

தொலைக்காட்சி விளம்பரங்களில் வாழ்வியல் விழுமியங்களும் ஆளுமைத்திறமும்

முனைவர் இரா. பிரியதர்சினி

இணைப் பேராசிரியர், முதுகலை மற்றும் தமிழாய்வுத்துறை
ஸ்ரீ மீனாட்சி அரசினர் மகளிர் கலைக் கல்லூரி(த), மதுரை

ஆய்வுச்சுருக்கம்

மக்கள் தகவல் தொடர்பியலில் தொலைக்காட்சி சக்தி வாய்ந்த ஊடகமாக உள்ளது. இன்றைய சூழலில் இல்லங்களில் மட்டுமல்லாமல் மக்கள் கூடும் பொது இடங்களிலும் (மருத்துவமனை, இரயில்நிலையம், பேருந்துநிலையம், கடைகள்.....) தொலைக்காட்சி காணப்படுகிறது. தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை அனைத்துத் தரப்பு மக்களும் கண்டு மகிழும் நிலை உள்ளது. தொலைக்காட்சியுடன் அதிக நேரம் செலவிடும் இல்லத்தரசிகளும், மூத்த குடிமக்களும், சிறுவர்களும் அதிக எண்ணிக்கையில் உள்ளனர். இத்தகைய நிலையில் தொலைக்காட்சியில் வெளிவரும் நிகழ்ச்சிகள் மக்கள் மனதில் பாதிப்பை ஏற்படுத்துவதற்கான வாய்ப்புகள் அதிகம் உள்ளன. கற்றலை விடவும் கேட்டல் இனிது, கேட்டலை விடவும் பார்த்தல் இனிது, பார்த்தலை விடவும் கேட்டுக்கொண்டே பார்த்தல் இனிது, அதிலும் இசையாகவோ பின்னனி இசையுடனோ நிகழ்ச்சி அமைந்தால் மிக இனிது. ஒளி மற்றும் ஒலியுடன் பார்க்கப்படும் காட்சி மனதில் பதிவதுடன் புரிதலுக்கு எளிமையாகவும் இருக்கும். இவ்வாறு அனைத்துத் தரப்பு மக்களும் விரும்பிப் பார்க்கும் தொலைக்காட்சியில் விளம்பரங்கள் வெளிவருவதையே தயாரிப்பு நிறுவனங்கள் விரும்புகின்றன. அதனால் நுகர்வோரை ஈர்க்கும் வகையில் அதிக அளவிடான விளம்பரங்களைத் தொலைக்காட்சியில் ஒளிபரப்புகின்றனர். இவ்விளம்பரங்களில் வியாபார நோக்கம் மட்டுமல்லாமல் மக்களை நல்வழிப்படுத்தக்கூடிய வகையில் காட்சிகள் அமைக்கப்படுவதைக் காண முடிகிறது. இது போன்ற விளம்பரங்கள் வாழ்வியல் விழுமியங்களை எடுத்துக்கூறி சமுதாயத்தை நல்வழிப்படுத்துவனவாக அமைகின்றன. விளம்பரக்கலையில் கலை வாழ்க்கைக்காக என்ற கொள்கை கடைப்பிடிக்கப்படுவதை ஆய்வதாக இக்கட்டுரை அமைக்கப்படுகிறது.

திறவுச்சொற்கள்: தன்னம்பிக்கை, விடாமுயற்சி, பிறருக்கு உதவும் பண்பு, அஞ்சாமை, உயர்வுள்ளல், பணிப்பகிர்வு கொள்கை வழி நிறற்றல், சமூகம் சுட்டும் விழுமியங்கள் வழி நிறற்றல்.

முன்னுரை

தொலைக்காட்சி என்பது சக்தி வாய்ந்த ஊடகமாக உள்ளது. சாதி, மதம் வேறுபாடு இன்றியும் படித்தவர், படிக்காதவர் பாகுபாடு இல்லாமலும் சிறியவர்கள் முதல் பெரியவர்கள் வரை அனைவரும் விரும்பிப் பார்க்கும் ஊடகம் தொலைக்காட்சி ஆகும். ஒவ்வொரு இல்லத்திலும் மருத்துவமனை உட்பட அனைத்து பொது இடங்களிலும் தவறாமல் இடம் பிடிக்கும் ஊடகம் தொலைக்காட்சி என்றால் அது மிகையாகாது. தொலைக்காட்சி என்பது ஒரே நேரத்தில் அதிக மக்களை ஈர்க்கும் ஆற்றலுடையதாக உள்ளது. எனவே விளம்பரதாரர்கள் தொலைக்காட்சியில் தங்கள் பொருள் அல்லது நிறுவனம் சார்ந்த

விளம்பரங்களை வெளியிடுவதில் அதிக ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். சில விளம்பரங்கள் வியாபார நோக்கத்துடன் மட்டுமல்லாமல் சமுதாயச் சிந்தனையுடன் வெளிப்படுவதைக் காணமுடிகிறது. கலை வாழ்க்கைக்காக என்ற கோட்பாட்டை விளம்பரக்கலையில் பயன்படுத்தியுள்ள விதத்தை ஆய்வதாகவும் விளம்பரங்களில் வெளிப்படும் வாழ்வியல் விழுமியங்கள் மற்றும் ஆளுமைத் திறம் குறித்து ஆய்வதாகவும் இக்கட்டுரை அமைக்கப்படுகிறது.

விழுமியங்களும் ஆளுமைத்திறமும்

“உலகம் முழுமையும் பல அறநெறிகள் உள்ளன. நீதிகள் உள்ளன. ஆசாரங்கள் உள்ளன. அவை அனைத்தையும் ஒட்டுமொத்தமாகச் சுட்டக்கூடிய சொல்லே விழுமியம். அவை மக்கள் வாழ்ந்து

அறிந்து அடுத்த தலைமுறைக்கு கொடுத்துச் செல்லும் நெறிகள் குறித்த நம்பிக்கை மற்றும் மனக்கட்டுமானமே விழுமியம் என்பது” தமிழ் விக்கிசனரி (<https://ta.m.wiktionary.org/wiki>) எப்படியும் வாழலாம் என்பதல்ல வாழ்க்கை. இப்படித்தான் வாழ வேண்டும் என ஒரு நெறிமுறையை வகுத்துக் கொண்டு வாழ்வதே சிறந்த வாழ்க்கையாகும். தனக்கும் பிறருக்கும் பயனுள்ள வகையில் வாழும் அர்த்தமுள்ள வாழ்க்கைக்கு விழுமியங்கள் வழி வகுக்கும்.

“தனிமனிதனுடைய எண்ணங்கள், செயல்படும் முறை, நடத்தைகள், அவன் பிறருடன் பழகும் முறை, மனப்பான்மைகள், அவனுடைய வாழ்க்கைத் தத்துவம், அறிவாற்றல், உணர்ச்சிகள் ஆகிய யாவும் சேர்ந்த தொகுப்பிலிருந்து அவனுக்கு ஏற்படும் ஒரு தனித்தன்மை ஆளுமை” என வாழ்வியற் களஞ்சியம் கூறுகிறது.

தன்னம்பிக்கை

தன்னம்பிக்கை என்பது ஒவ்வொரு மனிதனின் முன்னேற்றத்திற்கும் இன்றியமையாததாகும். தன்னம்பிக்கையின் முக்கியத்துவத்தை உணர்த்தவே ‘ஊக்கமுடைமை’ என வள்ளுவர் ஒரு அதிகாரத்தையே இயற்றியுள்ளார். தன்னம்பிக்கை என்பது ஆண், பெண் வேறுபாடு இல்லாமல் அனைவருக்கும் அத்தியாவசியமான ஒன்றாகும். குறிப்பாக ஆண்ணாதிக்க சமுதாயத்தில் பெண் தன்னம்பிக்கையுடன் இருப்பது அத்தியாவசியமாகிறது. “உடையார் என்படுவது ஊக்கம்” “உள்ளம் உடைமை உடைமை” என்பன போன்ற குறள்கள் தன்னம்பிக்கை பற்றி இயம்புகின்றன. பெண்களின் தன்னம்பிக்கையே வேலுநாச்சியார் தொடங்கி மாண்புமிகு குடியரசுத்தலைவர் திரௌபதி முர்மு வரை தோன்றக்காரணமாக அமைந்துள்ளது. இத்தகைய உயரிய தகுதியை வளர்த்துக்கொள்ள உதவக்கூடிய விளம்பரமாக **ரின் சோப்பு** விளம்பரம் அமைந்திருப்பதைக் காண முடிகிறது.

“ஒரு பெண் அதிகாரியை மிரட்டும் தொனியில் தவறான கோப்பில் கையெழுத்திட ஒருவன் கேட்கிறான். கையூட்டு கொடுப்பதாகவும் கூறுகிறான். ஆனால் அப்பெண் அதிகாரியோ தன் நேர்மையை விட்டுக்கொடுக்கத் தயாராக இல்லை என்பதை ‘என் உடையோ நேர்மையோ அழுக்காக விட மாட்டேன்’ என்று துணிவுடனும் தன்னம்பிக்கையுடனும் கூறுவதாகக் காட்சிகள் அமைக்கப்பட்டிருக்கும். இதே சோப்பு விளம்பரத்தில் ஆடையை வைத்து குறைவாக மதிப்பிட்டு அரங்கிற்குள் தன் தாயை அனுமதிக்காத காவளாலியிடம் தன்னம்பிக்கையுடன் ‘Don’t judge a book by its cover’ எனக் கூறி தன் தாயை அழைத்துச்செல்லும் பெண் காட்டப்பட்டிருப்பார். பெண் பதிவியில் அமர்வதும் அங்கு ஏற்படும் சிக்கல்களைத் தன்னம்பிக்கையுடன் எதிர் கொள்வதும் இவ்விளம்பரங்களில் நன்கு வெளிப்பட்டுள்ளது. வேறு உலகாகயத லாபங்களுக்காகத் தம் கொள்கையைத் துறக்காது கொள்கைக்கு மாறாது நடப்பவர், கொள்கை வழி நிற்பவர் என ஸ்பிரிங்கர் என்ற ஜெர்மானிய உளவியல் அறிஞர் கூறியுள்ளார். இவ்விளம்பரங்களில் கூறப்பட்டுள்ள பெண்கள் கொள்கை வழி நிற்கும் ஆளுமை உடையவர்களாக உள்ளனர்.

பிறருக்கு உதவும் மனப்பான்மை

பிறருக்கு உதவுதல் என்பது கைமாறு கருதாமல் உதவக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும். “கைமாறு கருதாமல் கடப்பாடு மாரிமாட்டு” எனத்தொடங்கும் குறள் மழையைப்போல் எதிர்பார்ப்பில்லாமல் உதவ அறிவுறுத்தியுள்ளது. இயற்கைச் சீற்றம் ஏற்படும் பொழுதும் போர் மற்றும் கொரோனா போன்ற பெருந்தொற்று ஏற்படும் பொழுதும் நாடு, நகர், இனம், மதம், மொழி கடந்து அனைவரும் அனைவருக்கும் உதவுவதைப் பார்த்திருக்கிறோம். வள்ளலார் கண்ட ஜீவகாருண்யம் பலருள் வெளிப்பட்டதையும் நம்மால் காண இயன்றது. இவ்வாறு உதவும் பண்பை குழந்தைப் பருவத்திலேயே ஏற்படுத்தும் வகையில் **சர்.ப் எக்ஸெல்** விளம்பரம் அமைந்துள்ளது.

“தன்னுடன் வந்து கொண்டிருக்கும் சக தோழி, தன் உடையில் சேறால் கறை உண்டானதால் அழுகிறாள். அத்தோழியின் அழகையை நிறுத்த சிறுவன் அச்சேற்றில். ‘தன் தோழி மீது ஏன் தெரித்தாய்’ எனக் கேட்டுக்கொண்டே குதிப்பதாகக் காட்சி அமைக்கப்பட்டுள்ளது”. தன் மீது சேறு தெரித்தாலும் தன் தோழியின் அழகை நின்றால் போதும் என என்னும் சிறுவனின் மனநிலை வெளிப்பட்டுள்ளது. இதே விளம்பரத்தில் ஒரு சிறுவன் தன் பாட்டிக்கு உதவும் நோக்கத்துடன் தன் உடை அழுளக்காவதைப் பற்றி கவலைப்படாமல் செயல்படும் விதம் சித்தரிக்கப்பட்டுள்ளது. ‘**கறை நல்லதுதான்**’ எனக் கூறப்பட்டுள்ள இவ்விளம்பரத்தின் வாசகம் எந்தத் தீமையிலும் ஒரு நன்மை உண்டு என்பதையும் எடுத்துக்கூறுவதாக உள்ளது. இவ்விளம்பரத்தில் வரும் சிறுவன் எவ்வித எதிர்பார்ப்பும் இல்லாமல் உதவுவதுடன் தன் துன்பத்தைப் பற்றி சிந்திக்காமலும் உதவுவது சிறப்பாக அமைக்கப்பட்டுள்ளது. பாரதியார் பாப்பாபாட்டு மூலம் இளையதலைமுறையை செதுக்கியது போல் இவ்விளம்பரமும் இளையதலைமுறையை நோக்கி அமைக்கப் பட்டுள்ளது சிறப்பானதாகும். **ஸ்பிரிங்கர் கூற்றுப்படி, சக மனிதரை மிகவும் நேசிப்பவராக பிறர் நலனில் அக்கறை கொண்டவராக சமூகம் கூட்டும் விழுமியங்கள் வழி நடப்பவர்** என்ற ஆளுமைத்திறம் உடைய சிறுவனைக் காண முடிகிறது.

அஞ்சாமை

‘அச்சம் என்பது மடையையடா அஞ்சாமை திராவிடர் உடையையடா’ என்கிறது ஒரு திரையிசைப் பாடல். ‘அச்சமில்லை அச்சமில்லை அச்சமென்பது இல்லையே’ என்கிறார் பாரதியார். நிமிர்ந்த நன்னடையும் நேர்கொண்ட பார்வையும் உடைய பாரதி கண்ட புதுமைப்பெண் **ஹமாம் சோப்பு** விளம்பரத்தில் காட்டப்பட்டிருப்பதை அறியமுடிகிறது. தாயின் வளர்ப்பானது பெண் குழந்தைக்குத் தனித்து செயல்படும்

தன்னம்பிக்கையுடன் துணியையும் தருவதாக இருக்க வேண்டும் என்பதை இவ்விளம்பரம் காட்டுகிறது. ஈவ் டிசிங் எனப்படும் பெண்களுக்கு எதிரான வன்முறையை எதிர்க்க மனத்துணிவு வேண்டும். அத்துடன் தற்காப்பு கலைகளைக் கற்பது அவசியம் என்பதை எடுத்துக்காட்டும் விதமாக ஹமாம் சோப்பு விளம்பரம் அமைந்துள்ளது.

கலவரம் நடக்கும் காலத்தில் தனித்து சூழ்நிலையை எதிர்கொள்ளவும், தன்னைக் கேலி செய்யும் ஆண்களை எதிர்க்கும் துணிவு பெறவும் தற்காப்பு கலையைக் கற்றுக்கொண்டு செயல்படத் தன் மகளைத் தயார் செய்யும் தாய் இவ்விளம்பரத்தில் காட்டப்பட்டிருப்பாள். ‘**ஈன்று புறந்தருதல்**’ என் தலைக்கடனே’ என்ற புறநானூற்றுப் பாடலும் ‘**எந்தப் பிள்ளையும் நல்ல பிள்ளைதான்**’ இந்த மண்ணில் பிறக்கையிலே அவன் நல்வனாவதும் தீயவனாவதும் அன்னை வளர்ப்பினிலே’ என்ற திரையிசைப் பாடலும் ‘**தாயைப் போல் பிள்ளை**’ என்ற பழமொழியும் பிள்ளை வளர்ப்பில் தாயின் பங்களிப்புப் பற்றி கூறுகின்றன. இது போன்ற ஒரு தாயைக் காட்டும் விளம்பரமாக இவ்விளம்பரம் உள்ளது. **கொள்கை வழி நிற்பவர்** என்ற ஆளுமைத் திறம் கொண்ட தாயையும் மகளையும் இவ்விளம்பரம் வெளிப்படுத்தியுள்ளது.

விடாமுயற்சி

பயிற்சியும் முயற்சியும் வெற்றிக்கு வழிவகுக்கும் படிக்கட்டுகளாகும். சாதனைக்கு ஆண் பெண் வேறுபாடு இல்லை. ஆண்கள் சாதிக்கும் அனைத்துத்துறைகளிலும் பெண்களும் சாதித்து வருவதை நாம் நாள்நாள் பார்த்து வருகிறோம். “ஆணுக்கு பெண் இளைப்பில்லை காண்” என்கிறார் பாரதியார். இக்கூற்றை மெய்பிக்கும் வகையில் **பூஸ்ட்** விளம்பரம் அமைந்துள்ளது. ஒரு பெண் பிள்ளை கிரிக்கெட் மைதானத்தில் கிரிக்கெட் விளையாட்டை பயிற்சி செய்து கொண்டிருக்கிறாள். அங்கு வந்த சில பையன்கள் கிரிக்கெட் பெண்களுக்கான விளையாட்டு இல்லை எனக் கூறுகிறார்கள்.

அதைக்கேட்ட அப்பெண்ணோ 'விளையாட்டு ஆண், பெண் என்பதைப் பொறுத்ததில்லை என்றும் வலிமையைப் பொறுத்தது' என்றும் கூறுகிறாள். மேலும் தனது விடாமுயற்சியால் சரியாக ஸ்டம்பை நோக்கி பந்து எரியவும் செய்கிறாள். பூஸ்ட் விளம்பரம் இவ்வாறு அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இதில் கிரிக்கெட் வீரர்கள் டோனி, பும்ரா போன்றோரும் நடித்துள்ளனர். பெண் பிள்ளைகள் கிரிக்கெட் விளையாட்டில் வென்றிட தன்னம்பிக்கை தரும் விளம்பரமாகவும் வெற்றிக்கு விடாமுயற்சி அவசியம் என்பதைத் தெரிவிக்கும் விளம்பரமாகவும் உள்ளது. **கொள்கை வழி நிற்கும் சிறுமியையும் அச்சிறுமியை ஊக்கப்படுத்தும் பிரபலங்கள் சமூகம் சுட்டும் விழுமியங்கள் வழி நடப்பவர்களாகவும் விளம்பரம் அமைக்கப்பட்டுள்ளது.**

பணிப்பகிர்வு

இல்லப்பணிகளில் ஆண்கள் செய்வது பெண்கள் செய்வது என்பன போன்ற பிரிவினைகள் இன்றளவும் பல குடும்பங்களில் இருப்பதைக் காணமுடிகிறது. அர்த்தநாரீஸ்வரர் என்ற இறை வடிவமே ஆணும் பெண்ணும் சமம் என்பதை அறிப்பதாகவே உள்ளது. "ஆணும் பெண்ணும் நிகர் என கொள்வதால் அறிவிலோங்கி இவ்வையம் தழைக்குமாம்" என்கிறார் பாரதி. இல்லம் சார்ந்த பணிகளில் ஆண் பெண் வேறுபாடு இன்றி செய்யப்பட வேண்டும் என்பதைப் பல்வேறு விளம்பரங்கள் உணர்த்தியுள்ளன. தன் மருத்துவர் மனைவியின் பணிச்சுமையை அறிந்த கணவர் தன் மனைவியின் ஆரோக்கியத்திற்காக **ஹார்லிக்ஸ்** பானம் தயார் செய்து தருவதும், மனைவியின் அலுவலகப் பணிச்சுமையை அறிந்து மனைவிக்காக காபி போட்டுத் தரும் கணவனைக் காட்டும் **சன்ரைஸ்** விளம்பரமும் சமைத்தப்பாத்திரம் கழுவ கணவன் மனைவிக்கு உதவி புரியும் **விம் லிக்விட்** விளம்பரமும் பணிப்பகிர்வை விளக்கும் தன்மையுடன் அமைந்துள்ளன. **சமூகம் சுட்டும் விழுமியங்கள் வழி நடப்பவர்** என்ற ஆளுமைத்திறம் உடைய

கணவன் கதைமாந்தர்கள் இவ்விளம்பரங்களில் படைத்துக்காட்டப்பட்டுள்ளனர்.

உயர்வுள்ளல்

'எண்ணிய எண்ணியாங்கு எய்துப்' என்கிறார் வள்ளுவர். 'எண்ணம் போல் வாழ்வு' என்பார்கள் சான்றோர். மனம் ஒரு அதீத சக்தி உள்ள ஆயுதம். ஒரு முகப்பட்ட எண்ணங்களின் குவியல் நடைமுறைச் சாத்தியமாவதை உளவியல் அறிஞர்கள் ஏற்றுக்கொண்டுள்ளனர். எனவே உயரிய எண்ணமும் அதை நோக்கிய கடினஉழைப்பும் வெற்றியை நோக்கி நம்மை அழைத்துச்செல்லும் என்பதில் ஐயமில்லை. இதையே வள்ளுவர் 'உள்ளுவதெல்லாம் உயர்வுள்ளல்' என்றும் 'மாந்தர் தம் உள்ளத்தனையது உயர்வு' என்று வள்ளுவர் கூறியுள்ளார். **சின்தால் சோப்பு** விளம்பரத்தில் ஒரு பெண் மாவட்ட ஆட்சியராகச் சிறப்பாகப் பணியாற்றுவதைப் பார்த்த ஒரு சிறுமி தன் தாயிடம் தானும் அக்காவைப் போல மாவட்ட ஆட்சியராக வேண்டும் என்று உரைப்பதாகக் காட்சிகள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. சிறுமியின் உயர்வுள்ளல் இவ்விளம்பரத்தில் சிறப்பாக வெளிப்பட்டுள்ளது. **கொள்கை வழி நிற்பவர்** என்ற ஆளுமைத்திறம் கொண்ட சிறுமியை இவ்விளம்பரத்தில் காணமுடிகிறது.

சக மனிதர்களை மதித்தல்

'ஒன்று பாட்டால் உண்டு வாழ்வு' 'ஒற்றுமையே வலிமை' 'கூடி வாழ்ந்தால் கோடி நன்மை' என்பன போன்ற பொன்மொழிகள் வேறுபாடுகளை மறந்து ஒற்றுமையுடன் வாழ அறிவுறுத்துகின்றன. மேலும் ஒற்றுமையுடன் வாழ்வதால் ஏற்படும் நன்மையையும் எடுத்துக்கூறியுள்ளன. ஒற்றுமையுடன் வாழ சக மனிதர்களின் நியாயமான உணர்வுகளைப் புரிந்து கொள்வதும், அவர்களின் உழைப்பை அங்கீகரிப்பதும், அவர்களை மதிப்பதும் அவசியமாகும். **டெய்ரி மிள்க் சாக்லெட்** விளம்பரம் 'ஸ்வீட் எடு **கொண்டாடு**' என்ற வாசகத்தடன் வெளிவருகிறது. மேலும் தனது உதவியாளரின் மகனது கல்வியில் அக்கறை கொண்டுள்ள மற்றும்

உதவியாளரின் மகிழ்ச்சியைப் பகிர்ந்து கொள்கின்ற முதலாளியை இவ்விளம்பரம் காட்டுகிறது. தனக்குக் கீழ் பணிபுரியும் ஒரு பணியாளரின் திருமணத்தில் பங்கேற்று ஆடிப்பாடி மகிழும் உயர் அதிகாரியையும் இவ்விளம்பரம் காட்டுகிறது. **எப்போதாவது அடுத்தவர் சந்தோர்த்தில் பங்கு எடுத்துப்பாருங்கு** என்ற வாசகத்துடன் இவ்விளம்பரம் வெளிவருகிறது. அடுத்தவர் மகிழ்ச்சியைக் கொண்டாடும் மனிதநேயம் மிக்க உறவை இவ்விளம்பரம் காட்டுகிறது. ஜோஸ் ஆலுக்காஸ் விளம்பரத்தில் நடிக்கர் விஜய் நடித்திருப்பார். தனது கார் ஓட்டுநரின் மகள் இந்திய ஆட்சிப்பணித் தேர்வில் தேர்ச்சி அடைந்ததைத் தானாகவே அறிந்து கொண்டு, கார் ஓட்டுநரின் மகளுக்குத் தங்கத்தோடு பரிசளிப்பதாக விளம்பரம் அமைந்திருக்கும். தங்களுக்காக உழைப்பவர்களின் உணர்வையும் உழைப்பையும் போற்றும் உயரிய பண்பு இவ்விளம்பரத்தில் வெளிப்படுகிறது. **சமூகம் சுட்டும் விழுமியங்கள் வழி நிற்பவர்** என்ற ஆளுமைத்திறம் உடைய மனிதர்கள் இவ்விளம்பரத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளனர்.

முடிவுரை

படைப்பாளர்களும், ஊடகங்களும் சமூக அக்கறையுடன் உள்ளதைக் காணமுடிகிறது. அதிக மக்களை எளிதில் கவர்ந்திழுக்கும் தொலைக்காட்சி போன்ற ஆற்றலுடைய தகவல் தொடர்பு ஊடகங்களில் வெளிவரும் விளம்பரங்கள் நுகர்வோரை அதிகம் ஈர்க்கக்கூடியதாக உள்ளன என்பதை விளம்பரதாரர்கள் உணர்ந்துள்ளமையால்

வியாபாரநோக்கத்துடன் தங்களது சமூகக் கடமையையும் உணர்ந்து விளம்பரப்படங்களைத் தாயரிக்கின்றனர் என்பதை அறியமுடிகிறது. கல்விநிலையங்கள் மற்றும் சான்றோர்களிடம் மட்டுமல்ல ஊடகம் வழியாகவும் வாழ்வியல் விழுமியங்களை அறிந்துகொள்ள முடியும் என்பதை தெரிந்துகொள்ள முடிகிறது. பிரபலங்கள் இவ்விளம்பரங்களில் நடிப்பதன் மூலம் பிரபலங்களுக்கு சமூக அக்கறை உள்ளது என்பது வெளிப்படுகிறது. நல்ல கருத்தைப் பிரபலங்கள் கூறும்பொழுது அக்கருத்து சமூகத்தில் ஆழமாகப் பரவும் என்பதையும் இவ்விளம்பரங்கள் மூலம் அறியமுடிகிறது. நல்ல ஆளுமையுடன் சிறுவர்களையும் பெண்களையும் ஆளும் வர்க்கத்தினரையும் (முதலாளிகள், ஆண்கள்....) உருவாக்க இவை போன்ற விளம்பரங்கள் உதவுகின்றன. இவ்விளம்பரங்கள் வியாபாரத்தை மட்டுமல்ல சமூகத்தையும் முன்னேற்றும் தன்மையுடையவையாக உள்ளன.

துணைநூல் பட்டியல்

1. ஞா.மாணிக்கவாசகன் (உரை) - புறநானூறு, உமா பதிப்பகம், சென்னை-1.
2. புலவர் இரா. இளங்குமரனார் (உரை) - திருக்குறள், தமிழ்மண் பதிப்பகம், சென்னை - 17.
3. பேரா. இரா. காஞ்சனா - ஆளமை வளர்ச்சியும் ஆளுமை கோட்பாடுகளும் விஷ்ணுப்பிரியா பதிப்பகம், மதுரை.
4. சி. சுப்ரமணியபாரதி - பாரதியார் பாடல்கள், பாரதி பதிப்பகம், சென்னை - 17.