வருமாறு குறிப்பிடுகின்றார்.

“இன்று எம்மைச் சூழ்ந்திருப்பது பொருட்கள், பண்டங்கள், சேவைகளைப் பன்மைப்படுத்துவதன் மூலம் அல்லது அதிகரிப்பதன் மூலம் ஏற்படுகின்ற வெளிப்பகட்டான ஒரு வகையான வாழ்க்கை முறையே. இது மனிதன் வாழுகின்ற சூழலை, அவனுக்கும் அவனது சூழலுக்கும் இடையிலான உறவை செயற்கையாகப் பிரதிபலிப்பதற்கு ஒர் அடித்தளத்தினைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றது எனலாம். மேலும் இறுக்கமாகக் கூறுவதாயின், இன்றைய காலகட்டத்தில் (Age of Affluence) மனிதர்கள் முன்னைய காலங்களைப் போல் மனித இருப்புக்களால் சூழ்ந்திருக்கவில்லை. மாறாக பொருட்களால் சூழ்ந்திருக்கின்றார்கள்” (Baudrillard, 1998, p25).

மேலும் பௌதிலார்ட்டின் இடைய சிந்தனைகளில் பிராங்பேர்ட்டின் சிந்தனைப் பள்ளியினுடைய விமர்சனக் கோட்பாடு அதிகம் செல்வாக்குச் செலுத்தியிருந்தது. இக் கோட்பாடு சமகாலத்தில் ஒவ்வொரு நன்மையும் எவ்வாறு பொருட்களை மையமாகக் கொண்டு கட்டமைக்கப்படுகின்றது என்பதனை தெளிவாகப் படம் பிடித்துக் காட்டுகின்றது. உதாரணமாக இன்று நல் வாழ்வு என்பது உடற்பயிற்சி நிலையத்தில் அங்கத்தவராக இருத்தல் மற்றும் போத்தலில் அடைக்கப்பட்ட பழப்பாணங்களை அருந்துதல் என்பவற்றால் அர்த்தப்படுத்தப்படுகின்றன. இலக்கியங்கள் கூட இலக்கியங்களாகப் பார்க்கப்படுவதில்லை. உற்பத்திப் பண்டங்களாகவே பார்க்கப்படுகின்றன. அவை மிகப் பிந்தியபோக்கினை (Latest fads) வெளிப்படுத்துவனவாக அல்லது பின்பற்று வனவாக அமைய வேண்டும். வம்பயரின் ஆட்சி (Reign of Vampire) என்ற இலக்கியத் திணைத் தொடர்ந்து ஒவ்வொரு இலக்கியங்களும் அந்தப் போக்கினையே பின்பற்றின. பின்னர் அந்த இடத்தினை சோம்பி (Zombie) என்ற இலக்கியம் பெற்றுக்கொண்டது. எல்லாவற்றுக்கும் மேலாக கல்வி கூட இன்று ஓர் விற்பனைப் பண்டமாகவே நோக்கப்படுகின்றது.

ஒவ்வொரு சிறிய விடயமும் விளம்பரத்தின் மூலம் உணர்வு சார்ந்ததாகவும், பொதுமையானதாகவும் மாற்றப்பட்டு விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. மனிதன் வெண்மையான அழகிய தோலைப் பெற ‘வைஹ்னிங் கிரீம்ஸ்’ பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற நம்பிக்கையை ஏற்படுத்துகின்றது. அது 24 மணி நேரமும் அவனது தோலை அழகாகவும் வெண்ணிறமாகவும் பேணுகின்றது என உறுதியளிக்கப்படுகின்றது. மேலும் அவன் கலோரியற்ற உணவுகள், இனிப்பற்ற உணவுகள் (Sugar free), பசையற்ற பொருட்கள் (Gluten free) போன்றவற்றுடன் அதிகம் ஊடாட்டம் கொள்கின்றான். பைகளில் அடைத்து வருகின்ற இயற்கையானது (Natural) என அடையாளப்படுத்தப்பட்ட உணவு வகைகளை அதிகம் நாடுகின்றான்.

இந்த நுகர்வோர் சமூகத்தில் நுகர்வு என்பது ஒருவரைக் கூட விட்டுவைத்ததாக இல்லை. மனிதனுக்கு மில்லியன் கணக்கான தெரிவுகளை முதலாளித்துவம் வழங்குகின்றது. முதலாளித்துவச் சந்தையானது அனைத்து விருப்பத் தெரிவுகளும் நுகர்வு செய்யப்படக்கூடியதாக இருப்பதனை உறுதி செய்து கொள்கின்றது. சோசலிஸவாதிகளும், மாக்ஸிசவாதிகளும் கூட இந்த நுகர்வு நடத்தைக்கு விதிவிலக்கானவர்கள் அல்ல (Agbisit, 2014). சேகுவாரா ரீசேட்ஸ் இன்று பிரபலமான உற்பத்திப் பண்டங்களாக சந்தைகளில் காணப்படுகின்றன.

இந்த நுகர்வோர் சமூகத்தில் நுகர்வு என்பது ஒருவரைக் கூட விட்டுவைத்ததாக இல்லை. மனிதனுக்கு மில்லியன் கணக்கான தெரிவுகளை முதலாளித்துவம் வழங்குகின்றது. முதலாளித்துவச் சந்தையானது அனைத்து விருப்பத் தெரிவுகளும் நுகர்வு செய்யப்படக்கூடியதாக இருப்பதனை உறுதி செய்து கொள்கின்றது. சோசலிஸவாதிகளும், மாக்ஸிசவாதிகளும் கூட இந்த நுகர்வு நடத்தைக்கு விதிவிலக்கானவர்கள் அல்ல (Agbisit, 2014). சேகுவாரா ரீசேட்ஸ் இன்று பிரபலமான உற்பத்திப் பண்டங்களாக சந்தைகளில் காணப்படுகின்றன.

பௌதிலார்ட் பிராங்பேர்ட் சிந்தனைப் பள்ளியினருடைய பண்பாட்டுச் சந்தை பற்றிய விமர்சனத்தை “நுகர்வு என்பது புதிய சமூக ஒழுங்கு” என்பதனைத் தெளிவு படுத்தும் நோக்கில் விரிவுபடுத்தினார். மேலும் அவர் விற்பனைப் பண்டங்களில் மொழியியல் பண்பு குறித்தும் வாதிடுகின்றார். பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரை பிந்திய முதலாளித்துவம் என்பது உற்பத்தி பற்றியது மட்டுமல்ல. அது பொருட்களை மட்டுமன்றி குறியீடுகளையும் நுகர்வது பற்றியது. மாக்ஸ் நவமாக்ஸிசுவாதிகளும் உற்பத்திப் பொருளின் பெறுமதியானது சந்தையில் அதனுடைய மாற்றுப் பெறுமதியை (Exchange - Value) அடிப்படையாகக் கொண்டது என்று கருதிக் கொண்டபோதும் பௌதிலார்ட் வேறுபட்ட ஒரு நோக்கில் அதனை அணுகுகின்றார். அவரைப் பொறுத்தவரை விற்பனைப் பண்டங்கள் அவற்றினுடைய குறியீட்டுப் பெறுமதிக்காகவே நுகரப்படுகின்றன (Habib, 2018, p44). ஒவ்வொரு தனிப்பட்ட விற்பனைப் பண்டமும் அதனுடைய குறியீட்டுடன் இணைந்த அர்த்தத்தினைக் கொண்டுள்ளன. ஒரு பொருளின் (நுகர்வுப் பண்டம் /விற்பனைப் பண்டம்) அர்த்தம் தனிப்பட்ட நுகர்வோனுக்கு மாற்றீடு செய்யப்படுவதன் மூலம் கொள்வனவு செய்யப்படுகையில் அப்பொருளினுடைய மாற்றம் வெளிப்படுகின்றது (Madan Sarup, 1993, p161). உதாரணமாக, ஸ்டார்பக்ஸ் கோப்பி (Starbucks Coffee) இன்று சாதாரண கோப்பியைவிட பிரபல்யம் அடைந்துள்ளது. அதனை அருந்துபவர்கள் சிவப்பு நிற போட்டிக்கார்களை (Red Sports Car) ஓடுபவர்கள் மகிழ்வது போன்ற ஒரு கௌரவத்தினைப் பெற்றுக் கொள்கின்றனர்.

மேலும் ஒரு நுகர்வோர் ஒரு குறியீட்டினை மாத்திரம் பெற்றுக்கொள்வதில்லை. அவர்கள் குறியீடுகளின் ஒரு கட்டமைப்பினையே கொள்வனவு செய்கின்றனர்.

நுகர்வு என்பது ஒரு முறைசார்ந்த கொள்வனவாக (Systematic Purchase) இன்று மாற்றமடைந்துள்ளது (Kellner, 1989, p13). உதாரணமாக ரொக் இசையினுடைய (Rock Music) தீவிர ரசிகள் அந்த இசைப்பதிவுகளை மாத்திரம் கொள்வனவு செய்வதில்லை. அவன் அந்த இசையினுடைய நடைவழக்கினையும் (Fashion) சேர்த்தே கொள்வனவு செய்கின்றான். உதாரணமாக தோல் ஜக்கெட் (Leather Jacket), பச்சை குத்துதல் (Tattoos), மற்றும் நீண்ட முடி (Long hair) போன்றவற்றைக் குறிப்பிடலாம் (Theodor Adorno, 1991, 29-60).

இத்தகைய நுகர்வோர் சமூகமானது நடத்தை மற்றும் ஒழுக்கக் கடப்பாடுகளில் மாற்றம் ஏற்படுவதற்கான வழியை ஏற்படுத்துகின்றது. பௌதிலார்ட் நவீன சமூகத்தின் வேலை ஒழுக்கம் (Work Ethics) இன்றைய நுகர்வோர் சமூகத்தில் கேளிக்கை ஒழுக்கமாக (Fun Morality) மாற்றமடைந்துள்ளதனை இங்கு சுட்டிக்காட்டுகின்றார். இந்த நுகர்வோர் சமூகத்தில் இன்பவாத ஒழுக்கம் முதன்மை பெறுகின்றது (Hedonistic Morality). நவீன சமூகத்தில் கட்டுப்பாடுகள் நிறைந்தவனும், மகிழ்ச்சியற்ற /திருப்தியற்றவனுமான மனிதன் இன்று நுகர்வின் வழி வாழ்வை அனுபவிக்க அனுமதி வழங்கப்பட்டுள்ளான். அவனது நுகர்வும், அவனது கட்டுப்பாடுகளற்ற ஆள்மனமும் விடுதலை பெற்றுள்ளன. நுகர்வோர் சமூகத்தின் வழி மனிதன் திருப்தியற்ற தன்மைகள் இல்லாத ஒரு நாகரிகத்தினை அடைந்துள்ளான்.

இத்தகைய சுதந்திரத்திற்கு இருக்கக் கூடிய ஒரேயொரு நிபந்தனை அது இறுதியில் நுகர்வை அடிப்படையாகக் கொண்டிருக்க வேண்டும் என்பது மாத்திரமே. இதனை பௌதிலார்ட் பின்வருமாறு குறிப்பிடுகின்றார். “மனம்/உளம் சார்ந்த தீர்மானிக்கும் காரணிகளாலும், ஸ்தூலமான தீர்மானிக்கும் (பௌதீக) காரணிகளாலும் தடை

செய்யப்பட்டிருந்த தூண்டிகளை அனுமதிப் பதே இங்கு இலக்காக உள்ளது. உளம் சார்ந்த தீர்மானிக்கும் காரணிகள் பொருட்களைப் படிக்கலாக்குகின்றன. ஸ்தூலமான தீர்மானிக்கும் காரணிகளில் விருப்பினுடைய சக்தி நிலையற்றதாக உள்ளதோடு, சமூக அமைப்பினுடைய சடங்குசார் கட்டுப்பாட்டுச் செயன்முறை பொருள் மயப்படுத்தப்பட்டுள்ளது” (Baudrillard, 1996, p186)

மேலும் ஒருவரது விருப்பினை அடைந்து கொள்வதற்கான சுதந்திரம் இங்கு முன்னிபந்தனைப்படுத்தப்பட்டிருக்கின்றது. இதனை பௌதிலார்ட் பின்வருமாறு குறிப்பிடுகின்றார். “அடிப்படையில் மிகவும் சுதந்திரமாக உள்ள உந்தல்களின் பகுத்தறிவற்ற தன்மை (Irrationality of drives) கட்டுப்பாட்டுடன் கைக்கு கை மாறும் பொழுது இறுதியில் மிகவும் இறுக்கமான கட்டுப்பாடுடையதாக மாறுகின்றது” (Ibid, p187) என்கின்றார். இந்த அமைப்பு இன்பவாத சுதந்திரத்தைக் கணிப்பிடக்கூடியதாகவும், திசைமாற்றக் கூடியதாகவும் உள்ளது. இது விருப்பிற்கும் நுகர்விற்கும் இடையிலான பரஸ்பர உறவினைச் சமப்படுத்துகின்றது. அத்தோடு ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லைவரை உற்பத்திக்கும் நுகர்விற்கும் இடையிலான உறவினையும் சமப்படுத்துகின்றது.

மனிதனுடைய விருப்புக்கள் உற்பத்திப் பொருட்களாகப் பொருள்மயப்படுத்தப்பட வேண்டியிருக்கின்றன. ஏனெனில் இன்று எந்தவொன்றும் ஒவ்வொருவராலும் பெற்றுக் கொள்ளப்படக் கூடியதாக இருப்பதனாலும், அதிகளவு உற்பத்திப் பொருட்களினாலும், இன்றைய சந்ததியினர் அடையாளத்தைத் தேடுவதில் அதிக அக்கறை கொள்வதனாலும் ஆகும். மக்கள் சமூக வேறுபாட்டைப் பெரிதும் விரும்புகின்றனர். எனினும் அவர்களுடைய தேடல் பொருட்களினுடைய குறிப்பான் பெறுமதியை கொள்வனவு

செய்வதன் மூலம் இலகுவாக்கப்பட்டிருக்கின்றது. வேறுபாட்டுக்கான தேடல் இன்று நாகரிகமானதாகவும் (Fashionable) நாகரிகமையமானதாகவும் (Fashion - oriented) காணப்படுகின்றது (Agbisit, 2014).

அதேவேளை, அனைத்து உற்பத்திகளும் விருப்பம் கொள்ளப்பட வேண்டியவையாகின்றன. இந்தவகையில் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கும் நுகர்வுக்கும் இடையிலான இயங்கியல் நகர்வு ஏற்படுகின்றது. உற்பத்தியில் ஏற்படும் மாற்றம் நுகர்வில் ஏற்படும் மாற்றத்திற்கு முன்னிபந்தனையாகின்றது. உதாரணமாக திரைப்படங்கள் போதியளவிலும், மிக விரைவாகவும் வெளியிடப்படுகின்ற போது அதன் நுகர்வோராகிய ரசிகர்கள் தொடர்ந்தும் அவற்றைப் பார்த்து ரசிக்க இசைவிக்கப்படுகின்றனர். அதேவேளை நுகர்வில் ஏற்படுகின்ற மாற்றங்கள் கூட உற்பத்தி நுட்பங்களில் மாற்றம் ஏற்படுவதற்கு முன்னிபந்தனையாகின்றன. உதாரணமாக உற்பத்திப் பொருட்களின் தரம் போன்றவற்றினைக் குறிப்பிடலாம் (Dean Kuipers & Doug Aitken, 2000, p128).

ஏனெனில் நுகர்வு என்பது சமூகத்தின் புதிய ஒழுங்காக (New Order of Society) உருப்பெற்றுள்ளது (Agbisit, 2014). அதுமாத்திரமன்றி காட்சிப்படுத்தப்பட்டிருக்கும் பொருட்களின் ஒழுங்கிலும், சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்களிலும் கூட மாற்றம் ஏற்பட்டிருக்கின்றது. புதிய அழகிய சந்தைக் கட்டிடங்கள் தோற்றம் பெற்றிருக்கின்றன. விளம்பரங்களில் கூட புரட்சிகரமான மாற்றங்கள் ஏற்பட்டிருக்கின்றன. இத்தகைய மாற்றங்களில் உற்பத்தி - நுகர்வு - விருப்பு என்பவற்றுக்கிடையிலான தொடர்புகள் தெளிவாகப் புலப்படுகின்றன.

மேலும் பௌதிலார்ட் நுகர்வு விளையாட்டில் (Game of Consumption) குறிப்பானின் பெறுமதி (Sign - Value) மற்றும் குறிப்

பான்களின் அமைப்பு முறைமை (System of Signs) என்பன குறித்தும் எவ்வாறு நுகர்வு என்பது ஒரு முறைசார்ந்த கொள்வனவாக மாற்றம் பெற்றுள்ளது என்பது குறித்தும் குறிப்பிடுகின்றார். விளம்பர தத்துவம் (Advertising Philosophy) மனிதனுடைய முறைசார்ந்த கொள்வனவு தொடர்ச்சியாக நடைபெறுவதனை உறுதி செய்கின்றது எனவும் விபரிக்கின்றார்.

உண்மையில் பௌதிலார்ட்டைப் பொறுத்தவரையில் விளம்பரங்கள் கூட நுகர்வுக்குரிய பொருட்களாக மாறியிருப்பதாகக் குறிப்பிடுகின்றார் (Baudrillard, 1996, p189). விளம்பரக் காட்சிகள் மாத்திரம் விளம்பரங்களைச் செய்வதில்லை. குறும்படக் காட்சிகள், நெடுந்தொடர்கள், திரைப் படங்கள் கூட தம்மகத்தே விளம்பரங்களைக் கொண்டுள்ளன. அங்கு பலதரப்பட்ட உற்பத்திப் பொருட்கள் பயன்படுத்தப்படுவதற்கு வாய்ப்புக்கள் உண்டு. ஒரு நடிகன் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை ஊக்குவிக்கின்றான். அதுமாத்திரமன்றி காட்சிகள் (சினிமா, நெடுந்தொடர்கள்) பல உற்பத்திப் பொருட்களின் உருவாக்கத்திற்கும் வித்திடுகின்றன.

உதாரணமாக, திரைப்படங்களில் நடிகர்கள் பயன்படுத்தும் ஆடைகள் முதல் பல பொருட்கள் பிரபல்மான உற்பத்திப் பண்டங்களாக உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. நடிகர்களின் படங்கள் மற்றும் அவர்கள் திரைப்படங்களில் பயன்படுத்தும் வசனங்கள் என்பன பல உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு அடிப்படையாக அமைகின்றன (Dean Kuipers & Doug Aitken, 2000, p130). சுருங்கக்கூறின் தொலைக்காட்சியில் இடம்பெறும் ஒவ்வொன்றும் மிகப்பெரிய விளம்பரங்களாக உள்ளன.

பௌதிலார்ட் பல்பொருள் அங்காடி கட்டிடத் தொகுதிகளின் (Malls) இருப்புப்

பற்றியும், அவை எவ்வாறு ஒவ்வொரு விடயத்தையும் நுகர்வுக்காக ஒழுங்கமைத்துள்ளன என்பது பற்றியும் குறிப்பிடுகின்றார். க.:பே (Cafe), திரையரங்கு, புத்தகக் காட்சியறைகள், ஆடைகள், உணவு, தையல் நிலையம், கணினி விற்பனை நிலையம், இருக்கைகள், செயற்கையான நீரூற்றுக்கள் என்பன போன்ற அனைத்தும் நுகர்வுக்காக அங்கு ஒழுங்குபடுத்தப்பட்டிருக்கும். இது அனைத்துப் பொருட்களையும் ஒரே நேரத்தில் ஒரே இடத்தில் வழங்குகின்றது. இது நுகர்வோருக்கு நுகர்வுக்கான வசதியை ஏற்படுத்திக் கொடுக்கின்றது. இது ஒரு “புதிய மக்கள் வெளி” (New Public Space) (Agbisit, 2014). இது தேவையான அனைத்து உற்பத்திப் பொருட்களினையும் ஏகபோகமாகக் (Monopoly) கொண்டுள்ளது. இது நுகர்வினை மேலும் நுட்பமாக ஊக்குவிக்கின்றது. ஒரு சிறிய பொருளை மாத்திரம் கொள்வனவு செய்வதற்காக ஒருவர் பேரங்காடிக்கு (Shopping Malls) செல்லும் போது அங்கே உணவருந்தவும், சினிமாவிற்கு செல்லவும், வேறுபல பொருட்களை நுகரவும் தூண்டப்படுகின்றார். இத்தகைய பேரங்காடி வளாகங்கள் மனித நடத்தையினை முன்னிபந்தனையாகக் கொண்டவை.

நாம் எமது முழுவாழ்வும் நுகர்வினால் கட்டப்பட்டுள்ள அந்தப் புள்ளியை அடைந்துள்ளோம். இங்கு எல்லாச் செயற்பாடுகளும் ஒரே வகையான சேர்க்கையால் வரிசைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. இங்கு மனநிறைவுத் (Gratification) திட்டம் முன்கூட்டியே ஒழுங்குபடுத்தப்பட்டுள்ளது (Baudrillard, 1998, p29). இங்கு சூழல் (Environment) முதலாளித்துவத்தினால் முன்கூட்டியே திட்டமிட்ட வகையில் முழுமைப்படுத்தப்பட்டு வழங்கப்பட்டுள்ளது. அது பண்பாடாக மாற்றப்பட்டுள்ளது.

இப்பொழுது மனிதன் சில பாங்குகளிலும் (Styles), சுற்றுப்புறச் சூழலிலும்

(Ambience), மற்றும் உள்ளக வடிவமைப்புக்களிலும் (Interior Design) நம்பிக்கை கொண்டுள்ளான் (Agbisit, 2014). விடுமுறைக்காலங்களில் இயற்கையை ரசிப்பதற்குப் பதிலாக ஆடம்பர விடுதிகளில் மனிதனால் செயற்கையாக உருவாக்கப்பட்ட மணல்திட்டக்கள், நீச்சல் தடாகங்கள், செயற்கையான நிறங்களும் சுவைகளும் சேர்க்கப்பட்ட உணவு வகைகளையும், அழகுபடுத்தப்பட்ட மரங்களையும் கொண்ட விடுமுறைப் பொதிகளை (Vacation Package) கொள்வனவு செய்கின்றான். மாறாக திரையரங்குக்கு வரும் தனிப்பட்டவர்கள் தங்களை அதனுள்ளேயே முடக்கிக் கொள்வது அல்லது அவர்களின் கவனச் சிதறல்கள் கவனிக்கப்படாமலே போகலாம். இவ்வாறாக நுகர்வோர் சமூகத்தில் மனிதனின் நிலைபற்றி பௌதிலார்ட் விபரிக்கின்றார்.

முடிவுரை

பௌதிலார்ட், நுகர்வோர் உலகில் மனிதன் திறனாய்வு சிந்தனையற்றவனாகக் காணப்படுவதனைத் தெளிவாக எடுத்துக் காட்டுகின்றார். மனிதன் நுகர்வோர் சமூகத்தால் கொண்டுவரப்பட்டுள்ள நுட்பமான அடக்கு முறையினைக் கவனத்திற் கொள்ளவில்லை. நவீனகால சமுதாயத்தால் கொடுக்கப்பட்டுள்ள அதிகாரத்தின் காலவதியான கருத்துக்களின் காரணமாக மனிதன் நுகர்வோர் சமூகத்தினால் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ள அடக்குமுறைகளை இனங்காணத் தவறிவிடுகின்றான். நுகர்வோர் சமூகத்தினால் வழங்கப்படுகின்ற சுதந்திரத்தின் மீதான அவனது நம்பிக்கையும், நுகர்வு உலகில் அவனது தொடர்ச்சியான பகுத்தறிவுற்ற விருப்பமும் அவனது திறனாய்வு சிந்தனையை மழுங்கச் செய்துள்ளன. அவனைப் பொறுத்தவரை இவ்விடங்கள் அனைத்தும் இன்றியமையாதவையும், நியமத்தன்மை வாய்ந்தவையும் ஆகும். இதனால் நுகர்வு என்பது புதிய சமூக ஒழுங்காகப் பரிணமித்

துள்ளது. எனவே நுகர்வோர் சமூகத்தில், முழுவதும் நுகர்வினால் கட்டப்பட்டுள்ள ஒரு வலைப்பின்னலினுள் அகப்பட்டிருப்பதே எமது நிலை என்ற விழிப்புணர்வினை ஏற்படுத்துவதாகப் பௌதிலார்ட்டினுடைய சிந்தனைகள் அமைந்திருப்பதனைக் காணலாம்.

References

- Adorno, T. (1991) "On the Fetish Character of Music and Regression of Listening" in *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture* Routledge, London.
- Agbisit, G. D. (2014) "Baudrillard's Vision of the Postmodern Society and the Hope for Human Action." in *Inquiries Journal/ Student Pulse*, 6(03). [Online]: viewed 13th of August 2019, from, <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=876>,
- Baudrillard, J. (1998) *The Consumer Society: Myths and Structures*. Trans. Chris Turner. SAGE Publications. London.
- Baudrillard, J. (1994) *The Illusion of the End*. California: Stanford University Press, London, n
- Baudrillard, J. (1996) *The System of Objects*. Trans. James Benedict Verso. London.
- Baudrillard, J. (1981) *For a Critique of Political Economy of the Sign*, Trans. Charles Levin, Telos Press London.
- Butler, R. (1999) *Jean Baudrillard: The Defense of the Real*, Sage Publication, London.
- Habib, M.M., (2018) "Culture and Consumerism in Jean Baudrillard: A Postmodern Perspective" in *Asian Social*

Science, 14(9), 43-46, viewed 13th of August 2019, from, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/download/75453/42893>,

Kellner, D. (1989) *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Cambridge and Palo Alto: Polity Press and Stanford University Press, London.

Kuipers, D. and Aitken, D. (2000) "Speed as Fantasy: Bollywood Dreams 900 Films a Year" in *I Am A Bullet: Scenes From An Accelerating Culture*, : Crown Publication, New York, USA.

Lytvyn, D., (2012) *Jean Baudrillard*, viewed 11th of August 2019, from, <https://prezi.com/bo3-mzr8jigz/jean-baudrillard/>.

Rojek, Chris and Bryan Turner. (eds.) (1993) *Forget Baudrillard*. London: Routledge.

Sarup, M. (1993) *An Introductory Guide to Poststructuralism and Postmodernism*. 2nd ed. London/New York: Harvester Wheatsheaf.

Sokal, A. and J. Bricmont (1998) "Jean Baudrillard" in *Fashionable Nonsense: Postmodern Intellectuals' Abuse of Science*, Picador New York, USA.

Steven and Kellner, D. (1991) *Postmodern Theory: Critical Interrogations*. Macmillan, London.

Wolny, W.R., (2017) *Hyperreality and Simulacrum: Jean Baudrillard and European Post-Modernism*, in *European Journal of Interdisciplinary studies*, 3(3), 75-79, <http://journals.euser.org/files/articles>.