

Written by  
Monday, 26 June 2006 06:26 -



இந்த புதிய பெர்ப்ஃயம் உங்கள் ஆளுமையை கட்டி, சூத்தமாகவும், சகெஸ்யாகவும் வதை திருக்கும் வறே எதை எதிர்பார்த்துக் காத்திருக்கிறீர்கள்?" என்று குழும்பியிருக்கும் கட்டத்தினரை கடைக்கிறார் சனெட் விற்பனை பிரதிநிதி. இது இந்து நாளடே சனெனையில் நடத்திய "மெட்ரோ பிளஸ் லைப் ஸ்டலை ஷோ"வில் ஒரு காட்சி.

இந்திய நடுத்தர வர்க்கம் காத்திருக்கவில்லை. வாழ்க்கையின் இலட்சியத்தை, மகிழ்ச்சியின் இரகசியத்தை "கண்டுகொண்டனே... கண்டுகொண்டனே" என முன்னப்போதகை காட்டிலும் விரைவாக "அமெரிக்கக் கனவன" நோக்கி ஓடுகிறது. அந்த ஓட்டத்தில் ஒரு நிறுத்தம் தான் "தி இந்து மெட்ரோ பிளஸ் லைப் ஸ்டலை ஷோ."

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

மலே தட்டு வரக் கத்தினரின் களேக்கை, கும்மாளங்களை பிரசுரிப்பதற்காக "மடெர்ரோ பிளஸ்" எனும் 4 பக்க இலவச இணைப்பை நாள்தோறும் பிரசுரித்து நடுத்தர வரக்கத்தினருக்கு "ஆன்மீக சவேலை" புரிந்து வரும் "மவுண்ட் ரோடும் மகாவிஷ்ணுவின் மடலோனா அவதாரம்" இந்த மடெர்ரோ பிளஸ் கண்காட்சி.

இது "ரங்கராட்டினம், பஞ்சு மிட்டாய்" ரகத்தைச் சேர்ந்த அரசுப் பொருட்காட்சியோ, வீட்டு உபயோகப் பொருட்காட்சியோ அல்ல. ராக் இசை நிகழ்ச்சியும், "பிளானட் யம்மின் உலக உணவகமும்", "நிமிடத்தில் எத்தனை பிட்சாவை விழுங்க முடியும்" போன்ற விளையாட்டுப் போட்டிகளும் நிறைந்த, அரை டஜன் ஹெவி டூட்டி ஜெனரேட்டர்களால் முற்றிலும் கুলிரபட்டப்பட்ட புதிய கனவாலகம்.

வாடிககையாளர்கள் விலகைக்கு வாங்க முடியாத, ஆனால் நுகர்ந்து மகிழக்கூடிய சினிமா நட்சத்திரங்களும், சின்னத்திரை நட்சத்திரங்களும், மாடல்களும் கூட அங்கே காட்சிக் குவகைகப்பட்டிருந்தனர்.

நுகர்வோரின் வாழ்க்கைத் தரத்தை "ஜாக்கி" வதைத்து துக்கும் ஆயிரக்கணக்கான பொருட்களை இந்தியாவின் எல்லா மாநிலங்களிலிருந்தும், ஆப்பிரிக்கா, தாய்லாந்து, இந்தோனேசியா, சீனா, அமெரிக்கா, ஜெர்மன், பிரான்ஸ் உள்ளிட்ட வளநாடுகளிலிருந்தும் தருவித்து சதுர மீட்டருக்கு ரூ. 6000ஃ வாடகை சலுத்தி, 1,40,000 சதுர அடி பரப்பில் அமகைகப்பட்டிருந்த ஓர் உலக சந்தை அது.

எதிர்பார்த்ததை போலவே கடந்த ஆண்டை விட 70% அதிகமானோர், தனது "இஷ்ட

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

பிராண்டுகள்" அனாதைத் தும் ஒரு சரே எழுந்தருளியுள்ள இந்த ஹபைர் மார்க்கெட் ஆலயத்தில் ஆயிரக்கணக்கில் குவிந்து, ரூ. 50 நுழைவாக் கட்டணம் சலுத்தி, வரிசையில் நின்று தரிசித்தனர்.

விற்பனைக்கு வகைக்கப்பட்டிருந்தவகைகளில் பல இதற்கு முன்னர் களேவியே பட்டிராத பொருள்களென்றாலும் அவை ஒவ்வொன்றின் "அத்தியாவசிய"த் தன்மையை விளக்கும் விற்பனை பிரதிநிதிகளும், "அதில் மறேக்கொண்டு பலான பலான வசதிகள் இல்லையே" என்று விற்பனையாளர்களதைத் திணறடிக் கும் வாடிக் கையாளர்களும் பஞ்சமே இல்லை.

விறகு அடும்பை ஊதி கண் வீங்கும் பண்கள் வாழும் நாட்டில் ரூ. 15,000 விலையில் "பண்களின் குறைதீர்க்கும்" எலக்ட்ரானிக் புகைபோக்கியுடன் கட்டிய 4 பன்னர் அடும்பு.

இலவச பி.வி.க்கு ஒட்டுப் போட்ட தமிழ்நாட்டில் ரூ. 400,000 விலையில் 40" பிளாஸ்மா பி.வி. உட்கார்ந்தபடியே பி.வி. பார்க்க, பபிக்க, அப்படியே கால் நீட்டி ஓய்வெடுக்க, அதையே கட்டிலாக் கித் தங்க... என பல அவதாரம் எடுக்கும் ரூ. 25,000 மதிப்புள்ள சோபா.

60% மக்களுக்கு குழாய் இணைப்பு, குடிநீர், கழிவறை இல்லாத நாட்டில், பி.வி., போன், இண்டர்நெட், வி.சி.பி., பி.வி.பி போன்ற 13 "அத்தியாவசியமான சாதனங்கள்" பொருத்தப்பட்ட ரூ. 2,50,000 மதிப்புள்ள குளியல் அறை.

Written by  
Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

நரேத்திக் கடனடை சலுத்துவதற்குக் கட்ட கடன் வாங்கி பஸ் பிடிக்கும் பக்தர்கள்  
நிறைந்த நாட்டில் ரூ. 4 லட்சத்திற்கு விற்பனையாகும் வள்ளியிலான நடமாடும்  
புஜையறை.

உயிர் காக்கும் 150 ம

ரூந்துகளில் தன்னிறைவு இல்லாத நாட்டில், கடை, கால், இடம்பு, மதுகூ, தோள், தலை  
என எல்லா அங்கங்களாகும் மசாஜ் செய்யும் 1.5 லட்சம் மதிப்புள்ள மசாஜ் நாற்காலி.

தாய்லாந்தின் காட்கள் அழிந்து சோபாவாக, ஜார்கண்ட் பழங்குடியினரின் மரபுகள்  
அழிந்து கைவினைப் பொருட்களாக, தாய்வான் பண்களின் கண்பார்வை அழிந்து  
எலக்ட்ரானிக் பொருட்களாக, மத்தியப் பிரதேச கைவினைஞர்களின் கலை அழிந்து வறும்  
புஜையறையாக, உத்திர பிரதேச குழந்தை தொழிலாளர்களின் மழலை அழிந்து அலங்கார  
விரிப்புகளாக, கொத்தடிமை நெசவாளர்களின் இரத்தம் ஆர்.எம்.கே.வி.யின் புடவையாக,  
சுரங்கத் தொழிலாளர்களின் உயிர் பி.டி.மாவின் வரைங்களாக, ஆப்பிரிக்க நாகரிகம் அழிந்து  
சூறறாலா மயமாக... மனிதன் அழிந்து நுகர்வோனாக! இதுதான் அந்தக் கண்காட்சி.

அங்கே சோபா சட்டைப் பார்த்தவர்கள் வரவேற்புறையின் போதாமையை உணர்ந்தனர்.  
சிறிய கார்பைப் பார்த்தவர்கள் இரூச்சுக் கர வண்டியின் போதாமையை உணர்ந்தனர்.  
பிளாஸ்மா டி.வி.யைப் பார்த்த பண்கள் கணவனின் போதாமையை உணர்ந்தனர். அழகு  
சாதனை மாடல்களைப் பார்த்த கணவன் மார் மனவையின் போதாமையை உணர்ந்தனர்.

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

மொத்தத்தில் ஞானிகளும் முனிவர்களும் தம் வாழ்நாள் முழுவதும் முயன்றும் மக்களுக்குப் புரிய வகைக் கண்டியாத வாழ்வின்போதாமதை தத்துவத்தை மீன்றே மணி நேரத்தில் நுகர்வோருக்குப் புரிய வகை தது அந்தக் "கண்காட்சி".

புதிய பொருளாதாரக் கொள்கையினால் உருவாகியிருக்கும் தகவல் தொழில்நுட்பம் சார்ந்த புதிய வலை வாய்ப்புகளும், ஐந்திலக்கச் சமன்பாடும் இந்திய நகர்ப்புற மக்களிடையே ஒரு வீக்கத்தை ஏற்படுத்தியிருக்கிறது. இந்த வீக்கத்தை வளர்ச்சியினை ஊதிப் பெருக்கி அதை அறவடை செய்ய பன்னாட்டுக் கம்பனிகள் இந்திய நகரங்களையே முற்றுகையிட்டு, நுகர்வோரின வாழ்க்கையை நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் இடையறாது தாக்கி மாற்றுகின்றனர்.

தீ பாவளி, பொங்கல் என வருடத்திற்கு இரண்டு முறை மட்டுமே சந்தைகளை கட்டிய காலம்போய், "காதலர்கள் தினம், நண்பர்கள் தினம், தாய்மாரர்கள் தினம், பெற்றோர்கள் தினம், அட்சயத் திருதியை, புத்தாண்டு விற்பனை என மாதந்தோறும் சந்தைத் தீ பாவளி கொண்டாடுகிறது.

அழகு சாதனங்களின் விற்க பெரு நகரம் முதல் சிறு டவுன்கள் வரை அழகிப் போட்டிகள், ஆயத்த ஆட்களின் விற்பனைக்குப் பிடிக்க வந்தோடிகள், மட்டுக்குடி ஆபாச வாழ்க்கையைக் கட்சைச் சரக்காகும் "வாழ்க்கைத் தர" புத்தகங்கள், வியாபாரிகளை மிரட்டி தங்கள் பொருட்களை மட்டுமே விற்கச் செய்யும் பன்னாட்டுக் கம்பனிகளின் வர்த்தக "மலோண்மை"த் தந்திரங்கள், கடக்கு வர முடியாதவர்களின் வீட்டுக்கே சினேறு வளக்கைக் "டெமோ"க்கள்!



Written by  
Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

""ஊழல்பு நரேம் போக மீ தமுள்ள நரேத்தில் மக்கள் ஈட்படவணேட்டிய  
படபைப்பிக் கமுள்ள ஓரே நடவடிக் கை கடவை திக் குப் போய் ஷாப்பிங் சயெ் வதுதான் ""  
என்று தனது சமிக் தயையே மாற்றி அமதைத் திருக்கிறது அமெரிக்க ஆளும் வர்க்கம் .

""மனசு சரியில்லை கோயிலுக்குப் போய் வருகிறேன், மனசு சரியில்லை சினிமாவுக்குப்  
போய் வருகிறேன் "" என்று கடுகக் கேட்டிருப்பீர்கள். ""மனசு சரியில்லை சரவணா  
ஸ்டோர் போய்ட்டு வரேன் "" என்ற வசனத்தை விரைவில் நாம் கேட்கவிரூக்கிறோம். மன  
ஆறுதலுக்கு ""ஷாப்பிங் "" என்பதை ஒரு மருந்தாகவே சிபாரிசு செய்கிறார்கள் அமெரிக்க  
மருத்துவர்கள். இந்த நுகர்வு வற்றி என்பது ஒரு மருந்தா அல்லது பிணியா? இந்தக்  
களை விக் கான விடையை அமெரிக்காவிலேயே தேடுவோம் .

பசிப்பிணி என்ற சொல்லைத்தான் நாம் அறிந்திருக்கிறோம். வசதிப்பிணி என்ற நோயை  
உலகுக்கு அறிமுகம் செய் திருக்கிறது அமெரிக்கா. ""மலேமும் வாங்கு, மலேமும் வாங்கு  
என்ற வற்றி பிடித்த துரத்தலின் விளைவாகத் தோன்றும் மிகை ஊழல்பு, கடன், பதற்றம்,  
மன அழத்தம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கிய துன்பகரமான சமிக் ததொற்று நோய் "" என்று  
இதனை வரையறுத்திருக்கிறார்கள் அமெரிக்க உள்வியல் மருத்துவர்கள் .

ஷாப்பிங்தான் அமெரிக்கர்களுக்கு பிடித்த பொழுதுபோக்கு. நோய் தீர்க்க ஷாப்பிங்,  
உற் சாகத்திற் காக ஷாப்பிங், ஷாப்பிங்கிற் காக ஷாப்பிங் என வாங்கிக் கொண்டே  
இருப்பது என்பது அமெரிக்க கலாச்சார கடுகுகளில் ஒன்றாகிவிட்டது.

தங்கள் குழந்தைகளுடன் வாரம் வறும் 40 நிமிடமே விளையாடும் 70% அமெரிக்கர்கள்

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

வாரம் 6 மணி நேரம் ஷாப்பிங் செய்கிறார்கள். நாளொன்றுக்கு 7 மணிநேரத்தே தொலைக்காட்சியின் முன் சலையிடும் குழந்தைகள் பெற்றோருடன் பசும் நேரம் வறும் 15 நிமிடங்கள். பி.வி. விளம்பரத்திற்குப் பலியான அமெரிக்க குழந்தைகளால் தடுக்கப்பட்டும் வியாபாரம் மட்டும் ஆண்டுக்கு 45 லட்சம் கோடி ரூபாய்.

1950இல் துவங்கிய அமெரிக்க மக்களின் நுகர்வு கலாச்சாரம், நுகர்வு வறியாய் வளர்ந்து, கொள்ளைநோயான அஃபெய்யென்ஸாவாக இன்று ஓட்டு மொத்த சமீகத்தையே சிதைத்துவிட்டது. இந்த தணியாத நுகர்வுத் தாகத்தினால் அமெரிக்கர்கள் ஆண்டுதோறும் ஆளுக்கு 21,000 டாலர்கள் நுகர்வு பொருட்களின் மலே சலையிடக்கிறார்கள். அமெரிக்காவில் உயர் பள்ளிகளையிட ஷாப்பிங் மால்கள் இரு மடங்காக பெருகியுள்ளன.

இவ்வளவு சலையிற் கும் அமெரிக்கர்கள் வாங்கியவை பொருட்கள், பொருட்கள், பொருட்கள் மட்டும். பொருட்களை வாங்கி விற்பதற்காக அமெரிக்கர்களின் வீடுகள் விரிந்தன. அதாவது, வீட்டில் மனிதர்கள் பயன்படுத்தும் இடத்தக்க காட்டிலும் பொருட்கள் "பயன்படுத்தும்" இடம் அதிகரித்தது. சோபா, கட்டில், பிரோப்னோன் பொருட்களை வாங்கிவிட்டு விற்பதற்கு வீட்டில் இடமில்லாமல் வாடகைக்கு லாக்ரூப் பிடித்து அங்கே அடக்கி விற்பதற்கு பாதுகாக்கிறார்கள். இதற்கு அமெரிக்கர்கள் கட்டும் ஆண்டு வாடகை மட்டும் 60,000 கோடி ரூபாய்.

இவ்வளவு வாங்கியும் சலையிற்றும்தும் அமெரிக்கர்களால் இன்பமாக இருக்க முடியவில்லை. ஏன்னென்றால் ""அமெரிக்கர்களுக்கு நேரம் இருப்பதில்லை. அமெரிக்கர்கள் அதிகமாக உழைக்கிறார்கள். ஏன்னென்றால் அவர்கள் அதிகமாக வாங்க விரும்புகிறார்கள்." வாங்கிய கடனை அடக்க மலேமும் அதிகமாக வலையை செய்கிறார்கள்.



Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

ஏனென்றால், இந்த ஷாப்பிங் அனைத்தும் கடனில் தான் செய்யப்படுகிறது. அமெரிக்காவில் ஐந்திற்கும் மறேபட்ட கிரெடிட் கார்டுகள் இல்லாத நபரை காண்பது அரிது. ஒரு சராசரி அமெரிக்க குடும்பம் கிரெடிட் கார்டுகளில் மட்டும் 7500 டாலர்களுக்கு மலே கடன் வதைத்துள்ளது. இன்றைய நிலையில் 60 லட்சம் அமெரிக்கர்கள் போண்டியாகும் விளிம்பில் உள்ளனர். 60% அமெரிக்கர்களுக்கு வலேப போனால் தனது வாழ்க்கையை 1 மாதம் கட்ட தாக்குபிடிக் க முடியாத நிலை.

ஒரு அமெரிக்கத் தொழிலாளி 1960களில் வலேபை செய்ததை விட இன்று அதிக நரேம் வலேபை செய்கிறான். இதனால் ஏற்பட்ட நரேமின்மை காரணமாக ஓரே வீட்டில் இருந்தாலும், அமெரிக்க குடும்பத்தினர் தனித்தனி வீடுகளுக்காக தொடர்பற்று வாழ்கின்றனர். நாளொன்றுக்கு 12 நிமிடம் மட்டும் பேசும் அமெரிக்க தம்பதிகள் தான் உலகிலேயே அதிகமாக விவாகரத்து செய்கிறார்கள். அதில் 90% விவாகரத்துகளுக்கு காரணம் பணம் தொடர்பான பிரச்சினைகள்.

பொருட்களின் பால் வளர்க்கப்படும் "உபயோகித்தபின் தடுக்கியறி" எனும் "யுஃஸ் அண்ட் த்ரோ" கலாச்சாரம் மனித உறவுகளுக்கும் பரவுகிறது. "பயன்படாத" நண்பர்களோ, கணவனோ, மனைவியோ, பற்றோரோ காலம் காலமாய் ஒரு கம்பனியில் உழைத்த தொழிலாளியோ யாராக இருந்தாலும் பொருட்களை போலவே தடுக்கியறியப்படுகிறார்கள்.

நுகர்வு வறியின் நரேபி விளவாக ஏழகைகளுக்கும், பணக்காரர்களுக்கும் இடவெளி அதிகரித்த வண்ணம் உள்ளது. ஏழகைகள் வறுமையகோட்டுக்கு கீழ்ப்போய் கொண்டிருக்கும் அதேநரேத்தில் பணக்காரர்கள் தனது வளத்தை பரூக்கிக் கொண்டே போகின்றனர். 20 சதவிகிதம் அமெரிக்க குடும்பங்கள் 92% அமெரிக்க வளத்தை பற்றுகின்றன. அவர்களில் 10% பரே 83% வளத்தை பற்றுகின்றனர். இதற்கு மாறாக 40% அமெரிக்கர்களுக்கு எந்தவிதமான சொத்துகளும் இல்லை. இந்த ஏற்றத்தாழ்வின்

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

விளைவாக விதம் விதமான குற்றங்கள் அதிகரிக்கின்றன. உலகத்திலேயே அதிகமாக 20 வட்சம் குடிமக்களை சிறையில் வைத்துள்ளது அமெரிக்க அரசு.

வாங்கிக் குவிப்பதில் வற்றாததாகக் கொண்ட அமெரிக்கர்களுக்கு தன் குடும்பமும் சமீபமும் சிதறடிவைப்பதற்கு உரையிடவேலை. நுகர்வடிவறி தோற்றுவிக்கும் "நான் எனது என்னுடைய" என்ற தனிநபர் வாதம் அவர்களை ஓட்டு மொத்த சமீபகத்திலிருந்து அந்நியமாக கியிருக்கின்றது. உடனடி நுகர்வடிவறி கொண்டிருக்கும் நுகர்வடிவறி சமீபமான அமெரிக்க வல்லரசில் 15% பரீ மன நோயுடன் வாழ்கிறார்கள். 10 ஆண்டுகளில் தற்கொலைகள் 300% அதிகரித்துள்ளன.

2004ஆம் ஆண்டு கணக்குப்படி நம் நாட்டில் பங்களித்தில் தற்கொலை செய்து கொண்டவர்களில் 70% பரீ வளர்ந்து வரும் நடுத்தர வர்க்கத்தின் பிரதிநிதிகளான சாப்ட்வரீ துறையினர். இன்னும் 20 ஆண்டுகளில் இந்நியாவும் வல்லரசுதானோ!

பசிப்பிணியால் துன்புறும் நமது நாட்டிற்கும் வசதிப்பிணியால் அவதிப்படும் அமெரிக்காவும் ஏணி வைத்தாலும் எட்டுமா என்று வாசகர்கள் சிலர் கருதக்கூடும். ஏணி வைக்காமலேயே எட்டிவிடும் துரத்தில்தான் இருக்கிறோம்.

அடுத்த சில ஆண்டுகளில் ""25 கோடி செல்போன்" என்ற இலக்கை அடையத் தேர்வோம்" என்கிறார் அமைச்சர். வீட்டுக்கு ஒரு குழாய் இல்லை; குழாய் வகைக் வீட்டு இல்லை. ஆனால் வீட்டுக்கு ஒரு செல்போன்! இரண்டு ரூபாய் அரிசியும் கலரடிவியும் அமைத்துள்ள கட்டணியின் பொருள் என்ன? அதுதான் வறுமையும்

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

நுகர்ப்பொருள் மனோகமும் அமதைத்துள்ள கட்டணி.

அமரிக் காவைப் போல பொருட்களை வகைக்க வீட்டில் இடமில்லாமல் லாக் கர் தடும் நிலை இங்கே தோன்றாமலிருக்கலாம். ஆனால் "பிவி, சோபா, ஃபிரிட்ஜ், வாசிங் மிஷின், கிரைண்டர், கம்ப்யூட்டர், சாப்பாட்டு மசேசை" ஆகியவதான இன்றைய நடுத்தர வர்க்க வீடுகளின் அளவதை தீர்மானிக்கின்றன என்பது உண்மையில்லையா?

அடச்சய திருதியகைக்கும் ஆடித் தள்ளுபடிக்கும் நரேத்திக் கடன் சலுத்துவது போல கடவை திக் குப் போக நடுத்தர வர்க்கம் பழகிவிடவில்லையா? கிரெட்டி கார்டு இல்லாத நுகர்ப்புற நடுத்தர வர்க்கம் இன்று உண்டா? 1980இல் இந்தியா முழுவதும் 8700 கிரெட்டி கார்டுகள். இன்று ஒரு சிறு ஃபிரிட்ஜே அதைவிட அதிகமிருக்கும்.

உங்கள் பெற்றோரும் பிள்ளையும் பி.வி.யுடன் சலவிடும் நரேம் அதிகமா, உங்களுடன் சலவிடும் நரேம் அதிகமா? தலகை காட்சி விளம் பரங்கள் உங்கள் வாங்கும் விருப்பங்களதை தீர்மானிக்கவில்லையா?

இந்த நுகர்வு மனோகம் உங்கள் உறவினர் மத்தியில், நண்பர்கள் மத்தியில், ஏன் உங்கள் குடும்பத்திற்குள்ளேயே இனம் பரியாத சயநலவாதிகளை உருவாக்கியிருப்பதை நீங்கள் இன்னும் அடையாளம் காணவில்லையா?

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

எதனை உடமையாகக் கொள்ள முடியுமோ அந்தப் பொருளை மட்டுமே நேசிப்பது என்ற பொருள் மோகம், ""காதல், பாசம், இரக்கம், நட்பு, தோழமை" போன்ற மனித உணர்ச்சிகளின் இடத்தில் உடமை உணர்ச்சியை சத்தம் போடாமல் திணித்துவிட்டது. சக மனிதனைப் பொருளைப் போல விலகைக்கு வாங்க முடியாதென்பதால் மனித உறவுகள் "மதிப்பு" இழந்து வருகின்றன.

இந்தப் பொருள் மோகம் தானாக உருவானதல்ல. முதலாளி வர்க்கத்தால் திட்டமிட்டு உருவாகக் கட்டப்பட்டது. முதலாளித்துவ நுகர்பொருள் உற்பத்தியுடைய கன்வெயர் பெல்ட்டின் மறுமுனையில் உங்கள் வாய். நாளொன்றுக்கு 10 லட்சம் பாட்டில் கொக்கோ கோலா உற்பத்தி என்றால் தினம் ஒரு பாட்டில் குடிப்பதற்கும் அதாவே 20 லட்சமானால் 2 பாட்டில் குடிக்கும்படியாகவும் நீங்கள் தயாரிக் கட்டப்படுகிறீர்கள். விலங்குகளாகக் கட்டக் கட்டண்டிலடதைத்துத்தான் அடமையாகக் முடியும். சூதந்திரமாக உலவவிட்டு அடமதைத் தனமாக சிந்திக்கும் நிலைக்கு நம்மைப் பழக்கியிருக்கிறது முதலாளித்துவம்.

முதலாளித்துவ உற்பத்தியின் தவேகைக்கு ஏற்ப உங்கள் பசியும் தாகமும் உருவாகக் கட்டப்படுகின்றன. உங்களையுடைய நாவில் உமிழ்நீர் சூரப்பதகைக் கட்ட விளம்பரங்கள் தீர்மானிக்கின்றன.

அமெரிக்கக் கனவதைத் துரத்தும் இந்த ஓட்டத்தில் மனிதப் பண்புகள் காலடிப் புழுதியாகி காற்றில் கலக்கின்றன. கடன் கட்ட முடியாமல் 10,000 விவசாயிகள் தற்கொலை செய்து கொண்ட நாட்டில், கையில் கிரெடிட் கார்டுகளுடன் எதனை வாங்குவது என்று திரிவியு செய்ய முடியாமல் கடகைகளில் அலமைதோதுகிறது ஒரு கட்டடம்.

Written by

Monday, 26 June 2006 06:26 -

---

அவர்களுக்கு நாட்டைப் பற்றியோ சக மனிதர்களின் துயரத்தைப் பற்றியோ அக்கறையில்லை. அவர்களால் விலகைக்கு வாங்க முடியாத எந்தப் பொருள் மீ தும் அவர்களுக்குப் பற்றுதல் இல்லை.

கணவன் மனைவிக் கும் கழந்தைகளுக்கும் நண்பர்களுக்கும் ஒதுக்குவதற்குக் கட்ட நேரமில்லாமல் அவர்கள் ஓடிக் கொண்டிருக்கிறார்கள். உழைப்பு நேரத்தையும் ஓய்வு நேரத்தையும் ஒரு சரே சந்தையிடம் அடகு வைத்ததனால் ஏற்பட்டுள்ள இடவெளியை அவர்கள் அடதைத் தாக வணண்டும் பொருட்களைக் கொண்டு!

மு கார்மகேம்