

சென்னை நகராட்சி நிர்வாகம், சென்னை என்ற வர்த்தகப் பண்பாட்டு, பண்பாட்டு ரீதியான வியாபாரச் சின்ன ("மார்க்") அடையாளத்துடன் உலகை அபிமேயப்படுத்துகின்றது. மனிதன் பொருட்களின் அபிமேயாக இருந்த காலகட்டம் என்பதைக் கடந்து, பொருட்கள் மலே பொறிக்கப்பட்ட வியாபாரச் சின்ன ("மார்க்") அடையாளங்கள் சார்ந்த மந்தகைகளாகி விடும், புதிய சமூக அபிமேயத்தன்மே உலகமயமாதலின் நவீனப் பண்பாடாகி வருகின்றது. அதுவே நவீன கலையுமாகியுள்ளது. இதன் மூலம் வியாபாரச் சின்னம் ("மார்க்") சார்ந்த பன்னாட்டும், தசேங்கடந்த நிறுவனங்களை வீங்கி வளம்பவகைகின்றன.

உதாரணமாக சிலவற்றை ஆராய்வோம். உலகில் உள்ள மக்கள் அனைவரும் தமது நிறுவனத்தில் மட்டும் உண்ணவும், தாம் போடுவதை மட்டும் உண்ண வேண்டும் என்று கருதும் மக்டொனால்ட்ஸ், எப்படி சமூகத்துக்கு நஞ்சிடுகின்றது என்ப பாரப்போம். 2003இல் 119 நாடுகளில் தனது வலைப் பின்னலை விரித்து இருந்தது. உலகெங்கும் 30,000 உணவகங்களைக் கொண்டிருந்தது. 4.7 கோடி பேர் நாளாந்தம் உணவா உட்கொள்ளும் ஒரு நிலை உருவாக்கியிருந்தனர். 2003இல் இதன் மூலமான மொத்த விற்பனை 1,714 கோடி டாலராக இருந்தது. இதன் மூலம் அவர்களுக்குக் கிடைத்த நிகர லாபம் 147 கோடி டாலராகும். 2002யை விடவும், விற்பனை 11.3 சதவீதத்தால் அதிகரித்தது. இவ்வனைத்தையும் உணவிலும் ஒரு வியாபாரச் சின்னம் ("மார்க்") என்ற அடையாளத்தை ஏற்படுத்தியே சாதிக்க முடிகின்றது. கழந்தகைகளின் சிந்தனைத் திறனை விளம்பரம் மூலம் முடமாகியே, இது வக்கிரிக்க முடிகின்றது. இது தலமையுறையீதியாக தன்னையே பற்றிய பிரமையை உருவாக்குகின்றது. மந்தகைகளைப் போல் போடுவதை உண்ணும் இப்பண்பாடு சார்ந்து, அபிமேயாவே மனிதர்கள் உருவாக்கப்படுகின்றனர். வளர்ப்பு மந்தகைகள் பண்ணையில் எப்படி உண்கின்றனவோ, அப்படியே விதிவிலக்கின்றி அதேநிலையை மனிதனுக்கு உருவாக்கப்படுகின்றது. இது மூதலில் மலே மட்ட பணக்காரக் கும்பலுக்கு நடக்கின்றது என்றால், கீழ்மட்ட ஏழை மக்களுக்கு உதவிகள் என்ற பெயரில் மற்றொரு வகை உணவு போடப்படுகின்றது. விரைவில் இது மூற்றாக மரபு ரீதியாக மாற்றப்பட்ட பண்ணை உணவாக மாறிவருகின்றது.

மந்தகைத்தன்மக் கூட பண்பாட்டு ரீதியான அபிமேயத்தனத்தின் பண்பாட்டுக்கு இசைவாகவே வளர்ச்சியுறுகின்றது. மேல்கில் இதன் விளைவை எடுப்பாகவே காணமுடியும். அமெரிக்காவில் விரைவு உணவகங்கள் (மக்டொனால்ட்ஸ், குவிக்) 5,500 பரோக்கு ஒன்றாகவுள்ளது. இதுவே பிரிட்டனில் 28,500 பரோக்கு ஒன்றாகவும், பிரான்சில் 48,000 பரோக்கு ஒன்றாகவும் உள்ளது. மக்களின் போர்க்குணாம்சத்துக்கு ஏற்ப இது காணப்படுகின்றது. மக்களின் விரிந்த சமூக பண்பாட்டு கற்றுகள் சார்ந்த வாழ்வியல் போராட்டத்துடன் தான், தசேங்கடந்த பன்னாட்டும் நிறுவனங்கள் எதிர்நீச்சல் போடுகின்றன.

இதே போல் மற்றொரு நிறுவனமான கே.எப்.சி. (KFC) 1954இல் தொடங்கப் பெற்றது. இது 2004இல் 83 நாடுகளில் 10,300 கிளையுடன் இயங்கியது. கோழிகளை வக்கிரமாகவே வட்டிக் கிழித்து கொண்டு உண்ணும் பண்பாடு உருவாக்கப்படுகின்றது. மனித இனத்தையே இந்த உணவாதான் சிறந்தது என்று உண்ண வதைத்து அபிமேயப்படுத்தும்

பண்பாடுகள் மஹம் சூரண்பிக் கிடத்தை ஒரு பகுதியை, மனிதனின் ஆன்ம விடூதலைக் காக சபிப்பதற்காக கஹும் வத்திக் காணுக்கு பல கோடி டாலரை 2004இல் தானமாக வழங்கினார். வத்திகான், கே.எப்.சி தொழில் முன்னே சபித்ததுடன், அந்த உணவை உண்ண மக்களை சபிக்க கோருகின்றனர். மனித அடிமதைத் தனத்தைப் பண்பாட்டு ரீதியாகவோ, பெரும் தசேங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனங்களாகக் கு, அடிபணியக் கோருவதாக உலகமயமாதல் உள்ளது.

இதே போன்றே 2003இல் கொக்கோகோலா விற்பனை 2104 கோடி டாலராகியது. 2002யை விடவும், மக்களின் அடிமைப் பண்பாடு உலகமயமானதால் 2003இல் 8 சதவீத விற்பனை அதிகரித்து காணப்பட்டது. நிகர லாபம் 435 கோடி டாலராகியது. இலாப வீதம் 2002யை விடவும் 43 சதவீதம் அதிகமாகியது. குளிர்பானம் மீதான அடிமைப் பண்பாடு மஹம் மனித உழைப்பு கடுமையாக் கப்பட்டதையும், உழைப்புச் சக்திகள் அதிகம் சூரண்பட்டதையும் இது எடுத்துக்காட்டுகின்றது. இந்த லாப வீதம், உற்பத்தி செய்த தொழிலாளர் படையில் இருந்து 2800 பேரை வலையை விட்டுத் துரத்தி அடித்தது. அதாவது கொக்கோகோலா உற்பத்தியில் ஈடுபட்ட 56,000 தொழிலாளர்களில் ஐந்து சதவீதம் பேரை வலையை நீக்கியது. 2003இல் உலகில் 11,020 கோடி லிட்டர் கொக்கோகோலா என்ற சமீக நஞ்சை விற்பனை செய்துள்ளது. தசீய குடிபானங்கள் பலவற்றை ஏப்பமிட்டதுடன், பல உற்பத்திகளை அழித்தொழித்தது. பல லட்சம் தொழிலாளர்களின் தசீய வாழ்வை உறிஞ்சி, அவர்களின் இரத்தத்தைக் கொண்டு தனது குளிர்பானத்துக்குச் சிவப்புக் கலரிட்டது. மனிதனின் அடிமைப் பண்பாடு கொக்கோகோலா என்ற குடிபானம் மஹம் இப்படித்தான் ஆட்டம் போட்டது, ஆட்டம் போடுகின்றது.

தசீய உற்பத்திகளை அழிக்கும் அதே தளத்தில், உற்பத்திகள் மீதான விற்பனை உரிமையை மனித சமீகத் திடம் இருந்து பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பறித்துவிடுகின்றது. ஒரு மனிதன் தனது உற்பத்தியையே, தான் விற்பனை செய்ய முடியாத வகையில் சமீக உருவாக் கட்டமைக் கப்படுகின்றது. விளம்பரம் என்ற துறை முழுமையாக தனிமனிதன் வாழ்வியலுக்கு அப்பாலான ஒன்றாகி விட்டது. அது அவனையே அடிமைப்படுத்தி விடுகின்றது. கற்பனைத் தளத்தில் விளம்பரம் மனித அடிமதைத் தனத்தை உருவாக் கி, நனவுபுர வமாக் குகின்றது. இதன் மஹம் விற்பனை உரிமை பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் உரிமையாகி விடுகின்றது. உதாரணமாக உலகின் மிகப் பெரியதும், பொருட்களை விற்கும் உரிமையைக் கொண்ட வால்மார்ட் (நிசுட் Mசண் t குதணீ ஞுண் Mசண் டுஞு) அமெரிக்காவில் மட்டும் 3,300 கடகையையும், உலகில் 1,000 கடகையையும் கொண்டிருந்தது.

20042005இல் மொத்தமாக 5305 கடகைகைக் கொண்டிருந்தது. இது 20042005இல் மட்டும் புதிதாக 389 கடகைகை உருவாக் கியது. அதாவது நாளொன்றுக்கு குறைந்தது

ஒரு கடையை புதிதாக திறக்கின்றது. இப்படி சமீபத்தில் மீது ஒரு ஆதிக் கத்தையே உருவாக்கி வருகின்றது. உலகளாவிய மிகப்பெரிய விற்பனை நிறுவனத்தில் தொழில் புரிவோர் எண்ணிக்கையோ 14 லட்சமாகும். இங்கு எந்தத் தொழிற்சங்கமும் வதைத் திருக்க முடியாத வகையில் அடக்குமுறைக்கு உள்ளாகின்றது. 2004இல் இங்கு தொழில் புரியும் விற்பனையாளர்களின் சம்பளம் ஒரு மணித்தியளத்துக்கு 8.23 டாலராகக் குறைக்கப்பட்டது. இது 2001இல் 13.86 டாலராக இருந்தது. இந்த நிறுவனத்தின் அடக்குமுறைக்கு எதிராகச் செய்யப்பட்ட மொத்த முறைப்பாடுகள் 20042005இல் 8000மாகும். இதுவே ஒரு நிறுவனத்துக்கு எதிராக உலகில் அதிக முறைப்பாடு செய்யப்பட்டது என்று குறிப்பிடத்தக்கது. உலகில் மொத்தமாக மீலதனத்தின் கொடூரங்கள்க்கு எதிராக 20042005இல் 16 இலட்சம் முறைப்பாடுகள் செய்யப்பட்டது.

கொடூரமான சூரண்டல் மீலம் அமெரிக்காவில் மட்டும் இதன் விற்பனையகம் 3468 உள்ளது. 2004இல் மட்டும் புதிதாக 270 கடகளைத் திறந்தது. அமெரிக்காவின் மொத்த விற்பனையில் 8 சதவீதத்தைக் கட்டுப்படுத்துகிறது. சீனாவில் இருந்தான அமெரிக்கா இறக்குமதியில் இது 10 சதவீதத்தைக் கட்டுப்படுத்துகிறது. 20032004இல் மொத்த விற்பனை 25,630 கோடி டாலராகியது. இது அதற்கு முந்தைய ஆண்டை விட 11.6 சதவீதம் அதிகமாகும். அதே நேரம் நிகரலாபம் 900 கோடி டாலராகியது. இது முந்திய ஆண்டை விட 13.8 சதவீதம் அதிகமாகும். ஒருபுறம் உலக மக்களின் மேல் ஆக்கிரமிப்பையும், மறுபுறம் சொந்த தொழிலாளியை அதி உயர் விகிதத்தில் சூரண்டுவதன் மீலம் மிகப்பெரிய சிறையாடலையே நடத்துகின்றது. ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனம் எப்படிக் கொழுக்கின்றது என்பதையும், சமீபச் சிதவைகள் எப்படிக் கட்டமைக்கப்பட்டிருக்கின்றன என்பதையும் இது எடுத்துக் காட்டுகின்றது.

பொருள் வர்த்தகத்தில் உலகிலேயே முன்னணி தசேங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனமான "வாலமார்ட்டின் (நிசுட்டிசன்த), லாபம் என்றுமில்லாத வீதத்தில் அதிகரித்துச் செல்லுகின்றது. இந்த வாலமார்ட்டின் சிறையாடல் எப்படிப் பல்கிப் பெருகுகின்றது என்பது பாரப்போம்.

ஆண்டு	மொத்த விற்பனை	மொத்த நிகர லாபம்
1999-2000	16500 கோடி டாலர்	538 கோடி டாலர்
2000-2001	19130 கோடி டாலர்	629 கோடி டாலர்
2001-2002	21780 கோடி டாலர்	667 கோடி டாலர்
2002-2003	22960 கோடி டாலர்	800 கோடி டாலர்
2003-2004	25630 கோடி டாலர்	905 கோடி டாலர்
2004-2005	28520 கோடி டாலர்	1030 கோடி டாலர்

மிகப்பெரிய பன்னாட்டு விற்பனையகங்கள் பிதாசுரமாக வளர்ந்து வருவதையும், அவர்களின் மிகப்பெரிய கொள்ளைகளையும் இது எடுத்துக்காட்டுகின்றது. மனிதனின் உற்பத்தி உரிமையை மட்டுமல்ல, அதன் விற்பனை உரிமையையும் கட்ட, எதை நுகர்வனையும் என்ற உரிமையையும் கட்டத்தான் மறுக்கின்றது. இதன் மீலம் மனிதன் தனது சொந்த உற்பத்திகளைக் கட்ட, சொந்தமாக நுகரும் உரிமையை இல்லாது ஒழித்து விடுகின்றது. எங்கும் அராஜகமும், பொருட்களின் குவியும் சந்தையைத் தங்க வகைக்கின்றது. இதன் மீலம் மனிதத் தவேகைகள் மறுக்கப்படுகின்றன. இதன் மீலம் அடிமடைப் பண்பாடுகளை சமீக மயமாக்கி கட்டமைக்கப்படுகின்றது.

இதன் மீலம் சிலருக்கு அடிமைச் சேவை செய்யும் உலகமாக, உலகம் மாற்றப்படுகின்றது. குவியும் செல்வம் தனிநபரின் தனிப்பட்ட சொத்தாக மாறும் போது, அந்த பணத்தின் சூழற்சியில் தான் மனிதயினம் வாழ வேண்டிய நிர்ப்பந்தம் உருவாகி விடுகின்றது. பணம் உள்ளவனுக்கு சேவை செய்து வாழும் ஒரு அடிமை உழைப்பு, உலகமயமாதலின் மிகப் பெரிய உற்பத்தித் துறையாகி விடுகின்றது. இந்த அடிமை உழைப்பின் மறுபெயர் தான் சேவைத்துறை. மற்றவனுக்கு சேவை செய்வதைக் குறித்து இந்த பெயர் உள்ளது. உதாரணமாக சாதி அமைப்பில் இதன் சிறப்பான எடப்பான வகையில் அடிமைத்தனத்தின் சின்னங்கள் பொறிக்கப்பட்ட, மனித வரலாற்றிலும் இதன் காணமுடியும். மனித இனம் சேவைத்துறை என்ற உள்ளடக்கத்தில், இன்று உற்பத்திகள் ஒரு அடிமை நிலைக்கு சரிந்து செல்லுகின்றது. மனித உழைப்பே இதற்குள் தங்கி வாழ நிர்ப்பந்தித்துள்ளது. இது சமீக உறவு சார்ந்த மனிதனின் இயற்கையான பரஸ்பர உறவு முறையை அழித்து, வர்த்தக உறவாக மாற்றிவிட்டது. இந்த வர்த்தகம் உலகிலேயே மிகப்பெரிதானதும், உழைப்பின் பெரும் பகுதியை உள்ளடக்கியதான ஒன்றாகிவிட்டது. இப்படி உருவான சேவைத்துறை வர்த்தகம் 1970இல் 1,34,750 கோடி இந்திய ரூபாவாக இருந்தது. இது 1985இல் 9,45,000 கோடி இந்திய ரூபாவாக வளர்ச்சி பெற்றது. இன்று இதுவே பல மடங்காகி விட்டது. மற்றவனுக்குச் சேவை செய்யும் அடிமைநிலை, மனித உழைப்பில் தீர்க்கமான உற்பத்தித் துறையாகிவிட்டது.

எல்லாத்துறையிலும் உற்பத்தித் தான் அராஜகம் தலைவிரித்தாட்கின்றது. செல்வம் உள்ளவனுக்கு மட்டும் தான் உற்பத்தி. வர்த்தகத்தின் ஆன்மக உள்ள இந்த விதி, செல்வம் இல்லாதவனின் உயிர்வாழும் உரிமையை மறுக்கின்றது. செல்வம் உள்ளவனின் நலன்களை பணமும் ஒரு சமீக அமைப்பு சார்ந்த நலனைப் பிர்ந்தி செய்யும் எல்லையில் தான், தசேங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தனது உற்பத்திச் சந்தையையே நவீன நாகரீகத்தின் சின்னமாக பாறசாற்றி உலகமயமாகின்றது.