T. 2927

சமூகத்தில் நாம்

(சமூக உளவியல் நூல்)

அ. பெசன்ட் கிரீப்பர் ராஜ், M. A. (Phil.), M. A. (Psy.)
உளவியல் துறைத் தலைவர்
அரசினர் கலைக் கல்லூரி, கோயம்புத்தூர்.

★

வெளியிடுவோர் :
குமார் பதிப்பகத்தார்
1, வெங்கடராமய்யர் தெரு, சென்னை-1.

கல்லூரித் தமிழ்க் குழுவின் பரிசு பெற்ற நூல்

உரிமை ஆசிரியருக்கு.

Published by:
KUMAR PUBLISHERS,
1, Venkatramier St., MADRAS-1.

SAMOOHATTHIL NAAM

Price Rs. [illegible].6

Printed by:
MUTHUKUMARAN PRESS,
14-A, Kuppier St., MADRAS-1.

துன்பத்தினையும் இன்பமாகக்கொண்டு
வாழும் வகையினைக் காட்டியருளிய
என் அருமை அன்னைக்கு
இந்நூல் அன்புக் காணிக்கை.

உள்ளுறை

	அணிந்துரை ...	vii
	பதிப்புரை ...	ix
	நூன்முகம் ...	xi
	சமூக உளவியல் பி.ஏ. பாடத் திட்டம் ...	xv
1.	அறிமுகம் - சமூக உளவியல் என்றால் என்ன?	1
2.	விலங்குகளின் சமூக வாழ்க்கை ...	17
3.	மனித நடத்தையைத் தூண்டும் ஏதுக்கள் ...	29
4.	மனவும் நடத்தையும் ...	49
5.	சமூக எதிர்வினைகள் ...	59
6.	சமூக இடைவினை ...	77
7.	குழுக்கள் ...	91
8.	தலைவர்கள் ...	109
9.	பொதுமக்கள் கருத்து ...	145
10.	கொள்கை பரப்பல் ...	199
11.	பொதுமக்கள் கருத்தினை அளத்தல் ...	215
12.	பண்பாடும் நாட்டு உணர்ச்சியும் ...	237
	இந்நூல் எழுதத் துணை செய்த நூல்கள் ...	269
	மேலும் பயிலத் துணைபுரியும் நூல்கள் ...	270
	கலைச்சொல் அகராதி—ஆங்கிலம் - தமிழ் ...	271
	கலைச்சொல் அகராதி—தமிழ் - ஆங்கிலம் ...	281
	அகர வரிசை - பெயர் ...	291
	அகர வரிசை - பொருள் ...	293
	பிழைத் திருத்தம் ...	299

அணிந்துரை

தமிழைக் கல்லூரிக் கல்விமொழியாக அமைக்கும் புது முயற்சி எழுந்தோங்கியுள்ளது. பி. ஏ. வகுப்பு மாணவர்கள் தங்கள் பாடங்கள் அனைத்தையும் தமிழிலேயே கற்கின்ற காட்சியைக் காணலாம். இடர்ப்பாடுகள் பல இருந்தாலும் இப் பெரு முயற்சியில் நாம் வெற்றி பெறுவது திண்ணம். நாடு முழுவதும் பரந்துள்ள மாணவர்களின் ஆர்வம், "தமிழிலேயே கற்பிப்போம்" என முன்வந்துள்ள கல்லூரி ஆசியர்களின் ஊக்கம், பலப்பல கலைகளிலும் பொதுத்துறைகளிலும் பல்வேறு நிலையங்களிலும் தொண்டு செய்வோர் கலைச் சொல்லாக்கத்தில் உழைத்த பெருஞ் சிறப்பு, இவற்றிற்கும் மேலாக மிகமிகக் குறைந்த காலத்தில் தங்கள் தங்கள் சிறப்புத் துறையில் நூல்களை எழுதித் தர முன்வந்த நூலாசிரியப் பெருந்தகைகளின் உறுதியுள்ளம், தொண்டுணர்ச்சி—இவற்றைக் கண்டபின் இத் திட்டத்தின் வெற்றியில் யாரே ஐயம் கொள்வர்?

சிறப்பாகச் சென்னைப் பல்கலைக் கழகப் பேராசிரியர்களும், மற்றைய நூலாசிரியர்களும், எத்தனையோ நெருக்கடிகளிடையே குறுகிய காலத்தில், அரிய முறையில் நூல்களை எழுதித் தந்துள்ளனர். பதிப்பு நிலையங்களும் முழு மனத்தோடு ஒத்துழைத்ததின் பயனாக வெகு விரைவில் இந்நூல்கள் வெளிவந்துள்ளன. இவற்றுள் ஒன்றான "சமூகத்தில் நாம்" என்னும் இந்நூலை மாணவர்களும், ஆசிரியர்களும், தமிழ் மக்களும் வரவேற்பார்கள் என நம்புகிறோம்.

பல பெரியோர்களும், நிலையங்களும் முன்னரே புதுக் கலைகளைப் பற்றிய நூல்களைத் தமிழில் எழுதி வெளியிட்டு வழி காட்டியுள்ளார்கள். ஆயினும், கல்லூரியில் தமிழ் கல்வி மொழியாகச் சிறந்து விளங்கவேண்டுமானால், இன்னும் எத்தனையோ நூல்கள் வெளிவர வேண்டும். எல்லோருடைய ஒத்துழைப்பாலும், விரைவில் மேலும் மேலும் பல நூல்கள் வெளிவரும் என்று உறுதியாக நம்புகிறோம்.

இந்த முயற்சியில் எத்தனையோ சிக்கல்கள் எழுந்தன. அவைகளை வெற்றிகரமாகத் தீர்த்துவைக்க முயற்சி செய்துள்ளோம். கலைச் சொற்களை அமைப்பதிலும், சிறந்தவர்களைக் கொண்டு பாட நூல்களைத் தமிழ் மரபேர், கலை மரபோ, பொருள் தெளிவோ சிறிதும் பிறழாதபடி எழுதுவதிலும், மாணவர்களின் ஆங்கிலத் தரம் குன்றுமல் காப்பதிலும், அவர்கள் மேலும் தாம் கற்கும் பொருள்களைப் பற்றிய நூல்களை ஆங்கிலத்தில் கற்கத் துண்டுவதிலும் உள்ள இடர்ப்பாடுகள் பல உள்ளன. எனவே, பல பெரியார்கள் இம்முயற்சியைப் பற்றி ஐயம் கொண்டது வியப்பன்று. இத்தனை சிக்கல்களையும் ஒருவாறு தீர்த்துள்ளோம் என்றால், குடியரசு வாழ்வில் எழுந்த தமிழ் மக்கள் ஆர்வமும், எதற்கும் அஞ்சாத உறுதியும், முன்னேற்ற உழைப்புமே காரணமாகும்.

எத்தனையோ தடைகளை யெல்லாம் வெற்றியுடன் கடந்த நம் தமிழ் அன்னை கல்லூரிக் கலையாசனத்தில் அமர்கின்ற நிலையில் அவ்வன்னையை வாழ்த்துவோமாக! அவள் திரு முன்பு, "மனமார உழைத்து வெற்றி காண்போம்" என்று உறுதி கொள்வோமாக! "உழைப்பின் வாரா உறுதிகள் உளவோ?"

தமிழில் பயிலும் மாணவர்கள் உலக மாணவர்களிடையே சிறந்த இடம் பெறவேண்டும். அதுவே தமிழ் அன்னையின் அருள் நோக்கம் ஆகும். கல்லூரித் தமிழ்க் குழு இத்துறையில் செய்துவரும் தொண்டினை இங்கே குறிப்பிடல் வேண்டும். சென்னைப் பல்கலைக் கழகத்தினைச் சார்ந்த கல்லூரி ஒன்றிலேதான் இந்த முயற்சி இன்று எழுகிறது. அப்பல்கலைக் கழகத்தின் பலவகை உதவிகளுக்கும், ஒத்துழைப்பிற்கும் நம் மனங்கலந்த நன்றி உரித்தாகுக.

சென்னை
31-8-61

சி. சுப்பிரமணியம்,
சென்னை, நிதி–கல்வி அமைச்சர்.

பதிப்புரை

"சென்றிடுவீர் எட்டுத் திக்கும் — கலைச்
செல்வங்கள் யாவும் கொணர்ந்திங்கு சேர்ப்பீர்!"

என்று பாரதியார் அன்று முழங்கிய முழக்கம் இன்று செயலுறத் தொடங்கியிருக்கிறது. மேலும் அவர்,

"பஞ்ச பூதங்களின் இயற்கையைப் பற்றின ஆராய்ச்சிகளிலே நம்மைக் காட்டிலும் ஐரோப்பியர் முன்னேறி நிற்பது தெரிந்த விஷயம். ஆதலால் ஐரோப்பாவில் வழங்கும் பௌதிக சாஸ்திரங்களைத் தமிழில் எழுத வேண்டுமென்று பல பண்டிதர் மிகவும் ஆவலோடிருக்கிறார்கள். ஏற்கெனவே சில பகுதிகளின் ஆரம்பம் தமிழில் மொழி பெயர்த்திருக்கிறது. இந்த முயற்சி மேன்மேலும் வளரும்; வளர்ந்து தீர வேண்டும். அந்த சாஸ்திரங்களை யெல்லாம் ஏக காலத்திலே தமிழில் எழுதி முடிப்பதற்காக ஒரு பண்டித-சங்கம் ஏற்படக் கூடும்" (கலைகள், பக். 396)

என்று அவர் கண்ட கனவும் இப்பொழுது நனவாகி வருகிறது.

நமது நாட்டு விடுதலை நம் நாட்டு மொழிகளுக்கும் விடுதலை அளித்துள்ளது. நம் தாய் மொழியாம் தமிழ் மொழி இரண்டாந்தர மொழியாக இந்நாட்டில் இருந்த நிலை மாறிக் கல்விக் கூடங்களிலே முதன்மை மொழியாகத் தனக்குரிய இடத்தைப் பெற்றது. இப்பொழுதோ தமிழ் ஆட்சி மொழியாகவும் கல்லூரிகளில் கற்பிக்கும் மொழியாகவும் ஆகும் தனி உரிமைக்குத் தமிழ் நாட்டு அரசாங்கம் வழிசெய்து வருகிறது. இன்று சிற்சில அரசியல் அலுவலகங்களும் ஒரு சில கல்லூரிகளும் தமிழை மேற்கொண்டிருப்பினும், வரவர நம் தாய்மொழி தனக்குரிய இடத்தைப் பெற்றுவிடுதல் இயல்பே. இம் முயற்சியில் இடையிடையே நேர்ந்த இடையூறுகளை அகற்றித் தாய் மொழி வளர்ச்சியில் கண்ணுங் கருத்துமாகப் பணியாற்றி

வரும் நமது தமிழ் நாட்டுக் கல்வி - நிதித் துறைகளின் அமைச்சர் திரு. சி. சுப்பிரமணியம் அவர்கள் தமிழ சமுதாயத்தினரின் பாராட்டுக் குரியவராயுள்ளார்.

அறிவியற் கலை நூல்களை ஆக்குதற்குக கல்லூரிப் பாடப் புத்தகக் குழுவினர் பெரிதும் முயன்று வருகின்றனர். அவர்களின் கருத்துக்கியைய ஆக்கப் பெற்ற "சமூகத்தில் நாம்" என்னும் இந்நூல் அக் குழுவினரின் பரிசினைப் பெற்ற நூலாகும். இதனைச் சீரிய முறையில் ஆக்கித்தந்த கோவை அரசினர் கலைக் கல்லூரியின் உளவியல் துறைத் தலைவர் திரு. அ. பெசண்ட் கிரீப்பர் ராஜ் அவர்களுக்கு எமது பதிப்பகத்தின் நன்றியும் வாழ்த்தும் உரியனவாகுக! இந்நூலை வெளியிடும் பேற்றினை எமக்கு அளித்த கல்லூரித் தமிழ்க் குழுவினருக்கும், வெளியிடுவதில் பேரூக்கம் தந்து வேறு பல் வகையில் உதவிய அக்குழுவின் செயலாளர் வி. கன்னையன் அவர்களுக்கும், இந்நூலின் அச்சுப்பிழை நீக்கி உதவிய திரு. மு. சண்முகம் அவர்களுக்கும் எமது நன்றி உரித்தாகுக! மேலும், இம் முயற்சியில் ஒத்துழைத்த அச்சகத்தார் முதலிய அனைவர்க்கும் தமிழ் அன்னை அருள் புரிவாளாக!

சமூக வளர்ச்சியே நாட்டின் வளர்ச்சி; எனவே, சமூகத்தில் வாழும் ஒவ்வொருவனும் தான் வாழும் சமூகத்தினைப் பற்றி அறிவது மிகவும் அவசியமாகும். இதற்குச் சமூக உளவியல் அறிவு பெரிதும் துணைபுரிய வல்லது. உளவியல் உண்மைகளை அறிய விரும்புவார்க்கு இந்நூல் பெரிதும் பயன்படும். மாணவர்களுக்கு மட்டுமன்றிப் பொதுவாக ஏனையோருக்கும் இந்நூல் இன்பம் தருவதொன்றாகும். இத்தகைய நூல்களைத் தமிழகம் வரவேற்று, மேலும் மேலும் பல கலை நூல்களை வெளியிடுதற்கு ஊக்கம் அளிக்கும் என்று நம்புகிறோம்.

வளர்க கலை நூல்கள்! வாழ்க தமிழ் மொழி!

சென்னை-1.
2-9-61

குமார் பதிப்பகத்தார்.

நூன்முகம்

"சமூகத்தில் நாம்" என்னும் இந்நூல் தமிழ் மொழி வாயிலாக உளவியல் பயிலும் பீ. ஏ., வகுப்பு மாணவர்களுக்காக எழுதப்பட்டுள்ளது. பீ. ஏ. பட்டப் படிப்பிற்குரிய பாடத் திட்டத்தை ஒட்டியே இந்நூல் எழுதப்பட்டிருப்பினும், சமூக உளவியல் உண்மைகளை அறிந்து பயன்படுத்த விரும்பும் பிறருக்கும் துணைபுரியும் வகையில் பழகு தமிழில் எழுதப் பட்டுள்ளது. இவ்வகையில் இந்நூல் சமூகத்தொண்டர்கள், ஆசிரியர்கள், அரசியல்வாதிகள், மருத்துவர்கள், வழக்கறிஞர் கள், பத்திரிகையாளர், வணிகர் முதலியோருக்குப் பயன்தரும் என்று நம்புகிறோம்.

சமூகத்தில், சமூக உறுப்பினராக வாழும் மனிதன், தான் வாழும் சமூகத்தைப் பற்றித் தெரிந்து கொள்ளுதல் இன்றியமை யாதது. தான் வாழும் சமூகத்தினையும், அதன் குறிக்கோளையும் தேவைகளையும் நன்கு உணர்ந்து வாழும் மனிதன், தன் வாழ்வைப் பயனுள்ளதாக அமைத்துக் கொள்வதோடு, தான் வாழும் சமூகத்திற்கும் பயனுள்ளவனாக வாழ்தல் வேண்டும். அங்ஙனம் வாழும் வகைசெய்து தருவதே சமூக உளவியலாகும். பெரும்பாலும் இந்நூல், மேலைநாட்டுச் சமூக உளவியல் நூல்க ளைப் பின்பற்றியே எழுதப்பட்டுள்ளது. ஆயினும், மேலைநாட்டு நல்லறிஞர்களின் கருத்தை நமது நாட்டுச் சூழ்நிலையின் அடிப் படையில் விளக்கவே முற்பட்டிருக்கிறோம். அவ்வகையில் இந்நூல் புதுமுயற்சியாகும்.

தாய்மொழியில் கல்வி கற்கும் மாணவர்களுக்கு இந்நூல் துணைசெய்யும் என்னும் எண்ணம் மனநிறைவைத் தருகின்றது. தமிழில் பயிலும் மாணவர்களுக்குப் பயிற்றும் பெரும்பேறும் எமக்குக் கிடைத்துள்ளது. ஆங்கிலத்தில் பயிற்றும் வகுப்புக் களில், ஊமையராகக் காட்சியளிக்கும் மாணவர்கள், தமிழில் பயிற்றும் வகுப்புக்களில் முழுமையாக மாறிவிடுகின்றனர். விளக்கப்படும் பொருள் எவ்வளவு கடினமானதாயினும், எத்துணை நுணுக்கமுடையதாயினும், மிகவிரைவில், எளிதாக இம்மாணவர்கள் புரிந்துகொள்வதோடு, நுட்பமான கேள்வி களையும் கேட்கின்றனர்.

பல ஆண்டுகளாக மாணவர்கள் ஆங்கிலத்திலேயே அறிவியல்களைப் பயின்றிருந்தும், நம்முடைய பல்கலைக்கழகங்கள் தோற்றுவித்திருக்கும் அறிஞர்களின் எண்ணிக்கை மிகவும் குறைவே. கல்லூரிகளில் தமிழ் போதனைமொழியாக வந்திருப்பதன்மூலம் இக்கிலை விரைவில் மாறும் என்பது திண்ணம். மேலைநாட்டு அறிஞர்களோடு அறிவுத்துறையில் சரிநிகர்ச சமானமாக நம் நாட்டு நல்லறிஞர்கள் நிற்கும் நாள் அண்மையிலேயே இருக்கிறது!

எல்லாவகையிலும் இந்நூல் பயனுள்ளதாக அமைய வேண்டும் என முயன்றிருக்கிறோம். ஆயினும் இதனைப் படிக்கும் அறிஞர் பெருமக்கள் இது புது முயற்சி என்பதனை மனத்தில் கொள்ளவேண்டும் என வேண்டுகின்றோம். பெருவாரியான கலைச்சொற்கள் கல்லூரித் தமிழ்க்குழுவினர் வெளியிட்டுள்ள கலைச்சொல்லகராதிகளினின்று எடுக்கப்பட்டவையே. பிற இடங்களில் பொருளின் அடிப்படையில் புதிய சொற்களைப் புனைந்து பயன் படுத்தியிருக்கிறோம்.

இந்நூல் எழுதப் பலர் துணை புரிந்தனர். அவர்கள் அனைவருக்கும் எமது நன்றி. எமக்கு உளவியல் பயிற்றுவித்த பேராசிரியர்களும், நான் பயின்றுள்ள மேலைநாட்டு அறிஞர்களது உளவியல் நூல்களுமே, இந்நூலில் தரப்பட்டுள்ள பெருவாரியான கருத்துக்களுக்குக் காரணங்களாவர். அதைப்போன்றே தமிழறிவு தந்ததோடு, தமிழில் மேடை ஏறிப் பேசவும், கட்டுரை வரையவும் கற்றுத் தந்த, மதுரைத் தியாகராசர் கல்லூரித் தமிழ்ப் பேராசிரியர் திரு. அ. கி. பரந்தாமனார், M. A., அவர்களுக்கு நான் பெரிதும் கடமைப்பட்டுள்ளேன். அவர்களிடம் நான் பயின்றபோது, அவர்கள் தந்த பயிற்சியின் விளைவாகவும், தூண்டுதலின் காரணமுமாகவே இந்நூல் வெளிவருகின்றது என்றால் அது மிகையாகாது.

இந்நூல் எழுதும் நிலையில், தொடர்ந்து ஊக்குவித்து இடையறாது உதவியும் செய்து வந்தவர்கள் இருவர். ஒருவர் என் மனைவி திருமதி அமிர்தா பெசன்ட், M. A., B. sc., M. Ed. அவர்கள்; மற்றவர் என் அருமை நண்பரும், "நவ இந்தியா" துணை ஆசிரியருமான திரு. T. கருப்பையா, B. A., அவர்கள். இவ்விருவருக்கும் நான் பெரிதும் நன்றிக் கடன்படுகின்றேன். இந்நூல், கல்லூரித் தமிழ்க்குழுவின் பரிசு நூலாக வெளிவருகின்றது. இவ்வகையில் நடுவணர்களாக இருந்ததோடு, இந்நூல் பிரதியைப் படித்து, இந்நூலைச் செவ்வையுற அமைக்க அரும்பெரும் அறிவுரை தந்துதவிய பேராசிரியர்கள்

திரு. க. அருணாசலம், M. A., L. T., அவர்களுக்கும், டாக்டர் அறம் வளர்த்தநாதன், M. A., Ph. D (Ohio) அவர்களுக்கும் எமது நன்றி. பிரதியைப் படித்துத் தமிழ்ப் பிழை நீக்கி உதவிய பேராசிரியர் P. முருகன், M. A. அவர்களுக்கும், நண்பர் K. ஆறுமுகம், M. A. அவர்களுக்கும் நன்றி செலுத்த நான் கடமைப்பட்டுள்ளேன். இந்நூலிற்கு, கலைச்சொற்கள் போன்றன வற்றை அகரவரிசையில் தொகுத்துத் தந்த என் மாணவர்கள் திரு. அ. துரைராஜ், திரு. ஆ. சீனிவாசன் ஆகியோருக்கும் எமது நன்றி உரியதாகும். கையெழுத்துப் பிரதியை உரிய காலத்தில் தட்டெழுத்தாக்கி உதவிய திருவாளர்கள் வேங்கடதுரை, க. சுந்தரேசன், சு. வேங்கடகிருஷ்ணன் ஆகியோருக்கும் எமது மனமுவந்த நன்றி.

இந்நூலிற்குத் தேவையான கருத்துக்களைச் சேகரிப்பதில் இரு நிறுவனங்கள் பெரிதும் துணை செய்தன. பத்திரிகை படிப்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சி விவரங்களைக் கேட்ட போது, சிறிதும் தயங்காது பெரு மகிழ்வோடு, கேட்ட விவரங்களைத் தந்துதவிய "ஹிந்து"ப் பத்திரிகை நிறுவனத் தினருக்கும், வர்த்தக ஆராய்ச்சிகள் பற்றிய விவரங்களைத் தந்துதவிய ஹிந்துஸ்தான் லீவர் லிமிடெட் நிறுவனத்தினருக் கும் எம் உளங்கனிந்த நன்றி. இவர்களின் துணைக்கொண்டே சமூக அறிவியலில் நமது நாட்டில் செய்யப்பட்டுள்ள சில முக் கியமான ஆராய்ச்சிகளைப் பற்றி இந்நூலில் கூறமுடிந்தது. பிற நிறுவனத்தினரும் இவர்கள் போன்று நூலாசிரியர்களுக்குத் தயங்காது உதவி செய்வரேல், மிகச் சிறந்த நூல்களை நம் நாட்டு அறிஞர்கள் வெளியிடுவர் என்பது திண்ணம்.

இந்நூல் எழுதவும், நூலின் உரிமையைக் கொள்ளவும் அனுமதி தந்த தமிழ் நாட்டு அரசினருக்கும் எம் நன்றி உரியது. இந்நூலிற்குப் பரிசு தந்து கௌரவித்து, வெளியிடும் கல்லூரித் தமிழ்க் குழுவினருக்கும், வேண்டிய விவரங்களை உடனுக்குடன் கடிதமூலம் தந்துதவிய, கல்லூரித் தமிழ்க்குழுவின் செயலாளர் திரு. வி. கன்னையன், B. A., அவர்களுக்கும் எமது நன்றி. இந்நூலிற்கு அணிந்துரை தந்து இந்நூலைப் பெருமைப்படுத்தும் தமிழ் நாட்டுக் கல்வி, நிதி அமைச்சர் திரு. சி. சுப்ரமணியம், B. A., B. L., அவர்களுக்கு எமது நன்றியைப் பணிவன்போடு தெரிவித்துக்கொள்கிறோம். இந்நூலினை அழகிய முறையில் நன்கு அச்சிட்ட முத்துக்குமரன் அச்சகத்தினருக்கும், நூலினை வெளியிட்ட குமார் பதிப்பகத்தாருக்கும் எமது நன்றி உரியது.

இந்நூலிற்குத் தமிழகமும், தமிழ்ப் பெருமக்களும், தமிழ் மாணவர்களும் நல்ல வரவேற்பு தருவார்கள் என நம்புகிறோம். இந்நூலை இன்னும் சிறப்புறச் செய்யத் தரப்படும் கருத்துக்களும், அறிவுரைகளும் மகிழ்வோடும், முழு மனத்தோடும் நன்றியோடும் ஏற்றுக்கொள்ளப்படும்.

கோவை,
15—8—61

பெசன்ட் கிரீப்பர் ராஜ்

சமூக உளவியல் பாடத்திட்டம்

1. உளவியலின் பரப்பு — சமூகவியலுடன் உள்ள தொடர்பு, நடத்தை நனவு, இவற்றின் பங்கு.
2. விலங்குகளின் சமூக நடத்தை.
3. மொழிக்கும் சைகைகளுக்கும் சமூக உணர்வின மேலுள்ள ஆதிக்கம்.
4. சமூகத் தூண்டலின் அடிப்படையான வகைகள்.
5. உடன் செயலுறும் குழு, நேருக்கு நேரான குழு, முதல் நிலைக் குழுக்கள் இவற்றின் தன்மையும், சிறப்பியல்புகளும். கூட்டம், குழுமனம் என்றுளதா ?
6. தலைவர்கள் — வகைகளும், சிறப்பியல்புகளும் — பின்செல்பவர்கள்.
7. பொதுமக்கள் கருத்து — வாயிலை — செய்திகள் — வதந்தி — பொதுமக்கள் கருத்தை மதிப்பிடுதல்.
8. பண்பாடுகளும், ஆளுமையின் வளர்ச்சியும்.
9. பண்பாட்டின் பகுப்பு — நாட்டினரின் இயல்பு.

முதல் அதிகாரம்

அறிமுகம்

முன்னுரை — சமூக உளவியல் என்றால் என்ன ? —சில வரையறைகள் — சமூக உளவியலின் பரப்பு — சமூக உளவியலின் முக்கியத்துவம் — உளவியல் முறைகள் — அகக்காட்சி — புறக்காட்சி — தனியார் வரலாற்று முறை — பரிசோதனை முறை — கள ஆய்வு — பிற நூல்களோடுள்ள தொடர்பு — சமூக உளவியலும் பொது உளவியலும் — சமூக வியலும் சமூக உளவியலும் — சமூக உளவியலும் அரசியலும்

மனிதன் கூடி வாழும் தன்மை படைத்தவன். பழங்காலம் தொட்டே குழுவினராகவே மனிதர்கள் வாழ்ந்துள்ளனர். இன்றும் தொதுவர் (Todas), இருளர் போன்ற பழங்குடி மக்கள் சிறுசிறு குழுவினராகவே வாழ்கின்றனர். கூட்டமாகக் கூடிக் குழுவாக வாழ்கின்ற இயல்பினை மனிதன் பெற்றுள்ள காரணத்தால் மனிதனைச் "சமூக விலங்கு" (Social Animal) என்கிறோம்.

ஒவ்வொரு தனிமனிதனும் தனிப்பட்ட ஆளுமை கொண்டவன் என்பது உளவியலார் கருத்து. ஆனால், தனிமனிதன் சமூகத்தோடு இணைந்து பழகும்போது "சமூக" மனிதனாகிறான். சமூகத்தில் பல்வேறு பகுதிகளில் பல்வேறு விதங்களில் செயலாறுகிறான். ஒரு மாணவர், வகுப்பில் நடந்துகொள்வதைப் போன்று நண்பர்களுடன் இருக்கும்போது நடந்துகொள்வதில்லை. சந்தையிலும், திரைப்படக்கொட்டகையிலும் இன்னும் அவர் நடத்தை மாறுபடுகிறது. குழுவோடு இயங்கும்போது, அவருடைய சில குணங்கள் மாறுகின்றன. ஒரு கூட்டத்தின் மத்தியில் கோழை, வீரனாக மாறுவதை நாம் காண்கிறோம். இவ்வாறு ஒரு தனிமனிதன் சமூகத்தோடு இயங்கும்போதும் சமூகம் தனிமனித நடத்தையைப் பாதிக்கும் போதும் ஏற்படும் நிலைகளையே சமூக உளவியலார் அறிய முற்படுகின்றனர்.

மனிதர்கள் பிறரோடு இயங்குவதையும், இத்தகைய இயக்கம் அவர்கள் எண்ணங்கள், உணர்ச்சிகள், பழக்கங்கள் ஆகியவற்றில் ஏற்படுத்தும் மாற்றங்களையும் அறிவதே "சமூக உளநூல்" என்று கிம்பல் எங் (Kimball Young) என்ற சமூக உளநூல் பேரறிஞர் கூறுவர்.

குழந்தை பிறக்கும்போதே சில சமூகத்தேவைகளோடு பிறக்கிறது. பிறந்தவுடன், அக்குழவிக்குத் தாயுடன் சமூகத்தொடர்பு ஏற்படுகிறது. பின்னர், தந்தை, உடன்பிறந்தார், விளையாட்டுத் தோழர்கள், ஆசிரியர்கள், மனைவி, மக்கள் அலுவலக நண்பர்கள் பழக்கமானவர்கள் என்ற வகையில் பல மனிதர்களோடு சமூகத் தொடர்புகள் ஏற்படுகின்றன. அவர்கள் கற்கும் இலக்கியம், சரித்திரம், ஆகியனவும் சமூகத்தொடர்பை உண்டாக்குகின்றன. இத்தகைய பல்வேறு தொடர்புகள், குறிப்பிட்ட பண்புகளை அவரிடத்தே தோற்றுவிக்கும். தான் வாழும் சமூகத்தின்

பண்புகளைத் தனிமனிதன் பெறுகிறான்; அவன் சமூகப் பண்பு களுக்கேற்ப ஒழுக முற்படுகிறான். தன் சமூகச் சூழ்நிலைகளுக் கேற்ப அமையும் உளவாழ்வினையும், நடத்தையையும் அறிய முற்படும் ஒரு நூலே **சமூக உளநூல்** எனலாம்.

முதிர்ச்சியுற்ற நிலையில் சமூகத்தொடர்புகள் இன்னும் அதி கரிக்கின்றன. பல்வேறு மனிதர்களோடு பழகுவதோடு பல்வேறு சமூக அமைப்புக்களின் தொடர்பும் ஏற்படுகின்றன. வீடு, குடும் பம், சமூகம், அரசியல் கட்சிகள், அலுவலகம், பொழுதுபோக்கு மன்றங்கள் போன்றவற்றின் தொடர்புகள் ஏற்படுகின்றன. மேலும் தனிமனித உள்ளத்தில் பல சமூகக் கருத்துக்களும் இடம் பெறுகின்றன. உதாரணமாக பூமிதான இயக்கம் பஞ்ச சீலக்கொள்கை, உலக சமாதானம் போன்ற கருத்துக்களைக் கூற லாம். இவையும் ஒருவருடைய சமூக நடத்தையைப் பாதிக் கின்றன. இவை எந்த வகையில் சமூக நடத்தையைப் பாதிக் கின்றன என்பதனையும் சமூக உளநூல் கற்பிக்கிறது. சமூக உளநூலுக்கு, இவ்விதம் மிகச்சிக்கல் மிகுந்த சமூக நடத்தைகளை ஆராய்தல் அவசியமாகிறது. இதனை மனத்தில் கொண்டு F. H. ஆல்போர்ட் (F. H. Allport) என்பார் சமூக உளவியலைப் பின் வருமாறு வரையறுக்கிறார்.

> "பிற மனிதர்களைத்தூண்டும் தனிமனிதநடத்தையினை யும், பிற மனிதர்களின் நடத்தையின் எதிர்வினையாக அமையும் தனி மனித நடத்தையினையும், சமூகப் பொருட்கள் மற்றும் சமூக எதிர்வினைகள் பற்றிய தனி மனிதனது நனவு நிலையினையும் விளக்கும் அறிவியலே, சமூக உளவியலாகும்"

சமூக உளநூல் குறிப்பாக மூன்றுவிதமான நடத்தைகளை ஆராய முற்படுகிறது.

அவையாவன:– 1. தனிமனிதனின் சமூக நடத்தை
2. சமூகக் குழுக்களின் இயக்கம்
3. சமூக அமைப்புகள், நிறுவனங்கள் (Institutions) ஆகியவற்றுல் தூண்டப்படும் நடத்தை

சமூக உளநூலின் பரப்பு

சமூக உளநூலின் பரப்பினை வரையறுத்தல் முடியாதது. மனிதன் முன்னேற முன்னேற அவனுடைய வாழ்க்கைப் பிரச்னைகள் சிக்கலானவையாக மாறுகின்றன. சிக்கல் மிகுந்த புதிய புதிய பிரச்னைகளையும் சமூக உளநூல் சமாளிக்க வேண்டி

யிருப்பதால் அதன் பரப்பினைத் திட்டவட்டமாகக் கூறுவது முடியாத ஒன்று. இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட மனிதர்களைக் கொண்ட எந்த நிகழ்ச்சியும் நடத்தையும் சமூக உளநூலுள் அடங்கும். சாதாரணக் குழந்தைகளின் நடத்தையிலிருந்து அறிஞர் பெருமக்களின் நடத்தைவரை எல்லாவகை நிகழ்ச்சிகளையும் அது ஆராய்கிறது.

ஆயினும் பொதுவாகக் கூறுமிடத்துச் சமூக உளநூல், கீழ்க்காணும் மூவகை ஏதுக்களையே (factors) ஆராய்கிறது எனலாம்.

1. சமூகத் தூண்டுதல்களும் சமூகத் தூண்டுச் சூழ் நிலைகளும் (Social environment)
2. சமூகத்தூண்டுதல்களுக்கு ஏற்ப, மனிதரிடம் ஏற்படும் எதிர்வினைகள்
3. சமூகச் சூழ்நிலைகளால் ஏற்படும் மாற்றங்கள்

மற்றொரு மனிதரிடமிருந்தோ அன்றிச் சமூக முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ள ஒரு பொருளினின்றோ தோன்றும் தூண்டல்களைச் சமூகத்தூண்டல்கள் எனலாம். மனிதர்களிடமிருந்து வரும் தூண்டல்களை, நேரடிச் சமூகத்தூண்டல்களெனவும், சமூக முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ள பொருள்களினின்று நாம் பெறும் தூண்டல்களை மறைமுகத்தூண்டுச் சக்திகள் எனவும் அழைக்கலாம். நாட்டுக்கொடி, கடவுள்படங்கள், புகைப்படங்கள், ஆகியவற்றை மறைமுகத்தூண்டல்களுக்கு உதாரணமாகக் கூறலாம். ஆயினும் ஒரு தனிப்பட்ட குழுவினரை எத்தகைய மறைமுகத் தூண்டுதல்கள் செயலாற்றத்தூண்டும் என்று திட்டமாகக் கூறுவது முடியாது. ஏனெனில் இது குழுக்களின் மன நிலைக்கு ஏற்பவும் செயல்பட முற்படும் காரணத்திற்கு ஏற்பவும் மாறுபடும்.

இரண்டாவதாக, சமூகத்தூண்டல்களின் எதிர்வினைகளில் சமூக உளநூல் கவனம் செலுத்துகிறது. வயது, பால், சமூகப் பொருளாதார நிலை, அரசியல் கருத்துக்கள் ஆகியவற்றுல் ஒன்றுக்கொன்று மாறுபட்ட குழுக்கள் எவ்விதமான எதிர்வினைகளைத் தருகின்றன என்பதையும் சமூக உளநூல் ஆராய்கிறது. தனி மனிதர்கள் தனிப்பட்டவர்களாக இத்தூண்டல்களுக்கு எந்த விதமான எதிர்வினைகளைத் தருகின்றனர் என்பதனையும், குழுவில் உறுப்பினராக இருக்கும்போது எவ்வாறு செயலாற்றுகின்றனர் என்பதனையும் இந்நூல் காண முற்படும் இவ்வாறு மக்களின் பல்வேறு இடைவினைகளைச் (Interactions) சமூக உளவியலார் அறிய முற்படுகின்றனர்.

மேலும், சமூகச் சூழ்நிலைகள் தனிமனிதர்களையும் குழுக்களையும் எவ்விதம் பாதிக்கின்றன என்பதனையும் சமூக உளநூலார் ஆராய்வர். செல்லமாக வளர்க்கப்பெற்ற குழந்தையின் மனநிலை பிற குழந்தைகளின் மனநிலையினின்றும் பெரிதும் மாறுபடுகிறது. சேரிகளில் வாழும் மக்களின் சமூக எண்ணங்கள், ஆடம்பரத்திலும், வாழ்க்கை வசதிகள் அனைத்தும் பெற்று வாழும் மக்களின் சமூக எண்ணங்களினின்று பெரிதும் மாறுபடுதலை நாம் காண்கிறோம். குடும்பம், கல்வி நிலையங்கள், வாழும் சுற்றுப்புறம், வேலை செய்யும் இடம், ஒருவருடைய சமயம், ((Religion) அவர் சேர்ந்துள்ள பொழுதுபோக்கு மன்றங்கள், அரசியல் கருத்துக்கள் ஆகியன ஒருவரை எவ்வகையில் மாற்றுகின்றன என்பதனையும் சமூக உளவியலார் ஆராய்கின்றனர். குறிப்பாக, ஆளுமையைச் சமூகச் சூழ்நிலைகள் பாதிக்கும் வகையினை அவர்கள் ஆராய்கிறார்கள். மேலும் மனித அறிவு வளரும் போதும், புதிய புதிய விஞ்ஞான உண்மைகளை நாம் காணும் போதும், உலகத்தின் பலநாட்டு மக்களோடு நெருங்கிய தொடர்பு கொள்ளும்போதும் புதிய புதிய சமூகச் சூழ்நிலைகள் உண்டாகின்றன. இவற்றின் தன்மையினையும் முக்கியத்துவத்தினையும் கணித்தறிதல் சமூக உளவியலார் கடமையாம்.

சமூக உளநூலின் முக்கியத்துவம்

மேற்கூறிய யாவும் மனித வாழ்வில் சமூக உளநூல் எவ்வளவு முக்கியமானது என்பதனைக் காட்டும். மனிதன் சமூகமாகச் சமூகத்தோடு ஒத்தியங்கும் தன்மை படைத்தவன். பிற மனிதர்களை அறிதற்கும், பிற மனிதர்களோடு சுமுகமாகப் பழகுவதற்கும் சமூக உளநூல் அறிவு மிகவும் இன்றியமையாதது. இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட மனிதர்களின் இடைவினைகளைச் சமூக உளநூல் ஆராய்கிறது எனக் கண்டோம். எனவே அத்தகைய ஒவ்வொரு சமூகச் சூழ்நிலையிலும் சமூக உளநூல் அறிவு பெரிதும் உதவுகிறது.

குறிப்பாக அரசியல், பொருளாதாரத் துறைகளில் சமூக உளவியலின் பங்கு மிகவும் முக்கியமானது; ஏன் மக்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட அரசியல் கட்சியினைப் பின்பற்றுகின்றனர்; ஏன் ஒரு தனிப்பட்ட தலைவரால் பெரிதும் கவரப்படுகின்றனர் என்பதனைச் சமூக உளவியலின் துணை கொண்டு அறியலாம். குறிப்பாக நம் பிரதமர் நேருஜியை, எதிர்க்கட்சியினரும்கூட பெரிதும் போற்றுகின்றனர். நாடுகளிடையே பூசல் ஏற்படும் போதுகூடச் சமூக உளவியல் பயன்படுத்தப்படுகிறது. மக்களிடையே விருப்பு, வெறுப்புகளை உண்டுபண்ணவோ,

மாற்றவோ சமூக உளநூல் அறிவுபெரிதும் பயன்படுகிறது. தீண்டாமையைப் பற்றி அறியவும் அதனைத் தூண்டவும், நீக்கவும் சமூக உளவியலைக் கொண்டு முடியும்.

பொருளாதாரத் துறையில் சமூக உள நூல் இன்னும் முக்கியமானது. மக்களின் மனத்தில் விருப்பங்களைப் புகுத்தி அதன் மூலம் தேவைகளை (needs) ஏற்படுத்திப் பொருள் உற்பத்தியைப் பெருக்கலாம். முதலாளி - தொழிலாளி தொடர்புகளை அறிய சமூக உளவியல் இன்றியமையாதது. வேலை நிறுத்தம், போராட்டங்கள் ஆகியவற்றின் ஆதாரக் காரணங்களைக் காணவும் நீக்கவும் இது உதவும். மேலும், ஆலைகளில் உழைக்கும் தொழிலாளரை ஊக்குவித்துப் பொருள் உற்பத்தியைப் பெருக்கவும் முடியும்.

தலைமை ஆசிரியர், மாணவர், பிற ஆசிரியர்கள் இவர்களுக்குள் ஒற்றுமை நிலவவும், ஒரு வட்டாரத்திலுள்ள கல்வி நிலையங்களிடையே கூட்டு மனப்பான்மை வளரவும் சமூக உள நூல் ஓர் ஏதுவாக உள்ளது.

பல்வேறு சமூக நிலைகளால் உள நோய்கள் (Mental diseases) ஏற்படுவதுண்டு. குறிப்பாக, இன்றுள்ள வாழ்க்கை நிலையில் மக்களிடையே போட்டி மனப்பான்மை அதிகமாகக் காணப்படுகிறது. போட்டியின் அடிப்படையில் தோல்வியும் மன முறிவும் ஏற்படுதல் உண்டு. சமூகச் சீர்கேடுகளால், குறிப்பாகக் குடும்பங்களில் ஏற்படும் பிளவுகளால் திருடர், கொலைஞர், விலைமகளிர் போன்ற சமூக விரோதிகளும், இளங் குற்றவாளிகளும் தோன்றுகின்றனர். இவற்றின் காரணங்களை ஆராய்ந்து நல்லதொரு சமூகத்தை நிறுவும் பணியிலும் சமூக உளவியல் பெரிதும் ஈடுபடுகிறது.

இன்றைய சூழ்நிலையில் உலக நாடுகளுக்குள் ஒற்றுமை மிகவும் தேவை. நாடுகள் ஒன்றையொன்று ஐயுற்றுப் போராடும் நிலையில் உள்ளன. அணு ஆயுதங்களைக் கொண்டுள்ள நாடுகள் போரில் ஈடுபடுமானால் உலக அழிவு நிச்சயம். இதனைத் தடுத்து நிறுத்தி, உலக நாடுகளுள் சமூக நிலை நிறுவச்செய்து, உலக சமாதானம் ஏற்பட ஒவ்வொரு நாட்டின் தலைவரும் மக்களும் சமூக உளநூல் அறிவு பெற்றிருத்தல் அவசியம்.

சமூக உள நூல் கையாளும் முறைகள்

தனி மனிதன் - சமூகம் இவற்றிற்கிடையே உள்ள இடைவினைகளைச் சமூக உள நூல் ஆராய முற்படும்போது, பல்வேறு சிக்கல்கள் எழுகின்றன. ஒருசில மனிதச் செயல்கள் உலக

மக்கள் அனைவருக்கும் பொதுவானவை. உணவு தேடுதல், இனப்பெருக்கம் போன்றவை உலக மக்கள் அனைவருக்கும் பொதுவான செயல்களாம். இன்னும் சில, ஒரு சில குழுக்களுக்கு மட்டுமே உரியன. குழுக்களின் கலாச்சாரப் பண்புகளுக்கேற்ப குழுவினரின் ஆளுமையிலும் வேறுபாடுகள் காணப்படுவது உண்டு. மேலும், பல்வேறு ஏதுக்களால் உந்தப்பட்டு ஒரு குழுவினர் செயல்படலாம். சமூக உளவியலார் இத்தகைய உந்து சக்திகளையும் ஆராய்ந்து அறிதல் வேண்டும். இவைபோகக் குழுவினரிடையே பல்வகை வேற்றுமைகள் காணப்படுகின்றன. குழுக்கள், சமயக் கருத்துக்களில் வேறுபடலாம்; மொழியில் வேறுபடலாம்; குழுக்களின் மத்தியில் விருப்பு, வெறுப்புக்கள் நிலவலாம்; குறிப்பாகக் கட்சிப் பிளவுகள், நிற பேதம், சாதிப் பூசல் ஆகியன இருக்கலாம்.

இவை அனைத்தையும் சமூக உளவியல் மாணவர்கள் உணர்ந்து செயல்படவேண்டும். இவற்றினை நன்முக ஆராய்ந்து நம்பகமானதும் பின்பற்றக்கூடியதுமான பொது விதிகளை உருவாக்குதல் வேண்டும். சமூகத்தில் ஒன்றிய மனிதனைப் பற்றிய இப்பொது விதிகள் பிற சமூக உளவியல் ஆராய்ச்சியாளர்களால் சுலபமாக எடுத்தாளக் கூடியனவாகவும், உண்மையானவையாகவும் அமையவேண்டும். காலத்திற்கும் இடத்திற்கும் ஏற்ப இவை எளிதில் மாறிவிடாமல் விஞ்ஞான உண்மைகளாகத் திகழ்தல் அவசியம்.

இவ்வுண்மைகளைப் பெறுவதற்குப் புள்ளி விவரங்கள் (data) தேவை. தன் சுயமுயற்சியைக் கொண்டும், பிறரை ஆய்ந்தறிந்தும் பலவிதமான பரிசோதனைகளை நடத்தியும் பிற ஆராய்ச்சிகளினின்றும், சமூக உளவியலார் புள்ளி விவரங்களைப் பெறுதலுண்டு. புள்ளி விவரங்களைச் சேகரிக்க நாம் கையாளும் முறைகள் முக்கியமானவை. சமூக உளவியலார் கீழ்க்காணும் முறைகளைப் புள்ளி விவரங்களைப் பெறுதற்குப் பயன்படுத்துவர்.

1. அகக் காட்சி முறை (Introspection)

அகக்காட்சி முறை சமூக உளவியல் ஆராய்ச்சிகளில் பெரிதும் பயன்படுவதுண்டு. தனி மனிதனின் விருப்பு, வெறுப்புக்களை அறிய இம்முறை சிறந்தது. ஒரு குறிப்பிட்ட தலைவர் மக்களால் பெரிதும் விரும்பப்படுகிறார் எனக் கொள்வோம். இது ஏன் என அறிய விரும்பும் சமூக உளவியலார், மக்களையே நேரிடையாகக் கேட்டுத் தெரிந்துகொள்ளலாம். ஒவ்வொரு மனிதரும் இத்தலைவரின் சில குணங்களால் கவரப்

பட்டிருக்கலாம். அதனை அவரிடமிருந்தே அறிந்துகொள்வது சிறந்த முறையாகும்; சுலபமான முறையும் கூட. எடுத்துக் காட்டாகச் சாதிப் பூசலை எடுத்துக் கொள்ளலாம். ஒருவருடைய சாதிக் கருத்துக்களை அவர் வாயிலாகவே அறிவது நல்ல தல்லவா? இவ்வகைச் சமூக ஆராய்ச்சிகளில் (Social Research) அகக் காட்சி முறை பெரிதும் பயனுள்ளது. சுய அளவீடுமுறை (Self rating scales), பொது மக்கள் கருத்து வாக்கெடுப்பு (Public opinion poll) ஆகியவற்றில் அகக்காட்சி முறையே பயன்படுத்தப்படுகிறது. இம்முறையினைக் கொண்டு மக்களின் எண்ணங்கள், உணர்ச்சிகள் நம்பிக்கைகள், விருப்பு, வெறுப்புகள் சொந்தக் கருத்துகள் ஆகியவற்றினை அறியலாம். ஆனால் சிக்கல் மிகுந்த கேள்விகளுக்கு இம்முறையின் அடிப்படையில் விடை காணுவது கடினம். ஒரு மனிதன் தம் விருப்பு வெறுப்புக்களைப் பற்றிச் சரியாக அறியாமல் இருக்கலாம். உதாரணமாக, " நீங்கள் கலப்பு மணம் செய்துகொள்வதை விரும்புவீர்களா?" என்னும் கேள்விக்குக் கலப்பு மணத்தில் எழும் சிக்கல்களைப் பற்றிச் சிந்தியாது ஒருவர் விடையிறுக்க முயலல் கூடும். "ஆம்" என்னும் விடை தருபவர், தாம் கலப்பு மணம் செய்துகொள்வதை விரும் பாமலுமிருக்கலாம். இன்னும் சிலர் தம் வாழ்க்கையைப் பற்றிய சில கேள்விகளுக்கு விடையிறுக்காமல் வேண்டுமென்றே தவருன விடை தரலாம். "நீங்கள் மணம் செய்துகொள்ளும் முன்னர் உங்களுக்குப் பிற மகளிர் தொடர்பு இருந்ததுண்டா?" என்னும் கேள்விக்குப் பலர் வேண்டுமென்றே தவருன விடை தர முற்படலாம். இதன் மூலம் ஆராய்ச்சிகள் பாதிக்கப்படலாம்.

இன்றுள்ள உளநூல் ஆராய்ச்சிகளில் அகக்காட்சி முறை முக்கியமான பங்கு வகிப்பது உண்மை. ஆயினும் இதனைக் குறைவற்ற முறை எனக் கூற முடியாது. தனியாக உபயோகிக்குமிடத்து இது ஒரு நம்பகமான முறை அல்லவாயினும், பிற முறைகளுடன் இதனை நாம் சமூக உளவியல் ஆராய்ச்சிகளில் பயன்படுத்துங்கால் நம்பகமான முடிவுகளைக் காண முடியும்.

2. புறக்காட்சி முறை (Objective Observation)

இது மிகவும் முக்கியமான முறை. பல்வேறு விஞ்ஞான ஆராய்ச்சிகளிலும் இம்முறை பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. தொகுப்பு வழி (Inductive Method) முறை இதனைச் சார்ந்ததே. புறக்காட்சி முறையில் பிறருடைய நடத்தையை நன்முக ஊன்று நோக்கி ஆராய்ந்து புள்ளி விவரங்களைப் பெறுகிறோம். இம்முறை இருவகைப்படும். ஒன்று, கட்டுப்பாடற்ற உற்றுநோக்கல் முறை; மற்றொன்று, கட்டுப்படுத்தப்பட்ட உற்று நோக்கல் முறை.

நாம் ஒவ்வொருவரும் நம் வாழ்வில் கட்டுப்பாடற்ற முறையை ஒவ்வொரு நாளும் பயன்படுத்துகிறோம். பிறருடைய நடத்தையை, நன்முக உற்று நோக்கிப் பிறரைப் பற்றி அறிய முயலுகிறோம். உலகத்தின் பெரும் தத்துவ அறிஞர்களும் மேதைகளும் இம்முறையைப் பயன்படுத்தியுள்ளனர்.

கட்டுப்படுத்திய முறை விஞ்ஞான ஆராய்ச்சிகளுக்குப் பெரிதும்பயன் தருபவை. ஆராய்ச்சியாளர்கள் நம்பகமில்லாத முறைகளைப் பயன்படுத்தல் முடியாது; கூடாது. இம்முறையில் சில கட்டுப்பாடுகளின் கீழ்ப் பிறருடைய நடத்தையை நாம் ஆராயலாம். குறிப்பாக, குழந்தைகளின் சமூக வாழ்வினை நாம் அறிய முற்படும்போது கட்டுப்பாடுள்ள முறை பயன் தரலாம். சோதனையாளர் குழந்தைகள் மத்தியில் இருந்தால் குழந்தைகள் அச்சத்தாலோ, இதர காரணங்களாலோ சுயமாக இயங்குதல் முடியாது. எனவே கட்டுப்பாடுகள் உள்ள சோதனை முறையை அமைத்துக் குழந்தைகள் காணுத வகையில் குழந்தைகளின் நடத்தையை மறைமுகமாகக் கண்டு உணர முடியும். இன்னும் பல்வேறு சமூக ஆராய்ச்சிகளில் கட்டுப்பாடுள்ள புறக்காட்சி முறை பெரிதும் பயன் தந்துள்ளது.

3. தனியார் வரலாற்று முறை (Case history Method)

ஒரு தனிமனிதனின் நடத்தையைக் கடந்தகால நிகழ்ச்சிகளும் தற்கால நிகழ்ச்சிகளும் எவ்வாறு பாதித்துள்ளன என்பதனை அறிதலே இம்முறையின் நோக்கம். இம்முறையில் தனிமனிதனிடமிருந்தும் அவனைச் சேர்ந்தோரிடமிருந்தும் அவனைப் பற்றிய விவரங்கள் சேகரிக்கப்படுகின்றன. பல்வேறு கேள்வி முறை கொண்டும் அகக் காட்சி முறை கொண்டும் தனியவனிடமிருந்து அவனுடைய கடந்தகால வாழ்க்கை பற்றிக் குறிப்புக்கள் சேகரிக்கப்படுகின்றன. பின்னர் அவனது பள்ளி ஏடுகள், அலுவலகக் குறிப்புக்கள், பெற்றோர், ஆசிரியர்கள், உடன் தோழர்கள், இன்னும் அவனை அறிந்தவர்கள் ஆகியோர் தரும் விவரங்களினின்றும் அவனைப் பற்றிய முழு விவரங்களும் அறியப்படுகின்றன. இம்முறையைப் பயன்படுத்தும் உளநூல் ஆராய்ச்சியாளர் மிகவும் தேர்ச்சி பெற்றவராக இருத்தல் அவசியம். முதலில் குறிப்புகளைச் சேர்ப்பதே கடினம்; அவற்றைப் புரிந்து விளக்குதல் இன்னும் கடினமாம். எனவே தேர்ச்சியும், திறமையும் மனித உள்ளங்களைப்பற்றிய தீர்க்கமான அறிவும் கொண்டவரே இம்முறையைப் பயன்படுத்த முடியும்.

4. பரிசோதனை முறை (Experimental Method)

இம்முறை பௌதிகம், ரசாயனம் போன்ற விஞ்ஞானத் துறைகள் பயன்படுத்தும் முக்கிய முறையாம். உளநூல் ஆராய்ச்சிகளில் இம்முறை பயன்படுத்துவது சரியா என்ற கேள்வி சில காலமாக இருந்துவந்தது. நுணுக்கமான மனித உள்ளம் கட்டுப்பாடுகளடங்கிய பரிசோதனைகளுக்கு உடன் படுமா என்று உளவியலார் ஐயுற்ற காலமுண்டு. ஆனால் இன்றைய உளநூல் கல்வியில் பரிசோதனை முறை முக்கிய பங்குபெறுகின்றது. தார்ன்டைக் (Thorndike), எப்பிங்காஸ் (Ebbinghaus), லாஷ்லி (Lashley), ஆல்போர்ட் (Allport) போன்ற உளநூல் அறிஞர்கள் பல பரிசோதனைகளின் மூலம் பல அரிய உண்மைகளை எடுத்துக்காட்டியுள்ளனர்.

இன்னும்சிலர் பொது உளநூல் கல்விக்குப் பரிசோதனை முறை தேவையாயினும், சமூக உளநூல் கல்விக்கு இது தேவையா என்னும் கேள்வியை எழுப்புகின்றனர். தனி மனிதன் சமூகம் இவற்றிற்கிடையேயுள்ள இடைவினைகளை அறிதலே சமூக உளநூலின் கடமை எனக் கண்டோம். சோதனைக்கூட சூழ்நிலையில் மனிதக் குழுக்களின் மன நிலையை அறிதல் கடினம் என்பது இவர்கள் கூற்று. ஏனெனில் இங்கு குழுவினர் அசாதாரண (Unnatural) பரிசோதனைக்கூட நிலையில் இயங்கவேண்டியதுள்ளது. இரண்டாவதாக, பரிசோதனைக் கூடத்தில் தரப்படும் பதில்கள் இயற்கையான முறையில் இரா. தம்முடைய எதிர் வினைகளை ஆராய்ச்சியாளர்கள் ஆய்கின்றனர் என்னும்போது ஒவ்வொருமனிதரும் சிந்தித்துத் திட்டமிட்டு செயல்பட முனைவர்.

பல்வேறு பிரச்சனைகளுக்கு முடிவு காண சமூக உளவியலார் பரிசோதனை முறைகளைப் பயன்படுத்தியுள்ளனர். குறிப்பாக வானொலி, வதந்திகள் ஆகியவற்றின் மூலம் மனித எண்ணங்களை மாற்றமுடியுமா எனக் காண ஐம்பது அறுபது பேர் கொண்ட ஒரு குழுவினரைக் கேள்வி முறையால் (Questionnaire) சோதித்து அவர்கள் கருத்தை அறிவர். உதாரணமாக, சாதிப் பற்றை இவ்வாராய்ச்சி அளப்பதாக இருப்பின், கேள்வி முறையைக் கொண்டு இக்குழுவினரின் சாதிப்பற்றுப் பற்றிய விவரங்களைச் சேகரிப்பர். பின்னர் இக்குழுவினரை இரண்டாகப் பிரிப்பர். ஒரு பகுதியினருக்கு மட்டும் வானொலி மூலம் சாதிப் பிரசாரம் செய்வர். இக்குழுவினரைக் கட்டுப்படுத்தப்பட்ட குழுவினர் (Controlled group) என்பர். மற்ற பகுதியினர் கட்டுப்படுத்தப்படாக் குழுவினராம் (Uncontrolled group). கட்டுப்படுத்தப்பட்ட குழுவினரை வானொலிப் பிரசாரம் பாதித்ததை இவ்

வாராய்ச்சிகள் காட்டியுள்ளன. இதினின்று வானொலி மூலம் மக்களின் எண்ணங்களையும் கருத்துக்களையும் மாற்றுதல் முடியும் எனக் காண்கிறோம். இது போன்று பரிசோதனைகளை நடத்துவதன் மூலம் பல உண்மைகளை நாம் அறிய முடிகிறது. ஷெரிப் (Sheriff) என்னும் சமூக உளவியல் பேராசிரியரும் பல பரிசோதனைகளின் மூலம் சமூக நூல் பற்றிய பல உண்மைகளை விளக்கியுள்ளார்.

5. கள ஆய்வு முறை (Field Survey Method)

சமூக உளவியல் மக்களிடையே நடக்கும் நிகழ்ச்சிகளை அறியவும் அளக்கவும் முயலுகிறது. போர்கள், கலகங்கள், அரசியல் வாக்கெடுப்புகள் (Elections) ஆகியன சமூக உளவியலாரின் கவனத்தைப் பெரிதும் ஈர்க்கும் சில சமூக நிகழ்ச்சிகளாம். இவற்றினைப் பரிசோதனைக் கூடங்களில் தோற்றுவித்தல் முடியாதது. எனவே, இந்நிகழ்ச்சிகள் நடைபெறும் இடங்களுக்குச் சமூக உளவியலார் சென்று நிகழ்ச்சிகளை நேரடியாகக் கண்டு அவற்றைப்பற்றி அறிவர். இம்முறை களஆய்வு முறை எனப்படும்.

இம்முறைகளுள் எது சிறந்தது என்னும் கேள்வி எழ இடமில்லை. ஒவ்வொரு முறையும் ஒவ்வொரு வகையில் சிறந்தது. மேலும், சமூக உளவியலார் எல்லா முறைகளையும் தம் ஆராய்ச்சிகளுக்குப் பயன்படுத்துகின்றனர். ஒரே ஆராய்ச்சியில் பல்வேறு முறைகளும் பயன்படுவதுண்டு.

இந்தத் தனிமுறைகள் போக, கேள்வி முறை (Questionnaire) புறத்தேற்று சோதனைகள் (Projective tests) போன்ற விசேட முறைகளும் சமூக உளவியல் ஆராய்ச்சிகளில் பயன்படுத்தப்படுவதுண்டு.

பிற நூல்களோடுள்ள தொடர்பு

1. சமூக உளவியலும், பொது உளவியலும்

பொது உளவியல், தனி மனிதனின் நடத்தையையும் அவனது மன நிகழ்ச்சிகளையும் ஆய்கிறது எனக் கண்டோம். பொது உளவியலில் நரம்பு மண்டலம், கவனம், அறிதிறன், நுண்ணறிவு, கற்பனை, ஆளுமை போன்ற தனியோனின் ஏதுக்களைக் கற்கிறோம். உளநூல் பல பகுதிகளைக் கொண்டிருப்பினும் எல்லாப்பிரிவுகளும் பொது உளவியல் உண்மைகளையே சார்ந்து நிற்கும். சமூக உளவியலும் இதற்கு விதிவிலக்கன்று. சில மனப்

பண்புகளையும் குண நலன்களையும் கொண்ட தனி மனிதன் குழுக்களிலும், சமூகத்திலும் எவ்வாறு இயங்குகிறான் என்பதனைச் சமூக உளவியலார் ஆராய்கின்றனர். பொது உளநூலைச் சரியாக அறிந்துகொள்வதற்கும் சமூக உளநூல் பெரிதும் உதவுவதுண்டு. உதாரணமாக, சமூகச் சூழ்நிலை (Social environment) தனி மனிதனின் ஆளுமையைப்பாதிக்கும் விதம் பற்றிய அறிவு பொது உளவியலாருக்கு மிகவும் முக்கியமானதாகும். அதேபோன்று பொது உளவியல் அடிப்படையில் நாம் தனி மனிதனைப் பற்றி அறிந்துள்ளவற்றினைக் கொண்டுதான் சமூகத்தில் அவனது நடத்தையைப்பற்றி நாம் கூற முடியும்.

மேலும் சமூக உளவியல் கையாளும் முறைகள் பொது உளவியல் முறைகளே. உளவியல் மாணவர்கள் எந்தப் பிரிவினைச் சார்ந்தவராக இருப்பினும், தனி மனிதனைப்பற்றி அறிந்திருப்பதுடன் சமூக மனிதனைப்பற்றியும் அறிந்திருத்தல் அவசியம்.

2. சமூக உளவியலும் சமூகவியலும் (Social Psychology and Sociology)

இவையும் மிக மிக நெருங்கிய தொடர்புடையவையேயாம். சமூக உளவியலார் எனக் கருதப்படும் ஆசிரியர்கள் பலரும் சமூகவியலாரே.

ஆதிக்காலந்தொட்டு, மனிதன் குழுவாகவே வாழ்ந்துள்ளான் என்னும் கருத்தைச் சமூகவியல் அடிப்படைக்கருத்தாகக் கொள்கிறது. தேவைகளின் அடிப்படையில் குடும்பம் சமூகம் என்பன தோன்றியிருத்தல் வேண்டும். சமூகங்கள் தோன்றிய வகை, அவை நிலைத்து நிற்கும் காரணங்கள், இன்றைய சமூக நிலை, சமூகத்தில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் ஆகியவற்றைச் சமூகவியலார் ஆராய்கின்றனர். சமூக வியலார் குழுக்களில் மக்கள் ஒரே நிலையில் எவ்வாறு இயங்குகின்றனர் என்பதை அறிய முற்படுகின்றனர். சமூக உளவியலாரோ இடைவினைகளை அறிய முற்படுவதுடன் இடைவினைகளில் தனி மனிதர்கள் எவ்வாறு வேறுபடுகின்றனர் என்பதனையும் அறிய முற்படுகின்றனர்.

ஒரு குழு என்பது, தனி மனிதர்களின் வெறும் சேர்க்கையல்ல. மக்கள், குழுவாக ஒன்று சேரும்போது புதிய குணங்களும் அமைப்புகளும் ஏற்படுகின்றன. " குழுமனம் " (Group mind) தனிமனத்தினின்று (Individual mind) பெரிதும் வேறுபடுகின்றது. இந்த வேறுபாடுகளில் சமூக உளவியலார் பெரிதும் கவனம் செலுத்துகின்றனர்.

"குடும்பம்" (Family) என்னும் சமூகநிலையினைச் சமூக வியலாரும் சமூக உளவியலாரும் ஆராய முற்படுகின்றனர். சமூக வியலார், குடும்பம் தோன்றிய விதம் பல்வேறு குடும்பவகைகள் குடும்பத்தின் சமூக நிலை என்பவைபற்றி அறிய முற்படுவர். சமூக உளவியலாரோ அக்குடும்பத்தின் அமைப்பு, அக்குடும்பத்தின் தலைவர், பின்பற்றுபவர் ஆகியோரது மன நிலை போன்றவற்றினை அறிய முற்படுவர். சமூக உளவியலார், பழக்கங்கள், வழக்கங்கள், சட்டங்கள் இவைபோன்ற மனித நடத்தையைக் கட்டுப்படுத்தும் ஏதுக்களை அறியவும் முற்படுகின்றனர். சமூக உளவியலாரோ இந்த ஏதுக்கள் ஏன், எவ்வாறு மனித நடத்தையைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன என அறிய முற்படுவர்.

சமூகவியல், சமூக உளவியல் ஆகியவை சமூக அறிவியல்களாம். சமூகவியலார் சமூகத்தின் அமைப்பு, தோற்றம் ஆகியவற்றினை அறிய, சமூக உளவியல் அறிவு பெரிதும் பயன்படுகின்றது. மனித உள்ளங்களின் நிலைகளை அறிய சமூக உளவியல் அறிவு இன்றியமையாதது. எனவேதான் ராஸ் (Ross) போகார்டஸ் (Bogardus), ரியன்ஹார்ட் (Reinhardt) போன்ற அறிஞர்கள் ஒருங்கே சமூகவியலாராகவும், சமூக உளவியலாராகவும் திகழ்கின்றனர்.

இவ்வளவு நெருங்கிய தொடர்பு இருந்தாலும்கூட இவை இரண்டிற்கும் வேறுபாடுகளும் உண்டு. சமூகவியல், பொதுச் சமூகத்தினையும் அதன் அமைப்பினையும், செயல் முறையினையும் ஆய்கின்றது. சமூக உளவியல் சமூகத்திலுள்ள தனிமனிதர்களையும் அவர்கள் குணநலன்களையும் ஆய்கிறது.

ஆயினும் தனி மனிதர்களின்றிச் சமூகமில்லை; சமூகமின்றித் தனிமனிதர்கள் தம் முக்கியத்துவத்தினை இழந்துவிடுவர். சமூகவியலும், சமூகஉளவியலும் ஒன்றோடொன்று நெருங்கிய தொடர்புடையன ; ஒன்றையொன்று இணைந்து நிற்பன.

3. சமூக உளவியலும் அரசியலும்

பிற சமூக நூல்களுடனும் சமூக உளவியல் நெருங்கிய தொடர்புடையது. குறிப்பாக அரசியலும், சமூக உளவியலும் மிக நெருக்கமான தொடர்புடையவை.

மக்கள் அரசியல் கட்சிகளைச் சார்கின்றார்கள். மக்களின் மனநிலைக்கு ஏற்ப, சமூகச் சூழ்நிலை ஏதுக்களுக்கு ஏற்ப, கட்சிக் கருத்துக்கள் நாட்டில் பரவுதல் உண்டு. வறுமை நிரம்பிய நாட்டில் பொதுவுடமைக்கருத்து (communism) விரைவில் வேரூன்றி விடுகிறது. இது போன்ற அரசியல் நிகழ்ச்சிகளைச்

சமூக உளவியல் ஆராய்கின்றது. மேலும் ஒரு சில அரசியல் தலைவர்கள் பிரபலமானவர்களாகவும், மக்களை எளிதில் கவருபவர்களாகவும் உள்ளனர். தலைவர்களுடைய பண்புகள், பல்வேறு வகைத்தலைவர்கள், பின்பற்றுபவர்களின் மன நிலை ஆகியவைற்றையெல்லாம் சமூக உளவியல் விளக்குகின்றது.

அரசியல் தலைவர்களும் அரசியல்வாதிகளும் மக்களின் விருப்புகளையும், உள்ள நிலைகளையும் அறிந்தவர்களாக இருத்தல் மிக அவசியம். அந்தோனி (Antony) ரோம மக்களின் மன நிலையை எவ்வளவு எளிதில் மாற்றினர் என்பதனைச் ஷேக்ஸ்பியரின் ஜூலியஸ் சீசர் நாடகம் அழகாக விளக்குகின்றது. மேலும் இன்றுள்ள அரசியல் சூழ்நிலையில் சமூக உளவியல் அறிவு மிகவும் தேவை. பலம் மிகுந்த நாடுகள் ஒன்றோடொன்று போட்டியில் ஈடுபடுகின்றன. இந்தப் பூசல்களின் காரணம், போரின் தன்மை ஆகியனவற்றை நாம் அறிந்திருத்தல், உலக சமாதானத்திற்கு வழிகோல உதவும். எனவே, சிறந்த அரசியல் தலைவர்களாக விளங்க, சமூக உளவியல் அறிவு மிகவும் இன்றியமையாததாம்.

இரண்டாம் அதிகாரம்

விலங்குகளின் சமூக வாழ்க்கை

பரிணும வாதம் — பூச்சிச் சமூகம் — தேனீ — எறும்பு — கறையான் — மீன்கள் — பாம்பு — பல்லி — பறவைகளின் சமூக வாழ்க்கை — கோழிகள் — புரு — விலங்கினங்களின் சமூக வாழ்க்கை — காட்டு எருமைகள் — மாடுகள் — குரங்குகள் — ஹொலர் — சிம்பன்சி — குரங்கும் தாய்மை உணர்ச்சியும் — ஆதிக் கம் செலுத்தல் — சமூக வாழ்வில் குரல் — குரங்கின் அறிதிறன் — குரங்கிடம் காணும் மனித நடத்தை

2—1000

உலகில் இன்று நாம் காணும் உயிர் நிலைகள் அனைத்தும் அமீபா (Amoeba) எனப்படும் ஓரணு உயிரினின்று தோன்றியவையே. பரிணும வளர்ச்சியில் இவ்வுயிரியே பல்வேறு தோற்றங்களை அடைந்தது. இத்தகைய வளர்ச்சியின் சிகரமாக மனிதன் அமைகிறான் என்ற கொள்கையை விளக்கிய சார்லஸ் டார்வின் சூழ்நிலைக்கேற்ப தம்மை அமைத்துக்கொண்ட உயிரினங்களே தகுதி பெற்று வாழ்ந்தன எனவும், இப்பொருத்தப் பாட்டை (Adaptation) அடைய முடியாத இனங்கள் மாண்டு மறைந்தன என்றும் கருதுகிறார். பரிணும வளர்ச்சியில் முன்னோர்களினின்றே மனிதன் தோன்றியிருத்தல் வேண்டும் என்னும் கருத்தினையும் இவர் வெளியிட்டுள்ளார். அண்மையில் நடந்துள்ள பல்வேறு ஆராய்ச்சிகளும் இக்கருத்தை வலியுறுத்தியுள்ளன.

மேலும் உயிர் நிலைகள் தாம் வாழ்வதற்குப் பிற உயிரினங்களோடு போராடின (Conflicts) என்று டார்வின் கருதுகிறார். ஆனால் உயிர் நிலைகள் போராடியது மட்டுமின்றி, இதரச் சமூக நடத்தைகளையும் கொண்டிருந்தன. உயிர் வாழ்வினுக்காக நடந்துள்ள செயல்களில் உயிர் நிலைகளிடையே ஒன்றுமையையும் காண்கிறோம் என்பதனை பீட்டர் கீரோப்டோகின் (Peter Kroptokin) போன்ற அறிஞர்கள் காட்டியுள்ளனர்.

மனிதன் பிற விலங்கினங்களினின்று தோன்றியவன் என்பது உண்மையாயின் அவனிடம் காணப்படும் குணங்களுள் சிலவற்றினையாவது அவன் விலங்குகளினின்று பெற்றிருத்தல் வேண்டும். பழமையினின்றே புதுமை தோன்றுகிறது. மனிதனின் சமூக நடத்தையை ஆராயுங்கால் அதன் ஆதாரங்கள் விலங்குச் சமூக நடத்தையாகவே இருப்பதைப் பேரறிஞர்கள் கண்டனர்.

விலங்குகளின் சமூக வாழ்க்கையினை மூன்று கேள்விகள் வாயிலாக அறியலாம். 1. சமூக இடைவினைகள் எத்தன்மை படைத்தவை ? 2. பரிணும வளர்ச்சியின் எந்நிலையில் விலங்குகளிடையே சமூக எதிர்வினைகள் தோன்றின ? 3. இந்த எதிர்வினைகள் மனிதரிடமும் பிற உயர் விலங்கினங்களிடமும் எவ்வாறு மாறின அல்லது அவைகளைப் பாதித்தன?-இக்கேள்விகள்

பொதுவாகச் சமூக உளவியல் எழுப்பும் கேள்விகளாம். இக கேள்விகளுக்குரிய விடைகளை உயர் விலங்கினங்களின் வாழ்க்கையில் நாம் அதிகமாகக் கண்டாலும்கூட, பிற உயிர்நிலைகளிலும் இவற்றை நாம் காணலாம்.

R. E. பக்கனன் (R. E. Buchanan) என்பார் தாம் எழுதியுள்ள சமூக உளவியல் நூலில் மிக மிக எளிய உயிர் நிலைகள் மத்தியிலும் சமூக இயக்கங்கள் உண்டு என்று கூறியுள்ளார். இவர் கருத்துப்படி, பாக்டீரியாக்கள் எனப்படும் நுண்ணிய உயிர்நிலைகளிடையேயும் சமூக இயக்கங்கள் ஓரளவு உண்டு என்பதாம். ஆயினும் பூச்சிகளின் (Insects) நிலையிலேயே சமூக வாழ்வினை நாம் திட்ட வட்டமாகக் காண்கிறோம்.

எறும்புகள், கறையான், தேனீ இவைகளிடையே திட்டமான சமூக வாழ்வு காணப்படுகிறது. உணவு சேகரித்தல், தற்காப்பு ஆகியவற்றிற்காக இவற்றிடையே அதிகமான ஒற்றுமை காணப்படுகிறது. தேனீக் கூட்டைக் கலைத்தால், தேனீக்கள் கூட்டமாகச் சேர்ந்து அதைத் தடுக்கின்றன. இவை தவிர இதர சமூக இயக்கங்களையும் தேனீக்களிடையே காண்கிறோம். தேனீக்களின் சமூகத்தில் ஒவ்வொருதேனீக்கும் ஒருவகைச் செயலுண்டு. ராணி ஈயே ஒரு குழுவின் தலைவி. முட்டையிட்டு, இனப்பெருக்கம் செய்வதே அதன் தொழில். ஆண் ஈக்கள் சோம்பேறிகள்; இனப்பெருக்கத்திற்காக உதவுவதுடன் இவற்றின் வேலை முடிந்துவிடுகிறது. வேலைக்கார ஈக்களே தேனைச் சேகரிக்கவும், கூட்டை எதிரிகளினின்று காக்கவும் துணை செய்கின்றன.

எறும்புகள் மத்தியிலும் கறையான்கள் மத்தியிலும் இது போன்ற சமூக அமைப்பினை நாம் காண்கிறோம். அவற்றின் வேலைகளுக்கு ஏற்ப உடல் அமைப்பும் மாறுபடுகின்றது. போரிடும் எறும்புகள் பிற எறும்புகளை விடப் பெரியனவாகவும் வலிமை பெற்றனவாகவும் காணப்படுகின்றன. பூச்சிகளின் சமூகத்தில் சாதாரணமாகப் பெண் இனத்தினரே முக்கியத்துவம் வாய்ந்தனவாக உள்ளன. ஆண், இனப்பெருக்கத்திற்கு மட்டுமே பயன்படுகிறது. ராணியின் கட்டளையை ஒட்டியே இப்பூச்சிகள் சமூகம் செயலுறுகின்றன. பூச்சிகள் சுவை, மோப்பம், தொடு உணர்வு இவற்றினைக்கொண்டே ஒன்றிலொடு மற்றொன்று சமூகத் தொடர்பு கொள்கின்றன. எறும்புகள் சாரி சாரியாகச் செல்கின்ற போது, நடுவில் ஒன்றிலொடு மற்றொன்று தொடு உணர்வின் மூலம் தொடர்பு கொள்வதைக் காணலாம்.

மீன்கள் மத்தியிலும் ஓரளவு சமூக வாழ்வு காணப்படுகிறது. ஒரு சில இனமீன்கள் கூடி வாழும் தன்மை படைத்தன. இவை கும்பல் கும்பலாகக் காணப்படுகின்றன. உணவு தேடுவதற் காகவும், கலவி செய்வதற்காகவும் இவை கும்பலாக இருக் கின்றன. இந்தக் கும்பல்களிடையே தலைவர்கள் என்றும், பின்பற்றுபவர்கள் என்றும் பாகுபாடு உண்டா என்பது இன் னும் தெளிவாகவில்லை.

பாம்பு, பல்லி போன்ற ஊர்வனவற்றுள்ளும் சமூக வாழ்வு காணப்படுகிறது. இவை முட்டையிட்டு அவற்றைக் காத்துக் குஞ்சு பொரிக்கின்றன. தாம் தங்கியிருக்கும் இடத்தினின்று பிறரை விரட்டி அடித்து, அதனைத் தமதிடமாக்கிக்கொள்ள முனைகின்றன. ஓரளவு தம் குட்டிகளைப் பாதுகாக்க முற்படு படுகின்றன. பாம்பு அடைகாக்கும்போது அவ்வழியே எவர் சென்றாலும் ஆபத்து என அறிந்தவர்கள் கூறுகின்றனர்.

பறவைகளின் சமூக வாழ்க்கை

சமூக வாழ்வின் பல பண்புகளைப் பறவைகளின் மத்தியில் நாம் காண்கிறோம். அவற்றுள் முக்கியமானவை பின்வருமாறு :

1. உணவு தேடுவதற்காகவும், பருவ நிலைக்கேற்ப இடம் மாறவும், தம் குஞ்சுகளைப் பாதுகாப்பதற்காகவும் சில பறவை இனங்கள் கூட்டமாக ஒரே சமூகமாக வாழ்கின்றன.

2. பொதுவாகப் பறவைகள் ஜோடி ஜோடியாகக் குடும்ப மாக வாழ்கின்றன. சில பறவை இனங்களிடத்தே கலப்புக்கலவி காணப்படுவதில்லை. குறிப்பாகப் புறு, சிட்டுக் குருவி இனங்கள் தமது துணையை விட்டு மற்றவையுடன் கலவி செய்வதில்லை என்பர்.

3. ஒரு சில இனப்பறவைகளுள், குறிப்பாகக் கூடிவாழும் தன்மை படைத்த பறவைகளுள் சில பறவைகள் ஆதிக்கம் செலுத்துவனவாகவும், பிற அடங்கி நடப்பனவாகவும் காணப் படுதல் உண்டு. நம் வீட்டிலுள்ள கோழிகளிடையேகூட இந்தப் பண்பைக் காணலாம். ஒரு சில கோழிகள் பிற கோழிகளிடத்தே ஆதிக்கம் செலுத்தும். உணவு தரப்படும்போது, ஆதிக்கம் செலுத்தும் கோழிகள், பிற கோழிகளை அண்ட விடாது அடித்து விரட்டும். "அ" என்னும் கோழி "ஆ" என்னும் கோழிமேல் ஆதிக்கம் செலுத்தலாம். "ஆ" என்னும் கோழி "இ" என் னும் கோழிமேல் ஆதிக்கம் செலுத்தலாம். சில சமயங்களில் "இ" கோழி "அ" கோழிமேல் ஆதிக்கம் செலுத்தும் வேடிக் கையையும் நாம் காணலாம். பறவைகள் மத்தியில் காணப்

படும் இத்தகைய சமூக நிகழ்ச்சிகளை T. சேஜல்டரப் எபே (T. Schejelderup Ebbe) என்பார் ஆராய்ந்து அதனைப் "பறவைகளின் சமூக நடத்தை" (Social behaviour of birds) என்னும் தம் நூலில் விவரித்துள்ளார்.

பறவைகள், தமக்குள் குரலின் துணையால் உறவாடுகின்றன. தம் விருப்பு வெறுப்புகள், அச்சம் போன்றவற்றினைக் குரலால் வெளிப்படுத்துகின்றன. தேவைக்கு ஏற்பப் பறவை தன் குரலை மாற்றிக்கொள்கிறது. பேடையை அழைக்க ஒரு வகையிலும் மற்றொரு சேவலைப் போருக்கு அறைகூவி அழைக்க மற்றொரு வகையிலும் தன் குரலை நம் வீட்டுச் சேவல் பயன்படுத்துவதை நாம் காண்கிறோம். பருந்து, காகம் போன்ற பறவைகள் குஞ்சுகளைத் தூக்கிச் செல்ல முயலும்போது தாய்க்கோழி கூக்குரலிடுகிறது. தாய்க்கோழியை அழைக்கக் குஞ்சுகள் மற்றொரு வகையில் கத்துவதை நாம் காணலாம். ஒவ்வொரு பறவை இனமும் இவ்வாறே சூழ்நிலைக்கேற்பவும் தம் தேவைக் கேற்பவும் குரலைப் பயன்படுத்திக்கொள்கின்றன. W. கிரைக் (W. Craig) என்பார் தாம் எழுதியுள்ள ஒரு கட்டுரையில் புறுக்கள் சமூக வாழ்வினுக்கு எட்டு வகையில் தம் குரலைப் பயன்படுத்துவதனை விளக்கியுள்ளார்.

விலங்கினங்களின் சமூக வாழ்க்கை

மனிதச் சமூக நடத்தையோடு மிகவும் நெருங்கிய தொடர்பு கொண்டது விலங்கினங்களின் சமூக வாழ்க்கையேயாம். விலங்கு ஆராய்ச்சியாளர்களும் வேட்டையாடுபவர்களும், காட்டு எருமைகள், மாடுகள், யானைகள் ஆகிய விலங்கினங்களின் சமூக வாழ்க்கையினை விவரித்துள்ளனர். இவைகள் கூட்டம் கூட்டமாக வாழ்கின்றன. ஒவ்வொரு கூட்டத்திற்கும் ஓர் ஆண் விலங்கு தலைவனாக விளங்குகிறது. இத்தலைவனின் கட்டளைகளுக்குக் கூட்டத்திலுள்ள அத்தனை விலங்குகளும், கீழ்ப்படிகின்றன. இக்கூட்டத்தில் பல பெண் விலங்கினங்களும் இளங்கன்றுகளும் இருக்கின்றன. ஒரு சில ஆண் விலங்குகளும் இருத்தல் உண்டு. ஆயினும் கூட்டத்திலுள்ள பெண் விலங்குகள் அத்தனையும் தலைவனுக்கே சொந்தம். வலிமை மிகுந்த ஆண் விலங்கே இவ்விலங்குகள் சமூகத்தின் தலைவன். அதனைவிட வலிமை மிகுந்த மற்றொரு விலங்கு அக்கூட்டத்தில் தோன்றி அதனை முறியடிக்கும்வரை அதுவே அக்கூட்டத்தின் சர்வசக்தி வாய்ந்த தலைவன். தலைமைப் பதவிக்காக நடைபெறும் போரில் அதிகமாக ஒரு விலங்கு இறந்துவிடுதல் உண்டு. இத்

தனை வலிமையும் துணிவும் கொண்ட தலைமை விலங்கு கூட்டத்திலுள்ள பெண் விலங்குகளையும் கன்றுகளையும் பேணிக் காக்கிறது. குழுவிலுள்ள அங்கத்தினரின் நலனுக்காக அது பிற வனவிலங்குகளுடன் போரிட்டுத் தன் உயிரை இழந்துவிடுவது முண்டு.

இந்த விலங்கினங்களின் சமூக வாழ்க்கை ஒரு சில பழங்கால சமூகங்களை நமக்கு ஞாபகமூட்டுகிறது. வீரனுக்கே அழகியர் உரிமையாயினர். வீரனுகத் திகழ்ந்தவனைப் பிறர் தலைவனுகக் கொண்டு பணிந்து போற்றினர். வீரர்களுக்குள் தலைமைப்பதவிக் காகப் போர்கள் நடப்பதுண்டு. வெற்றிபெறும் வீரனே சமூகத்தின் தலைவன். இங்குப் பழங்காலச் சுயம்வரப் போட்டி நிகழ்ச்சிகளும் ஒப்பு நோக்கத்தக்கன. பிறரால் தூக்கவே முடியாத வில்லினை எடுத்து முறித்து இராமன் சீதாபிராட்டியை மணவியாகக் கொள்கிறூர். ஆண் ஏற்றினை அடக்கிக் கொடிய விலங்கினங்களை மாய்த்து வாகை சூடுபவனையும் தமிழ்மகளிர் போற்றி மணந்ததுண்டு. இவைபோன்ற பழங்காலப் பழக்கங்களும் வழக்கங்களும் இவ்விலங்கினங்களின் சமூக வாழ்வினை ஒத்திருத்தலை நாம் காணலாம்.

விலங்கினங்களுள் மனிதனேடு மிகவும் ஒன்றிய தொடர் புடையவை குரங்குகளேயாம். எனவேதான் குரங்குகளினின்றே மனித இனம் தோன்றியிருத்தல் வேண்டும் என்னும் கருத்து வெளியிடப்பட்டுள்ளது. மனிதனையும் குரங்கினங்களையும், குறிப்பாக மனிதக் குரங்குகளையும் நாம் ஒப்புநோக்கும்போது அமைப்பிலேயே அதிகமான ஒற்றுமையைக் காண்கிறேம். கொரில்லா, சிம்பன்சி போன்ற மனிதக்குரங்குகள் மனிதச் சாயலில் அமைந்திருக்கின்றன. மனிதனைப்போன்றே இரண்டு கால்களில் திடமாக நிற்கின்றன. இவற்றின் கைகால்கள் போன்ற உறுப்புகள் மனித உறுப்புகளைப் போன்று அமைந்திருப்பதோடுகூட செயல்திறமை (Skills) யையும் பெற்று அமைந்துள்ளன. மேலும் பிறவிலங்கினங்களோடு ஒப்பிடும் போது, குரங்குகளும், மனிதக்குரங்குகளும் குரல் திறமை கொண்டனவாக விளங்குகின்றன. தம் தேவைகளையும் மன வெழுச்சிகளையும் (emotions) விருப்பு வெறுப்புகளையும் தம் குரல் ஒலி வேறுபாட்டால் விளக்கும் திறன் பெற்றவையாக இருக்கின்றன. மூளை வளர்ச்சியில் மனிதனுக்கடுத்தபடியாக குரங்கினங்களே அதிக மூளை வளர்ச்சி பெற்றனவாக உள்ளன. விலங்கினங்களுள் குரங்குகளே உயரிய அறிவு படைத்தவை. இவ்வளவு தூரம் ஏறத்தாழ மனிதனைப்போன்றே அமைந்துள்ள இக்குரங்குகளின் சமூக வாழ்வினை நாம் காண்போம்.

காட்டில் வாழும் குரங்குகள் குழுவாக வாழ்கின்றன C. R. கார்பெண்டர் என்பார் இதனை ஆராய்ந்து ஹௌலர் (Howler) குரங்குகள் நான்கு முதல் முப்பத்தைந்து உறுப்பினர் வரை கொண்ட குழுக்களாக வாழ்கின்றன என்று காட்டியுள்ளார். இப்பெரும் குழு சிறுசிறு குழுக்களைக் கொண்டது. ஒவ்வொரு சிறு குழுவிலும் ஓர் ஆண், அதன் பெண் துணை இவற்றின் குட்டிகள் அடங்கும். இவ்வாறு அமைந்த பல்வேறு குடும்பங்கள் ஒன்று சேர்ந்துதான் ஒரு பெரும் குழு ஏற்படுகிறது.

சிம்பன்சி (Chimpanzee) குரங்குகளுள்ளும் இத்தகைய ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன. இவற்றினின்று அவை நான்கு முதல் பதினைந்து உறுப்பினர் கொண்ட குழுக்களாக வாழ்கின்றன எனக் காண்கிறோம். ஒவ்வொரு குழுவும் தலைமை தாங்கும் ஓர் ஆண் குரங்கின் கீழ் அமைகிறது. இக்குரங்கிற்குப் பல மனையாட்டிகள் உண்டு. மனைவியரோடும் குழந்தைகளோடும் இது குழுவாக வாழ்கிறது. ஒரு சில குழுக்களில் முதிர்ச்சியடைந்த ஒன்று அல்லது இரண்டு பிரம்மச்சரிய ஆண் குரங்குகளும் காணப்படுவதுண்டு. இவை குழுவோடு கொண்டுள்ள தொடர்பு சுமுகமாக இருப்பதில்லை.

கலவி புரிவதிலும், குரங்குகள் சமூக நடத்தை மனிதரைப் போன்றே அமைகிறது என ராப்பர்ட் எர்க்ஸ் (Robert Yerkes), ஆடா எர்க்ஸ் (Ada Yerkes) என்பவர்கள் தமது சமூக உள நூல் புத்தகத்தில் காட்டியுள்ளனர்.[1] கலவிச் செயலை ஆரம்பிக்கு முன்னர் நடந்துகொள்ளும் விதத்திலும்கூட இவை ஓரளவு மனிதர்களைப்போல செயல்படுகின்றன. குறிப்பாகச் சில சிம்பன்சி குரங்குகள் பெண்ணைக் கலவிக்கு அழைப்பதற்காக அவை முன் கூத்தாடுமாம். ஆயினும் கலவி நடத்தையில் இன்றுள்ள மனித சமூகத்திற்கும் குரங்கு சமூகத்திற்கும் வேறுபாடுகள் உண்டு. குரங்குகள் பல பெண் குரங்குகளைத் தம் மனைவியாகக் கொள்கின்றன. பெண் குரங்குகளின் எண்ணிக்கை ஆண் குரங்குகளின் எண்ணிக்கையைவிடப் பெருவாரியாகக் காணப்படுவதே இதன் காரணமாக இருக்கலாம் என ஆராய்ச்சியாளர்கள் கருதுகின்றனர்.

மனித சமுதாயத்தில் நாம் காணும் மற்றொரு சமூக நடத்தை தாய்மை உணர்ச்சியின் அடிப்படையில் ஏற்படும் தாய்மைச் செயலாம். தாய் தன் குழந்தைகளைப் பேணி வளர்க்கிறாள்; தன்

[1] See R. M. Yerkes and A. W. Yerkes.— A hand book of Social Psychology.

குழந்தைகளுக்காகத் தன் உடல்நலம் கருதாது உழைக்கிறாள்; தன் குழந்தைகளிடம் தன் உயிருக்கும் மேலாக அன்பு செலுத்துகிறாள். காக்கைக்கும் தன் குஞ்சு பொன் குஞ்சு என்பது பழமொழி. உயிர் நிலைகளில் பல தாய்மை உணர்ச்சி பெற்றனவாக விளங்குகின்றன. கோழி தன் குஞ்சுகளைத் தன் செட்டையின் கீழ் வைத்துப் பராமரிக்கிறது. பிற பறவையினங்கள் தம் குஞ்சுகளுக்காக இரை தேடி அலைவதுடன் அவற்றைத் தம் எதிரிகளினின்று காப்பாற்றத் தம் உயிரையும் மதியாது போரிடுகின்றன பல விலங்கினங்களிடையும் நாம் இத்தகைய சமூக நடத்தையைக் காண்கிறோம். குரங்குகளின் தாய்மை நடத்தை மனித நடத்தையைப் போன்றே உள்ளது.

மனிதக் குழந்தைகளைப் போன்றே குரங்கின் குட்டிகளும் பிறந்த நிலையில் தாயை நம்பியே வாழ்கின்றன. குரங்குக் குட்டிகள் பிறந்ததினின்று நான்கு வாரங்களுக்குப் பின்னரே நடை பயில முடிகிறது. மனிதக் குரங்குகளின் குட்டிகள் - மூன்று நான்கு மாதங்கள் வரை தாயை அண்டியே வாழ்கின்றன. தாய்க் குரங்குகள் இவற்றிற்குப் பாலூட்டுவதுடன் இவற்றைப் பேணி வளர்க்கவும் செய்கின்றன. தாம் செல்லும் இடமெல்லாம் குட்டிகளைக் குரங்குகள் மார்போடணைத்து எடுத்துச் செல்வதை நாம் காணலாம். குட்டிகளைப் பேணிச் சுத்தமாக வைத்திருக்கத் தாய்க் குரங்குகள் முயல்கின்றன. தாய்க் குரங்குகள் குட்டிகளுக்குப் பேன் எடுக்கும் காட்சி நாம் சாதாரணமாகக் காணும் காட்சியாம். மேலும், குரங்குகள் வளர வளர அவற்றிற்குத் தேவையானவற்றைத் தாய்க் குரங்குகள் கற்றுத் தருகின்றன. ஒரு சில குரங்கினங்களுள், குறிப்பாகச் சிம்பன்சி போன்ற மனிதக் குரங்கினங்களில், குட்டிகள் மூன்று நான்கு ஆண்டுகள் வரை தாயின்கீழ் வாழ்வதுண்டு. கெல்லாக் (Kellogg) தம்பதிகள் "மனிதக் குரங்கும் குழந்தையும்" (Ape and the child) என்னும் தமது நூலில் இதனை அழகாக விவரித்துள்ளனர். கெல்லாக் தம்பதிகள் தம் குழந்தையுடன் ஒரு மனித குரங்குக் குட்டியையும் வளர்த்தனர். இம்மனிதக் குரங்கு ஒவ்வொரு செயலுக்கும் கெல்லாக் தம்பதிகளையே நாடி நின்றது. குழந்தையும் ஒவ்வொரு செயலுக்கும் அவர்களையே நம்பியிருந்தது இதனின்று கூடிவாழும் தன்மையைக் (Gregariousness) குழந்தைப் பருவத்திலேயே மனிதன் பெறுகிறான் என்று சில ஆராய்ச்சியாளர்கள் கூறுவதுண்டு.

மனிதரைப் போலவே விலங்கினங்களிடம் நாம் காணும் மற்றொரு சமூக நடத்தை, ஆதிக்கம் செலுத்தும் செயலாகும்

மனிதருள் சிலர் பிறர்மேல் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றனர். ஒரு சிலர் தலைவர்களாகவும் பிறர் பின்பற்றுபவராகவும் உள்ளனர். இதேபோன்று வலிமை பொருந்திய பெரிய குரங்குகள் இதர குரங்குகளின் மேல் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன. மிருகக் காட்சி சாலைகளிலுள்ள குரங்குகளில் சில உணவு தரப்படும்போது பிற குரங்குகளை அருகில் நெருங்க விடுவதில்லை. கலவியிலும் இதே நிகழ்ச்சியினை நாம் காண்கிறோம். வலிமைமிக்க குரங்குகளுக்கே குழுவிலுள்ள பெண் குரங்குகள் சொந்தம் என முன்னரே காட்டினோம்.

தலைமைப் பதவிக்காகக் குரங்குகளுக்குள் பெரும் சண்டை மூள்வதுண்டு. ஒவ்வொரு சண்டையிலும் ஒரு சில குரங்குகள் இறந்துவிடுவதும் உண்டு. கோலர் (W. Kohler), அடைத்து வளர்க்கப்பட்ட மனிதக் குரங்குகளை ஆராய்ந்தார்.[2] இவற்றுள் சுல்தான் (Sultan) என்னும் குரங்கு வலிமை மிகுந்ததாகவும் அறிவுத் திறன் கொண்டதாகவும் விளங்கிற்று. இதுவே பிற குரங்குகளின்மேல் ஆதிக்கம் செலுத்திற்று. பெண் குரங்குகளும் பிற குரங்குகளின்மேல் சில சமயங்களில் ஆதிக்கம் செலுத்துவதுண்டு. கோலர் ஆராய்ந்த குரங்குகளில் சேகோ (Tschego) என்னும் பெண்குரங்கும் சிலகுரங்குகளின்மேல் ஆதிக்கம்செலுத்தக் கண்டார். சாதாரணமாகக் கலவிக் காலங்களைத் தவிரப் பிற காலங்களில் ஆண் குரங்குகளே பெண் குரங்குகள்மேல் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன. மேலும் ஒரு குழுவில் ஒரே ஒரு குரங்கு மட்டும் பிற குரங்குகளின்மேல் ஆதிக்கம் செலுத்துவதில்லை. ஒவ்வொரு குரங்கும் மற்ற சில குரங்குகளின்மேல் ஆதிக்கம் செலுத்தவே முனைகின்றன.

A. H. மாஸ்லோ (A. H. Maslow) என்பவர் மிருகக் காட்சி சாலையிலுள்ள குரங்குகளை ஆராய்ந்து ஆதிக்கம் வகிக்கும் குரங்குகள், கீழ்க்காணும் பண்புகளைக் கொண்டன எனக் கண்டுள்ளார். 1. குழுவினருக்காகத் தரப்படும் உணவு முழுவதையும் தானே சாப்பிட முற்படுகிறது. 2. தனக்குப் பணியும் எல்லா குரங்குகளுடனும், கலவி செய்ய முற்படுகிறது 3. பிற குரங்குகளைக் கொடுமை செய்ய முற்படுகிறது. 4. குழுவினுள் சண்டைகளை ஆரம்பித்து வைக்கிறது. 5. எக்காரணத்தை முன்னிட்டும் பிற குரங்குகளிடம் கெஞ்சுவதில்லை. 6. எப்பொழுதும் சுறுசுறுப்பாக இருக்கிறது. 7. தன்னைச் சுத்தமாக வைத்துக் கொள்ளுகிறது.

பொதுவாகக் கூறுமிடத்து உடல் வலிமையும் ஓரளவு முதிர்ச்சியும், ஆண்மை, சுய நம்பிக்கை முதலிய பண்புகளையும்

[2] See W. Kohler - Mentality of Apes.

கொண்ட குரங்குகளே இயல்பாகவே ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றனவாக அமைகின்றன எனலாம். மனிதருள் ஆதிக்கம் செலுத்த விரும்புகின்றவர்களும் இப்பண்புகளைக் கொண்டிருத்தலைக் காணலாம்.

மனிதரைப்போன்றே குரங்குகளும் கருத்துப் பரிவர்த்தனை (Communication) செய்துகொள்ளுகின்றன. ஆயினும் மனிதனின் மொழி வளர்ச்சி குரங்குகளிடையே இல்லை. தம் மன வெழுச்சிகளையும் விருப்பங்களையும் குரல் மாற்றங்களால் அவை பரிவர்த்தனை செய்கின்றன.

உணவுதேடுதல், சண்டையிடுதல், விளையாடுதல், ஆதிக்கம் செலுத்தல், கலவி செய்ய முற்படுதல் ஆகிய நடத்தைகளுக்கேற்ப அவை தம் குரலை மாற்றிக்கொள்வதுண்டு. மேலும் முக அசைவுகளைக் கொண்டும் உடல் தோரணை கொண்டும் (Postures) குரங்குகள் தம் மனவெழுச்சிகளையும் விருப்பங்களையும் வெளியிடுதல் உண்டு.

குரங்குகளிடையே இன்னும் எத்தனையோ மனிதப் பண்புகள் உண்டு. விளையாடுதல், உரிமை கொண்டாடுதல், தற்காப்பு, அலங்காரம் செய்தல், கூடி வாழ்தல், ஒற்றுமை போன்றவை இவற்றுள் சிலவாம்.

ஓடுதல், துரத்தல், துரத்திப் பிடித்து விளையாட்டுச் சண்டை செய்தல், ஆகியன குரங்குகளிடையே உள்ள விளையாட்டுக்களாம். குரங்குகள் சில பொருட்களின்மேல் உரிமை கொண்டாட முனைவதுண்டு. உணவு, தங்கும் இடம் இவற்றினைத் தமது உரிமையாக இவை கருதுகின்றன. இன்னும் சில குரங்குகள் தகர டப்பாக்கள், குச்சிகள் ஆகியவற்றினைத் தமது உரிமைப் பொருளாகக் கருதி அவற்றை எப்போதும் தம்முடனேயே வைத்திருப்பதையும் காணலாம்.

உணவு, பெண்குரங்கு, ஆதிக்கும் செலுத்தும் பதவி இவற்றைப் பெறுதற்காகக் குரங்குகள் சண்டையிடுவதுண்டு. மேலும் தங்கியிருக்கும் இடம், கூடு, உணவுப் பண்டம் இவற்றினைப் பிறர் அபகரிக்க முனையும்போதும் குரங்குகள் தனியாக மட்டுமின்றிக் குழுவினராகவும் சண்டையிட முற்படுகின்றன.

குரங்குகள் சுத்தமாக இருக்க முனைகின்றன. தாய்க் குரங்குகள் தம் குட்டிகளுக்குப் பேன் எடுத்துச் சுத்தம் செய்வதைப் பற்றி முன்னரே கூறினேம். இதேபோன்று முதிர்ச்சி பெற்ற குரங்குகளும் ஒன்றினுக்கு மற்றொன்று பேன் பார்த்துச் சுத்தம் செய்வதுண்டு.

பின்பற்றுதல் (Imitation) குரங்குகளிடையே காணப்படும் ஒரு தனிக் குணம். பிற குரங்குகள், மனிதர், ஆகியோரின் செயல் களைக் குரங்குகள் பின்பற்றும். குல்லாய் வியாபாரியின் கதை நாம் அறிந்ததே.

குரங்குகளிடம் ஒற்றுமையையும் நாம் காண்கிறோம். கூடு கட்டுதல், உணவுதேடுதல், தற்காப்பு, பிற குழுக்களுடன் சண்டையிடுதல் ஆகிய செயல்களில் ஈடுபடும்போது குரங்குகள் மிகவும் ஒற்றுமையாக நடந்துகொள்கின்றன.

குரங்குகள் அறிவு நுட்பம் பெற்றவை. கற்கும் திறமை யும்பெற்றவை. கோலர் (Kohler) வூல்ப் (J. B. Wolf) ஆகியோர் பல ஆராய்ச்சிகளின் மூலம் இதனைக் காட்டியுள்ளனர். குரங்கு கள் பின்பற்றுதல்திறன் கொண்டவை என முன்னரே கூறினோம். குரல் எழுப்புதல், கை தட்டுதல், முத்தமிடுதல், நடனம் புரிதல், ஆகியவற்றினை இவை எளிதில் கற்றுக்கொள் கின்றன. டார்சான் (Tarzan) படங்களில் வரும் சிம்பன்சி குரங்கி னால் செய்ய முடியாததே இல்லை எனலாம்.

ஆயினும் குரங்குகளின் கற்கும் திறனை மனிதர்களின் திற னோடு ஒப்பிட முடியாது. மனிதன் குரங்கைவிடக் கற்றலில் மிகவும் சிறந்தவன் என்பதில் ஐயமில்லை. குரங்குகள் பொது வாகக் கூறுமிடத்து வேதனை தருபவையினின்று தப்பவும், இன்பம் பெறுதற்குமே கற்கின்றன எனலாம்.

கிம்பல் யங் (Kimball Young) என்பவர் விலங்குகளிடையே குறிப்பாகக் குரங்குகளிடையே கீழ்க்காணும் மனித நடத்தை களைக் காணலாம் என்கிறார்.

1. தாய்-குழந்தைத் தொடர்பு
2. ஆதிக்கம் செலுத்த முயற்சி
3. ஆணின் ஆதிக்கம் கலவிக் காலங்களில் பெண் விலங்கு களால் பாதிக்கப்படுதல்
4. விளையாடுதல்
5. சில நடத்தைகளில் ஒற்றுமை
6. குழுவாக இயங்கும் தன்மை
7. குரல், உடல் அசைவு இவற்றால் பரிவர்த்தனை
8. அறிவுத் திறன்
9. மறதி
10. துன்பத்தை விலக்கவும், இன்பத்தை நாடவுமே ஏற்படும் நடத்தை

மூன்றும் அதிகாரம்

மனித நடத்தையைத் தூண்டும் ஏதுக்கள்

சமூக நடத்தையில் மனிதரிடையே காணும் வேறுபாடு—மரபு நிலை—சூழ் நிலை—இயல்பூக்கங்கள்—இயல்பூக்கக் கொள்கை—இதர கொள்கைகள்—பிராயிடின் கொள்கை — ஆல்போர்ட்டின் வலிமிகு மறிவினைக் கொள்கை — உணர்ச்சிகளும், மனவெழுச்சிகளும் — பழக்கமும் நடத்தையும்.

ஒவ்வொரு மனிதனும் பிற மனிதர்களிடமிருந்து தனது சமூக நடத்தையில் வேறுபடுதலைக் காண்கிறோம். இவ்வாறு மனிதர்கள் வேறுபடுவது ஏன்? இவ்வேறுபாடுகளின் காரணங்கள் என்ன? என்ற கேள்விகளுக்கு விடை காணுவதில் சமூக உளவியலார் பெரிதும் அக்கறை காட்டுகின்றனர். இவற்றோடு சமூக உளவியலார் நின்றுவிடுவதில்லை.

மனிதர்களது நடத்தையை உற்று நோக்குங்கால் அவர்கள் செய்யும் ஒவ்வொரு செயலும் காரணத்தோடு அமைந்திருப்பதைக் காண்கிறோம். இத்தகைய காரணங்கள் மனிதனோடு உடன் பிறந்தவையா? இயற்கையால் தூண்டப்படுவனவா? அன்றி மனிதனுகவே தன் அனுபவங்களின் அடிப்படையில் தேர்ந்தெடுப்பனவா?—என்பனவற்றையும் சமூக உளவியலார் அறிய முற்படுகின்றனர்.

மனித நடத்தைக்குப் பொதுவாக மூன்று விதமான ஏதுக்கள் (factors) உண்டு. ஒன்று, மனிதனின் அமைப்பு, இயங்கு நிலை இவைகளின் அடிப்படையில் ஏற்படுவது. இவற்றினையே மரபு நிலைக் (heredity) காரணங்கள் என்பர். இரண்டாவதாக, வளர்ச்சியாலும் முதிர்ச்சியாலும் நடத்தைகள் ஏற்படுகின்றன. மூன்றுவதாக, மனித அனுபவங்களின் வாயிலாகவும் நடத்தைகள் பிறக்கின்றன. மனிதன் பிறக்கும்போது தன் பெற்றோரிடமிருந்து சில பண்புகளைப் பெறுகிறான். இவைகள் அவனது நடத்தையைப் பாதிக்கும். ஒரு மனிதனின் மரபு நிலை அவன் பிறப்பதற்கு முன்னரே தீர்மானிக்கப்படுகிறது. ஆண் கரு மூலம் (sperm) பெண்ணின் முட்டை (ovum) கருத்தரிக்கும் போது ஏற்படும் உயிர்மின் (gene) தொகுப்பே ஒருவனின் மரபு நிலையை நிர்ணயிக்கிறது. இவ்வுயிர்மின் தொகுப்பு எண்ணிறந்த முறைகளில் ஏற்படலாம். இதனைக் கொண்டே உலகில் ஒரே தன்மை கொண்ட இரண்டு மனிதர்கள் இருத்தல் முடியாது எனக் கூறுவர்.

உளவியலாரில் ஒரு சாரார் மனிதனின் நடத்தைக்கு மரபு நிலையே காரணம் என்பர். "கெட்டாலும் மேன்மக்கள் மேன்மக்க"ளாகவே திகழ்கின்றனர்; "புலி பசித்தாலும் புல் தின்பதில்லை" என்பது போன்ற கருத்துக்கள் நிறைய உண்டு. ஆயி

னும் மனித நடத்தை அத்தனைக்கும் மரபு நிலையே காரணம் என்பது. தவறும் பொதுவாக மரபு நிலை ஒரு மனிதனின் கீழ்க் காணும் தன்மைகளையே பாதிக்கின்றது என்று மரபு நிலை ஆராய்ச்சிகள் காண்பிக்கின்றன.

1. உடல் வேறுபாடுகள் அல்லது உடற் சாயல்கள்
2. மனிதனின் வளர்ச்சி, முதிர்ச்சி —அவற்றின் தரம்
3. மனப்பான்மை (Temperament)
4. நுண்ணறிவு (intelligence)

முதலில் உடல் வேறுபாடுகளை எடுத்துக்கொள்வோம். ஒருவருடைய அங்கங்களின் அமைப்பு, உயரம், நிறம், எடை ஆகியன பொதுவாக அவரது மரபு நிலையை ஒட்டியே அமைகின்றன. பெற்றோர்கள் கறுப்பாக இருப்பின் பொதுவாகக் குழந்தையும் கறுப்பாக அமையும். குள்ளமாக இருப்போருக்குப் பிறக்கும் குழந்தைகள் பெரும்பாலும் குள்ளமாகவே இருப்பதுண்டு.

இரண்டாவதாக மனிதனின் வளர்ச்சி முதிர்ச்சி ஆகியவையும் அவையேற்படும் தரமும் (rate of development) மரபு நிலையை ஒட்டியே அமைகின்றன. உடல் வலுவுள்ள பெற்றோரின் குழந்தை வலுவானதாகவே உள்ளது. சிறு வயதிலேயே அதற்குரிய உடலமைப்பை அது பெற்றுள்ளது. மேலும் மரபு நிலைக்கேற்பவே முதிர்ச்சி ஏற்படுகிறது என ஆராய்ச்சியாளர்கள் காட்டியுள்ளனர். ஓர் ஆங்கிலேயச் சிறுமி பருவம் எய்துவதிலும் இந்தியச் சிறுமி பருவமெய்துவதிலும் தர, கால வேறுபாடுகளை ஆராய்ச்சிப் பூர்வமாக நாம் காண்கின்றோம். மூன்றாவதாக, ஒருவனது மனப்பான்மையும் நுண்ணறிவும் மரபு நிலையைப் பொறுத்ததே. காலிகாக் (Kalikak), கால்டன் (Golton) குடும்ப ஆராய்ச்சிகள் இதனை வலியுறுத்தி உள்ளன. மரபு நிலை மட்டுமின்றி சூழ்நிலையும் மனித நடத்தையைப் பாதிக்கின்றது. குழந்தை பிறந்த வேளையிலிருந்து வெளியுலகத் தொடர்பு கொள்கிறது. தட்ப வெப்ப நிலை மாறுபாடுகள், உணவு, குழந்தை பராமரிக்கப்படும் விதம், வளர்க்கப்படும் முறை, வாழும் சமூகத்தின் அமைப்பு என்னும் சூழ்நிலை ஏதுக்களே மனித நடத்தையைப் பாதிக்கின்றன என்று உளவியல் அறிஞரில் மற்றொரு சாரார் கூறுகின்றனர். நல்ல குடும்பத்தில் பிறந்த குழந்தை சூழ்நிலைக் காரணங்களால் இழிவான செயல் புரிதலை நாம் காண்கிறோம். அதே போன்று தாழ்ந்த குடும்பங்களிலிருந்து வரும் குழந்தைகள் சூழ்நிலைக் காரணங்களால்

உயர்ந்தவராகவும் ஒழுக்கமுடையோராகவும், இருக்கக் காண்கிறோம். "பூவோடும் சேர்ந்த நாரும் மணம் பெறும்."

தற்போது மரபு நிலை, சூழ்நிலை ஆகிய இவ்விரண்டுமே இன்றியமையாத ஏதுக்களென உளவியலார் ஒத்துக் கொள்கின்றனர். இந்தச் சூழ்நிலை — மரபுநிலை பிரச்னை இப்போது சிறிது மாறி மனித நடத்தையை எந்த அளவில் சூழ்நிலை பாதிக்கிறது, எந்த அளவில் மரபு நிலை பாதிக்கிறது என்ற கட்டத்தில் இன்றும் தீர்க்கப்படாததாகவே உள்ளது.

இயல்பூக்கக் கோள்கை

மனித வாழ்விற்கான ஆதாரத் தேவைகளைத் தேவைகள் (needs), வேண்டப் படுபவை (wants) இயல்பூக்கங்கள் (instincts), உட்துடிப்புகள், (impulses) உந்துகள் (drives) எனப் பல பெயர்கொண்டு உளவியலார் வழங்குவதுண்டு. ஆயினும் இச்சொற்களுக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகள் இன்னும் சரியாக விளக்கப்படவில்லை. மனிதன் உயிர் வாழ்வதற்கு உயிர் வாயு, தட்ப வெப்ப கட்டுப்பாடு, உணவு, நீர் இவை இன்றியமையாதவை. இன்னும் கழிவுப் பொருட்களை வெளியிடல், தூக்கம் போன்ற செயல்களும் அவனது வாழ்விற்குத் தேவையானவையே. மேலும் அவனது இனம் தொடர்ந்து வாழ அவன் இனவிருத்திச் சக்தியும் பெற்றவனாயிருத்தல் அவசியம்.

மனிதனின் எதிர் வினைகள் அத்தனையும் இத் தேவைகளை ஒட்டியே அமைகின்றன. இவற்றினை அடையும்பொருட்டே அவன் பிற மனிதர்களைச் சார்ந்து வாழ்கிறான். அவர்களிடம் அன்பு செலுத்துகிறான். குறிப்பாகத் துன்பம் தரும் சூழ்நிலைகளை விலக்கித் தான் தொடர்ந்து வாழும் முயற்சிகளில் மனிதன் ஈடுபடுகிறான் எனலாம்.

மேற்கூறிய உடல் தேவைகள் மட்டுமின்றிச் சமூகத்தில் அங்கத்தினராக வாழும்போது பிற தேவைகளும் ஏற்படுகின்றன. அவற்றிற்கு ஏற்பவும் மனிதன் செயல்பட முனைகின்றான். கிம்பல்யங் என்பவர் மனிதச்செயல் நோக்கங்களை மூன்று வகையாகப் பிரிக்கலாம் எனக் கருதியுள்ளார்[1]. முதல் நிலை நோக்கங்கள், உணவு, நீர், தட்ப வெப்பக் கட்டுப்பாடு தூக்கம் போன்ற உடல் தேவைகளால் எழுபவை. இரண்டாவது நிலை நோக்கங்கள் சமூக மனிதனாக வாழ்வதற்கு ஏற்படுபவை. ஆதிக்கம் செலுத்துபவனாக விளங்கவேண்டும், சமூகத்தில் செல்வாக்கு உடையவனாக இருக்கவேண்டும், பிறரோடு ஒன்றி

1. See Kimball Young-Hand book of Social Psychology p. 85. (1953.)

ஊரோடு ஒத்து வாழவேண்டும் என்னும் செயல், நோக்கங்கள் இந்த இரண்டாம் நிலையுள் அடங்கும். மூன்றாவது நிலை மனிதனின் அறிவு வளர்ச்சியால் ஏற்படுவது என கிம்பல் யங் கருதுகிறார். உயர்க்கல்வி கற்றல், ஆராய்ச்சிகள், நூல் எழுதுதல் போன்ற செயல்கள் அறிவு வளர்ச்சி நோக்கங்களோடு அமைகின்றன. செய்திறமை, விஞ்ஞான அறிவு இவற்றை இந் நோக்கங்கள் பெருக்குவதுடன் தத்துவம், சமயம் போன்ற உயர் கருத்து வளர்ச்சியிலும் மனிதர்களை ஈடுபடுத்துகின்றன.

உடல் தேவைகளின் அடிப்படையிலும் மனிதனின் பிற தேவைகளுக்கு வேறு விளக்கங்களும் தரப்படுதல் உண்டு. மார்ட்டன் பிரின்ஸ் (Morton prince) வில்லியம் மக்டுகல் (William Mcdougall) சிக்மென்ட் பிராய்ட் (Freud) டிராட்டர் (Trotter) ஆகிய அறிஞர்கள் மனித நடத்தையின் தூண்டு சக்திகளான ஊக்கிகள் (motives) யாவும் மனிதனோடு பிறந்தவையென்றும், அவை மனிதனுக்கு இயல்பானவை யெனவும் கருதினர். இத்தகைய ஊக்கிகளை, இயல்பூக்கங்கள் (instincts) என்றனர். மனிதனுக்குப் பதினான்கு இயல்பூக்கங்களுண்டென்றும் அவை ஒவ்வொன்றும் ஒரு வகை மனவெழுச்சியுடன் இணைந்து செயல்படுகின்றன எனவும் மக்டுகல் கருதினார்.[2] மக்டுகல் கீழ்வருபவனவற்றினையே இயல்பூக்கங்கள் எனக் கொள்கிறார்.

1.	உணவு தேடுக்கம்	தற்காப்பு ஊக்கங்கள்
2.	ஆராய்வூக்கம்	
3.	போரூக்கம்	
4.	அருவருப்பூக்கம்	
5.	ஒதுங்கூக்கம்	
6.	கட்டுக்கம்	
7	திரட்டுக்கம்	
8.	காதலூக்கம்	இனக்காப்பு ஊக்கங்கள்
9.	மகவூக்கம்	
10.	கூடி வாழும் ஊக்கம்	
11.	தன்னெடுப்பூக்கம்	சமூக ஊக்கங்கள்
12,	பணிவூக்கம்	
13.	முறையீட்டு ஊக்கம்	
14.	சிரிப்பூக்கம்	

இந்த இயல்பூக்கங்கள் மனிதனோடு பிறந்தவை; அனுபவத்தினின்று கற்பவையல்ல. இவ்வியல்பூக்கங்களின் மூலமே அவன் அனுபவத்தைப் பெறுகிறான்.

2. See M. D. Paul—புதிய கல்வி உளவியல் அனுபந்தம் 1 பக். 276, (1958)

பிராய்டும் (Freud) அவரைச்சார்ந்த உளவியலாரும் இரு வகை இயல்பூக்கங்களையே ஒத்துக்கொள்கின்றனர். அவை காதலூக்கமும் (love) தன்னெடுப்பூக்கமும் (Salf assertion) ஆகும். கலவி, காதல், அன்பு, இரக்கம், ஒற்றுமை, கூடிவாழும் இயல்பு இவையாவும் காதலூக்கத்துள் அடங்கும் என்பர். ''தான்'' என்ற எண்ணமும் செயல்களும் ஆதிக்கம் செலுத்தும் ஆசையும் தலைவனுகும் விருப்பமும் தன்னெடுப்பூக்கத்துள் அமையும் எனவும் பிராய்டும் அவரைச்சேர்ந்த பிற உளவியலாரும் கருதி உள்ளனர். பிராய்டு தந்துள்ள இவ்விரண்டு இயல்பூக்கங்களுள் மனிதச் செயல்கள் அனைத்தையும் அடக்குவது முடியாத காரியமாகும். புதிய கருத்துக்களையும் பொருட்களையும் தெரிந்துகொள்ளவேண்டும் என்னும் ஆர்வம், கலை உணர்ச்சி, ஓய்வு, சமய உணர்ச்சி ஆகியன பிராய்டின் இரண்டு இயல்பூக்கங்களுள் அடங்குவதில்லை.

இயல்பூக்கங்களில் ஒரு சிலவற்றை நாம் ஆராய்வோம். உளவியல் அறிஞர்கள் எல்லாரும் இதனை இயல்பூக்கங்கள் என ஒத்துக்கொள்வதில்லை. ஒரு சிலர் இதனை ஊக்கிகள், உந்துகள் தூண்டுதல்கள் எனவும் அழைப்பதுண்டு.

கூடிவாழும் ஊக்கம் (gregariousness)

இதனைக் குழு ஊக்கம் என்பதுண்டு. டிராட்டர் என்னும் அறிஞர் இதனை மந்தை உணர்வு (Herd instinct) என அழைத்துள்ளார். பிறரோடு ஒன்று பட்டு வாழவேண்டும் என்னும் அவா மனிதருள் உண்டு. ''ஊரோடு ஒத்து வாழ்'' என்பது பழமொழி. சமூக விலங்கான மனிதன் சமூக அங்கத்தினனுகவே வாழ விரும்புகிறன். சமூகத்திற்கு விரோதமான செயல்களில் ஈடுபடுபவர்களைச் சமூகத்தினின்று விலக்கி வைக்கிறோம். முன்னுட்களில் சமூக விரோதமான செயல்களில் ஈடுபட்டவர்களோடு அச் சமூகத்தைச் சார்ந்தோர் எந்த விதமான சமூகத் தொடர்பும் கொள்வதில்லை. ஊரினுள்ளே அவர்களை வாழ விடுவதுமில்லை. இன்றும் அத்தகைய செயல்புரிவோரைச் சிறைச்சாலைகளுக்கு அனுப்பிவைக்கிறோம். பிறமனிதர்களிடமிருந்து பிரிக்கப் படுவதைத் தண்டனையாகக் கருதுகிறோம். சமூகத்தோடு வாழ வேண்டும் என்ற அவா மனித இதயங்களில் உள்ளதால்தான் மனிதன் சட்டங்களுக்கும் பழக்கவழக்கங்களுக்கும் பணிகிறன். கூடிவாழும் ஊக்கம் மிகவும் வலிமை பொருந்திய ஒரு தூண்டுதல் என்பதில் ஐயமில்லை. ஆயினும் இது மனிதனோடு பிறந்ததா ? அல்லது மனிதன் தானுகவே கற்றதா ?

குழந்தை பிறந்த போதினின்றே தாயோடு ஒன்றி வாழ முற்படுகிறது; அதற்குக் காரணம் இக்குழு ஊக்கமே என மக்டுகல் போன்றோர் கருதுகின்றனர். பிறந்த போதினின்று குழந்தை தாயோடு நெருங்கிய தொடர்பு கொள்ள வேண்டியிருக்கிறது. உணவுக்காகவும் இதர நலங்களுக்காகவும் குழந்தை தாயை முழுவதாக நாடியிருக்கவேண்டியுள்ளது. இவ்வாறு ஏற்படும் நெருங்கிய தொடர்பால் தன் தாயைக் குழந்தை விரும்பி அவளோடு ஒன்றி வாழ முற்படுகிறது என்று சிலர் கூறுகிறார்கள். மேலும், பிறந்தபோது தாயோடு தொடர்பு கொள்ளாத உயிரினங்களிடம் இவ்வூக்கத்தைக் காணமுடிவதில்லை.

திரட்டுக்கம் (acquistiveness)

இது பொருட்களைத்திரட்டவும் சேமித்து வைக்கவும் வேண்டுமென்னும் மனப்பான்மையைக் குறிக்கும். இது வெறும் மனப்பான்மையன்று; உடன் பிறந்த ஊக்கியாகும் என்று சிலர் கூறுவர்.

உயிரினங்களுள் சில திரட்டுக்கம் கொண்டவையாக உள்ளன. எறும்பு, தேனீ போன்றவை உணவுப்பண்டங்களைத் தேடி அவற்றைச் சேமித்து வைக்கின்றன. சிறுவரிடத்தும் இதனை நாம் காணலாம். அவர்கள் விளையாட்டுப் பொருட்களைச் சேமித்து வைக்கின்றனர். அவற்றைப் பிறர்க்குத்தர அவர்கள் இசைவதில்லை. ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் பொருள் திரட்ட வேண்டும் என்ற ஆசை உண்டு. ஊதாரியும் கூட இன்னும் அதிகமாகச் செலவிடுவதற்காகவாவது பொருள் திரட்ட வேண்டும் என்று விரும்புகிறான். கஞ்சன் பொருளைக் கண்டு மகிழ்வதற்காகப் பொருள் திரட்ட விரும்புகிறான். இன்னும் சிலர் பிற்கால நல்வாழ்விற்காகவும் தம் குழந்தைகளின் நலனுக்காகவும் ஓய்வு பெறும் நாளில் வசதியாக வாழவும் பொருள் திரட்ட விரும்புகின்றனர். மேலும் பொருளீட்டுதல் ஆண் மகனுக்கு அழகு என்னும் கருத்தும் நம்மவரிடையே பரவியுள்ள கருத்தாகும். திரைகடலோடியும் திரவியம் தேடவே நாம் முற்படுகிறோம்.

திரவியம் பெருகுதல் சமூக நலனிற்கு இன்றியமையாதது எனினும், தனிமனிதன் தனக்காகத் திரவியம் தேடுதல் நல்லதா அல்லது சமூகத்திற்காகத் திரவியம் தேடுதல் நன்மை பயக்குமா என்னும் கேள்வி எழுகிறது. பண்டையச் சமூகங்கள் சிலவற்றுள் பொருள் குழுவிலுள்ள அனைவர்க்கும் பொதுச் சொத்தாகவே பாவிக்கப்பட்டு வந்துள்ளதை நாம் காணுகின்றோம். இன்று பொதுவுடமை நாடுகளிலும் இம் மன நிலையை நாம் காண்கிறோம். இவை யாவும் பொருளீட்டுதலும் சேமித்தலும் மனித

ரிடையே காணப்படும் ஒருவகை மனப்பான்மையே தவிர உடன் பிறந்த ஊக்கியன்று என்ற முடிவிற்கே நம்மைக் கொண்டு வருகின்றன.

போருக்கம் (Pugnacity)

மனிதன் காட்டில் விலங்கோடு விலங்காய் வாழ்ந்த காலத்தில் உணவுப் பொருட்களுக்காகவும் மகளிரைப் பெறுதற்காகவும் போரிட வேண்டியிருந்தது. ஆதி மனிதன் விலங்குகளோடும், பிறமனிதர்களோடும் போரிட்டான். குழுக்கள் உணவுக்காகப் பிற குழுக்களோடு போரிட்டன.

ஆனால் இன்றுள்ள நிலையில் நாகரிகம் பெற்ற மனிதன் உணவுக்காகவும் மகளிருக்காகவும் இதரப்பொருட்களுக்காகவும் போரிடுதல் இல்லை. இன்றும் மனிதர்களிடையே பெரும் போட்டி மனப்பான்மை காணப்படுவது உண்மையாயினும் மனிதன் தன் அறிவைக் கொண்டு பொருட்களைப்பெற முயலுகிறானே தவிர போரினால் அன்று.

ஆனால் உலகப் போர்கள் போட்டி மனப்பான்மையில் ஏற்படுவனவே. இதனால் போரிடும் நோக்கம் மனிதரோடு பிறந்தது என எண்ணிவிடுதல் கூடாது. குறுகிய நாட்டுப்பற்று, மொழி வெறி, இன வெறுப்புக்கள் இவையே போர்களைத் தூண்டுகின்றன. மேலும் போரில் ஈடுபடுவது வீரனுக்கு அழகு என்னும் எண்ணமும் போர்களைத் தோற்றுவிக்கின்றது எனலாம். ஜர்மானிய நாட்டினர் தம்மை உயர்ந்த இனத்தவராக கருதியதாலும் தாமே உலக மக்களுள் வீரமுடையோர் என எண்ணியதாலுமே இரண்டு மாபெரும் உலகப்போர்கள் நடைபெற்றன. மேலும் இன்றுள்ள நிலையில் அணு ஆயுதப் போட்டிகளில் ஈடுபட்டுள்ள உலக நாடுகளிடையே நம்பிக்கையின்மையும் பெரும் அச்சமும் நிலவி வருவதனையும் நாம் காண்கிறோம். நம்பிக்கையின்மையும் அச்சமும் நாடுகளிடையே போரை விளைவிக்கின்றன.

தாய்மையூக்கம் (parental instinct)

இதனை மகவூக்கம் என்பதுமுண்டு. மக்டுகல் போன்றோர் இது உடன் பிறந்த ஊக்கம் எனக் கருதுகின்றனர். இந்த இயல்பூக்கத்தால் தூண்டப்பெற்று, தாய் தன் குழந்தைகளைப் பேணிச் சீராட்டி வளர்க்க முற்படுகிறாள் என அவர் கருதுகிறார். அனேகமாக எல்லா உயிரினங்களுள்ளும் தாய்மை உணர்ச்சியை நாம் காண்கிறோம். மனித இனத்தில் இந்த உணர்ச்சி அறிவின்

அடிப்படையில் இயங்குகின்றது. ஆயினும் இது உடன் பிறந்ததுவா ?

மக்டுகல் என்பார் கருத்துப்படி இ்ந்து உலக மக்கள் அனை வருக்கும் பொதுவான ஊக்கமாகும். ஆனால் நடைமுறையில் தாய்மையை விரும்பாத பல பெண்களை நாம் காணலாம். பழங் காலத்துச் சமூகங்களிலும்கூட பொருளாதாரக் காரணங்களுக் காகச் சிசுக்கொலைகள் (infanticide) நடந்துள்ளன. இவை உலக மக்கள் அனைவருக்கும் தாய்மையூக்கம் பொதுவானதன்று எனக் காட்டுகின்றது. மேலும் நவநாகரிக நங்கையர் தாம் பெற்ற குழந்தைக்கு தாமே பாலூட்டிச் சீராட்டி வளர்க்க விரும் புவதில்லை. இதற்கெனச் செவிலித்தாய்களை வேலைக்கமர்த்திக் கொள்ளுகின்றனர். இன்னும் குழந்தையை விரும்பும் தாய்மார் களும் தாய்மை உணர்ச்சியால் தூண்டப்பெற்றுக் குழந்தையை விரும்புகின்றனர் எனவும் கூற முடியாது. நமது சமூகத்தில் குழந்தை பெருத பெண்ணை மலடி எனக் கேவலமாகக் கருது கிறோம். மலட்டுப் பெண்களும் குழந்தையில்லா ஆண்மக்களும் 'புத்' என்னும் நரகத்திற்குச் செல்வர் என்பதும் நிலவி வரும் நம்பிக்கையாகும். எனவே இத்தகைய சமூக இழிவு நிலையி னின்று தப்பிக் கொள்வதற்காகச் சிலர் குழந்தைகளை விரும்பு கின்றனர். மேலும் குழந்தை ஆண் பெண் இருவருடைய காதல் சின்னமாகும். கணவனின் அன்புச் சின்னமாகச் குழந்தையை அடைவதற்கும் மனைவி விரும்பலாம். குழந்தைகளின் எண்ணிக் கையை எடுத்துக்கொள்வோம். மக்கள் பெருக்கம் கொண்ட நாடுகளில் பெற்றோர் ஓரிரு குழந்தைகளுக்கு மேல் விரும்புவ தில்லை. ஆயினும் ருஷ்யா போன்ற நாடுகளில் அதிகக் குழந்தை களைப் பெறும் தாய்க்கு அரசாங்கம் மரியாதை செலுத்துகிறது. இவற்றினின்று தாய்மை உணர்ச்சி என்பது இயல்பூக்கமன்று ; சமூக குடும்பச் சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்பத் தோன்றும் எண்ணமே எனக் கொள்ளலாம்.

தன்னெடுப்பூக்கம் (self-assertion)

தன்னெடுப்பூக்கமும் பணிவூக்கமும் சேர்ந்தே இயங்குவன வாம். இவை "தான்" என்கின்ற எண்ணத்தினின்று தோன்று பவையே. "நான் உயர்ந்தவனாக விளங்கவேண்டும்", "என்னைப் பிறர் மதிக்கவேண்டும்", "நான் பிறரால் போற்றப்பட வேண்டும்", என்று மனிதர்கள் நினைப்பது உண்டு. மக்டுகல் இந்த ஊக்கங்கள் ஒரு சில விலங்குகளிடத்தும் காணப்படு கின்றன எனக்காட்டியுள்ளார். விலங்குகளிடையேயும் இவை

யுள்ள காரணத்தால் இவை இயல்பானவை என்பது அவர் கருத்து.

இவ்விரு எண்ணங்களும் சமூக சூழ்நிலைக்கேற்ப அமைபனவே. நாம் வாழும் சமூகத்திற்கேற்ப உயர் நிலை வகிக்க நாம் முற்படுகிறோம் அதே போன்று சமூகம் மதிப்பவர்களிடத்து நாம் பணிவோடு நடந்துகொள்ள முற்படுகிறோம். ஆசிரியர்கள், அறிஞர்கள், பெற்றோர் ,முதிர்ந்தோர், ஆகியவரிடம் நாம் பணிவாக நடந்துகொள்கிறோம். குறிப்பாக நம்மிலும் உயர்ந்தவர்கள் என நாம் கருதுபவர்களிடம் நாம் பணிவாக நடந்துகொள்கிறோம். இவையனைத்தும் மனிதர்கள் அனுபவ அறிவு மூலமே இவ்வாறு நடந்துகொள்கின்றனர் என்பதைக் காட்டுகின்றன.

உணவு தேடுக்கம் (Food seeking instinct)

பிராய்ட் போன்றோர் காதலூக்கமே மனிதருள் மிகவும் வலிமை வாய்ந்த தூண்டுதல் சக்தி எனக் கருதியுள்ளனர். இன்னும் சிலர் உணவு தேடுக்கமே வன்மை வாய்ந்தது என்பர். "பசிவந்திடப் பத்தும் பறந்து போகும்" என்பதுண்டு. பசி அவ்வளவு வலிமை வாய்ந்தது. இதனை மனதில் கொண்ட பாரதியார் "தனிமனிதனுக்குணவில்லை எனில் ஜகத்தினை அழித்திடுவோம்" என்றார். வள்ளுவரோ,

"இரந்து முயிர்வாழ்தல் வேண்டிற் பரந்து
கெடுக உலகியற்றி யான்"

என்கிறார். உணவு உயிர் வாழ்வன அத்தனைக்கும் மிகமிக இன்றியமையாதது. உணவுக்காகவும் இனப்பெருக்கத்திற்காகவும் மட்டுமே உயிரினங்கள் வாழ்கின்றன என்று கூறலாம். உணவின் முக்கியத்துவத்தினை உணர்ந்து அதன் அடிப்படையில் பண்டிகைகளைக் கொண்டாடுகிறோம். பொங்கல் பண்டிகை உழவனின் பண்டிகையெனக் கூறி, நாம் எல்லோரும் கொண்டாடுகிறோம். பொங்கல் திருநாள் உழவனுக்கு மட்டும் முக்கியமான திருநாளில்லை; உழவினை நாடி வாழும் உலக மக்கள் அனைவருக்கும் பொதுவான தன்றோ? பிற நாடுகளும் அறுவடையை விழாக்கள் மூலம் சிறப்புறக் கொண்டாடுகின்றன.

பிறந்த போதினின்றே உணவு தேடும் அவா காணப்படுகிறது. பிறந்த குழந்தை சப்பும் அசைவுகளைத் தானுகவே செய்வதை நாம் காணலாம்.

இயல்பூக்கக் கொள்கையினர் எடுத்துக்காட்டியுள்ள மனித நடத்தையைத் தூண்டும் ஒருசில சக்திகளை நாம் ஆராய்ந்தோம். இதிலிருந்து பெருவாரியான தூண்டுசக்திகள் உடன்பிறந்தன

அல்ல எனக் கண்டோம். இக் கொள்கையினை வெளியிட்டுள்ளோர் இயல்பூக்கங்கள் என்னும் சொல்லை அதிகமாக உபயோகித்துள்ளனரே யன்றி அதனைத் தெளிவுற விளக்கவில்லை. இயல்பூக்கங்கள் கொள்கை ஹான் டிரயக் (Hans Driech) என்பவரின் உயிர்க் கொள்கை (vitalism) யினைத் தழுவியது. தத்துவத்தின் பிடியினின்று தப்பிவிட வேண்டும் என்பதில் உளவியலார் பெரிதும் கவனம் செலுத்துபவர்கள். இயற்கையிகந்த (super-natural) கருத்துக்களை உளநூலில் புகுத்த இயல்பூக்கக் கொள்கையினர் முயலுகின்றனர் என்பது அவர்கள் வாதம். மேலும் இயல்பூக்கக் கருத்தினையே அவர்கள் இயற்கையிகந்த கருத்தாகக் கொள்கின்றனர்.

இயல்பூக்கங்கள் கருத்தை வெளியிட்டுள்ள உளவியலாருள்ளேயே இயல்பூக்கங்களின் எண்ணிக்கை பற்றிக் கருத்து ஒற்றுமை இல்லை. வில்லியம் மக்டுகல் இயல்பூக்கங்கள் பதினான்கு என்கிறார்; டிராட்டர் இயல்பூக்கங்கள் நான்கு என்கிறார். பிராய்டின் கருத்துப்படி இரண்டு இயல்பூக்கங்களே உண்டு. இவர்களிடையே திட்டமான கருத்து இல்லையென்பதால் இதனை ஒரு சில உளவியலார் ஒரு கொள்கை என எடுத்துக் கொள்வதில்லை. இது வெறும் கருத்தே என்று அவர்கள் எண்ணுகின்றனர்.

இக் கொள்கையை வெளியிட்டுள்ளவர்கள் மனித நடத்தை ஒவ்வொன்றும் இயல்பூக்கங்களின் அடிப்படையில் காரணத்துடன் (purposive) அமைகின்றது என்றுள்ளனர். F. H. ஆல்போர்ட் என்னும் ஆராய்ச்சியாளர் இதனை மறுத்துள்ளார். பிறந்த குழந்தையின் முளைப் புறணி (brain cortex) வளர்ச்சியடையாத நிலையில் உள்ளது. அந்நிலையில் பலன் கருதி காரணத்துடன் குழந்தையால் செயலுறுவது முடியாத தொன்று என அவர் வாதித்துள்ளார். மேலும் அவர் இது உடன் பிறந்த எண்ணங்கள் (innate ideas) என்பன உண்டு என்னும் தத்துவக் கருத்தினை ஒட்டிய கொள்கை எனவும் காட்டியுள்ளார். முடிந்த செயலினின்று செயலின் தோற்றத்திற்குச் செல்ல இக் கொள்கை முனைகிறது என அவர் வாதித்துள்ளார்

மனித நூல் அறிஞர்களும் (anthropologists) இக்கொள்கையினை மறுத்துள்ளனர். அவர்கள் சமூகத்திற்குச் சமூகம் மனித நடத்தை முறைகள் மாறியுள்ளன எனக் காட்டியுள்ளனர் எனவே இயல்பூக்கங்கள் என்னும் ஒரே வகைத் தூண்டு சக்தியின் அடிப்படையில் மனித இனம் முழுவதும் இயங்குகின்றது எனக் கூறுவது தவறு. மனிதனின் செயல் நடத்தைகள்

குறிப்பாகச் சமூக நடத்தைகள் சமூக நிலைக்கேற்ப மாறுவது உண்மை. கிரட்சும் (kretch) குருச்பீல்டும் (Crutchfield) தமது "சமூக உளவியல் கொள்கைகளும் பிரச்னைகளும்" என்னும் நூலில் இக்கருத்தினையே தெரிவித்திருக்கின்றார்கள்.3

அவர்கள் கருத்துப்படி "மனிதத்தன்மை யென்பது ஒரே சீரானதல்ல; பலவகையானது. சமூகக் குழுக்கள், சமூகங்கள் பண்புகள் இவற்றை ஒட்டி எண்ணிறந்த மனிதத் தன்மைகள் உண்டு".

இக்காரணங்களை முன்னிட்டு இன்றுள்ள உளவியலா இயல்பூக்கக் கொள்கையைப் பெரிதும் ஆதரிப்பதில்லை. ஒரே யடியாகத் தள்ளி விடுவதுமில்லை. ஆயினும் இன்றுள்ள உளவியல் நூல்கள் மனித ஊக்கங்களைக் குறிக்க இயல்பூக்கம் என்னும் சொல்லைப் பயன்படுத்துவதில்லை. அதற்குப் பதிலாகத் தேவைகள், உந்துகள் என்னும் சொற்களைப் பயன்படுத்துவ தனையே பெரிதும் விரும்புகின்றனர். அவர்கள் ஊக்கிகள் உடல் நிலைகளைப் பொறுத்ததன்று என்று நினைக்கின்றனர். சமூக விரைப்புகளால் (tensions) தேவைகள் ஏற்படலாம் என வும் மனித இலட்சியங்களுக்கும் தேவைகளுக்கும் ஏற்பவே ஊக்கிகள் அமைகின்றன எனவும் கருதுகின்றனர்.

இதர கொள்கைகள்

பிராய்டின் மகிழ்வுக் கொள்கையும் உள்நிலைக் கோள்கையும்
(Pleasure Principle and reality principle)

அறிஞர் பிராய்டு மற்றொரு கருத்தினையும் வெளியிட்டுள் ளார். குழந்தைப் பிராயத்தில் மனித நடத்தை மகிழ்வு தரவேண் டும் என்னும் எண்ணத்தில் மட்டுமே அமைகிறது. தனக்கு எச் செயல்கள் மகிழ்வூட்டுகின்றனவோ அச்செயல்களில் குழந்தை பெரிதும் ஈடுபடுகிறது. சர்க்கரை. மிட்டாய், தேன் போன்ற இனிய பொருள்களைச் சுவைத்தல் குழந்தைக்கு இன்பம் பயக் கிறது. இவற்றினை அதிக அளவில் உட்கொள்ளுதல் தீமை பயக்கும் எனக் குழந்தை சிந்தித்துப் பார்ப்பதில்லை. உண்ணும் வேளையில் இன்பம் கிடைக்கிறது என்று இன்பத்தையே இலட் சியமாகக் கொண்டு குழந்தை செயல்பட முனைகிறது. ஆனால் வளர வளர அறிவு முதிர்ச்சிபெற குழந்தையின் நிலை மாறுகிறது. வெறும் மகிழ்வூட்டுவனவற்றை மட்டும் தேடியலையாது பயன் தருபவற்றைச் செய்ய முற்படுகிறது. குழந்தைப் பருவத்தில் விளையாடுவது இன்பமான பொழுதுபோக்காக அமைந்தது.

3. See Kretch and Crutchfield—Theory and Problems of Social psychology.

முதிர்ச்சி பெற்ற நிலையில் படிப்பது, உழைப்பது போன்ற செயல்கள் இன்பம் பயக்காவிடினும்கூட மனிதன் அவற்றில் ஈடுபடுகிறான். முன்பு சுவையான பொருட்களை மட்டுமே விரும்பி உண்ட குழந்தை உடலுக்கு நன்மை பயக்கும் என்னும் காரணத்தால் பாகற்காய், இஞ்சி போன்ற பொருட்களையும் சாப்பிட முற்படுகிறது. கைக்கும் மருந்தையும் உடல் நலம் வேண்டி அருந்துகிறது. இம் மாற்றங்கள் உண்ணுவதில் மட்டும் ஏற்படுவதில்லை. சமூக நடத்தைகள் யாவும் இவ்விதமே கட்டுப்படுத்தப்படுகின்றன. முதிர்ச்சியுற்ற நிலையில் உள் நிலையை உணர்ந்து குழந்தை இவ்வாறு செயல்பட முனைகிறது என்று பிராய்ட் விளக்கம் தந்துள்ளார். உள் நிலைமையை உணர்ந்துள்ள காரணத்தால் மட்டுமே தனி மனிதன் தனக்கு இன்பம் பயக்காவிடினும் சமூக நன்மைக்காகச் சில செயல்களைப் புரிய முற்படுகிறான். சமூக விதிகளுக்கும் வழக்கங்களுக்கும் கட்டுப்பாடுகளுக்கும் இதன் அடிப்படையில் கீழ்ப்படிகிறான்.

பிராயிடின் இக் கொள்கை உண்மையாகவே தோன்றிய போதிலும் அறிவியல் நீதியில் இதற்கு ஆதாரங்கள் இல்லை. ஆயினும் சமூகப் பயிற்சிகளிலும் கல்வித் துறைகளிலும் இக் கருத்து பெரும்பாலும் தருவதாகும்.

ஆல்போர்டின் வலிமை மிகு மறிவினைகள் கொள்கை

எப். எச். ஆல்போர்ட் இயல்பூக்கக் கொள்கைகளில் குறை காணுகின்றார் என முன்னரே கூறினோம். இயல்பூக்கக் கொள்கைக்குப் பதிலாக அவர் மற்றொரு கொள்கையினை வெளியிடுகிறார்.[4] மனித நடத்தையின் உட்காரணங்களை உள்ளபடி ஆராய்ந்தறிய குழந்தைப் பருவமே சிறந்தது என்பது இவர்தம் கருத்து.

பிறந்த குழந்தை உட்புற வெளிப்புற தூண்டுதல்களுக்கு, மறிவினைகள் (reflexes) மூலம் எதிர் வினை செய்வதாக இவர் கருதுகிறார். ஒவ்வொரு குழந்தையும் இம் மறிவினைகளைச் செய்யும் திறமை கொண்டதாகவே இருக்கிறது. இந்த மறிவினைகள் மிகவும் வலிமை வாய்ந்தவை. இம்மறிவினைக்காகத் தூண்டப்படும்போது இதர தூண்டுதல்கள் இயங்கினாலும்கூட குழந்தை இம்மறிவினைச் செயல்களில் மட்டுமே ஈடுபடும். இம்மறிவினைகள் அவ்வளவு வலிமை வாய்ந்தவை. எனவேதான் ஆல்போர்ட் இவற்றினை வலிமை மிகு மறிவினைகள் (Pre-potent reflexes) என்கிறார்.

---

4. See. F. H. Allport—Social psychology.

இவர் கருத்துப்படி மனிதக் குழந்தை ஒரு காரணத்திற் காகவோ இலட்சியத்திற்காகவோ செயல்படுவதில்லை. இம்மறி வினைகளுக்கு ஏற்பவே செயல்பட முனைகிறது. ஒவ்வொரு குழந்தையும் ஆறு வகையான மறிவினைகள் செய்யும் திறன் பெற்றவையாம். இவை பின்வருமாறு :

1. அதிர்ந்து பின்வாங்குதல் (starting and withdrawal)
2. விலக்கல் (rejection)
3. போராடுதல் (struggle)
4. பசி (hunger)
5. உணர்ச்சிப்பகுதி எதிர்வினைகள் (sensitive zone responses)
6. பால் தூண்டல் (sex)

இவையே மனித நடத்தையின் ஆதாரத் தூண்டு சக்தி களாம். பிற்கால வாழ்வில் இவற்றிற்கான எதிர் வினைகள் ஓரளவு மாற்றியமைக்கப்படலாம். இந்த ஆறு மறிவினைகளில் அதிர்ந்து பின்வாங்கல், விலக்கல், போராடுதல், பசி ஆகிய நான்கு மறிவினைகளும் குழந்தையின் பிறப்பின்போதிருந்தே இருக்கின்றன. உணர்ச்சிப் பகுதி எதிர் வினைகள் இளம் பிரா யத்தில் தோன்றுகின்றன. பால் தூண்டல் மறிவினை, பால் உறுப்புகள் தகுந்த வளர்ச்சியடையும்போது தோன்றுகின்றன.

திடீரெனக் குழந்தையைத் தூண்டுவோமாயின் அதிர்ந்து பின்வாங்குதல் மறிவினை ஏற்படுகிறது. ஆல்போர்ட் கருத்துப் படி அச்ச உணர்வு குழந்தையோடு உடன்பிறந்ததன்று; இது வழக்கத்தால் வருவது. தீச்சுடரைக் குழந்தை தொட முனையும் போது தாய் கூச்சலிடுகிறாள். கூச்சல் கேட்ட அளவில் மறி வினையால் உந்தப்பட்டு குழந்தை பின்வாங்குகிறது. பின்னர் தீச்சுடரைக் காணும்போதெல்லாம் இம்மறிவினை ஏற்படுகிறது. கூச்சலுக்காக ஏற்பட்ட மறிவினை தீச்சுடருக்கு மாறிவிடுதலை காண்கிறோம். இங்கு மறிவினை ஆக்க நிலை ஏற்றிய மறிவினை யாக (Conditioned Reflex) மாறி விடுகிறது. இதே போன்று குழந்தை விரும்பத்தகாத செயல்களில் ஈடுபட முற்படும்போது அதனை வெகுண்டு நோக்கினால், பின்னர் தாய்வெகுண்டு நோக்கும் செயல்கள் யாவும் தவிர்க்கவேண்டியதென குழந்தை அறிந்து கொள்கிறது.

குழந்தையை ஊசியால் குத்தினால் இரண்டாவது வகையான "விலக்கல்" மறிவினை ஏற்படுகிறது. தான் விரும்பாத யாவற்றையும் குழந்தை விலக்கக் கற்றுக்கொள்ளுகிறது வளர்ச்சியடையும்போது வேண்டாத, விரும்பாத பொருட்கள்

அருகில் வரும்போதே இம்மறிவினை ஏற்படுதலை நாம் காண்கிறோம். சுத்தம், பொருட்களின் விருப்பு வெறுப்புகள் யாவும் இம்மறிவினையிலிருந்து வருபவையே.

சுயமாக இயங்கமுடியாதபடி குழந்தையைப் பிடிக்கும்போது அது திமிறித் தன்னை விடுவித்துக்கொள்ள முற்படுகிறது. குழந்தை விரும்பாத முறையில் அதனைக் கட்டுப்படுத்தும்போது போராடும் மறிவினையைக் காண்கிறோம். வளர்ச்சி பெற்ற பின்னர் அது விரும்பாத செயல்களைச் செய்யக் கட்டுப்படுத்தப் படும்போது குழந்தையிடம் இம்மறிவினையைக் காணலாம். அடித்தல், சபித்தல், வைதல், கத்துதல் ஆகிய நடத்தைகள் இம்மறிவினையின் அடிப்படையில் ஏற்படுவனவே. முதிர்ச்சி பெற்ற நிலையில் தனி மனிதன் அநீதி எனக் கருதுவனவற்றிற்கு எதிராக இம்மறிவினை திரும்புகிறது.

வளர்ச்சிக்கு வேண்டிய உணவு கிடையாதபோது பசி தோன்றுகிறது. கன்னங்கள், காதுகள், உதடுகள், கழுத்து போன்ற உடற்பகுதிகள் உணர்ச்சி மிக்கவை. இவற்றைப் பிறர் வருடும்போது சில அசைவுகள் ஏற்படுகின்றன. மகிழ்வூட்டும் இந்நிலையை, அவை நீடிக்க வேண்டுகின்றன. மகிழ்வூட்டும் இந்நிலை நீடிக்க வேண்டும் என்று குழந்தையும் விரும்புகிறது. "கண்ணே" "என் செல்வமே" போன்ற அன்புச் சொற்களும் குழந்தையிடம் இத்தகைய மன நிலையைத் தோற்றுவிக்கும். முதிர்ச்சியுற்ற நிலையில் உணர்ச்சிப்பகுதி நூண்டல்கள் மிகவும் முக்கியமானவையாக உள்ளன. கலவித் துண்டல்கள் உணர்ச்சிப் பகுதித் துண்டல்களே. புகைத்தல், வெற்றிலை போடுதல், பாக்கு மெல்லுதல் போன்ற பழக்கங்கள் உணர்ச்சிப்பகுதி இன்பத்தில் அமைவதாம்.

முதிர்ச்சியுற்ற நிலையில் பால் சுரப்பிகள் இயங்குகின்றன. இவை பால் வேட்கையைத் தூண்டிவிடுகின்றன.

ஆல்போர்ட்டு தந்துள்ள இக்கொள்கையும் இயல்பூக்கக் கொள்கையைப்போன்று உயிரியலைச் சார்ந்த கொள்கையே. இயல்பூக்கக்கொள்கைக்கு எதிராகக் கூறிய வாதங்கள் பல இங்கும் பொருந்தும். இயல்பூக்கங்களுக்குப் பதில் ஆல்போர்ட் மறிவினைகளைத் தருகிறார். இயல்பூக்கக் கொள்கையில் மனித நடத்தை முழுவதும் இயல்பூக்கங்களால் ஏற்படுபவையே. இங்கு மனிதனின் அனுபவத்திற்கும் சமூக ஏதுக்களுக்கும் இடம் தரப்பட்டுள்ளது. ஆல்போர்ட் இயல்பூக்கக் கொள்கையில்

முன்னேற்றங்களைப் புகுத்தி வலிமை மிகு மறிவினைக் கொள்கையாக வெளியிட்டுள்ளார் எனலாம்.

உணர்ச்சிகளும் மன வெழுச்சிகளும்

உணர்ச்சிகளும் மனவெழுச்சிகளும் மனித நடத்தையைத் தூண்டும் சக்தி பெற்றவை. நமக்கு மகிழ்வூட்டும் சூழ்நிலையை நீடிக்க விரும்புகிறோம். அருமை நண்பர்களுடன் உரையாடுதல் இன்பம் தருகிறது; அவர்களிடம் பேசி மகிழ்வதை நாம் பெரிதும் விரும்புகிறோம் அல்லவா? ஒரு சில வேளைகளில் மணிக் கணக்கில் நாம் உரையாடுவதுமுண்டு. நாம் கோபமுறும்போது நம்மைக் கோபப்படுத்துபவர்களைத் துன்புறுத்த முனைகிறோம். அச்சம் ஏற்படும்போது ஓட முனைகிறோம். காம உணர்ச்சி மேலிடும்போது கலவி செய்ய முற்படுகிறோம். இவ்வாறு மனவெழுச்சிகள் மனித நடத்தையைத் தூண்டுகின்றன.

கானன் (W. B. Cannon) என்பவர் சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப உயிர் நிலை ஏற்படுத்திக்கொள்ளும் மாற்றங்களே மனவெழுச்சிகள் என்னும் கருத்தை வெளியிட்டுள்ளார்.*[5] இவர் கருத்துப்படி உயிர்நிலை மனவெழுச்சிகளைக்கொண்டு சூழ்நிலைக்கேற்ப நடந்து கொள்ள முற்படுகிறது. இக்கருத்து விலங்கினங்களையும் பிற உயிர் நிலைகளின் நடத்தையையும் பொறுத்தவரை சரியானது தான். ஆனால் மனிதன், அதிலும் தற்கால மனிதன், மனவெழுச்சி களைக் கொண்டு சூழ்நிலைக்கேற்ப நடக்கிறான் என்று சொல்லுதல் முடியாது. தனது மனவெழுச்சிகளை வெளியில் காண்பிக்காமல் கட்டுப்படுத்த இன்றைய மனிதனால் முடியும். ஒரு சில சமுகங் களில் மனவெழுச்சிகளை வெளிக்காண்பித்தல் ஆண்மைக்கு இழுக்கானதாகக் கருதப்படுகிறது.

இவ்வாறு மனவெழுச்சிகளை வெளியிடாது கட்டுப் படுத்துதல் அபாயகரமானது என சில உளவியலார் கருது கின்றனர். வில்லியம் மக்டுகல் தமது பிறழ்வு உளவியல் (Abnormal Psychology) நூலில் இத்தகைய கருத்தினை வெளியிட்டுள்ளார். முதல் உலகயுத்தத்தின்போது பிரஞ்சு நாட்டு வீரர்களைவிட இங்கிலாந்து நாட்டு வீரர்களே உளவழி நரம்பு நோயால் (Neurosis) பெரிதும் பாதிக்கப்பட்டனர். இதன் காரணம் அறியாது மருத்துவர்கள் திகைத்தனர். இங்கிலாந்து நாட்டு வீரர்கள் அச்சத்தை வெளியிடுதல் கோழைத்தனம் எனக்கருதி அவ்வித மனவெழுச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்தினர்;

5. W. B. Cannon—Bodily Changes in Pain, Hunger, Fear and Rage.

பிரஞ்சு நாட்டு வீரர்களோ தமது உணர்ச்சிகளை வெளியிட்டு அவற்றின் அழுத்தத்தினின்று தப்பிக்கொண்டனர். ஆங்கில நாட்டு வீரர்கள் இவ்வாறு மனவெழுச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்தி மனவெழுச்சிக் குமுறலால் எழுந்த மனநோயால் பீடிக்கப்பட்டனர் என்பது தெளிவாயிற்று.

நம் சமூகத்தில்கூட ஆண் மகன் அழுவது கேவலமாகக் கருதப்படுகிறது. ஆனால் இவ்வாறு மனவெழுச்சிகளை வெளியிடுதல் மனித உள்ளத்தை மனவெழுச்சிகளின் அழுத்தத்தினின்று காப்பாற்றும் என உளவியலார் நம்புகிறார்கள். பண்டைக்காலத்தில் இச்சிக்கல் மனிதர்களிடையே காணப்பட்டதில்லை. உணவு, மகளிர், இதர தேவைகள் இவற்றிற்காக அவர்கள் வெளிப்படையாகப் போரிட்டனர்; வெளிப்படையாக தமது மனவெழுச்சிகளை வெளியிட்டனர். ஆனால் நாகரிக மடைந்ததாகக் கருதும் மனிதன் மனவெழுச்சிகளைப் பிறரிடமிருந்து மறைக்க முற்படுகிறான், எனவே இம்மனவெழுச்சிகளை எம்முறையில் வெளியிடமுடியும். அவற்றின் அழுத்தத்தினின்று தப்புதல் எங்ஙனம் என்பன இன்றைய மனிதனுக்குச் சிக்கல்களாக அமைந்துவிட்டன.

இன்றைய சமூகத்தில் நமது குழந்தைகள் மனவெழுச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்தி வெளியிடக் கற்றுக்கொள்ளுகின்றன. ஒவ்வொரு வேளையில் உண்மையான மனவெழுச்சிகளை மறைத்து பொய் மனவெழுச்சிகளை வெளியிடவும் நாம் கற்றுக்கொண்டுள்ளோம். உதாரணமாக பேசிப்பேசி நம் உயிரை எடுப்பவர்கள் சிலர் உண்டு. அவர்கள் நம்மைவிடப் பெரியவர்களாக இருந்தால் உண்மையாக அவர்கள் பேச்சைக்கேட்டு நாம் வெறுப்படைந்தாலும் நமது மனவெழுச்சிகளை அடக்கிக்கொண்டு ஏதோ அவர்கள் பேச்சால் இன்புறுபவர்களைப் போன்று நடிக்கிறோம். அடுத்தபடியாக நம் மனவெழுச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்துவதோடு மட்டுமின்றி ஒரு சில வேளைகளில் முழுவதாக மறைக்கவும் முற்படுவதுண்டு. அச்சம் ஏற்படும்போது உண்டாகும் நடுக்கத்தைப் பிறரிடமிருந்து மறைக்கிறோம். இரவில் தனி வழியாக நடந்துவரும்போது பயம் தோன்றினால் பாட்டுக்களைப் பாடியோ சீட்டி அடித்தோ அம்மனவெழுச்சியை மறைக்க முயலுகிறோம். மேலும் ஒவ்வொரு வேளையில் நாமாகவே மனவெழுச்சிகளை வலிந்து தோற்றுவித்துக் கொள்கிறோம். எப்போது எங்ஙனம் கோபப்படுவது, வெட்கத்தை வெளியிடுவது என்பதை நாம் அறிவோம்.

சுருங்கக் கூறின், மனிதன் குழந்தைப் பருவத்தினின்று வளர வளர மனவெழுச்சியால் தூண்டப்படும் அவனது

நடத்தைகள் குறைந்துகொண்டே வருகின்றன. முதிர்ச்சியுற்ற மனிதர்கள் தம் மனவெழுச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்தவும் மறைக்கவும் திரித்து வெளியிடவும் திறன் படைத்தவர்களாகவும் உள்ளனர். சில வேளைகளில் மனவெழுச்சிகளால் உந்தப்பட்டவர்களாக நாம் நடிப்பதும் உண்டு.

பழக்கமும் நடத்தையும்

பழக்கத்தாலும் மனிதர்கள் குறிப்பிட்ட முறையில் நடக்கக் கற்றுக்கொள்கிறார்கள். பழக்கத்தின் அடிப்படையில் மனிதர்கள் தமக்கெனச் சில நடத்தை முறைகளை ஏற்படுத்திக்கொள்கின்றனர். உணவு, உடை, கலையுணர்ச்சி இவற்றில் மனிதர்களுள் வேறுபாடு உண்டு ஒரு சில மனிதர்கள், குறிப்பாகத் தென்னகத்தவர் காபிப்பானத்தை விரும்பி அருந்துகின்றனர். வடநாட்டிலுள்ளோர் தேநீரை விரும்புகின்றனர். நாம் அரிசியால் படைத்த உணவுப்பண்டங்களை விரும்பி உண்கிறோம். அவர்கள் கோதுமைப்பண்டங்களையே விரும்பி உட்கொள்ளுகின்றனர். குழுவினருள் ஏற்படும் இம்மாறுபாடுகள்போல் தனிமனிதரிடமும் உண்டு. நம்மில் ஒரு சிலர் சர்க்கரை தித்திப்பாகக் காபி அருந்த விரும்புகிறோம். இன்னும் சிலருக்கோ "கசக்கும் காபியே" பிடிக்கும். இவை தனிமனிதரின் விருப்பு வெறுப்புக்களைப் பொறுத்து அமையும்.

மனிதர்கள் தமக்கு நன்மை பயப்பனவற்றை மட்டுமே செய்கின்றனர் என்பதும் தவறு. நம்மில் சிலர் புகை பிடிக்கிறோம். புகை பிடித்தல் நல்ல பழக்கமன்று; நம் ஆரோக்கியத்திற்கு உகந்ததன்று என அறிந்திருந்தாலும் நம்மில் சிலர் தொடர்ந்து புகை பிடிப்பதுண்டல்லவா? மேலும் உணவு மனிதனுக்கு இன்றியமையாத தேவை. பசி ஏற்படும் போது மனிதன் உணவைத்தேடி உட்கொள்ளுகிறான் என நாம் அறிவோம். உண்பதற்கு உணவில்லாத மனிதர்கள் என்ன செய்கிறார்கள்? சிலர் திருடுகிறார்கள்; சிலர் பிச்சை எடுக்கிறார்கள்; இன்னும் சிலரோ திருடுவதையும், பிச்சை எடுப்பதையும் விட மடிந்துபோவதே மேல் எனப் பட்டினியிருக்கிறார்கள். எனவே வெறும் உடற்தேவைகளுக்காக மட்டும் மனிதர்கள் செயல்படுவதில்லை.

மனிதர்களுடைய நடத்தைகள், அவர்களுடைய வாழ்க்கைத் தத்துவம், நம்பிக்கை இவற்றைப் பொறுத்தும் அமைவதுண்டு. பணம் திரட்டுவதே வாழ்வின் இலட்சியம் எனக் கருதுபவன் அதற்கெனவே பாடுபடுகிறான். மக்கள் யாவரும் சமமே என்னும் தத்துவத்தில நம்பிக்கையுள்ளவன் தன் தத்துவத்திற்கு ஏற்ற சமூக நடத்தைகளில் ஈடுபடுகிறான். மனித நடத்தைக்கு ஓரிரு

காரணங்கள் காண முற்படுவதில் பயனில்லை. பல்வேறு தூண்டு சக்திகள் மனித நடத்தையைத் தூண்டுகின்றன. மனிதன் வெறும் உடற் தேவைகளுக்காக மட்டும் செயலாற்றுவதில்லை. சமூக அங்கத்தினனாக வாழும் மனிதன், தன் பழக்கங்கள், விருப்பு வெறுப்புகள், எண்ணங்கள், நோக்கங்கள், தான் வாழும் சமூக நிலை, அதன் உயர் லட்சியங்கள் இவை யாவற்றிற்கும் ஏற்பவே செயலுறுகிறான். இல்லையெனின் மனித நடத்தை விலங்கு நடத்தையினின்று வேறுபடாமல் அமைந்திருக்குமல்லவா?

நான்காம் அதிகாரம்

நனவும் நடத்தையும்

சமூக நடத்தையில் மனநிலைகளின் பங்கு — ஒன்றுதல் — பிறரைப் பழித்தல் — விதி நம்பிக்கை — காரணம் கற்பித்தல் — பின்னேக்கம் — ஒடுக்குதல் — புறத்தெறிதல் — திருப்புதல் — தாழ்வுச் சிக்கல்.

சென்ற அத்தியாயத்தில் மனித நடத்தையைத் தூண்டும் சில தூண்டு சக்திகளைப் பற்றி விவரமாகக் கண்டோம். மனவெழுச்சிகள், உணர்ச்சிகள், ஊக்கிகள் ஆகியவை உடலினது தேவைகளின் அடிப்படையில் செயலுறத் தொடங்கிப் பின்னர் மனிதனின் சமூக நடத்தைக்கு வழிகோலும் விதத்தினையும் கண்டோம்.

மனவெழுச்சிகள் உணர்ச்சிகள், ஊக்கிகள் என்பன மட்டும் மனித நடத்தையைத் தூண்டுவதில்லை. மனிதனின் மன நிலைகளும் மனித நடத்தையைத் தூண்டுவது உண்டு. இம் மன நிலைகள் பல்வேறு காரணங்களால் உண்டாகலாம். சமூகத்தில் வாழும் மனிதன் பல சிக்கல்களைச் சமாளிக்கவேண்டி உள்ளது. ஒவ்வொரு மனிதனும் தன் ஆளுமைக்கேற்ப இச்சிக்கல்களினின்று விடுதலைபெற முயலுகிறான். இம் முயற்சிகளை ஈடு செயல்கள் (Compensation) என்போம். அங்நிலையில் பல மனநிலைகள் (Mental States) உண்டாகின்றன. பின்னர் அவனுடைய சில செயல்கள் இம் மன நிலைகளால் பெரிதும் கட்டுப்படுத்தப் படுகின்றன. இனி இந்த அத்தியாயத்தில் மனித நடத்தையைக் கட்டுப்படுத்தும் அத்தகைய சில மன நிலைகளையும் ஈடு செயல்களையும் காண்போம்.

1. ஒன்றுதல் (Identification)

பிறர்தம் செயல்களோடு ஒன்றி அச்செயல்களைச் சிறிது காலத்திற்கோ அல்லது வாழ்வு முழுமைக்கோ தமதாக்கிக் கொள்ளுதலை ஒன்றுதல் என்போம். சமூக மனிதர்களாக வாழும் நாம் சமூக நிலைகளுக்கு ஒப்பச் செயல் புரிய முற்படுகிறோம். இவ்வாறு செயல்புரிய முற்படும் நாம் ஒன்றிச் செயல்படுதல் உண்டு.

ஒன்றுதலை வாழ்க்கையில் பல நிலைகளிலே காணலாம். குழந்தைகளிடம் ஒன்றுதலை நாம் அதிமாகக் காண்கிறோம். குழந்தைகள் தமது இல்லங்களிலுள்ள பூனை, நாய் போன்ற விலங்கினங்களிடமும், தமது விளையாட்டுக்கருவிகளிடமும் ஒன்றிச் செயல்படுவதை நாம் காண்கிறோம். தம் விளையாட்டுப் பொருட்களைக்கூட உயிருள்ளனவாக அவர்கள் கருதுகிறார்கள்.

அவர்களுடைய விளையாட்டுப் பொருட்களை நாம் அசட்டை செய்தாலோ, அல்லது அவர்கள் அன்புக்கு மிகவும் பிரியமான பூனை போன்ற பிராணிகளை நாம் துன்புறுத்த முனைந்தாலோ, அவர்கள் வெகுண்டு எழுகிறார்கள். தமது பொம்மைக்கு உணவு தர முற்படுகிறார்கள். மேலும், தமது பெற்றோரோடும் ஒன்றி அவர்கள் செயல்படுகிறார்கள். தாயை அடிப்பதாகப் பாவனை செய்தால் குழந்தை கோபமுறும். குழந்தை விளையாட்டுக்களிலும் இந்த ஒன்றுதலை நாம் காணலாம்.

முதிர்ச்சியுற்ற மனிதர்களும் ஒன்றிச் செயல்படுகிறார்கள். நமது கல்லூரிக் கால் பந்தாட்டக் குழுவினரும் மற்றொரு கல்லூரிக் குழுவினரும் போட்டியிட்டு, அதில் நமது கல்லூரிக் குழுவினர் வெற்றி பெற்றால், நாம் வெற்றியடைந்ததாகக் கூறுகிறோம். அவர்கள் தோல்வியடைந்தால் நாம் தோல்வியடைந்ததாகக் கருதுகிறோம். இங்கு நாம் நமது கல்லூரிக் கால்பந்தாட்டக் குழுவினரோடு ஒன்றிவிடுகிறோம்.

பெற்றோர்களும் தமது குழந்தைகளோடு ஒன்றிச் செயல் புரிகிறார்கள். தமது குழந்தைகளின் வெற்றியைத் தமது வெற்றியாகக் கருதுகிறார்கள். தமது குழந்தைகள் பிறரால் இகழப்படும்போது தாம் அவமதிக்கப்பட்டதாகக் கருதுகிறார்கள்.

நம்மைவிடப் பெரியவர்களோடும் நமது கழகங்களோடும் கூட நாம் ஒன்றிச் செயல்படுகிறோம். நம்மில் சிலர் அரசியல் தலைவர்கள், சமூகத்தில் பெரிய நிலையை வகிப்பவர்கள் இவர்களோடு ஒன்ற முற்படுகிறோம். "எனக்கு அந்த அமைச்சரைத் தெரியும். இந்த அமைச்சரின் கொள்ளுத்தாத்தாவும் எங்கள் பாட்டனாரும் மிகவும் நெருங்கிய நண்பர்கள்" என்றெல்லாம் பெருமையடித்துக் கொள்பவர்களை நாம் காண்கிறோம். இவர்களுக்கு இந்த அமைச்சர்களைத் தெரியவே தெரியாமல் இருக்கலாம். அவர்களைத் தங்களுக்குத் தெரியும் என்பதன் மூலம் இந்த அமைச்சர்களோடு ஒன்றி அவர்களது செல்வாக்கிலும் ஒன்றுதல் பெற அவர்கள் விழைகின்றனர். இதே போன்று பெண்கள், திரைப்பட நட்சத்திரங்களோடு ஒன்றுதலைப்பெற முயல்கின்றனர். இதனை வர்த்தக நிலையங்கள் தொழில் தந்திரமாகப் பயன்படுத்துகின்றனர். "திரைப்பட அழகி...இந்தச் சோப்பை உபயோகித்து அழகிய வதனத்துடன் திகழ்கிறார். ஏன் நீங்களும் அத்தகைய அழகிய வதனத்தைப் பெறக்கூடாது?" என்பது போன்ற வர்த்தக விளம்பரங்களை நாம் கண்டதில்லையா? அதே போன்று நாம் ஒவ்வொருவரும் வாழ்க்கையில் வெற்றி பெற விரும்புகிறோம். பிற பாலவரைக் கவரும் திறன் பெற்றவராக இருக்க விரும்புகிறோம்.

மனிதரிடத்தில் காண்ப்படும் இக்குறைகளை வர்த்தக நிலையங்கள் பெரிதும் பயன் படுத்திக்கொள்கின்றன. சாதாரணமாகப் பிறழ்வு நடத்தை (Abnormal Behaviour) உள்ளவரிடம் மட்டுமே "ஒன்றுதலை" அதிகமாகக் காண்கிறோம். பெருமை அடித்துக் கொள்ளுவோர், பெரிய மனிதர்களோடு அவர்களது கையாட்க ளாகவாவது இருக்கவேண்டுமென்று விரும்புவர்கள், போன்றோர் சாதாரணமாகச் சுய நம்பிக்கை யற்றவர்களாகவும் செயல்படும் திறமையற்றவர்களாகவுமே காணப்படுகின்றனர்.

2. பிறரைப் பழித்தல்

இன்னும் சிலர் பிறரிடம் எப்பொழுதும் குறை காணும் மனப்பான்மை கொண்டவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். இதிலிருந்து நம்மைவிட இழிவானவர்களை மட்டுமே நாம் பழித்துக் கூறுகிறோம் என்று சொல்வதற்கில்லை. நாம் எவரிடம் பொறுமை கொள்கிறோமோ அவர்களையே குறைத்துக் கூற முற்படுகிறோம். காய்த்தமரத்தின்மேல்தான் கல்லெறிகிறோம். நம் நிலையிலிருந்து உயர்ந்த பதவிக்கு வந்துவிட்டவர்களிடம் பொறுமை கொள்ளுதல் இயல்பு. சாதாரண நிலையினின்று தமது உழைப்பால் ஒருவர் உயர்ந்த நிலை எய்தினாலும், அவரது பழைய நண்பர்கள் பலர், 'காக்காய்' பிடித்தும் இலஞ்சம் வாங்கி யும் கள்ளவியாபாரத்தினாலும் அவர் பணம் சேகரித்ததாகக் கூற முற்படுவர். இதுவும் மக்களிடம் நாம் காணும் ஓர் உளநிலையே.

இன்னும் சிலர், தம் குறைகளுக்குப் பிறரைக் காரணமாகக் கூறுவர். "ஆடத் தெரியாதவர்களுக்குத் தெருக்கோணல்" என்பது பழமொழி. ஏனெனில் தோல்வியடையும் மாணவர், தமக்குப் போதித்த ஆசிரியர்களைக் குறை கூறுவர். பதவி உயர்வு கிடைக்காத அலுவலர், தமது அதிகாரிகளுக்கு ஒருவனின் திறமையை மதிப்பிடும் திறன் இல்லை என்கிறார். இவை யாவும் தமது தோல்வியை மறைக்க மனிதர்கள் எடுத்தாளும் ஒருவகை முயற்சியேயாம். தமது தோல்வியை மறைக்கவும் தமது சுய மதிப்பிற்கு ஏற்படும் இழுக்கை இத்தகைய உள நிலை மூலம் தவிர்க்கவும் மக்கள் முற்படுகின்றனர்.

3. விதி நம்பிக்கை

எதற்கெடுத்தாலும் விதியைக் காரணம் காட்டுதல் மக்களிடம் நாம் காணும் மற்றொரு மனப்பான்மை. தோல்வியேற்படும் போது பழியை விதிமேல் சுமத்துகிறோம். "உலக வாழ்வே மாயம்; மனித முயற்சிகள் யாவும் வீண்; மனிதனின் தலைவிதிப் படியேதான் செயல்கள் நடைபெறும்" என்பன போன்ற கருத்துக்களையும் மனப்பான்மைகளையும் நம் மக்களிடத்தே

காண்கிறோம். இதுவும் தோல்வி மனப்பான்மையை ஈடுசெய்யும் (Compensation) முயற்சியே.

வாழ்வில் ஏற்படும் தோல்வியைச் சமூக எதிரான செயல்களில் ஈடுபடுவதன் மூலம் ஈடுசெய்ய முற்படுபவர்களையும் நாம் காண்கிறோம். "இளம் குற்றவாளிகள் (Juvenile Delinquents), தமது வாழ்வில் ஏற்பட்ட கசப்பான நிகழ்ச்சிகளினின்று விடுதலை பெறவே ஈடுசெயலாகச் சமூக விரோதமான செயல்களில் ஈடுபடுகின்றனர்" என உளவியலார் கருதுகின்றனர். பொய் சொல்லுபவர்கள், திருடுபவர்கள், தம்மைப்பற்றிப் பெருமையடித்துக் கொள்பவர்கள், உரக்கச் சத்தமிட்டுப் பேசுபவர்கள், தம்மை விளம்பரப் படுத்திக்கொள்ள முற்படுபவர்கள் யாவரும் இத்தகைய ஈடுசெயல் புரிய முற்படுவோரே.[1]

4. காரணங் கற்பித்தல் (Rationalisation)

நமது நடத்தைக்குச் சில வேளைகளில் பொய்க்காரணங்களையும் காட்ட நாம் முற்படுவதுண்டு. பொதுவாக நாம் செய்துள்ள செயல் தவறுனது என நம் மனச் சாட்சி சுட்டிக் காட்டும்போது, அந்தமன வேதனையினின்று தப்பும் முயற்சியாகக் காரணம் கற்பித்தலில் நாம் ஈடு படுகிறோம். வம்பளத்தல், அதிகமாகப் பெண்களிடம் நாம் காணும் ஒரு குறைபாடு ; ஒரு பெண்ணைப் பற்றி மற்றொரு பெண்ணிடம் வம்பளக்கும் பெண், தான் அச்செயலில் ஈடுபட்டதற்குக் காரணம் கற்பிக்க முயலுவதுண்டு. பிறர் தம்மைப்பற்றி இகழ்வாக நினைப்பதைத் தவிர்க்கவும், 'தவறு செய்கிறோம்,' என்னும் உணர்ச்சியை மறைத்துப் 'பிறருக்கு நல்லதே செய்கிறோம்,' என்ற போலியான உணர்வை ஏற்படுத்தித் தம்மைத் தாமே தேற்றிக்கொள்வதற்காகவும் மனிதர்கள் "காரணம் கற்பித்தல்" எனும் நடத்தையில் ஈடுபடுகின்றனர். காரணம் கற்பித்தலில் உண்மையான காரணங்களை மறைத்து, நமது நடத்தைக்கு வேறு நல்ல காரணங்களைக் கற்பிக்க முயலுகிறோம். எட்டாப்பழம் புளிக்கும் (Sour Grapism) என்னும் மன நிலை இதற்கு ஓர் உதாரணமாகும்.

5. பின்னேக்கம் (Regression)

வாழ்வில் ஏற்படும் சிக்கல்களை மனிதன் பல வழிகளில் சுவிர்க்க முயலுகிறான்; அத்தகைய ஒரு முயற்சியே பின்னேக்கம்.

---

1. See. V. E. Fisher - An Introduction to Abnormal Psychology Page 99 (1947)

முதிர்ச்சியுற்ற மனிதன் தன் சிக்கல்களைச் சரியான முறையில் தவிர்க்க இயலாதபோது அவனது உளச்சக்திகள் தடைபட்டுப் பின்னேக்கி ஓடுகின்றன. உளச்சக்திகளுக்கு ஏற்படும் இத்தகைய தடையால் முதிர்ச்சியுற்ற மனிதன் குழந்தைத்தனமான செயல்களில் ஈடுபடுகிறான். குழந்தை நிலைக்குத் திரும்பி வாழ்க்கைச் சிக்கல்களைத் தவிர்க்க முயலும் மன நிலையினையே பின்னேக்கம் எனலாம் என்று மார்கன் (Morgan) தமது நூலில் கூறியுள்ளார். 2

பின்னேக்கம் இரு வகைப்படும். ஒரு வகைப் பின்னேக்கத்தில் மனிதர்கள் குழந்தைத்தனமான உணர்ச்சிகள், தேவைகள், எதிர்வினைகள் இவற்றைக் கொண்டவர்களாக மாறிவிடுகிறார்கள். சுருக்கமாகக் கூறின் இவர்கள் உடலளவைத் தவிர மற்ற நிலைகளில் குழந்தையாகவே மாறிவிடுகின்றனர். இத்தகைய பின்னேக்கினை இயல் பிறழ்வு நடத்தை உள்ளோரிடமே காண்கின்றோம். முப்பது வயதை எட்டியவர் மூன்று வயதுக் குழந்தைபோல நடந்துகொள்ள முற்படுவதுண்டு. சாதாரணப் பேச்சும் குழறும் மழலையாக மாறிவிடுகிறது. குழந்தைத்தனமான செயல்களிலும் கற்பனைகளிலும் எதிர்வினைகளிலும் அவர் ஈடு படுகிறார்.

மற்றொரு வகைப் பின்னேக்கத்தில் முதிர்ந்தவர் முதிர்ச்சி பெற்றவராகவே செயல்படுகிறார். ஆனால், சில சிக்கல்களுக்கு முடிவு காண முனையும்போது அதில் வெற்றி பெறுமல் அச்சிக்கல்களைத் தவிர்ப்பதற்காக மட்டும் குழந்தைத்தனமான செயல்களில் ஈடுபடுதல் உண்டு. நல்ல மனிதர்கள், உண்மையாக நடந்து கொள்ளக்கூடியவர்கள், வாழ்வில் ஏற்படும் சில தோல்விகளாலும் மனக்கசப்பாலும் கெட்டவர்களாக மாறிவிடுகின்றனர். பால் - தொடர்புகளில் ஏற்படும் சிக்கல்கள் முன்னைய நிலை நடத்தைகளில் மனிதர்களை ஈடுபடச் செய்வதுண்டு. பின்னேக்கம் ஏற்படுவதற்குச் சில மனவெழுச்சிகளின் அழுத்தம் காரணமாக அமையலாம் எனச் சில உளவியலார் கருதுகின்றனர். குறிப்பாக வில்லியம் மக்டுகல் அச்ச உணர்ச்சியே பின்னேக்கத்தின் முக்கிய காரணம் என்னும் கருத்தை வெளியிட்டுள்ளார்.[3] காதல் முறிவு ஏற்படும்போதும் பின்னேக்கம் ஏற்படுவதுண்டு. காதல்

---

2. See. J. B. Morgan - The Psychology of Abnormal People-Page 507.

3. See - William Mc. Dougall - outline of Abnormal Psychology - Page 294—296.

முறிவால் மனிதர்கள் பெரிதும் ஏமாற்றமடைகிறார்கள். ஏற்படும் ஏமாற்றம் அவர்களது சுய மதிப்பையும் பெருமையையும் பெரிதும் பாதிக்கிறது. இத்தகைய மன நிலையினின்று விடுதலை பெறும் உபாயமாக நாம் பின்னேக்கச் செயல்களில் ஈடுபடுவதுண்டு.

6. ஒடுக்குதல் (Repression)

சமூகத்தில் வாழும் மனிதன் தன் இச்சைகளின்படி செயலுற முடிவதில்லை. சமூகக் கட்டுப்பாடுகளுக்கு உட்பட்டே மனிதன் செயலுறுகிறான். உதாரணமாகப் பாலுணர்ச்சியை எடுத்துக் கொள்வோம். அழகிய நங்கையர் பலரை ஒருவன் விரும்பலாம். ஆனால், நாம் வாழும் சமூகம் ஒரே மனைவியுடன் இல்லறம் நடத்துவதையே அனுமதிக்கிறது. எனவே இத்தகைய விருப்பம் ஏற்படும்போதும் தனிமனிதன் அதனை ஒடுக்கவேண்டிய தேவை ஏற்படுகிறது.

பாலுணர்ச்சியை மட்டும் மனிதர்கள் ஒடுக்குவதில்லை. பல்வேறு தூண்டுதல்களை மனிதர்கள் ஒடுக்குகிறார்கள். ஒருவித மனநோயில் (Anorexia Nervosa) பசியுணர்ச்சியைக்கூட மனிதர்கள் ஒடுக்குகின்றனர். மனவெழுச்சிகளையும் தூண்டு சக்திகளையும் முழுமையாக மனிதர்களால் ஒடுக்க முடிவதில்லை என பிராய்டு கருதியுள்ளார். கனவுகள், பகற்கனவுகள், கிலிகள் (phobias) கட்டாயச் செயல்கள் (Compulsions) மூலம் ஒடுக்கப் படுபவை வெளிவருகின்றன.

சமூக வாழ்வே ஒடுக்கத்தின் அடிப்படையில் ஏற்படுகிறது எனலாம். சமூகத்தேவைகளுக்கேற்ப மனிதன் ஒடுங்கி வாழாது போயின், நமது சமூகம் என்றோ நசித்துப்போயிருக்குமன்றோ? பல்வேறு வேளைகளில் சமூகத்திற்கு விரோதமான செயல்களில் ஈடுபட வேண்டுமென்னும் ஆவல் தோன்றினும், அவற்றை ஒடுக்கிச் சமூக மனிதர்களாக வாழ்கிறோம்.

7. புறத்தெறிதல் (Projection)

தமது பண்புகளைப் பிறர்க்குப் புகுத்துதலைப் புறத்தெறிதல் என்போம். குறிப்பாக நம்மிடையே, நாம் விரும்பாத சில பண்புகள் உண்டு. இவற்றை நம்முடையது என ஒத்துக் கொள்ள நம் நனவு மனம் (Conscious mind) இடம் தருவதில்லை. எனவே நாம் விரும்பாத இக் குணங்களையும், பண்புகளையும் பிறர்க்குப் புகுத்த முற்படுகிறோம். இது ஒரு நனவிலி (Unconscious) நிகழ்ச்சியாம்.

திருடவேண்டும் என்ற விருப்பமுடையவர் பிறரையெல்லாம் திருடர்கள் என்கிறார். "மற்றவர்களை இவ்வேலைக்கு அமர்த்தினால் அவர்கள் திருடுவார்கள். எனவே, என்னை அமர்த்தலாம்" என்று ஒருவர் கூறினால், அவர் தம்மிடத்தில் காணப்படும் திருடவேண்டும் என்னும் ஆவலைப் புறத்தெறிய முற்படுகிறார் என்றுதான் நாம் அறிந்துகொள்ளவேண்டும். இழிவான செயல்களில் ஈடுபட விருப்பமுடையவர்கள் பிறரை இழிவானவர் என்கிறார்கள்; கஞ்சன் பிறரைக் கஞ்சன் என்கிறான்.

சில பிற சந்தர்ப்பங்களிலும் நாம் புறத்தெறிதலில் ஈடுபடுவதுண்டு. நாம் துக்கமாக இருக்கும்போது உலகமே துக்கமயமாகக் காணப்படுகிறது. மகிழ்ச்சியால் தினைக்கும்போது நாம் காண்பவை யாவும் மகிழ்ச்சிகரமானதாகத் தோன்றுவதில்லையா? சிறு குழப்பத்தையும் சில கட்சியினர் பெரும் புரட்சியாகக் கருதுவதில்லையா?

8. திருப்புதல் (Deflection)

ஒரு சூழ்நிலையில் ஏற்படும் மனவெழுச்சியையும் உணர்ச்சியையும் மற்றொரு சூழ்நிலையில் வெளியிடுதலைத் திருப்புதல் அல்லது திருப்பு நடத்தை என்போம். இத்தகைய நடத்தையில் நாம் பல வேளைகளில் ஈடுபடுதல் உண்டு. உதாரணமாக, அலுவலகத்தின் தலைவர் ஓர் அலுவலரைக் கோபித்தால் அவரிடம் தமது கோபத்தைக் காட்ட முடியாமல், வீடு திரும்பி அக்கோபத்தை தம் மனைவி குழந்தைகளிடம் காட்ட முற்படும் நடத்தையைத் திருப்பு நடத்தை என்போம். தலைவரிடம் காட்டப்படவேண்டிய கோபம் ஏதும் அறியாத மனைவி மக்கள் மேல் திருப்பிவிடப்படுகிறது.

சமூக நடத்தையிலும் திருப்பு நடத்தையை நாம் காண்பதுண்டு. மனைவியிடம் சண்டையிட்டுவரும் ஆசிரியர் வகுப்பறையில் மாணவர்கள் மேல் தமது கோபத்தைத் திருப்ப முற்படுகிறார். தான் முன்னேறுவதற்கு வழியில்லை என்ற காரணத்தால் ஓர் இனம் மற்றோர் இனத்தின்மேல் கோபத்தைக் காட்ட முனைபலாம்.

9. தாழ்வுச் சிக்கல் (Inferiority Complex)

தாழ்வுச் சிக்கலும் தாழ்வு மனப்பான்மையும் சில மனித நடத்தைகளுக்குக் காரணமாக அமைகின்றன. மேலே கூறிய ஒரு சில மன நிகழ்ச்சிகளும் தாழ்வு மனப்பான்மையால் ஏற்படுவதுண்டு.

தாழ்வுச் சிக்கலும் மனப்பான்மையும் பல்வேறு காரணங்களால் தோன்றலாம். உடற்குறை உள்ளவர்கள் சாதாரணமாக

தாழ்வுச் சிக்கல்களால் பாதிக்கப்படுகின்றனர். ஒரு கையை இழந்தவன் பிற மக்களின் முன்னிலையில் தன்னைத் தாழ்ந்தவன், குறைபாடுள்ளவன் எனக் கருதுகின்றான். இதேபோன்று புலன் உணர்வு குன்றியவர்களும் அறிவு குன்றியவர்களும் தாழ்வு எண்ணங்களால் துன்புறுவதுண்டு.

தாழ்வு மனப்பான்மையைத் தாழ்ந்த சமூக நிலை பெரிதும் வளர்க்கிறது. ஒரு செல்வந்தனின் முன் ஏழை கூசிக்குறுகுகிறான். தாழ்ந்த இனத்தவன் எனக் கருதப்படுபவன் உயர்ந்த இனத்தவனின் முன் தான் இழிந்தவன் என்று எண்ணி மறுகுகிறான். கற்றவன் முன் கல்லாதவன் தாழ்ந்தவனாகப்படுகிறான்.

குழந்தைப் பருவத்தில் தாழ்வு மனப்பான்மை எழுவதுண்டு. அன்பு செலுத்தப்பெறுத குழந்தைகள், அதிக அன்பு செலுத்திக் கெடுக்கப்பட்ட குழந்தைகள், ஆகிய இரண்டு வகையுமே முதிர்ச்சியுறும்போது தாழ்வு மனப்பான்மையால் தவிக்கின்றன.

மனிதர்கள் ஒவ்வொரு சூழ்நிலைகளில் தம்மைத் தாழ்ந்தோராகக் கருதுதல் உண்டு. ஆயினும் ஒரு மனிதன் ஒவ்வொரு சூழ்நிலையிலும் தன்னைத்தாழ்ந்தவனாகக் கருதின், அது அவனது இயல்பிறழ்வு நிலையினைக்காட்டுகிறது. தாழ்வு மனப்பான்மையினால் இத்தகைய முறையில் பாதிக்கப்படுபவர்கள் ஈடுசெயல்களில் ஈடுபடுகின்றனர். தாழ்வு மனப்பான்மையின் அழுத்தம் மிகவும் அதிகரிக்கும்போது மனிதனின் நடத்தை இயல்பிறழ்ந்த நடத்தையாக மாறிக் கவலை தருவதுண்டு.

ஐந்தாம் அதிகாரம்

சமூக எதிர்வினைகள்

சமூக எதிர் வினைகளின் தன்மை — வரையறை — ஒத்துணர்வு — குழந்தையும் ஒத்துணர்வும் — அச்சமும் ஒத்துணர்வும் — பீதி — வதந்தி — ஒத்துணர்வு ஏற்படும் விதம் — சூழ்நிலையும் தேவைகளும் — ஒத்துணர்வின் பயன்கள்.

பின்பற்றல் — உடை, நாகரிகம் — இலக்கியத்துறை — அரசியல் — சமயம் — பின்பற்றல் வகைகள் — நனவிலிப் பின்பற்றல் — நனவுப் பின்பற்றல் — புகழ்ச்சியும் பின்பற்றலும் — டார்டேயின் பின்பற்றல் விதிகள் — பின்பற்றலின் முக்கியத்துவம்.

கருத்தேற்றம் — வரையறை — கருத்தேற்கும் தன்மை — கருத்தேற்றத்தைத் தூண்டும் மனநிலைகள் — கருத்தேற்றத்தைத் தூண்டும் காரணங்கள் — கருத்தேற்ற வகைகள் — நேரடிக் கருத்தேற்றம் — மறைமுகக் கருத்தேற்றம் — உடன்பாட்டு நேர்நிலைக் கருத்தேற்றம் — எதிர்மறை நிலைக் கருத்தேற்றம் — எதிர்மறைக் கருத்தேற்றம் — தன் கருத்தேற்றம் — கும்பல் கருத்தேற்றம் — கீர்த்திக் கருத்தேற்றம் — கருத்தேற்ற விதிகள் — கருத்தேற்றத்தின் பயன்.

கருத்தேற்றம் நம்பிக்கையின் அடிப்படையில் ஏற்படுவதாம். ஒருவர் கூறுகின்ற கருத்தை நாம் ஏற்று அதற்கேற்பச் செயல் படுவதாயின், அவருடைய கூற்றின் மேல் நமக்கு நம்பிக்கை உண்டு என்பதைக் காட்டுகிறது. பின்பற்றுதல் என்பது நமது நடத்தையைப் பொறுத்தது. பிறருடைய நடை உடை பாவ னைகள், செயல்கள் போன்றவற்றை நாம் பின்பற்ற முற்படு கிறோம். ஒத்துணர்வு, உணர்ச்சிகளின் அடிப்படையில் ஏற்படு கின்றது. சமூக மனிதர்களாகிய நாம், பிறருடைய உணர்ச் சிகளுக்கேற்ப அவர்களிடம் நடந்து கொள்ளுகிறோம். ஒருவர் விசனமாக இருக்கும் போது நாமும் அவரது வருத்தத்தைப் பகிர்ந்து கொள்ளுகிறோம். மகிழ்ச்சியாக இருப்பவரிடம் நமது மகிழ்வைக் காட்டுகிறோம். எனவே, ஒத்துணர்வு, பின்பற்றல், கருத்தேற்றம் என்னும் சமூக எதிர்வினைகள் முறையே உணர்ச்சி, நடத்தை, நம்பிக்கை என்னும் அடிப்படைகளில் ஏற்படுகின்றன.

ஒத்துணர்வு

பிறருடைய உணர்ச்சிகளுக்கும், மன நிலைக்கும் ஏற்ப நாம் ஒழுக முற்படுதலே ஒத்துணர்வு என்போம். இத்தகைய நடத் தையில் பிறருடைய மன எழுச்சிகளும் உணர்ச்சிகளும் அதே

சமூகத்தில் வாழும் நாம் பிறரோடு ஒன்றி வாழ்கிறோம் நமது செயல் நடத்தையைப் பிற மக்கள் தூண்டுவதுண்டு. இன்னும் சில வேளைகளில் நாமாகவே பிறரைப் பின்பற்ற முனைவ துண்டு. பிறர் நகைக்கும் பொழுது நாமும் அவர்களோடு சேர்ந்து நகைக்கிறோம். பிறர் அணிகின்ற ஆடை அணிகளை விரும்பி நாமும் அணிகிறோம். குறிப்பாகச் சினிமா நட்சத்திரங் களின் ஆடைகளையும், அலங்கார வகைகளையும் நாகரிகமான தாகக் கருதி நாமும் பின்பற்றுகிறோம். அதே போன்று பிறரு டைய கருத்துக் கிணங்கியும் நாம் செயல்படுகிறோம். பெற்றோர் கள், ஆசிரியர்கள், அரசியல், சமூக, சமயத் தலைவர்கள் போன் றோரின் கருத்திற்கிணங்க நடக்கிறோம். பிறருடைய தூண்டுத லால் ஏற்படும் இத்தகைய எதிர் வினைகளுள் ஒத்துணர்வு (Sympathy) பின்பற்றல்(Imitation),கருத்தேற்றம் (Suggestion) என்பன மிகவும் முக்கியமானவை. இவற்றைப் பற்றி இங்கு விவரமாகக் காண்போம்.

போன்ற மன நிலையை நம்மிடத்தே ஏற்படுத்துகின்றன. தமக்கு மிகவும் நெருங்கிய நண்பரையோ, உறவினரையோ இழந்து நமது நண்பரொருவர் துக்கத்தில் மூழ்கும்போது, அவரைக் கண்டு நாமும் துக்கத்திலாழ்கிறோம். குழந்தைகளிடையே ஒத்துணர்வை அதிகமாக நாம் காண்கிறோம். ஒரு குழந்தை அழ ஆரம்பிக்குமாயின், பிற குழந்தைகளும் அழ ஆரம்பிக்கின்றன; ஒரு குழந்தை சிரிப்பதைக் கண்டு இதர குழந்தைகளும் சிரிப்பதுண்டு.

அச்ச உணர்வும், ஒத்துணர்வாகப் பின்பற்றப்படுவதுண்டு. செம்மறியாடுகள், மான்கள், போன்ற விலங்கினங்களிடையே இத்தகைய நடத்தையை நாம் அதிகமாகக் காணலாம். ஓர் ஆடு அச்சமுற்று ஓட ஆரம்பிக்குமாயின், மந்தையிலுள்ள அத்தனை ஆடுகளும் அச்சமுற்று ஓட ஆரம்பிக்கின்றன. மக்களிடையே ஒத்துணர்வின் அடிப்படையில் பீதி பரவுவதுண்டு. திரைப்படக் கொட்டகைகள், திருவிழாக்கள், போன்ற மக்கள் குழுமியுள்ள இடங்களில் எங்கேனும் சிறிது தீ பரவுமாயின், ஒருசிலர் அதனைக்கண்டு அச்சமுற்று ஓட, இவ்வச்சம் காட்டுத்தீயெனப் பரவுதல் உண்டு. வதந்திகளும் ஒத்துணர்வின் அடிப்படையிலேயே பீதியை மக்களிடையே பரப்புகின்றன. யுத்தம் வரும் என்னும் வதந்தியை ஒருசிலர் கேட்டுப் பீதி அடைவதால், இப்பீதி நாட்டு மக்கள் அத்தனை பேரையும் விரைவில் பாதிக்கின்றது.

ஒத்துணர்வு எவ்வாறு ஏற்படுகிறது? மக்டுகல் இது உடன் பிறந்த உளப்போக்கு (tendency) எனக் கருதுகிறார். இதனை உண்மையென ஒத்துக் கொள்வதற்கில்லை என ஆல்போர்ட் (Allport) என்னும் உளவியல் அறிஞர் கூறுகிறார். ஒத்துணர்வு என்பது உடன் பிறந்த உளப்போக்காயின் ஓர் உணர்ச்சி அதே போன்ற உணர்ச்சியை உடனடியாக ஏற்படுத்த வேண்டும். இவ்வாறு நடைமுறை வாழ்வில் ஏற்படுவதில்லை. சினமிகுந்து நிற்கும் ஒருவரை நாம் காண்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். அவர் நமது கட்சியைச் சார்ந்தவராயின், நாமும் சினமுற்று அவரது எதிரியின் மேல் பாயலாம். ஆனால் நம்மை விட வலிமை குறைந்தவராகவும், செல்வாக்கவற்றவராகவும் அவர் இருப்பின், அவரது கோபத்தைக் கண்டு நாம் எள்ளி நகையாடுவோம் அன்றோ? குழந்தை கோபமுறும்போது, அதைக் காணும் நமக்கு வேடிக்கையாக இருப்பதில்லையா? காதலியின் கன்னம் கோபத்தால் சிவக்கும்போது அம் மனநிலை காதலியின் அழகை அதிகரிப்பதாகக் கருதி அதனைக் காதலர்கள் ரசித்து மகிழ்வதாக நமது

காவியங்கள் காட்டுகின்றனவே! எனவே சூழ்நிலைக் கேற்பவே பிறருடைய உணர்ச்சிகள் நம்மிடையே ஒத்துணர்வை ஏற்படுத்துகின்றன என்பது தெளிவு.

மேலும் பிறருடைய உணர்ச்சிகளுக்கு ஏற்ப மக்கள் அனைவரிடமும் ஒரேவகையான ஒத்துணர்வு ஏற்படுவதில்லை என்பதைப் பல்வேறு சோதனைகள் காட்டியுள்ளன. பேராசிரியர் ஜி. டி. போவாஸ் (G. D. Boaz) தாம் எழுதியுள்ள பொது உளவியல் நூலில் இத்தகையபரிசோதனையைக் குறிப்பிட்டுள்ளார்.[1] பிரபல திரைப்பட நடிகர் திரு. ரஞ்சன் அவர்கள் பல்வேறு உணர்ச்சிகளை வெளியிட்டுத் தந்த புகைப்படங்கள், பல மாணவர்களுக்குக் காட்டப்பட்டன. ஆனால் எல்லா மாணவர்களாலும் அப்புகைப் படங்கள் வாயிலாக வெளியிட்டுள்ள உணர்ச்சிகளைத் திட்ட வட்டமாக அறிய முடியவில்லை. ஒரு சிலர் ஆச்சரிய உணர்ச்சியை அச்ச உணர்ச்சி என்னக் கூறினார்கள். இதே உணர்ச்சிகள், பிறரால் தூண்டப்படுவதாயின் இம்மாணவர்கள் உணர்ச்சிகளைத் திட்ட வட்டமாக அறிந்து கூறியிருக்கவேண்டுமன்றே?

சூழ்நிலைக் கேற்பவும், நம் தேவைகளுக் கேற்பவும் நாம் ஒத்துணர்வினை வெளியிடுகிறோம். தொழில் தகராறுகள் ஏற்படும்போது நாம் தொழிலாளராக இருப்பின் பொதுவாகத் தொழிலாளர்களோடு ஒத்துணர்கிறோம். முதலாளிகள் பொதுவாக முதலாளிகளுடன் மட்டுமே ஒத்துணர்ந்து நடக்கின்றனர். சாதாரண காலங்களில் மொழிவாரியாக நாம் பிரிந்து பிறமொழி மக்களோடு சச்சரவில் ஈடுபடலாம். ஆனால், நமது தேச முழுமைக்கும் ஆபத்து ஏற்படும்போது, நம்மிடையே உள்ள சச்சரவுகளை மறந்து, ஒன்றுபட்டு, ஒத்துணர்ந்து, நாம் செயல்படமுற்படுவதில்லையா? போர், இயற்கை ஆபத்துக்கள் போன்றவை தோன்றும் போது தேச முழுமையும் ஒரே வகை உணர்ச்சிகளால் உந்தப்பட்டுச் செயல் புரிதல் இதற்குச் சான்றாகும்.

ஒத்துணர்வினைப் பற்றிய மற்றொன்றினையும் நாம் புரிந்து கொள்ளவேண்டும். ஒத்துணர்வில் பிறருடைய உணர்ச்சிகள் அதே உணர்வினை நம்மிடையே ஏற்படுத்துவதாக வைத்துக் கொள்வோம். நம்மிடையே ஏற்படும் உணர்ச்சியின் செறிவு (Intensity) அதை நம்மிடம் ஏற்படுத்தியவரிடம் காணப்பட்ட உணர்ச்சிச் செறிவை விடக் குறைந்தே காணப்படும். நம் நண்பர் ஒருவர், தம் மனைவியை இழந்து துக்கத்தில் மூழ்கிக் காணப்படுகிர். அவரைக் காணும் போதும், அவரது துயரத்தை நாம் அறியும்போதும், நாமும் துக்கமடைகிறோம்

1. See. G. D. Boaz-General Psychology.

என்பது உண்மை. ஆனால் அச்செய்தியைக் கேட்டு நமக்கு ஏற்படும் துக்கத்தின் செறிவு நமது நண்பருக்கு ஏற்பட்டுள்ள துக்கத்தின் செறிவைவிடக் குறைந்தே காணப்படும். நமக்கு ஏற்பட்டுள்ள துக்கம் நண்பரைப் பிரிந்தவுடன் மாறிவிடலாம். ஆனால் நம் நண்பரோ, பல மாதங்கள், ஏன் பல வருடங்கள் கூட அத்துக்கத்தால் பாதிக்கப்படலாம்.

ஒத்துணர்வு சமூகச் செயல் என முன்னமே கூறினேம். ஒத்துணர்வினால் ஏற்படும் சமூகப்பயன்கள் என்ன? ஒத்துணர்வு மனிதருள் ஒற்றுமையை அதிகரிக்கச் செய்கிறது. பிற மனிதர்களுடன் ஒத்துணர்வதன் மூலம் நாம் சமூகத்தில் ஒன்றுபட்டு வாழ முடிகிறது. மேலும் ஒத்துணர்வின் அடிப்படையில் நமது நண்பர்களையும் உறவினர்களையும், நம்மைச் சுற்றியுள்ள பிற மனிதர்களையும் நாம் சரியாக அறிந்து கொள்ளவும், அவர்களுடைய நடத்தையைப் புரிந்து கொள்ளவும் முடிகிறது. இன்னும் ஒத்துணர்வின் அடிப்படையில் பிற மனிதர்களின் மன நிலைக் கேற்ப நாம் ஒழுக முடிகிறது. விசனமுற்று இருக்கும் நண்பரிடம் சென்று, நாம் அவர்களைக் கேலி செய்து மகிழ்வுற நினைப்பதில்லை. அதே போன்று நமது நண்பர்கள் மகிழ்வோடிருக்கும் வேளையில் நாம் மட்டும் முகத்தைத் தொங்கவிட்டுக் கொண்டு இருத்தல் நல்ல சமூகச் செயலன்று. பிற மனிதர்களின் உணர்ச்சிகளுக்கு மதிப்புத் தந்து, அதற்கேற்பச் செயல்பட முற்படுபவர்களே, சமூகத்தால் பெரிதும் மதிக்கப்படுகின்றனர். இவர்களே வாழ்க்கையில் வெற்றி பெற்ற மனிதர்களாகத் திகழ்கிறார்கள்.

பின்பற்றல்

பிறருடைய நடையுடை பாவனைகள், பேசும் விதம், அங்க அசைவுகள் இவற்றினை மற்றொருவர் ஏற்பதனைப் பின்பற்றல் என்போம்.

மனித வாழ்வில் பல துறைகளில் பின்பற்றுதலை நாம் காண்கிறோம். நாகரிகமெனக் கருதப்படுவது யாவும் அதிகமாகப் பின்பற்றப்படுபவையே. உடைகளை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். மேனாட்டினரின் உடை சிறந்தது; நாகரிகமானது எனக் கருதி நம்மில் பலர் மேனாட்டு முறையில் உடை அணிகிறோம். அதே போன்று பிரபல திரைப்பட நடிக, நடிகையரின் உடைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன. பிரபல திரைப்பட நடிகை ஒருவர் ஒருவகை உடையணிந்து திரைப்படத்தில் காட்சியளித்தாராயின், உடனடியாக அது நாகரிக உலகால் பின்பற்றப்படுகிறது. செல்வந்

தர்கள். பெரும் அரசியல் தலைவர் ஆகியவர்களது உடை முறையையும் நாம் பின்பற்றத் துணிகிறோம்.

இலக்கியத் துறையிலும், சொற்பொழிவு முறையிலும் பின்பற்றலை அதிகமாகக் காணலாம். பிரபல எழுத்தாளரின் நடையைப் பின்பற்றி எழுத ஆரம்ப எழுத்தாளர்களும், புகழ் பெற்ற சொற்பொழிவாளர்களின் பாணியைப் பின்பற்றி பிறப் பேச்சாளர்களும், திறம் பெற்ற நடிக நடிகையரின் நடிப்பு முறைகளைப் பின்பற்ற இதர நடிக நடிகையர்களும் முயலுவதை நாம் காண்கிறோம். அரசியல் துறையிலும் பின்பற்றுதலை அதிகமாகக் காணலாம். ஒவ்வொரு அரசியல் வாதியும் ஒரு நேருவாகத் திகழவேண்டும் என்று விரும்பி அவரைப் பின்பற்றுவதை நாம் காண்கிறோம்.

சமயச் சம்பிரதாயங்களிலும் நாம் பிறரைப் பின்பற்றுகிறோம். வணங்குதல், படைத்தல், பலி செலுத்தல் போன்ற செயல்களில் நாம் நம் சமயத்தைச் சேர்ந்தவர்களைப் பின்பற்றுகிறோம். அதே போன்று ஒழுக்க நடத்தையிலும் நாம் பிறரைப் பின்பற்ற முற்படுகிறோம். ஒழுக்க சீலர்களாக விளங்க விரும்புகிறவர்கள், புத்தர், இயேசு, மகாத்மா காந்தி போன்ற ஒழுக்க சீலர்களின் வழிகளைப் பின்பற்ற முனைகின்றனர். இவ்வாறு மனித வாழ்வில் பல நிலைகளில் பின்பற்றல் தொடர்ந்து நடை பெறுகிறது. சிறு குழந்தையும் கூட, தாய், தந்தை, பிற உறவினர் இவர்கள் கூறுவதைக் கேட்டு, அதைப் பின் பற்றியே 'அம்மா, அப்பா' எனனும் முதற் சொற்களைக் கற்றுக் கொள்ளுகிறது.

பின்பற்றுதலை இரு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை நனவிலிப் பின்பற்றல், நனவுப் பின்பற்றல் எனபனவாம். நனவிலிப் பின்பற்றுதலில் நம்மை அறியாது, நாம் ஒருவரது செயலைப் பின் பற்றலாம். தாய் சிரிக்கும்போது குழந்தையும் சிரிக்கிறது. எவ்வித நோக்கமுமின்றி பின்பற்றும் செயல் மேற்கொள்ளப்படும்போது அதை நனவிலிப் பின்பற்றுதல் என்போம்.

இரண்டாவது வகையான நனவுப் பின்பற்றலில் முதிர்ச்சி அடைந்த மனிதர்கள் அதிகமாக ஈடுபடுகிறார்கள். நாமாகவே சிந்தித்து, அச் செயலின் பயனை விரும்பி, மற்றொருவரின் செயலை நாம் பின்பற்றுவதுண்டு. பிறருடைய எல்லாச் செயல்களையும் நாம் பின்பற்றுவதில்லை. அதே போன்று எல்லா மக்களையும் நாம் பின்பற்றத் துணிவதில்லை. நமக்குப் பயனும், பெருமையும் தரத்தக்க செயல்களையே நாம் அதிகமாகப் பின்பற்றுகிறோம். அதேபோன்று நம்மைவிட உயர்ந்த நிலையி

லுள்ளவர்களையே நாம் பின்பற்ற முற்படுகிறோம். நாகரிக மடைந்துள்ள நாம், பழங்குடி மக்களின் வாழ்க்கை வழிகளைப் பின்பற்ற முற்படுவதில்லை. நாகரிக உலகில் பெருமையோடு வாழும் இங்கிலாந்து, அமெரிக்க நாட்டு மக்களைப் பின்பற்றவே விரும்புகிறோம். மாணவர்கள் தம்மைவிடத் தாழ்ந்த நிலையிலுள்ள இதர மாணவர்களைப் பின்பற்றுவதில்லை. தம்மைவிட உயர்ந்த நிலையிலுள்ள மாணவர்களையும், ஆசிரியர்களையும் உறவினர்களையுமே பின்பற்ற விழைகின்றனர்.

ஒரு தேவையைப் பூர்த்தி செய்து கொள்வதற்காகவோ அல்லது பிறர் புகழவேண்டும் என்பதற்காகவோதான் பின்பற்றலில் ஈடுபடுகிறோம் என முன்னரே கூறினோம். ஆனால் தன் திறமையில் நம்பிக்கை கொண்டவர்களும் பிறர்தம் வழிகளைப் பின்பற்றுதல் இழிவு எனக் கருதுபவர்களும் வெளிப்படையாகப் பின்பற்றலில் ஈடுபடுதல் இல்லை. அவ்வாறு ஈடுபடினும் அது தமது சுய நடத்தை என்று கருதியே செயலில் ஈடுபடுவர்.

டார்டே என்பார் தமது நூலில் பின்பற்றல் ஏற்படும் விதத்தினை விளக்கியுள்ளார்.[2] இவைகளை அவர் பின்பற்றலின் விதிகள் எனக் கருதினார். அவை பின்வருமாறு :

1. தாழ்ந்த நிலையிலுள்ளோர் தம்மை விட உயர் நிலையிலுள்ளோருடைய வழி முறைகளைப் பின்பற்ற முனைவது இயற்கை. இவ்விதமாகவே கீர்த்தியும் செல்வாக்கும் பொருந்திய தனி மனிதர்களையும், சமூகங்களையும் நாம் பின்பற்றுகிறோம்.

2. நம்பிக்கைகள், கொள்கைகள் சட்ட விதிகள், போன்றவை வெளிப்படையான சடங்குகள், ஆசாரங்கள் ஆகியவற்றை விட எளிதில் பின்பற்றப் படுகின்றன. பிறரது செயலைக் கண் மூடித்தனமாகப் பின்பற்றுமல் முதலில் அதன் காரணத்தை அறிந்து பின்பற்ற முற்படுகிறோம் எண்ணங்களும், கருத்துக்களும் வெகு விரைவில் பரவிவிடுகின்றன. பின்னரே இவை செயலுருவில் பின்பற்றப்படும். 'சுதந்திரம்', 'சகோதரத்துவம்,' 'கூடி வாழ்தல்' போன்ற கருத்துக்கள் சுலபமாகப் பரவி விடுகின்றன. ஆனால், அவற்றைப் பின்பற்றுதற்கு அதிகக் காலம் பிடிக்கிறது.

3. நடைமுறையில் வந்துவிட்ட வழக்கங்களும், பழக்கங்களும் பொதுவாக விடாது பின்பற்றப் படுகின்றன. உதாரண

2. G. Tarde "The Laws of Imitation" - Translated by E. C. Parsons 1903.

மாக இறந்தவர்க்கு உணவு படைத்தலை எண்ண அளவில் நாம் விலக்கினாலும், இன்னும் நடைமுறையில் அது நடை பெறுகிறதல்லவா? கோவிலுக்குச் செல்லும்போது தேங்காய் உடைக்கிறோம்; கற்பூரம் கொளுத்துகிறோம். ஆனால், இவற்றை ஏன் செய்கிறோம் என்று பலருக்குத் தெரிகிறதில்லை. ஆயினும் தொன்றுதொட்டு வரும் வழக்கமாகையால் இவை விடாது பின்பற்றப்படுகின்றன.

4. நாகரிகம், பண்பு இவற்றை ஒட்டிய நடத்தைகள் மிகவும் துரித கதியில் பின்பற்றப்படுகின்றன. ஒரு மனிதரைப் பலர் பின்பற்றுகின்றனர். இவர்களை இன்னும் பலர் பின்பற்று கின்றனர். இது தொடர்ந்து நடைபெறுவதால் விரைவில் அச் சமூகத்திலுள்ளமக்கள் அனைவரும் இதனைப் பின்பற்றுகின்றனர். உதாரணமாக 'புஷ்கோட்' (Bush coat) என்னும் அணியை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். ஒருசிலர் முதலில் இவற்றை அணிந் தார்கள். வெகு விரைவில் நாடெங்கிலும் இது பரவி விடவில் லையா? விதவிதமான இத்தகைய அணிகள் கடைகளில் மலிந்து விட்டன. இன்று துரித கதியில் 'சிலாக் சட்டைகள்' (Slack shirts) பிரபலமாகிக் கொண்டிருக்கின்றன.

5. மேலும், மக்கள் - பெருக்கம் அதிகம் கொண்ட சமூகத் திலும் செய்திப் பரிவர்த்தனை செய்துகொள்வதற்கு வசதிகள் கொண்ட சமூகத்திலும் பின்பற்றல் சுலபமாக நடைபெறுகிறது. பத்திரிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சி (television), திரைப் படங்கள், தொலை பேசும் கருவி (telephone) ஆகியவை பின்பற்றலை எளிதாக்குகின்றன.

பின்பற்றலின் முக்கியத்துவம்

பின்பற்றல் சமூக முக்கியத்துவம் வாய்ந்த செயலாகும். தொன்றுதொட்டு நிலவிவரும் பழக்க வழக்கங்கள் பின்பற்றலின் அடிப்படையில் நாட்டு மக்களிடையே நிரந்தரமாக இருந்து வரு கின்றன. எனவே பின்பற்றல் ஒரு சமூகத்தினது பண்பின் பாது காவலனாகத் திகழ்கிறது. மேலும். பின்பற்றலின் மூலம் சமூ கத்தில் நாம் காணும் இலக்கியம், அரசியல் கருத்துக்கள், உடைகள், கட்டிடக்கலை (Architecture) இவற்றிற்கு விளக்கம் தரமுடியும்.

பின்பற்றலைக்கொண்டே ஒரு சமூகத்தின் வளர்ச்சி ஏற்படு கிறது எனலாம். உயர்ந்த நிலையிலுள்ள மக்கள், நாடுகள் ஆகியவற்றை இடைவிடாது பின்பற்றுவதன் மூலம் நமது சமூகம், மொழி, இலக்கியம், கலைகள், நாகரிகம், ஒழுக்க முறை ஆகிய துறைகளிலும், அறிவுத் துறையிலும் பெரிதும் வளர்ச்சி

ஏற்படுகிறது. பின்பற்றலை ஒரு வழியாகக் கைக்கொள்ளாத ஒரு சமூகம் வளர்ச்சி குன்றிய நிலையில் அழிந்துபடும்.

பின்பற்றல் சமூக மக்களை ஒன்று சேர்க்கும் வலியதொரு சக்தியாகும். சமூக முன்னேற்றத்திற்குப் பின்பற்றல் இன்றியமையாதது. பின்பற்றலின் மூலமே ஒரு சமூக மக்களிடையே, ஒரே வகையான மொழி, சமய நடத்தைகள், கலை ஆகியன பரவவும், அவர்கள் ஒரே சமூக மக்களாகத் திகழவும் முடிகிறது.

கருத்தேற்றம்

பொதுவாக, நமது வாழ்வில் நாம் கொண்டுள்ள நம்பிக்கைகளும் கருத்துக்களும், பிறருடைய கருத்துக்களினின்று நம்மிடம் ஏற்படுபவைகளே. நமது பெற்றோர், நமது உடன் பிறந்தோர், உறவினர், ஆசிரியர்கள், அலுவலக நண்பர்கள், நாம் பழகும் இதர மனிதர்கள், யாவரும் நமது கருத்துக்களையும் எண்ணங்களையும் நம்பிக்கைகளையும் உருவாக்குகின்றனர் எனலாம்.

பிறருடைய கருத்தினை மறுப்பின்றி ஏற்றுக்கொள்ளுதலைக் கருத்தேற்றம் என்போம். இங்ஙனம் பிறருடைய கருத்தினை மறுப்பின்றி ஏற்கும் மன நிலையைக் கருத்தேற்கும் தன்மை (Suggestibility) என்கிறோம்.

ஒருவர் ஒரு கருத்தினை ஏற்றுக் கொள்ளுதல் அவரது ஆளுமை அமைப்பையும், அப்போதைய அவரது மன நிலையையும் பொறுத்ததாகும். மேலும் ஒருவர் குறிப்பிட்ட ஒரு தேவையால் உந்தப்படும்போது, அத்தேவையைப் பூர்த்தி செய்யக் கூடிய எக்கருத்தினையும் மறுப்பின்றி ஏற்றுக்கொள்ளும் மன நிலையில் இருப்பதை நாம் காண்கிறோம். பல ஆண்டுகளாகக் குழந்தைப் பேறு அடையாத பெற்றோர், குழந்தை பெறுவதற்கான எத்தகைய கருத்தினையும் ஏற்றுக்கொள்ளும் மன நிலை உடையவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். நாம் சிபார்சு செய்யும் மருத்துவர்களைக் காண ஒப்புக் கொள்கிறார்கள். காசி, இராமேசுவரம் போன்ற இடங்களுக்குத் தல யாத்திரை செய்யவேண்டும் என்னும் கருத்துக் கூறப்படும்போது, அதனையும் தடையின்றி ஏற்றுக் கொள்கிறார்கள்.

மேலும், கருத்தேற்கும் தன்மை மனிதருக்கு மனிதர் வேறுபடுவதைக் காண்கிறோம். குழந்தைகள் பெரிதும் கருத்தேற்கும் தன்மை படைத்தவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். கருத்தேற்கும் தன்மையைப்பற்றி அறியப் பல்வேறு பரிசோதனைகள் நடந்துள்ளன. அவற்றினின்று கீழ்க்காணும் காரணங்கள் கருத்தேற்கும் தன்மைக்குச் சாதகமானவை என உளவியலார் கருதுகின்றனர்.

அவையாவன :

1. புற நிலைக் காரணங்கள்
2. அக நிலைக் காரணங்கள்
3. மன நிலைக் காரணங்கள்

கவர்ச்சி மிக்க நிறங்கள், இனிய குரலிசை, ஒரே சீரான தன்மை படைத்த தூண்டு சக்திகள். ஆகியவையும், கீர்த்தியும் புகழும் பெற்ற மனிதர்களும் புறநிலைக் காரணங்களாக அமையலாம். இத்தகைய புறநிலைக் காரணங்களால் தனிமனிதர்கள் தூண்டப்படும்போது, அவர்களது கருத்தேற்கும் தன்மை அதிகமாகக் காணப்படுகிறது.

களைப்பு, பசி மயக்கம், போதையூட்டும் பொருட்கள் ஆகியவற்றினை அக நிலைக்காரணங்களாகக் கூறலாம். ஒருவர் களைப்பு மேலிட்டிருக்கும் போதும், பசி மயக்கத்துடன் இருக்கும்போதும் சிந்தியாது எக்கருத்தையும் ஏற்றுக்கொள்ளும் மன நிலையிலிருப்பார். 'பசி வந்திடப் பத்தும் பறந்துபோம்' என்பது பழமொழியல்லவா? இதே போன்று குடி போதையிலிருப்பவர்களும், கஞ்சா, அபினி போன்ற லாகிரிப் பொருட்களின் ஆதிக்கத்திலுள்ளோரும், கருத்தேற்கும் மன நிலை உள்ளோராகக் காணப்படுகின்றனர். குடி போதையில் அறிவு விழித்திராத நிலையில், குடிகாரர்கள் எக்கருத்திற்கும் இசைந்து விடுகிறார்கள். இதனையேதான் "குடிகாரன் பேச்சு விடிந்தால் போச்சு" என்னும் பழமொழி மூலம் நாம் குறிப்பிடுகிறோம்.

அதிகாரத்திலுள்ளோர்களுக்குக் கீழ்ப்படிதல், ஒழுக்க விதிகளுக்கு ஏற்ப நடத்தல், சாதி மன நிலை, நம் குழுவினர் உயர்ந்தோர் என்னும் எண்ணம், போன்றவை மன நிலைக்காரணங்களாம். ஆசிரியர்கள், பெற்றோர், அலுவலக அதிபர்கள் போன்ற அதிகாரமுடையவர்களின் கருத்தினை நாம் எளிதாக ஏற்றுக் கொள்கிறோம். அதே போன்று சமூகம் ஒப்புக் கொண்டுள்ள ஒழுக்க விதிகளுக்கு நாம் எளிதில் உடன்பட்டு விடுகிறோம். மேலும் சாதிப் பெருமை, பணப் பெருமை பாராட்டுவோர் அத்தகைய கருத்துக்களை எளிதில் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். ஒரு அமெரிக்கக் குழந்தை தான் நீக்ரோவை விடச் சிறந்தவன் என்னும் கருத்தை எளிதில் ஒப்புக் கொண்டு விடுகிறது. இதே போன்ற நிலை நம் நாட்டிலும் உண்டு. சாதி வேற்றுமை பாராட்டுவோர், தென்னாடு, வட நாடு என்று பிரித்துப் பேசுவோர் இத்தகைய கருத்துக்களால் எளிதில் பாதிக்கப்படுகின்றனர்.

கருத்தேற்ற வகைகள்

கருத்தேற்றம் பல வகைப்படும். கருத்தேற்றங்களை நேரடிக் கருத்தேற்றம், மறை முகக் கருத்தேற்றம் எனப் பகுப்பதுண்டு. நேரடிக் கருத்தேற்றத்தை அறிதுயிற் கலையில் (Hypnotism) பயன்படுத்துகிறோம். அறிதுயிற் கலைஞர் தரும் நேரடிக் கட்டளைகளையும் கருத்துக்களையும் அறிதுயில் நிலையிலுள்ளவர் மறுப்பின்றி ஏற்றுக் கொள்கிறார். விளம்பரங்களிலும் நேரடிக் கருத்தேற்றம், பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. "நீங்கள் வேலையினின்று ஓய்வு பெறும்போது, குறைவின்றி வாழ விரும்புகிறீர்களா ? அவ்வாறுயின் எமது பாங்கில் பணம் சேமித்து வையுங்கள்" என்னும் விளம்பரம் நேரடிக் கருத்தேறறம் கொண்டது. "வெற்றி பெற்ற மனிதர்கள் எமது கம்பெனி வாசனைத் தைலத்தையே உபயோகிக்கின்றனர். நீங்களும் ஏன் அவ்வாறு செய்து வெற்றி பெறக் கூடாது?" என்பது மற்றொரு நேரடிக் கருத்தேற்ற விளம்பரமாகும்.

மறைமுகக் கருத்தேற்றத்தினைக் கொள்கை பரப்பலில் (Propaganda) காணலாம். ஒரு கட்சியினர் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடும்போது, மற்றக் கட்சியினரின் கொள்கைகளையும் கருத்துக்களையும் மறைமுகமாகத் தாக்க முனைவதுண்டு.

சில கருத்தேற்றங்கள் நம்மை உடனடியாகச் செயலுறத் தூண்டும். அவற்றினை உடன்பாட்டு நேர்நிலைக் கருத்தேற்றம் (Positive Suggestion) என்போம். உதாரணமாக இன்ஷ்யூரன்ஸ் கம்பெனியார், "உங்கள் குடும்பத்திற்காகப் பாதுகாப்புச் செய்வது உங்கள் கடமையல்லவா ? அதனை ஏன் இன்றே செய்யக் கூடாது ?" என்பது போன்று வெளியிடும் விளம்பரம் இத்தகைய கருத்தேற்ற வகையினைச் சார்ந்தது.

நம்முடைய ஒரு சில செயல்களைத் தடுப்பதற்காகவும் கருத்தேற்றம் ஏற்படுவதுண்டு. இத்தகைய கருத்தேற்றங்களை, எதிர் மறைநிலைக் கருத்தேற்றம் (Negative Suggestion) என்போம். சமூக விரோதமான செயல்களை இத்தகைய கருத்தேற்றங்கள் தடுக்க முற்படுகின்றன. "தெருவில் எச்சில் துப்பாதே", "சாலையின் வலது புறமாக நடக்காதே", "அனுமதியற்ற இடங்களில் சாலையைக் கடக்காதே"—போன்றவை எதிர்மறைநிலை கருத்தேற்றங்களுக்கு நல்ல உதாரணங்களாகும்.

இன்னும் கருத்தேற்றங்களை, எதிர்மறைக் கருத்தேற்றம் (Contra Suggestion), தன்-கருத்தேற்றம் (Auto Suggestion) கும்பல் கருத்தேற்றம் (Mass Suggestion). கீர்த்திக் கருத்தேற்றம் (Prestige Suggestion) எனவும் பகுப்பதுண்டு. இவற்றைப் பற்றியும் நாம் தெரிந்து கொள்ளுதல் வேண்டும்.

பிறர் கூறும் கருத்திற்கு நேர் எதிரான முறையில் நடந்து கொள்ள முற்படுவதை எதிர்மறைக் கருத்தேற்றம் என்கிறோம். குழந்தைகளிடமும், குமரப் பருவத்தினரிடமும் இத்தகைய நடத்தை முறையை நாம் காண்பதுண்டு. மிகவும் கட்டுப்பாடு களுடன் வளர்க்கப்படும் குழந்தைகள் குமரப் பருவநிலை எய்திய வுடன் இத்தகைய மன நிலை பெறுதல் உண்டு. பெற்றோரின் கருத்திற்கு நேர் எதிர் முறையில் நடக்க அவர்கள் முற்படுதல் உண்டு. எனவே, குழந்தைகளை நல்ல முறையில் வளர்க்க விரும் பும் பெற்றோர்கள் எதிர்மறைக் கருத்தேற்றத்தைப் பற்றி எச் சரிக்கையாக இருத்தல் அவசியம். ஒரு குழந்தையிடம் எதிர் மறைக் கருத்தேற்றம் காணப்படுமாயின், பெற்றோர்கள் அளவுக்கு மீறிய கட்டுப் பாட்டுடன் அக்குழந்தையை வளர்க் கிறார்கள் என்று நாம் தெரிந்து கொள்ளல் வேண்டும்.

தன்-கருத்தேற்றத்தில், நாமாகவே கருத்துக்களை நம் மனத்தில் புகுத்த முற்படுகிறோம். தன்-கருத்தேற்றம் மிகவும் வலிமை பொருந்தியதாகும். தமது திறமையில் நம்பிக்கை கொள்ளும் மக்கள் தன்-கருத்தேற்றத்தாலேயே அத்தகைய நம்பிக்கையைப் பெறுகின்றனர். எமிலி கூவே (Emili Coue) என்னும் அறிஞர் தன்-கருத்தேற்றத்தின் உதவியால் மனிதன் தன்னை எல்லா வழிகளிலும் உயர்த்திக் கொள்ள முடியும் என நம்பினார். அவர் இதற்காக தன்-கருத்தேற்ற விதி ஒன்றினைத் தந்துள்ளார். அவர் தந்துள்ள விதி இதுவே: ஒவ்வொரு நாளும் ஒவ்வொரு வகையிலும், நான் முன்னேறுகின்றேன் (Day by day in every way, I am getting better and better) என்று ஒருவர் நம்பி, அதனைத் திரும்பத் திரும்பத் தமக்குக் கூறிக் கொள்வாராயின், விரைவில் அவர் முன்னேறிவிடமுடியும் என்று காட்டியுள்ளார். ஒரு சில வியாதிகளையும் தன்-கருத் தேற்றத்தால் தடுக்கவும் நீக்கவும் முடியும்.

ஒரு குழுவிலுள்ள அத்தனை பேருக்குமோ, ஒரு சமூகம் அனைத்திற்குமோ, அல்லது நாட்டு மக்கள் அனைவருக்குமோ பொதுவாகத் தரப்பட்டு ஏற்றுக் கொள்ளப்படும் கருத்துக்களைக் கும்பல் கருத்தேற்றம் என்கிறோம். பொதுவாக இத்தகைய கும்பல் கருத்தேற்றம் முழுவதுமே நாம் போற்றிப்புகழும் தலை வர்களிடமிருந்து நாம் பெறுபவையே. மேலும், வானொலி, திரைப்படம், தொலைக் காட்சி, பத்திரிகைகள் ஆகியனவும் கும்பல் கருத்தேற்றத்தைத் தருதல் உண்டு.

கீர்த்திக் கருத்தேற்றங்கள் மிகவும் முக்கியம் வாய்ந்தவை. கீர்த்தி பெற்றவர்கள், நம்மால் பெரிதும் போற்றிப் புகழப்படு

பவர்கள் ஆகியோரது கருத்துக்களை, மறுப்பின்றி ஏற்றுக் கொள்ள முற்படுகிறோம். இங்ஙனம் கீர்த்தி பெற்றோரின் கருத்துக்களை ஏற்றுக் கொள்ளுதலைக் கீர்த்திக் கருத்தேற்றம் என்கிறோம். கீர்த்திக் கருத்தேற்றத்தினை வாழ்வில் பல முறைகளில் நாம் காண்கிறோம். ஜவஹர்லால் நேரு போன்ற தலைவர்கள் பேசுகிறார்கள் என்றால் இலட்சக் கணக்கான மக்கள் கூடி அவர்களது கருத்துக்களைத் தயக்கமின்றி அப்படியே ஏற்றுக் கொள்ளுகின்றார்கள். அவர்களது கருத்துக்களில் அவர்களைப் பின்பற்றுபவர்களுக்கு ஐயம் எழுவதில்லை.

பி. சி. ஜி. (B. C. G.) என்னும் மருந்து காசநோயைத் தடுக்க உதவுமா என்பது சிக்கலான கேள்வியாகத்தான் இன்றும் உள்ளது. இராஜாஜி, பி. சி. ஜி. மருந்து பெரும் கேடு விளைவிக்கும் என்று நம்பினார் நாட்டில் இன்று எத்தனையோ பேர் இராஜாஜி கூறுகிறார் என்பதற்காக இம்மருந்து கெடுதியே பயக்கும் என்று நம்புகிறார்கள். ராஜாஜி கீர்த்தி பெற்றவர் என்பதால், அவரது கருத்தை எளிதில் ஏற்றுக்கொள்ள மக்கள் இசைகின்றனர்.

இதே போன்று ஒரு துறையில் தேர்ச்சி பெற்றோரின் (Experts) கருத்துக்களையும், பொதுவாக, மறுப்பின்றி ஏற்றுக் கொள்ளுகிறோம். ஆசிரியர்களுடைய கருத்துக்களை மாணவர்கள் ஐயுறுவதில்லை. அவரது பாடத்தில் அவரைத் தேர்ச்சி பெற்றவராக மாணவர்கள் ஏற்றுக் கொள்வதே இதற்குக் காரணம். கீர்த்தியின் பெருமையைப் பல்வேறு பரிசோதனைகள் காட்டியுள்ளன. ஒருவரே பாடிய ஒரு பாட்டினை இரண்டு இசைத் தட்டுகளைக் கொண்டு ஒலி பரப்பப் பட்டது. மாணவர்களிடம் ஒரு இசைத் தட்டு சிறந்த பாடகி ஒருவரால் பாடப்பட்டது என்றும் மற்றொன்று அதைப் பின்பற்றிப் புகழடையாத மற்றொருவர் பாடியது என்றும் கூறப்பட்டது. புகழடையாத பாடகி பாடியதாகக் கூறப்பட்ட இசையில் மாணவர்கள் பல குறைகளைக் கண்டு பிடித்தனர். இதே போன்று மற்றொரு சோதனையில் சாதாரண ஓவியம் ஒன்றினைப் பிரபல சித்திரக்காரர் ஒருவர் தீட்டியதாகக் கூறப்பட்டது. உடனடியாக மாணவர்கள் சித்திரத்தைப் பல வழியிலும் பாராட்டினர். இதே போன்று பெருவாரியான மக்கள் கருத்தும் நமது கருத்தினைப் பாதிப்பதுண்டு. பலர் நம்பும் ஒரு கருத்தை நாமும் எளிதில் நம்புகிறோம். நம் நாட்டில் பொதுவாக எல்லா மக்களும் குடியரசினை விரும்புவதால், குடியரசினைப் பற்றி அறியாத பாமர மக்களும் அதில் நம்பிக்கை கொள்கின்றனர்.

அறிதுயிற்கலையிலும் கீர்த்திக்கருத்தேற்றமே பயன்படுத்தப்படுகிறது. சிறந்த வித்தைக்காரர்கள், மந்திரவாதிகள், மருத்துவர்கள் ஆகியோர் பிறரை எளிதில் தமது கருத்துக்களை ஏற்றுக் கொள்ளச் செய்கின்றனர்.

கருத்தேற்ற விதிகள்

கருத்தேற்றம், பொதுவாகக் கீழ்க்காணும் விதிகளைப் பின்பற்றுகின்றது

1. கவனச் சிதைவு ஏற்படும்போது, கருத்தேற்றம் உண்டாவதில்லை.

2. ஒரு கருத்தேற்றம் மக்கள் மனத்தில் இடம் பெறுவது, அதன் பயனையும் அதைத் தருவோரின் சிறப்பையும் பொறுத்தது.

3. நேரடியான பேச்சுக்கள் மூலமே கருத்தேற்றம் எளிதாக இடம் பெறுகிறது. நேரடியாக ஒருவரைக் கண்டு பேசுவதன் மூலம் நமது கருத்தை அவர் எளிதில் ஏற்றுக் கொள்ளலாம். எனவேதான் தேர்தல் காலங்களில் போட்டியிடுவோர் வாக்காளர்களை நேரில் சந்திக்க முற்படுகின்றனர்.

4. ஒருவர் எவ்வளவு அதிகமாகப் பிறமக்களோடு பழகுகின்றாரோ, அவ்வளக்கவ்வளவு கருத்தேற்றும் தன்மையுடையவராக இருப்ப.

5. சுயநம்பிக்கை யில்லாதவர்களும், மனவலிமையற்றோரும் எளிதில் கருத்தேற்றம் பெறுகின்றனர்.

6. திட்டவட்டமாக ஒழுக்க விதிகளுக்குக் கட்டுப்படாதவர்களும், அவற்றில் நம்பிக்கை இல்லாதவர்களும் எளிதில் கருத்தேற்பர்.

7. மனவெழுச்சிகளுக்குப் பெரிதும் இடம் தரும் மக்கள் பிறருடைய கருத்துக்களை எளிதில் நம்பிவிடுகின்றனர்.

8. மகளிர், குழந்தைகள், குமரப் பருவத்தினர், போன்றோர் பொதுவாகப் பிறருடைய கருத்துக்களுக்கு எளிதில் செவிமடுக்கின்றனர்.

9. களைப்பு மேலிட்டவர்களும், போதைப் பொருட்களின் ஆதிக்கத்திலுள்ளவர்களும் எளிதில் கருத்தேற்கும் தன்மை பெறுகின்றனர்

10. நல்ல அறிவு படைத்தவர்கள், கருத்தேற்றத்திற்கு எளிதில் இடம் தருவதில்லை. நவீன கருத்துக்களையும், கொள்கைகளையும் உடையவர்களையும் கருத்தேற்றம் அவ்வளவாகப்

பாதிப்பதில்லை. மூடநம்பிக்கையுடையவர்கள் பிறருடைய கருத்துக்களால் எளிதில் பாதிக்கப்படுவர்.

11. ஒருவருடைய கீர்த்தியையும், புகழையும் திறமையையும் பொறுத்தே அவர்தம் கருத்துக்களைப் பிறர் ஏற்கின்றனர்.

12. மன்வெழுச்சிகள் எழும் காலங்களில் கருத்தேற்றம் எளிதில் இடம் பெறுகிறது. போர், பஞ்சம், வெள்ளப்பெருக்கு போன்ற காலங்கள் கருத்தேற்றம் ஏற்படுவதற்குச் சிறந்த காலங்களாகும்.

கருத்தேற்றத்தின் பயன்கள்

கருத்தேற்றம் வலியதொரு சமூக சக்தி என முன்னரே கூறினேம். மக்களுடைய நடத்தையைக் கருத்தேற்றத்தின் மூலம் மாற்றியமைக்கலாம். பொதுவாக, சமூகத்தில் வாழும் ஒவ்வொரு மனிதனும் பெருவாரியான மக்களின் கருத்தை ஏற்று அதற்கேற்ப வாழ முற்படுகின்றான். கீர்த்தி பெற்றவர்கள், துறைகளில் தேர்ச்சி பெற்றோர் ஆகியோருடைய கருத்துக்களை எளிதில் ஏற்றுச் சமூக மனிதர்களாக வாழுகிறோம். பத்திரிகைகள், வானொலி, தொலைக் காட்சி போன்றனவும் இவ்வகையில் நம்மைப் பாதிப்பதுண்டு.

விலங்கு நிலையிலுள்ள மனிதனைச் சமூக மனிதனுக்கும் முயற்சியில் கருத்தேற்றம் பெரும்பங்கு வகிக்கிறது. கருத்தேற்றத்தினைக் கொண்டு மக்கள் மன நிலையை எளிதில் மாற்ற முடியும். முடியரசு குடியரசாதலும், அன்னியர் ஆட்சியிலுள்ள நாடுகள் சுதந்திர நாடுகளாதலும், இன்னும் இதர அரசியல் சமூக, சமய, பொருளாதாரப் புரட்சிகளும் கருத்தேற்றத்தால் ஏற்படுபவையே.

வீட்டில் குழந்தையை வளர்ப்பதற்கும் கருத்தேற்றம் நல்ல உதவி செய்கிறது. நல்ல கருத்துக்கள் போதிக்கப்பட்ட குழந்தைகள் ஒழுக்க சீலர்களாகவும் சிறந்த குடிமக்களாகவும் விளங்குகின்றனர். குழந்தை வளர்ப்பில் ஒவ்வொரு பெற்றோரும் கருத்தேற்றத்தினை நன்கு பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். "ஐந்தில் வளையாதது ஐம்பதில் வளைவதில்லை" என்பதனை அவர்கள் ஞாபகத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

கல்வித்துறையிலும் கருத்தேற்றம் மிகவும் முக்கியமான பங்கு வகிக்கிறது. ஆசிரியர்கள் நல்ல முறையில் கருத்தேற்றத்தினைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். இதற்காக ஆசிரியர் ஒவ்வொருவரும் உளவியல் அறிவு பெற்றிருத்தல் வேண்டும்.

வணிகத் துறையில் கருத்தேற்றத்தின் பங்கு அளவிடமுடியாதது. ஒரு பொருள் விற்பனையாவதும், மக்களால் விரும்பப்படுவதும், மக்களிடையே ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ள கருத்தேற்றத்தினைப் பொறுத்தது. எனவேதான் வணிக, வர்த்தக விளம்பரங்கள் அத்தனையும் கருத்தேற்றத்தினைப் பெரிதும் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றன.

மருத்துவத் துறையிலும் கருத்தேற்றம் இன்றியமையாத பங்கு வகிக்கிறது. 'கைராசி' பெற்ற மருத்துவர்கள் அனைவரும், மக்களின் நம்பிக்கைக்குப் பாத்திரமானவர்களே. மருத்துவர் கீர்த்தி பெற்றவராகவும் நல்ல ஆளுமையுடையவராகவும் இருத்தல் வேண்டும். மருத்துவத் துறையில் மருந்தின் சக்தியினைவிட, மருத்துவரின் கருத்தேற்றத் திறமையே நோய்களைக் குணப்படுத்தும். எமிலி கூவேயின் தன்-கருத்தேற்ற விதியினைப் பற்றி முன்னரே கூறினேனும். மருத்துவத் துறையில் பணிபுரிவோர் அனைவரும் உளவியல் அறிவு பெற்றிருத்தல் இன்றியமையாததன்றோ ?

அரசியல் துறையிலும் கருத்தேற்றம் முக்கியமானது. கொள்கை பரப்பல், பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குதல் போன்ற தேவைகளுக்குக் கருத்தேற்றம் இன்றியமையாதது. அரசியல் வாதிகளும், அரசியல் தலைவர்களும் இதை அறிதல் வேண்டும். குழுக்கள், கும்பல்கள், கூட்டங்கள் போன்றவற்றின் செயல்களுக்குப் பொதுவாகக் கருத்தேற்றமே காரணமாக அமைதல் உண்டு.

சமயத் துறையிலும் கருத்தேற்றம் முக்கியமானது. சமயம் நம்பிக்கையின் அடிப்படையில் ஏற்பட்டு நிலைத்து நிற்பதாகும். நம்பிக்கையினைக் கருத்தேற்றத்தின் மூலம் ஊட்ட முடியும்.

பொதுவாகக் கூறின், வாழ்வின் ஒவ்வொரு துறையிலும் கருத்தேற்றம் வலிமை பொருந்திய சக்தியாக விளங்குகிறது. மனித இதயங்களின் தன்மையை நன்கு அறிந்த மனிதர்கள், கருத்தேற்றத்தினைக் கொண்டு அவர்களை ஆக்க வேலையிலோ அழிவு வேலையிலோ ஈடுபடுத்த முடியும். ஒரு நாட்டின் தலைவிதியினைக் கருத்தேற்றத்தினைக் கொண்டு நிர்ணயிக்க முடியும். எனவேதான் பத்திரிகைகள், சஞ்சிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சி, திரைப்படம், போன்றவை வலிமை பொருந்தியனவாக உள்ளன. ஒரு பிரபல பத்திரிகையின் உதவி கொண்டு ஒருவர் பெருந் தலைவராதல் முடியும். அதே போன்று ஒரு சில பத்திரிகைகளின் எதிர்ப்பால் ஒரு மாபெருந் தலைவர் தமது புகழையும் செல்வாக்கையும் இழக்க நேரிடலாம்.

சமூகத்தில் வாழும் மனிதன், "தான்" என்னும் அகந்தையை அழித்து "நாம்" என்னும் எண்ணத்தோடு வாழ வேண்டும். பிறர் ஒப்புக் கொள்ளும் வகையில் அவன் வாழக் கற்றுக் கொள்ளுதல் வேண்டும். ஊரோடு ஒத்து வாழ அறிந்தவனே சமூக மனிதனாகிறான்.

தனி மனிதனைச் சமூக மனிதனுக்கும் முயற்சியில் நம் இல்லம், கல்வி, சமூகம் ஆகியன ஈடுபடுகின்றன. இம்முயற்சி வெற்றி பெற ஒத்துணர்வு, பின்பற்றல், கருத்தேற்றம் போன்றன மிகவும் பயனுள்ளவைகளாகும். ஒத்துணர்வின் மூலம் பிற மனிதர்களின் உணர்ச்சியில் பங்கு கொள்ளுகிறோம். பின்பற்றலின் உதவி கொண்டு பிற மனிதர்களின் நடைமுறைகளை அறிந்து அவற்றை நமது வாழ்வில் பயன்படுத்திக் கொள்ளுகிறோம். கருத்தேற்றம் மூலம் பிறருடைய கருத்தில் நாமும் பங்கு பெறுகிறோம். பிறருடைய செயல், உணர்ச்சி, நடத்தை இவற்றில் பங்குகொண்டு ஒன்றி வாழ்வதாலேயே சமூகங்கள் வாழ்கின்றன. ஒவ்வொரு சமூகமும், தன் குழந்தைகளின் நடத்தையானது, தனது அமைப்பிற்கு ஏற்ப அமைய வேண்டும் என்று விரும்புகின்றது. இவ்விருப்பத்தை நிறைவேற்றி, சமூக ஒற்றுமையையும், வளர்ச்சியினையும், அளிக்க, ஒத்துணர்வு, பின்பற்றல், கருத்தேற்றம் என்னும் சமூக எதிர்வினைகள் உதவுகின்றன.

ஆரும் அதிகாரம்

சமூக இடைவினை

1. சமூக வாழ் வென்ருல் என்ன ? சமூக வாழ்வைத் தூண்டும் ஏதுக்கள் — பிற மனிதர்கள், — சமூக முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பொருட்கள், சமூக ஏற்றத் தாழ்வுகள், சமூக, தேசிய இலட்சியங்கள், பண்பு — பல்வகைச் சமூகஇடைவினைகள்.

2. செய்தி அனுப்புதல் — மொழியின் முக்கியத்துவம் — மொழி வளரும் வகை — குழந்தையின் மொழி வளர்ச்சி — மொழியும் அறிவும் — மொழியின் வன்மை—சமூகச் செயல்களைத் தூண்டுவதில் மொழிகளின் பங்கு — மொழியும் ஆளுமையும்.

3. சைகைகள் — கருத்துப் பரிவர்த்தனையில் சைகையின் பங்கு — பல்வகைச் சைகைகள் — மன வெழுச்சிச் சைகைகள் — மெய்ப்பிக்கும் சைகைகள் — விளக்கும் சைகைகள் — குறியீட்டுச் சைகைகள் — பழக்கமான சைகைகள் தற்போக்கான சைகைகள் — வியப்புடைச் சொல் — முகத்தோற்றம் — முகத்தோற்ற வகைகள்.

4. நகைத்தல் — இது ஒரு சமூகத் தூண்டுதல்—சமூக எதிர் வினையுங்கூட — பிறர் நடத்தையைக் கட்டுப் படுத்துதலில் நகைத்தலின் பங்கு — நகைத்தலின் சமூக முக்கியத்துவம்.

5. கூட்டுறவு — இதன் சமூகமுக்கியத்துவம்.

6. போட்டி — இதன் நன்மை தீமைகள்.

7. போராட்டம் — இதன் விளைவுகள்.

8. இணங்கிப் போதல் — இணங்கிப் போகும் காரணங்கள்

9. தன்வயப் படுதல் — இதன் நன்மை.

சமூக இடைவினை

மனிதன் கூடி வாழும் தன்மை படைத்தவன். பிறமனிதர்களோடு இணைந்து வாழும்போது, பிறரால் தூண்டப்படுகிறோம். அதே போன்று நாமும் பிறரைத் தூண்டுகிறோம். இங்ஙனம் மனித வாழ்வு முழுவதும் தொடர்ந்து நடைபெறுகிறது. நேரிடையாகவோ, அன்றி எண்ண நிலையிலோ, பிற மனிதர்களோடு நாம் தொடர்பு கொள்ளும்போது, நமது நடத்தை சமூக நடத்தையாக மாறிவிடுகின்றது. இதே போன்று ஒரு சில சமூக முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ள பொருட்களும் நமது சமூக நடத்தையைத் தூண்டுகின்றன. உதாரணமாக நாட்டுக் கொடி, கட்சிக் கொடிகள், கடவுள்-சிலைகள், படங்கள் போன்ற சமய முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பொருட்கள் நமது சமூக நடத்தையைப் பெரிதும் தூண்டுகின்றன.

சமூக வாழ்வு (Social Life) என்பது தனி மனிதர்களிடையேயும், குழுக்களுள்ளும் ஏற்படும் இடை வினை (Interactions) களைக் குறிக்கும். சமூக வாழ்வில் ஈடுபடும் ஒவ்வொரு மனிதனும் இத்தகைய இடைவினைகளுக்கு உட்படுகின்றான். ஒருசிலர்மேல் ஆணை செலுத்துகின்றான். ஒருசிலரது ஆணைகளுக்கு அடங்கி நடக்கின்றான். அதேபோன்று ஒருசிலர் மீது அவன் அன்பு செலுத்துகின்றான். அவனும் ஒருசிலரால் விரும்பப் படுகின்றான். அவனது குழுவினோடு இணைந்து வாழவும் குழுவினது கொள்கைகளுக்கும், இலட்சியங்களுக்கும் ஏற்ப நடந்து கொள்ளவும், பிற குழுக்களுடன் தொடர்பு ஏற்படுத்திக் கொள்ளவும் முற்படுகின்றான்.

ஒருவனது சமூக வாழ்வு, அவன் வாழும் சமூக நிலையைப் பொறுத்து அமைகிறது. உறவினர், நண்பர்கள், உடன் பிறந்தோர், பழகும் இதர மனிதர்கள் இவர்களோடு நாம் கொள்ளும் தொடர்பே நமது சமூக நிலை எனலாம். இத்தகைய தொடர்புகள் நிரந்தரமானவையாகவோ அன்றிச் சிறிது காலம் மட்டும் இருந்து மறைந்து போவனவாகவோ இருக்கலாம். இரயில் பயணத்தின் போது நாம் இதர புதிய மனிதர்களோடு ஏற்படுத்திக்கொள்ளும் சமூகத் தொடர்பு, பயணம் முடிந்து போவதுடன் மறைந்து விடுகிறது. ஆனால், இளம் பிராயத்து நண்பர்கள், அலுவலகத் தோழர்கள், உறவினர், இன்னும் இவர்கள் போன்ற பிற

நெருங்கிய மனிதர்களின் தொடர்புகள் நிரந்தரமானதாகவன்றே அமைகின்றன?

மேலும், சமூக வாழ்வு என்னும்போதே சமூக ஏற்றத் தாழ்வுகளையும் நாம் மனத்தில் கொள்ள வேண்டும். வயது முதிர்ந்தோர், இளம்பிராயத்தவர். கற்றோர், கல்வியற்றோர், செல்வர், ஏழை போன்ற சமூக ஏற்றத் தாழ்வுகள் நமது சமூக நடத்தையை நிர்ணயிக்கின்றன.

சமூக மனிதர்களாக வாழும் நாம், பல இலட்சியங்களுக்காகவும் (Ideals) வாழ்கிறோம். பணம் சேகரிக்க வேண்டும்; உயர்ந்த சமூக நிலை வகிக்க வேண்டும்; தமது மனைவி மக்கள் பெற்றோர் போன்ற உறவினர்களுடன் வசதியோடு வாழ வேண்டும்; கல்வியில் சிறந்தவராக விளங்க வேண்டும் என்ற பலவிதமான இலட்சியங்களோடு வாழ்கிறோம். இவை போகத் தனி மனிதர் தமக்கெனத் தனி இலட்சியங்களையும் வகுத்துக் கொள்வதுண்டு. ஆனால், தனி இலட்சியங்களுக்காக மட்டும் நாம் வாழ்வதில்லை. சமூக இலட்சியங்களுக்காகவும் வாழ முற்படுகிறோம். சாதியற்ற ஒரு சமூகத்தை ஏற்படுத்துவதையும் சகோதரத்துவம், சமத்துவம் இவை கொண்ட சமூகத்தைக் கொள்வதனையும் நமது இலட்சியமாகக் கொள்கிறோம். மேலும் குடியுரசில் வாழ்வதும் நமது இலட்சியமே. இவை போன்ற நமது தனி சமூக, தேசிய இலட்சியங்களே நமது குழு, சமூகம், நாடு (Nation) இவற்றின் பண்பாட்டையும் (Culture) தன்மையையும் நிர்ணயிக்கின்றன.

சமூக வாழ்வினை ஏற்படுத்தும் இடைவினைகள் எத்தகைய முறையில் ஏற்படுகின்றன என்பதனைக் காண்போம். சமூக இடைவினைகள் பலவகைப்படும். செய்தி அனுப்புதல் அல்லது செய்திப் பரிவர்த்தனை (Communication), கூட்டுறவு (Co-operation), போட்டி (Competition), போராட்டம் (Conflict), இணங்கிப் போதல்(Accomodation), இணங்கி வருதல்(Compromise) சமூக ஒருமைப்பாடு (Social Integration), தன்வயப்படுத்தல் (Assimilation) என்பன சமூக இடைவினைகளாகும். இவற்றினை விவரமாகக் காண்போம்.

செய்தி அனுப்புதல்

பிறமனிதர்களுடன் பல்வேறு முறைகளில் கருத்துப் பரிவர்த்தனை செய்துகொள்கிறோம். ஒரு செய்தி அனுப்பும்போது நேரிடையாகவோ, தபால், தந்தி, தொலைபேசி மூலமாகவோ அனுப்பலாம். மேலும், வானொலி, திரைப்படம், தொலைக்காட்சி போன்ற நவீன விஞ்ஞான முறைகளும் இதற்காகப் பயன்

படுத்தப்படுதல் உண்டு. செய்தி அனுப்புவதில் மொழி முக்கிய மான பங்கு வகிக்கிறது. எனவேதான் மொழியைச் சிந்தனையைப் பரப்பும் கருவி எனக் கொள்கிறோம்.

பொருள் பொதிந்த ஒலியை எழுப்புவதன் மூலம் பிறரோடு தொடர்பு கொள்ள முடிகிறது. "மரம்" என்னும் சொல்லின் ஒலி, பொருள் பொதிந்ததாக உள்ளது. "மம்ர" என்ற எழுத்துத் தொகுப்பால் ஏற்படும் ஒலி பொருளற்றதாகவே உள்ளது. பழக்கத்தாலும், வழக்கத்தாலும் ஒலிகள் பொருள் பெறுகின்றன என்பதனையும் நாம் மனத்தில் கொள்ள வேண்டும். "மம்ர" என்ற இதே எழுத்துத் தொகுப்பிற்கும் பொருளூட்ட முடியும். நாற்காலி ஒன்றினைக் குழந்தைக்குச் சுட்டிக்காட்டி "மம்ர" என நாம் அதனைத் தொடர்ந்து அழைத்தால், குழந்தையும் அதனை "மம்ர" என அழைக்க முற்படும். சிறிது காலத்திற்குபின் "மம்ர" என்னும் எழுத்துத் தொகுப்பு குழந்தையின் வாழ்வில் பொருள் பொதிந்ததாக மாறிவிடுகிறது. ஆயினும், தனி மனிதர்கள் ஒவ்வொருவரும் தமது சொந்த விருப்பத்திற்கேற்ப வார்த்தைகளை உண்டுபண்ணிக் கொள்ளுவார்களாயின் மொழி வளர்ச்சியடையாது. பெருவாரியான மக்களாலும் பொதுவாகச் சமூகத்தாலும் பொருள் உள்ளதாக ஏற்றுக் கொள்ளப் படும் வார்த்தைகளே வழக்கில் இடம் பெறுகின்றன.

குழந்தைகளிடம் மொழி வளர்ச்சியை நாம் காணலாம். குழவிப் பருவத்தில் பல்வேறு வகை ஒலிகளை மட்டுமே குழந்தை எழுப்புவதை நாம் காண்கிறோம். ஒரு பொருளைக் குறிப்பிட ஒரு தனிப்பட்ட ஒலியைக் குழந்தை பயன்படுத்துவதில்லை. ஒரே பொருளுக்காகப் பல்வேறு வகையான ஒலிகளைப் பல்வேறு வேளைகளில் இளங்குழந்தை பயன்படுத்துகிறது. மூன்று அல்லது நான்கு மாதப் பிராயத்தில் ஒரு பொருளைக் குறிப்பிட ஒரேதரப்பட்ட ஒலிகளைப் பயன்படுத்தக் குழந்தை முற்படுகிறது. ஓராண்டுப் பிராயத்தில் பெற்றோர், பிற உறவினர்கள், இவர்களால் கற்பிக்கப்பட்டு அவர்கள் சொல்லுகின்ற சொற்களைத் திருப்பிக் கூறக் கற்றுக் கொள்கிறது. ஒன்றரை வயதுப் பருவத்தில் குழந்தை, மொழியைக் கையாளக் கற்றுக் கொள்ளுகிறது எனலாம். "அம்மா", "அப்பா", "பாப்பா", "தாத்தா" "பாட்டி", போன்ற சொற்கள் பொருளுடன் உபயோகிக்கப்படுகின்றன. சொற்களைக் கையாளக் கற்றுக் கொள்ளும் பருவத்தினின்று குழந்தையிடம் மொழி வளர்ச்சி மிகவும் வேகமாக நடைபெறுகிறது. ஓராண்டுப்பருவத்தில் மூன்று அல்லது நான்கு வார்த்தைகளுக்கு மேல் தெரியாதிருந்த குழந்தை ஐந்து அல்லது ஆறு வயதுப் பிராயத்தை அடையும்போது ஆயிரக்கணக்கான

வார்த்தைகளைக் கையாளும் திறமை கொண்டதாக விளங்குகிறது. மொழி வளர்ச்சியையொட்டி அறிவு வளர்ச்சியும் ஏற்படுகிறது. ஒருவரது மொழிப் பாண்டியத்திற்கேற்ப அம் மொழியில் கருத்துக்களையும் அறிந்து கொள்கிறார். ஒரு மொழியில் நல்ல அறிவுடைய ஒருவர் எத்தகைய கடினமான கருத்துக்களையும் அம்மொழி வாயிலாக அறிந்து கொள்ளவும் வெளியிடவும் திறமையுடையவராகக் காணப்படுகிறார். எனவேதான் தாய் மொழி வாயிலாகச் சிக்கல் மிகுந்த கருத்துக்களை அறிதலும் வெளியிடுதலும் எளிது என அறிஞர்கள் கருதுகிறார்கள்.

கருத்துப் பரிவர்த்தனையில் மொழி மிகவும் சக்தி வாய்ந்த கருவியாகும். மொழியை நல்ல முறையில் எடுத்தாளும் திறமை படைத்தவர், பிற மனிதர்களை எளிதில் கவர்ந்து விடுகிறார். எனவேதான் சமூகத் தலைவர்களும் அரசியல் தலைவர்களும் சிறந்த சொற்பொழிவாளர்களாக விளங்குகின்றனர். மொழியைப் பயன்படுத்தும் வகையைக் கொண்டு, நாட்டு மக்களை நல்ல முறையிலோ அன்றித் தவறான வழிகளிலோ நடத்திச் செல்லலாம். ஓர் அரசியல்வாதி கனல் பறக்கும் தமது சொற் பொழிவால் மக்களை வெகு எளிதில் புரட்சியில் (Revolution) ஈடுபடச் செய்யலாம். 'வாளை விட எழுத்து வலிமை மிகுந்தது' என்பார்கள். ரூசோ (Rousseau), வால்டேர் (Voltaire) போன்ற பிரஞ்சு நாட்டு அறிஞர்களின் பேரெழுவன்மை மாபெரும் பிரஞ்சுப் புரட்சிக்கே வழிகோலிற்று. மார்க் அந்தோனியின் (Mark-Antony) சொல் வன்மை ரோமநாட்டு மக்களைப் புரட்சியில் ஈடுபடுத்தியது. இன்றும் இத்தகைய திறம்படைத்தோரை நாம் காண்கிறோம். வின்ஸ்டன் சர்ச்சில், குருஷேவ், பிரதமர்நேரு போன்றோரின் சொல் வன்மையை உலகம் நன்கு அறியும்.

சமூகச் செயல்களைத் தூண்டவும் மொழி இன்றியமையாதது. கட்டளையிடவும் பிறரைச் செயல்புரியத் தூண்டவும், நமது எண்ணங்களை வெளியிடவும், கருத்துக்களை விளக்கவும் தொகுத்துரைக்கவும் மொழி பயன்படுகின்றது. சூழ்நிலைக் கேற்ப நமது மனநிலையை வெளியிடவும் மொழி பயன்படுத்தப் படுவதுண்டு. தாய் தனது குழந்தையைச் "சீநாயே!" என்று அன்புடன் கூறும்போது, அப்பதம் இன்பமான பொருள் பெற்று விடுகிறது. சினத்துடன் அதே வார்த்தையைப் பயன்படுத்தும் போது "நீ நாயைப் போன்று கேவலமானவன்" என்னும் பொருளையன்றோ தருகிறது?

மொழியை எடுத்தாளும் முறையிலைக் கொண்டு ஒருவரது ஆளுமையை (Personality) அறிதல் முடியும் எனச் சில உளவியலார் கருதுகின்றனர். மனப்பக்குவம் அடையாதவர்கள், தமது

மனவெழுச்சிகளைக் கட்டுப் படுத்திக் கொள்ள முடியாதவர்கள் மிகவும் வேகமாகப் பேசுகின்றனர். பயந்த குணமுடையவர்கள் தயங்கிப் பேசுகின்றனர். தன்னம்பிக்கையுடையவர்கள், மனப் பக்குவம் எய்தியவர்கள், அறிஞர்கள், போன்றோர் மிக்க கவனத் துடன் வார்த்தைகளைப் பயன் படுத்துகின்றனர். ஓயாது பேசு பவனை நாம் நம்புதல் கடினமாம். அதே போன்று சிந்தியாது வார்த்தைகளைச் சிந்துவதும் தவறு. இதனை மனத்தில் கொண்டே நமது வள்ளுவப் பெருந்தகை,

> "காட்சிக் கெளியன் கடுஞ்சொல்ல னல்லனேன்
> மீக்கூறும் மன்னன் நிலம்"

> "தீயினுற் சுட்டபுண் உள்ளாறும் — ஆருதே
> நாவினுற் சுட்ட வடு"

என்னும் அரிய கருத்துக்களையும் அறிவுரைகளையும் தந்துள்ளார்.

மேலும் ஒருவர் சொற்களை உச்சரிக்கும் வகையினின்றும் ஒருவரைப் பற்றி நாம் அறிந்து கொள்ள முடியும். கொச்சை யான மொழி பேசுபவர் அறிவு குறைந்தவராகவே கருதப்படு கிறார்; அதே போன்று ஒரு சொல்லை ஒருவர் உச்சரிக்கும் வகையினின்று அவர் எந்நாட்டைச் சேர்ந்தவர், எப்பகுதியைச் சேர்ந்தவர் எனவும் நாம் அறிந்து கொள்ளுகிறோம்.

சைகைகள் (Gestures)

மொழி மட்டுமின்றிப் பிற முறைகளிலும் கருத்துப் பரிவர்த் தனை செய்ய முடியும். அத்தகைய முறைகளுள் சைகைகள் ஒன்றாகும். உடலின் பகுதிகளை அசைத்து உள்ள நிலையினை வெளியிடுதலைச் சைகைகள் என்கிறோம். சைகைகளைச் சாடை காட்டுதல் என்பதும் உண்டு.

சைகைகளும் ஒரு வகை மொழியேயாம். வெளிப்படையாக நாம் மொழியைப் பயன்படுத்தாவிடினும், மொழியின் அடிப் படையில் ஏற்படும் கருத்தினையே குறிக்கிறோம். மனித வாழ்வில் மொழி ஏற்படுவதற்கு முன்னதாகவே சைகை முறையில் கருத் துக்களைப் பரிவர்த்தனை செய்திருத்தல் வேண்டும். குழந்தைகள், ஊமையர்கள் போன்றோர் சைகைகள் மூலம் தமது கருத்துக்களை யும், தேவைகளையும் வெளியிடுவதுண்டு.

ஆல்போர்ட்டு என்னும் உளவியல் அறிஞர் சைகைகள் ஆறு வகைப்படும் எனக் கருதுகிறார். அவையாவன:—

1. மனவெழுச்சிச் சைகைகள் (Emotional Gestures)
2. மெய்ப்பிக்கும் சைகைகள் (Demonstrative Gestures)

3. விளக்கும் சைகைகள் (Graphic Gestures)
4. குறியீட்டுச் சைகைகள் (Symbolic Gestures)
5. பழக்கமான சைகைகள் (Habitual Gestures)
6. தற்போக்கான சைகைகள் (Autistic Gestures)

இவற்றுள் மனவெழுச்சிச் சைகைகளை, மனவெழுச்சிகளால் உந்தப்படும் போது நாம் செய்கிறோம்.

கோப மிகுதியால் கையை மடக்கி முட்டியை உயர்த்துதல், காலால் தரையை ஓங்கி மிதித்தல், துக்கத்தில் மூழ்கும் போது முகத்தைக் கையால் மறைத்தல், கன்னத்தில் கை ஊன்றுதல் போன்ற செயல்கள் மனவெழுச்சிச் சைகைகளுக்கு நல்ல உதாரணங்களாகும்.

ஒரு பொருளையோ அன்றி மனிதரையோ சுட்டிக் காட்டு தலுக்கு மெய்ப்பிக்கும் சைகைகளைப் பயன் படுத்துகிறோம். விரலால் சுட்டியோ அல்லது கண் அசைவாலோ இதனைச் செய்ய முடியும்.

ஒரு பொருளை விளக்கவும், விவரிக்கவும் விளக்கும் சைகைகளைப் பயன் படுத்துகிறோம். குழந்தைகள் அதிகமாக இந்தச் சைகைகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். யானை எவ்வளவு பெரிது எனக் குழந்தையைக் கேட்டால், குழந்தை தன் கையை அகல விரித்து விளக்கம் தர முற்படுவது போன்றே, முதிர்ந்தோரும் விளக்கும் சைகைகளைப் பயன்படுத்துதல் உண்டு. உதாரணமாக, நம் நண்பர்களோ, அன்றி நமக்கு அறிமுகமான பிறரோ நடக்கும் முறை, பேசும் வகை போன்றவற்றினை நமது இதர நண்பர்களுக்கு விளக்க முற்படும்போது இத்தகைய விளக்கும் சைகைகளைப் பயன்படுத்துகிறோம்.

உயர்ந்த எண்ணங்களையும் துல்லிய கருத்துக்களையும் குறியீட்டுச் சைகைகளைக் கொண்டு வெளியிடுகிறோம். வணக்கம் செலுத்துதல், வழிபாட்டு முறைகள் ஆகியன இவற்றுள் அடங்கும். குறிப்பாக, இந்திய நடனமான பரத நாட்டியத்தில் குறியீட்டுச் சைகைகள் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. உயர்ந்த துல்லிய எண்ணங்களை நமது நடனக் கலையரசிகள் முத்திரைகள் மூலமாக வெளியிடுகின்றனர்.

பழக்கமான சைகைகள் ஒருவருக்குப் பழக்கத்தின் காரணமாக அமைந்து விடுவனவாகும். ஒவ்வொரு மனிதரும் தமக்கென்று சில சைகைகளைக் கொண்டுள்ளனர். கை கட்டி நின்று பேசுதல், இடுப்பில் கை வைத்திருத்தல், போன்றவை ஒருவருக்கே உரிய பழக்கமான சைகைகளேயாம். ஒருசிலர் பேசு

கின்றபோது முகத்தைக் கைக்குட்டையால் துடைத்துக் கொள்ளுகின்றனர். இன்னும் சிலர் அடிக்கடி தமது சட்டைப் பைகளில் கையை விட்டுக் கொள்கின்றனர். சொற்பொழிவாற்று கின்றபோது தமது கோட்டை அடிக்கடி திறந்து மூடிக் கொள்ளும் ஒரு புகழ் பெற்ற வழக்கறிஞரை இந்த நூல் ஆசிரியருக்குத் தெரியும். இத்தகைய செய்கைகள் கருத்துக் களைப் பரப்பாவிடினும், ஒருவரது அப்போதைய மனநிலையைப் பிறர் அறிய உதவுவதுண்டு.

ஒருவர் தம் சிக்கல்களைத் தீர்க்கும் வகையாக எடுத்தாளும் சைகைகளைத் தற்போக்கான சைகைகள் என்போம். இத்தகைய சைகைகளைத் தான் உபயோகிப்பதனைத் தனியவன் அறிவ தில்லை ஏமாற்றம் ஏற்படும்போது நகங்களைக் கடித்தல், காலாட்டுதல், கன்னத்தில் கை ஊன்றுதல் போன்ற செயல்கள் தற்போக்குச் சைகைகளுக்கு உதாரணங்களாகும்.

வியப்புடைச் சொல் (Interjections)

எதிர்பாராத விதமாக ஆச்சரியம், வேதனை, இன்பம் இவை ஏற்படும் போது நம்முடைய மனவெழுச்சிகளை வியப்புடைச் சொல்லால் நாம் வெளியிடுவதுண்டு. 'ஆ', 'ஐயோ', 'அம்மாடி' 'ஓ' போன்ற சொற்கள் வியப்புடைச் சொற்களாகும். ஒவ் வொரு மனிதனும் தனது வாழ்வில் வியப்புடைச் சொல்லை ஒரு சில வேளைகளில் பயன்படுத்த நேரிடுவதுண்டு.

முகத்தோற்றம் (Facial Expression)

அடுத்தது காட்டும் பளிங்குபோல் நெஞ்சம்
கடுத்தது காட்டும் முகம்.

மோப்பக் குழையும் அனிச்சம்— முகம்திரிந்து
நோக்கக் குழையும், விருந்து

என்னும் அரிய குறட்பாக்கள் மூலம் முகம் என்னும் கண்ணாடி யினைப் பற்றி வள்ளுவர் பெருந்தகை அழகாக எடுத்து விவரித் துள்ளார். மனித இடைவினைகளை ஏற்படுத்தும் ஏதுக்களுள் ஒருவரது முகம் முக்கியமானதாகும். மன மகிழ்ச்சி கோபம், துக்கம், வருத்தம், களைப்பு போன்றவற்றினை ஒரு வரது முகத்தோற்றம் தெள்ளெனக் காட்டுகின்றது. உள்ளத் தின் குறிப்பலகையே முகம் (Face is the index of the mind) என்பர். ஒருவரது மன நிலையை அவரது முகத் தோற்றம் தெற்றெனக் காட்டுகிறது. ஒருவரது முகத் தோற்றத்திற்கு ஏற்ப நாம் அவரிடம் நடந்துகொள்கிறோம். மகன் தந்தையை அணுகும் போதும், மனைவி கணவனிடம் ஒரு பொருளை வேண்டி அணுகும்போதும், மாணவர் ஆசிரியரை நெருங்கும்போதும்,

அலுவலக ஊழியர் அலுவலக அதிபரிடம் ஓர் உதவி நாடிச் செல்லும்போதும், அவரது முகத்தோற்றத்தைக் கண்டு, அவரது மன நிலையைக் கணக்கிட்ட பின்னரே அவரை அணுகுகின்றனர்.

ஆல்போர்ட் என்னும் உளவியல் அறிஞர் மனித முகத் தோற்றத்தினை ஆறு வகையாகப் பிரித்துள்ளார். அவையாவன : 1. துக்கத்தினையையும் வேதனையையும் வெளியிடுவன. 2. அச்சம், ஆச்சரியம் இவற்றைக் காட்டுவன. 3. கோபம். 4. வெறுப்பு. 5. மகிழ்ச்சி. 6. நம்பிக்கை, ஐயம், தீர்மானம், நம்பிக்கையின்மை இவற்றினை வெளியிடும் முகத் தோற்றங்கள்.

நகைத்தல் (Laughter)

நகைத்தல் சமூகத் துண்டுதலாகவும் சமூக எதிர் வினையாகவும் அமைவதுண்டு. பல்வேறு நிலைகளில் நாம் நகைப்பதுண்டு. நண்பர்களோடு கேலியாகப் பேசிச் சிரித்து மகிழ்கிறோம். வேடிக்கையான நிகழ்ச்சிகளைக் கண்டு சிரிக்கிறோம். வெற்றி பெறும்போது சிரிக்கிறோம்.

நகைத்தல் நல்ல மருந்து எனக் கேள்விப்பட்டிருக்கிறோம். நம் தெய்வப் புலவர், "இடுக்கண் வருங்கால் நகுக!" என்றார். துன்பத்தை மறத்தற்கு நகுதல் நல்ல மருந்தாகும். மேலும், நகைத்தலின் மூலம் பிறருடைய நடத்தையினைத் திருத்த முடியும். ஒருவரது செயலைக் கண்டு பிறர் நகைக்கும்போது அவர் நாணமடைகிறார். மறுமுறை அச்செயலைச் செய்தற்கு அஞ்சுகிறார். அவ்வகையில், நகைத்தல் மனிதர்களின் சமூக நடத்தையினைக் கட்டுப்படுத்தும் வலிமை மிக்க சக்தியாகத் திகழ்கிறது.

பிறரோடு கூடி நகைத்தலும் நன்மை பயக்கின்றது. நண்பர்களோடு கூடி அளவளாவி நகைத்து மகிழும்போது, நமது நட்பு மேலும் வலுவடைகிறது. எனவே, நெருங்கிய சமூகத் தொடர்பினை ஏற்படுத்தும் வலிய சக்தியாகவும் நகைப்பு விளங்குகிறது.

பெர்க்ஸன் (Bergson) என்பார் நகைத்தலின் சமூக முக்கியத்தினைக் காட்டியுள்ளார். நகைத்தலின் மூலம் துன்பத்தை மறந்து புத்துணர்ச்சி பெற்ற புது மனிதர்களாகத் திகழ முடியும். நாம் செய்த மடைமையான செயல்களைக் குறித்துச் சஞ்சலமுறுது, நகைத்து மறக்க முடியும். மேலும், நகைத்தலைக் கொண்டு எப்படிப்பட்ட மனிதர்களோடும் நெருங்கிய தொடர்பு ஏற்படுத்திக் கொள்ள முடியும். வாழ்வில் ஏற்படும் ஏமாற்றங்களை மறந்து எதிர்காலத்தை நம்பிக்கையோடு எதிர்பார்க்கவும் நகைப்பு உதவும்

கூட்டுறவு (Co-operation)

கூட்டுறவும் மக்களிடையே காணும் சமூக இடைவினையாகும். ஒரு பொது நோக்கத்திற்காக, மக்கள் ஒன்றுபட்டு உழைத்தலே கூட்டுறவு எனப்படும். வறுமையை நீக்கி, செல்வக் கொழிப்புள்ள சமூகத்தை உண்டுபண்ணும் பணியில் நமது நாட்டிலுள்ள கூட்டுறவுச் சங்கங்கள் (Co-operative Societies) ஈடுபட்டுள்ளன.

கூட்டுறவு மனிதனுடன் உடன் பிறந்ததுவா, அன்றி அவனுக்கே கண்டுகொண்டுள்ள முறையா, என்பதனைப் பற்றி இன்றும் கருத்து வேறுபாடுகள் உண்டு. ஆயினும், கூட்டுறவின் நன்மைகளைப் பற்றிஒருவரும் ஐயுறுவதில்லை. மக்கள் கூடி, ஒரே நோக்கத்திற்காகச் செயலுறும்போது, அதனால் எத்தனையோ நன்மைகள் உண்டாகின்றன. ஒன்றுபட்டுச் செயலுறும்போது குறுகிய காலத்திற்குள் பெருத்த பயன் அடைய முடிகிறது. கூடியியங்கும்போது இயற்கையாகச் சமூக ஒற்றுமை அதிகரிக்கின்றது.

இன்று நமது நாட்டில் சிறு தொழில்கள், வீடு கட்டுதல், விவசாயம், போன்ற துறைகளில் கூட்டுறவு பெரும் பயனைத் தந்துள்ளது.

போட்டி (Competition)

ஒரு பொருளைப் பல மனிதர்கள் பெறுவதற்கு முயலுவதனைப் போட்டி என்போம். பொருட்கள் அல்லது வேண்டப்படுபவை குறைவாக இருந்து, அவற்றை விரும்பி நாடுபவர்களின் எண்ணிக்கை அதிகமாக இருப்பின், போட்டி மனப்பான்மை தோன்றுகிறது.

போட்டியைப் பல வடிவில் மனித வாழ்வில் காணலாம். ஓட்டப் பந்தயம் அல்லது பிற போட்டிப் பந்தயங்கள், தேர்தல்கள் (Elections), தலைவர்களாக முயலுதல், செல்வந்தராகுதல், தேர்வில் முதன்மையாக வர விரும்புதல் போன்றவற்றில் போட்டியை நாம் காண்கின்றோம்.

போட்டி மனப்பான்மை மனிதர்களிடம் ஓரளவு இருத்தல் அவசியமே. போட்டியிடும் மனப்பான்மை இல்லாத மனிதனின் வாழ்வு சாரமற்றதாக அமைகிறது. ஆயினும், போட்டி மனப்பான்மை அதிகமாகப் பெற்றிருத்தலும் நல்லதல்ல; போட்டிகள் நல்ல நோக்கத்துடன் மனிதனின் முன்னேற்றத்திற்காக அமைய வேண்டும். பொறுமை, பூசல், தற்பெருமை இவற்றின் அடிப்படையில் ஏற்படும் போட்டிகள் மனிதர்களிடையே மனக்

கசப்பை மட்டுமே வளர்க்க உதவும். மேலும், அதீதமான போட்டியில் கவனச் சிதைவு ஏற்படுவதால், எடுத்துக்கொள்ளும் முயற்சிகளிலும் பெரும் பயன் கிட்டுவதில்லை. போட்டி மிகவும் அதிகரிக்கும்போது மனிதர்கள் சுய நம்பிக்கையை இழந்து, வாழ்வில் வெறுப்புற்று நலிவதுமுண்டு.

போராட்டம் (Conflict)

போட்டி அதிகரிக்கும்போது, மனிதர்களிடையே மனக் கசப்பு வளர்கிறது என்று முன்னரே கூறினேம். மனக்கசப்பு அதிகரிக்கும்போது, அது மனிதர்களிடையே போராட்டமாக மாறிவிடுகின்றது. ஒரு பொருளைப் பெறுவதற்காக இருவர் போட்டியிடும்போது, ஒரு சில வேளைகளில் இது போராட்டமாக மாறிவிடுவதைக் காண்கிறோம். குறிப்பாக அரசியல் தேர்தல்களில் போட்டி மனப்பான்மை போராட்டமாக மாறிவிடுவதுண்டு. தொழில் - தகராறுகள் (Industrial Disputes), தாய் மொழிப் பற்று, இனப் பற்று போன்றவையும் மனிதர்களை உயிரைப் பணயமாக வைத்துப் போராட்டங்களில் ஈடுபடச் செய்கின்றன.

போராட்டங்கள் ஒரு சில வேளைகளில் மனிதர்களிடையே சமூகத் தொடர்பினை அறுத்து விடுவதுண்டு. அண்டை வீடுகளில் வாழ்வோர் சண்டையிட்டுக் கொள்ளும்போது ஒருவரோடொருவர் பேசாமல், எவ்விதத் தொடர்பும் கொள்ளாமல், இருப்பதுண்டு. நாடுகளுள்ளும் இவ்வகை நிகழ்ச்சியினைக் காண்கிறோம். போராட்டத்தில் ஈடுபடும் நாடுகள் "இரும்புத் திரை" (Iron Curtain) நாடுகளாக மாறிவிடுவதுண்டு. அத்தகைய நாடுகள் தம்முடன் போராட்டத்தில் ஈடுபடும் நாடுகளுடன் வர்த்தக, வணிக, கலாச்சாரத் தொடர்பு கொள்ளுவதில்லை.

பொருட்களின் பற்றாக் குறையாலும், "தான்" என்னும் அகந்தை உணர்வாலும், குறுகிய மனப்பான்மைகளாலும் போராட்டங்கள் ஏற்படுகின்றன. இனம், கட்சி, சமயம் இவை பற்றிய கருத்து வேறுபாடுகளும் போராட்டங்களைத் தோற்றுவிக்கின்றன.

இணங்கிப் போதல் (Accomodation)

போராட்டங்களைத் தடுத்து, மனிதர்களிடையே சுமுகமான உறவு நிலவ உதவும் இடைவினை இணங்கிப் போதலாகும். பழக்கத்தாலும், ஆற்றல் குறைவாலும், சோம்பேறித்தனத்தாலும், பிறரை வாழவிடும் பொருட்டும் நாம் இணங்கிப் போவதுண்டு. பழக்கத்தின் காரணமாக ஆசிரியர், பெற்றோர் போன்றோரது கருத்துக்களுக்கும், கட்டளைகளுக்கும் இணங்கிப்

போகிறோம். வலிமைமிக்கவரின் முன்பும், அதிகாரிகளிடத்தும் நமது ஆற்றல் குறைவினை அறிந்து இணங்கி நடந்துகொள்கிறோம் மற்றும் சிலவேளைகளில், "எப்படியாவது ஒழிந்து போகிறது" என்னும் மனப்பான்மையால் ஏவப்பெற்று, சோம்பலின் அடிப்படையில், விட்டுக்கொடுக்கிறோம். இன்னும் சில வேளைகளில், பிறரும் வாழ வேண்டும் என்று கருதிப் பெருந்தன்மையாக இணங்கி நடந்துகொள்கிறோம்.

பொறுதியும் (toleration) இணங்கிப் போதலில் ஒரு வகையே. முடிவில் ஒருவர் திருந்தியே தீருவார் என்னும் நம்பிக்கையில் கெட்ட நடத்தையுள்ளோரிடம் நாம் பொறுதி காட்டுவதுண்டு. குறும்புக்கார மாணவனிடம் ஆசிரியர் பொறுதியாக நடந்து கொள்வதுண்டு. அதே போன்று, மகனிடம் தந்தை நடந்து கொள்வதுண்டு. கெட்டலையும் கணவன் நாளடைவில் திருந்திவிடுவான் என்ற நம்பிக்கையில் மனைவி பொறுதி காட்டுவதுண்டு.

இணங்கிப் போதல் இரு கட்சியினராலும் ஒரே வேளையில் மேற்கொள்ளப்படுவதுமுண்டு. போராடும் இரு கட்சியினரும் கூடிப் பேசி இணங்கி வருதல் உண்டு.

தன்வயப்படுத்தல் (Assimilation) என்பதுவும் இணங்கிப் போதலில் ஒரு வகையாம். தன்வயப்படுத்துதல் என்னும் இடைவினையில் மனிதர்களிடையே உள்ள வேறுபாடுகள் நீக்கப்படுகின்றன. குறிப்பாக நமது நாட்டில் பல்வேறு பண்புள்ள பல மொழி பேசும் மக்களுண்டு. ஆயினும், நாம் எல்லோரும் ஓரினமாக, இந்நாட்டு மக்களாக, வாழ அறிந்து கொண்டிருக்கிறோம். இந்தியன் என்னும்போது தெற்கு வடக்கு, தமிழன் மலையாளி போன்ற பேதங்களை மறந்து ஒன்றுபட்ட இனமாக வாழ முற்படுகிறோம். இவ்வகை இடைவினையில் பிறரிடம் நாம் விரும்பாத சில பண்புகளையும் குணங்களையும், அவர்களை நம்மவராக்கிக் கொள்வதன் மூலம் தன்வயப்படுத்திக்கொள்கிறோம்.

ஏழாம் அதிகாரம்

குழுக்கள்

குழுக்கள் ஏற்படுவதற்குரிய காரணங்கள் — உளவியல் குழுவின் தன்மை — குழுவின் குணங்கள் — குழு வகைகள் — முதனிலைக் குழு — வழிநிலைக் குழு — நெருங்கிய தொடர்புடைய குழுக்கள் — நடுநிலைக் குழுக்கள் — சார்புடைய குழுக்கள் — பிறரை எளிதில் உறுப்பினராக ஏற்றுக்கொள்ளும் குழு — பிறரை எளிதில் உறுப்பினராக ஏற்றுக்கொள்ளாத குழு — அகக்குழு — புறக் குழு — நிலையான குழுக்களும், நிலையற்ற குழுக்களும் — தனித்தியங்கும் குழு — தொகுத்தியங்கும் குழு — தலைவர் உள்ள குழுக்களும், தலைவர் இல்லாக் குழுக்களும் — தற்செயலாகத் தோன்றும் குழு — நோக்கோடு அமையும் குழு — இயல்பான குழு — செயற்கையான குழு — அமைப்புடைய குழுவும், அமைப்பற்ற குழுவும்.

கூட்டம் — கூட்டத்தின் தன்மைகள் — செயலுறும் கூட்டம் — செயலுறுக் கூட்டம் — வதந்தியும், கூட்டமும் — அவையினர் — மூவகை அவையினர் — அவையின் தன்மை.

குழு அமைப்பு — சிறந்த குழுவின் அமைப்பு — குழுத் தொடர்புகள்.

சமூகச் சிக்கங்கள் — குழுமனம் என்பது உளதா?

குழுக்கள் (Groups)

சமூக எதிர்வினைகளைப் பற்றியும், சமூக இடைவினைகளைப் பற்றியும் சென்ற அதிகாரத்தில் படித்தோம். மனிதர்கள் தனியாக மட்டும் செயலுறுவதில்லை. குழுவினராகவும் கும்பலாகவும் செயலுற முற்படுவதுண்டு. சமூக உளவியல், குழுவில் தனி மனிதனின் பங்கினையும், குழு தனி மனிதனைப் பாதிக்கும் வகையினையும் காண விழைகின்றது. இந்த அதிகாரத்தில் குழுக்கள் ஏற்படும் விதத்தினையும், குழு வகைகளையும், குழுவின் தன்மைகளையும் ஆராய்வோம்.

முதலில் குழுக்கள் ஏற்படும் விதத்தினைக் காண்போம். ஆராய்ச்சியாளர்கள் மூன்று விதமான காரணங்களால் குழுக்கள் ஏற்படலாம் எனக் கருதுகின்றனர்.

1. உயிர் வாழும் பொருட்டு உயிரிகள் (Organisms) ஒன்றுகக் கூடி வாழ்கின்றன. தம்மைத் தாம் காத்துக் கொள்வதற்கும், இரை தேடுவதற்கும், எதிரிகளினின்று எளிதில் தப்பித்துக் கொள்வதற்குமாக உயிரிகள் ஒன்றுகக் கூடி வாழ முற்படுகின்றன. எறும்பு, கறையான், மீன் குஞ்சுகள் போன்ற சிறிய உயிரிகளினின்று, காட்டெருமைகள், யானைகள் போன்ற பெரிய விலங்குகள் வரை கூட்டமாகக் கூடி வாழும் தன்மை பெற்றவனவாக விளங்குகின்றன. மேலும், கூடி வாழும் உயிரிகளைத் தட்பவெப்ப மாற்றங்கள் எளிதில் பாதிப்பதில்லை என ஆராய்ச்சியாளர்கள் கருதுகின்றனர்.

2. இன்னும் ஒருசிலர், 'கூடி வாழும் தன்மை படைத்த உயிரிகள் பிறப்புமுதற்கொண்டே கூடிவாழ்ந்து பழக்கப்பட்டு விடுகின்றன; இது பின்னர் வழக்கமாக அமைந்து விடுகின்றது' எனக் கூறுகின்றனர். எனவே, கூடி வாழும் தன்மை ஆக்க நிலையிறுத்தப்பெற்றது (Conditioned) என்பது இவர்கள் கருத்து.

3. குழுவாக இயங்குவதற்கு உளவியல் அடிப்படையில் காரணம் காட்டுவதுண்டு. பிறரால் ஈர்க்கப்படும் போதும், மனிதத் தேவைகளின் அடிப்படையிலும் பிறரோடு இணைந்து வாழ்கின்றோம். இத்தகைய உள்ளத் தொடர்பினைக் கொண்டன்றிச் சமூக மாற்றங்கள், பழக்கங்கள், வழக்கங்கள், ஒழுக்க விதிகள் இவற்றினை விளக்குவதும் கடினம். கிரச், குருச்பீல்டு (Kretch and Crutchfield) எனும் சமூக உளவியலார் குழுக்க

களை "உளவியல் குழுக்கள்" (Psychological groups) என அழைக்கவே முற்படுகின்றனர்.

உளவியல் குழு என்பது யாது? தனி மனிதர்கள் தாம் பிறரிடமிருந்து வேறுபட்டவர்கள் என்பதனை அறிந்து, தமது நடத்தையை அதற்கு ஏற்ப ஒழுங்கு படுத்துவதே உளவியல் குழுவின் தன்மையாகும். கிரச்சும், குருச்பீல்டும் உளவியல் குழு கீழ்க்காணும் இரண்டு குணங்களையும் பெற்று அமையும் என்கின்றனர்.

1. குழுவில் உள்ள அத்தனை அங்கத்தினர்களும், மற்ற அங்கத்தினரின் உள வாழ்வில் இடம் பெறுதல்.

2. குழு உறுப்பினர்கள் அனைவரும் ஒருவருக்கொருவர் நெருங்கிய இடைவினை செய்தல்.

இனி, நமது பாடத் திட்டத்தில் குழு என்னும் சொல்லை உளவியல் குழு என்னும் பொருளிலேயே பயன்படுத்துவோம்.

குழுவின் குணங்கள்

1. ஒரேவகை மனநிலை உடையவர்கள் குழுவாகக் கூட முற்படுகின்றனர். கல்லூரி மாணவர்கள், குழந்தைகள், போன்றோர் குழு வாழ்வில் இன்பம் காண்கின்றனர். பம்பாய், டெல்லி போன்ற நகரங்களில் வாழும் தமிழர்கள் குழுவாக ஒரே பகுதிகளில் வாழுகின்றனர். அதே போன்று தமிழகத்தில் உள்ள பிற இனத்தினர் குழுவினராக அமைந்து கொள்கின்றனர்.

2. குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்கள் குழுவினிடம் பற்றுறுதி (Loyalty) கொண்டவர்களாக இருத்தல் வேண்டும். குழுவுக்குக் கட்டுப்படவும் குழுவினுக்காக எதையும் தியாகம் செய்யவும் உறுப்பினர்கள் தயங்குவதில்லை. ஆனால், நமது இன்றைய குழுக்களில் இத்தகைய பற்றுறுதியும், கட்டுப்பாடும் காணப்படுவதில்லை. பழங்காலங்களில் மனிதர்கள் ஒரே குழுவினுக்குக் கட்டுப்பட்டு வாழ்ந்தனர். ஆனால், இன்றைய மனிதன் பல குழுக்களிலும், நிலையங்களிலும் (Institutions) உறுப்பினனாக இருக்கிறான். எனவே, ஒரு தனிப்பட்ட குழுவினிடம் மட்டும் பற்றுறுதி கொள்ள முடியாமல் போகிறது.

3. பிற உறுப்பினரின் அனுமதி பெற்ற நடத்தையை மேற்கொள்ளவே உறுப்பினர்கள் விரும்புகின்றனர். குழுவின் இலட்சியங்களுக்கும், கொள்கைகளுக்கும் எதிராக உறுப்பினர்கள் நடந்துகொள்வதில்லை. இத்தகைய கட்டுப்பாடுள்ள ஒழுக்க நடத்தையே குழு ஒற்றுமையையும், குழுவின் முன்னேற்றத்தினையும் பெருக்குகின்றது. குழுவின் இலட்சியங்களையும் கொள்

கைகளையும் மீறிச் செயலுறும் உறுப்பினர்கள் குழுவினின்று நீக்கப்படுகின்றனர்; இல்லையேல் தண்டிக்கப்படுகின்றனர்.

4. குழு உறுப்பினர்கள் இதர குழுக்களினின்று தமது குழுவினை வேறுபடுத்தி அறிந்துகொள்கின்றனர். தமது குழுவின் இலட்சியங்களினின்று வேறுபடும் குழுவினரோடு இவர்கள் இடைவினை கொள்வதில்லை. அவ்வாறு இடைவினை கொள்வ தாயின், அது தகராறு மிகுந்ததாகவே உள்ளது. ஆயினும், பொதுவான எதிரி காணப்படும்போது குழுக்கள் ஒன்றுசேர்ந்து விடுகின்றன. உதாரணமாக, நமது எல்லையில் சீனப் படைகள் காணப்பட்டபோது அரசியல் கட்சிகளெல்லாம் ஒரே முகமாக இதனைக் கண்டித்தன.

5. ஒரு குழுவின் வெற்றி அதன் தலைவர்களைப் பொறுத் தது. நல்ல தேர்ச்சியும் திறமையும் பெற்ற தலைவர்கள் குழுவை வெற்றிப்பாதையில் இட்டுச் செல்வர். தலைவர்களைப் பற்றி விவரமாக மற்றோர் அதிகாரத்தில் காண்போம்.

குழுவகைகள்

குழுக்கள் பல வகைப்படும். பல உளவியலாரும் சமூகவிய லாரும் பலவகைகளில் குழுக்களைப் பிரித்துள்ளனர். இவற்றுள் சிலவற்றை இங்குக் காண்போம்.

கூலி (Cooly) என்பார் குழுக்களை முதனிலைக் குழுக்கள் (Primary Groups) எனவும், வழிநிலைக் குழுக்கள் (Secondary Groups) எனவும் இரண்டாகப் பிரிக்கிறார்.

1. முதனிலை குழுவின் உறுப்பினர்கள் ஒருவருக்கொருவர் நெருங்கிய நேரடித் தொடர்புகொள்கின்றனர். இதனால் குழுவின் இலட்சியங்களுக்காகவும் கொள்கைகளுக்காகவும் இவர்கள் ஒற்று மையுடன் செயலுறுகிறார்கள். மேலும், உறுப்பினர்களிடையே நட்பு நிலவுகிறது. குடும்பம், ஒரு கிராம மக்கள், மாணவர் குழுக்கள் ஆகியன முதனிலைக் குழுக்களுக்கு நல்ல உதாரணங்க ளாகும். இத்தகைய முதனிலைக் குழுக்கள் இயல்பாகவே அமைந்துவிடுகின்றன. முதனிலைக் குழுக்கள் வலிமை பெற் றனவாகவும், அமைப்புறுதி கொண்டனவாகவும் காணப்படு கின்றன. ஏனெனில் முதனிலைக் குழு உறுப்பினர்கள் ஒருவருக் கொருவர் நம்பிக்கையுடையவர்களாகவும் பிறருக்காக உழைக் கத் தயங்காதவர்களாகவும் உள்ளனர். தனி மனிதர்களைக் கட்டுப்படுத்தி அவர்களது ஆளுமையையும் (Personality), குணத்தையும் (Character), பண்பாட்டையும் (Culture) வளர்க் கும் களமாக முதனிலைக் குழுக்கள் அமைந்துவிடுகின்றன. உதா

ரணமாக, குடும்பம் என்னும் முதனிலைக் குழு தனி மனிதனைச் சமுக மனிதனுக்கும் முயற்சியில் பெரிதும் ஈடுபடுகிறது. சுகாதாரம், சுத்தம், கடமை, அன்பு, கட்டுப்பாடு, ஒற்றுமை, சட்டதிட்டங்களுக்கு உடன்படுதல் போன்ற குண நலன்களைத் தனியவனிடம் தோற்றுவிக்கிறது.

வழிநிலைக் குழுக்களில் இத்தகைய நெருங்கிய தொடர்பு உறுப்பினர்களிடையே காணப்படுவதில்லை. இவர்களது தொடர்பு மறைமுகமாக (Indirect) அமைந்துவிடுகிறது. நெருங்கிய தொடர்பற்ற காரணத்தால், உறுப்பினரிடையே நெருங்கின கட்புணர்ச்சி காணப்படுவதில்லை. அரசியல் கட்சிகள், நாடுகள் சமயக் குழுக்கள் (Religious Bodies), தொழிற் சங்கங்கள் (Trade Unions) போன்றவை வழிநிலைக் குழுக்களுக்கு உதாரணங்களாம். வழிநிலைக் குழுக்களை ஆராய்வோமாயின், அவற்றின் அமைப்பு செயற்கையான தாகப்படும். பொதுவாக ஓர் அரசியல் கட்சியினை எடுத்துக்கொள்வோமாயின், பெருந்தலைவர்கள், செயலாளர்கள், பகுதித் தலைவர்கள், மாவட்டத் தலைவர்கள், மாவட்டச் செயலாளர்கள் என்னும் வகையில் அது பிரிக்கப்படுகிறது. ஒவ்வோர் உறுப்பினருக்கும் தனிப்பட்ட கடமைகள் வரையறுக்கப்படுகின்றன. உறுப்பினரோடு நெருங்கிய நேரடித் தொடர்பு இல்லாத காரணத்தால் இத்தகைய பிரிவுகள் தேவைப்படுகின்றன.

2. இன்னும் சில அறிஞர்கள் உறுப்பினர்களின் தொடர்பின் அடிப்படையில் குழுக்களை நான்கு வகையில் பிரிப்பதுண்டு. அவையாவன: 1.நெருங்கிய தொடர்புடைய குழுவினர் (Intimate Groups) 2. முதனிலைக் குழுக்கள் (Primary Groups) 3. நடுநிலைக் குழுக்கள் (Intermediate Groups) 4. வழிநிலைக் குழுக்கள் (Secondry Groups). நெருங்கிய குழுவினர், ஒருவரோடொருவர் மிக நெருங்கிய நேரடித் தொடர்பு கொண்டவர்களாகவும், உள்ளத்தால் இணைக்கப்பட்டவர்களாகவும் காணப்படுவர். காதலர்கள், கணவன் மனைவி ஆகியோர் நெருங்கிய குழுவினராம். முதனிலைக் குழுவினரும் நேரடித் தொடர்புடையவரே. ஆயினும்,உறுப்பினரிடையே காணப்படும் இடைவினைகள் நெருங்கிய குழுவினரைப் போன்று மிக நெருக்கமானதாகவோ, அன்றித் தொடர்ந்ததாகவோ காணப்படுவதில்லை. முதனிலைக் குழுக்களாகக் குடும்பம், விளையாட்டுத் தோழர்கள் போன்றோரைக் கூறலாம். இடைநிலைக் குழுக்களில் இடைவினை தொடர்பற்றதாகவும் மனவெழுச்சிகளால் பிணைக்கப்படாததாகவும் உள்ளது. பொழுது போக்கு மன்றங்கள், கழகங்கள், சங்கங்கள் ஆகியவை இடை நிலைக் குழுக்களாகும். அரசியல் கட்சிகள், தொழிற் சங்கங்கள் வழிநிலைக் குழுக்களாகும். இவற்றில் உறுப்

வினரிடையே எப்போதாவது தொடர்பு ஏற்படுகிறது. அத்தகைய தொடர்பும் நெருங்கிக் காணப்படுவதில்லை. மேலும், இத்தகைய உறவும் தொடர்பும் குறுகிய காலத்தில் மறைந்து போகின்றன.

சார்புடைய குழுக்களும், சார்பற்ற குழுக்களும்

பிற குழுக்களைச் சார்ந்து நிற்கும் குழுக்களைச் சார்புடைய குழுக்கள் (Minor Groups) எனவும், தனித்தியங்கும் திறன் கொண்ட குழுக்களைச் சார்பற்ற குழுக்கள் எனவும் (Major Groups) பிரிப்பதுண்டு. இத்தகைய முறையில் குடும்பம், சமூக வகுப்புக்கள், நாடு ஆகியன சார்பற்ற குழுக்களாகவும் பொழுது போக்கு மன்றங்கள், அரசியல் கட்சிகள், பள்ளிகள், போன்றவை சார்புடைய குழுக்களாகவும் கொள்ளப்படும்.

பொதுக் குழுக்களும். தனிக் குழுக்களும்

பிறரை எளிதில் உறுப்பினராக ஏற்றுக் கொள்ளும் குழுக்களைப் பொதுக் குழுக்கள் (Open Groups) எனவும் பிறரை எளிதில் உறுப்பினராகக் கொள்ளாத குழுக்களைத் (Closed Groups) தனிக்குழுக்கள் எனவும், அல்வர்டஸ் (Alverdes) கருதுகிறார். இவ்வகையில் ஆராயும்போது ஒவ்வொரு குழுவும் ஒரு வகையில் தனிக்குழுவாகவே காணப்படும். ஆயினும், சங்கங்கள், மன்றங்கள், விளையாட்டு - பொழுதுபோக்கு மன்றங்கள், போன்றன எளிதில் பிறரை உறுப்பினராகக் கொள்வதால், அவற்றினைப் பொதுக் குழுக்கள் என நாம் கொள்ளலாம்.

நாமும், அவர்களும்

ஒரேமொழி பேசும் மக்களும் ஒரே வகையான இலட்சியங்களையும் விருப்பங்களையும் கொண்டிருப்பவர்களும், ஒரே குழுவினராக "நாம்" அல்லது "நாங்கள்" என்னும் உணர்வால் ஒன்றுபட்டு வாழ்கின்றனர். இதனை மனத்தில் கொண்டு, சும்னர் (W. G. Sumner) என்பார் குழுக்களை, "நாம் எனும் குழு" "அவர்கள் எனும் குழு" (We Group and They Group) என்று இருவகையாகப் பிரித்துள்ளனர். இதனையே அகக் குழு (In Group), புறக் குழு (Out Group) என்றும் சொல்வதுண்டு.

"நாம் குழுவினர்" தமக்குள் கட்டுப்பாட்டுடனும் பொறுப்புணர்ச்சியுடனும் நடந்து கொள்கின்றனர். குழுவின்மீது பற்றுறுதி கொண்டோராகவும், குழுவினுக்காக எத்தகைய தியாகத்தினையும் செய்ய முற்படுபவர்களாகவும் இவர்கள் காணப்படுகின்றனர். பிற மக்கள் வேடிக்கையான பழக்க வழக்கம் உடையவரெனவும், தம்மைவிடக் கீழானவர்கள் என்றும் இவர்கள் நினைப்பதுண்டு. ஆங்கிலேயர்கள் தாம் உயர்ந்தவர்கள்,

பண்புடையவர்கள் எனக் கருதிப் பிறரை அத்தகைய பண்பாட்டில் ஈடுபடச் செய்ய முனைந்தனர். ஜெர்மானிய நாட்டினர் தாம் உயர்ந்தவர் எனக் கருதி, இதர நாடுகளை அடக்கி அடிமைப்படுத்த விழைந்தனர். இத்தகைய மன நிலையினைக் கற்றோர், செல்வர்கள், அரசியல் தலைவர்கள், அதிகாரமுடையோர் ஆகியோரிடம் காணலாம். நம் நாட்டில் ஒவ்வோர் இனத்தவரும் தாம் உயர்ந்தவரெனவும் தமது மொழியே சிறந்தது எனவும் கருதுகின்றனர். மொழிக்காகவும், இனத்திற்காகவும், அரசியல் கோட்பாடுகளுக்காவும் உயிரைப் பணயம் வைக்கின்றனர்.

நாம்-குழு உணர்ச்சியை, வாழ்வில் பல நிலைகளில் நாம் காண்கின்றோம். குடும்பங்கள், சமயங்கள், அரசியல் கட்சிகள், நாடுகள், வல்லரசுகள் போன்றவற்றிடையே காண்கின்றோம். ஒரு சில வேளைகளில், பிற குழுவினர் துன்புறுகின்றனர் என்றறிய மற்றொரு குழு மகிழ்ச்சியடைவதுண்டு. ஒரு வல்லரசின் தோல்வி, மற்றொரு வல்லரசுக்கு எத்துணை மகிழ்ச்சியைத் தருகின்றது. இத்தகைய வகையில் ஒவ்வொரு குழுவும் தனது சமயம், தன்னுடைய கொள்கைகள், பண்புகள், இவற்றினைப் பற்றிப் பெருமை பாராட்டிப் பிறரை எள்ளி நகையாடுதல் உண்டு.

நிலையான குழுக்களும், நிலையற்ற குழுக்களும்

உறுப்பினரிடையே உள்ள தொடர்பு நெடுங்காலம் நீடிப்பதாயிருப்பின், அத்தகைய குழுக்கள் நிலையான குழுக்கள் (Permanent Groups) எனப்படும். குடும்பங்கள், கிராம மக்கள், நாடுகள் ஆகியவை பொதுவாக நிலையான குழுக்கள் எனக் கொள்ளப்படுகின்றன. குறுகிய காலமேயிருந்து மனவெழுச்சித் தொடர்பினை ஏற்படுத்தாத குழுக்களை நிலையற்ற குழுக்கள் (Temporary Groups) எனலாம். திடீரெனத் தோன்றும் கூட்டங்களும், பஸ், இரயில் போன்றவற்றில் காணப்படும் பிரயாணிகளும் நிலையற்ற குழுக்களுக்கு உதாரணங்களாகும்.

தனித்தியங்கும் குழுக்களும், தொகுத்தியங்கும் குழுக்களும்

ஒரு குழுவின் உறுப்பினர் அனைவரும் ஒரே இலட்சியத்திற்காகவோ, அன்றி ஒரு பயனை அடைவதற்காகவோ, தனித்தனியாக முயற்சி செய்தல் உண்டு. அத்தகைய குழுவினரைத் தனித்தியங்கும் குழுக்கள் என (Co-acting Groups) ஆல்போர்ட் (Allport) என்பவர் கூறுகிறார். உதாரணமாக, உற்பத்திசாலையிலுள்ள தொழிலாளர்கள் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதனை நோக்கமாகக் கொண்டு தொழில் புரிகின்றனர். உற்பத்தியைப் பெருக்கவேண்டும் என்னும் ஒரே இலட்சியத்தினை உடையவர்

களாக இருப்பினும், இவர்கள் அனைவரும் தமக்கென ஒதுக்கப் பட்டுள்ள வேலைகளைச் செவ்வனே தனிப்பட்ட முறையில் செய் வதன் மூலம், பொது இலட்சியம் நிறைவேறப் பாடுபடு கின்றனர்.

இதே போன்று ஓர் இலட்சியத்தை அடைவதற்காகக் குழு உறுப்பினர்கள் அனைவரும் ஒரே முகமாய், ஒருவரோடொருவர் இணைந்து, செயலுறும்போது அக்குழுவினரைத் தொகுத்தியங் கும் குழுவினர் (Interacting Groups) எனலாம். விளையாட்டுக் குழுக்கள் (teams), ஆட்சி மன்றங்கள் போன்றவை தொகுத் தியங்கும் குழுக்களாகும்.

தலைவர் உள்ள குழுக்களும், தலைவர் இல்லாக் குழுக்களும்

அறிஞர் பிராயிட் (Frued) தமது பால் (Sex) கொள்கை யின் அடிப்படையில் குழுக்களைத் தலைவர் உள்ள குழுக்கள், தலை வர் இல்லாக் குழுக்கள் எனப் பிரித்தார். இராணுவம், சமயம், அரசியல் கட்சிகள் போன்றவை, தலைவர் உள்ள குழுக்களாகும். தற்செயலாக ஏற்படும் குழுக்களிலும் குறுகிய காலத்துள் மறைந்து போகும் குழுக்களிலும் தலைவர் இல்லாமல் இருக்கலாம். இத்தகைய குழுக்களைத் தலைவர் இல்லாக் குழுக்கள் எனலாம்.

தற்செயலான குழுக்களும், நோக்குடைய குழுக்களும்

வில்லியம் மக்டுகல் என்னும் அறிஞர் பெருமகன், குழுக் களின் நோக்கினை அடிப்படையாகக் கொண்டு குழுக்களைத் தற்செயலாகத் தோன்றும் (Accidental) குழுக்கள், நோக்கோடு அமையும் (Purposive) குழுக்கள் என இருவகையில் பிரித்துள்ளார். இரயில், பஸ் பிரயாணங்களின் போது நம்மோடு பிரயாணம் செய்பவர்களோடு நாம் ஒன்றி விடுவ துண்டு. பெட்டியில் ஏறப் பிறர் முயலும்போது, வண்டி யிலிருப்போர் அதனை விரும்புவதில்லை. அதே போன்று வண்டி யிலிருந்து ஒருவர் இறங்கும்போது பிரிவு உணர்ச்சி ஏற்படு வதும் உண்டு. தற்செயலாகத் தோன்றி மறையும் இத்த கைய குழுக்களையே மக்டுகல் தற்செயலான குழுக்கள் என்றார்.

நோக்கோடு அமையும் குழுக்களை மக்டுகல் இயல்பானவை (Natural), செயற்கையானவை (Artificial) எனப் பாகுபடுத்து கிறார். நெருங்கிய நண்பர்கள், உறவினர், ஒரே மொழி பேசு பவர், ஒரே நாட்டினர் போன்றோர் இயல்பான நோக்குடைய குழுக்களைச் சார்ந்தவர்களாவர். மன்றங்கள், கழகங்கள், கட்சி கள், வர்த்தக நிலையங்கள் போன்றவை செயற்கையான, ஆனால் நோக்குடைய குழுக்களாகும்.

அமைப்புடைய குழுக்களும் அமைப்பற்ற குழுக்களும்

திடீரெனத் தோன்றி மறையும் குழுக்களில் எத்தகைய ஒழுங்குடைய அமைப்பும் காணப்படுவதில்லை. அதில் பாகுபாடோ தலைவர்களோ இல்லை. இத்தகைய குழுக்களை அமைப்பற்ற குழுக்கள், (Unorganised Groups) என்போம். குடும்பம், சமயம், கல்வி நிலையங்கள், வர்த்தக நிலையங்கள், இராணுவம் போன்றவை அமைப்புடைய (Organised) குழுக்களாகும். இவை நோக்கோடு அமைவதுடன், இங்கு ஒவ்வோர் உறுப்பினருக்கும் தனிப் பங்கு உண்டு.

கூட்டம் (Crowd)

அமைப்பற்ற குழுக்களை நாம் கூட்டம் என்போம். ஒரு தனிப்பட்ட நோக்கோடு தனிமனிதர்கள் ஒன்று சேரும்போது குழு தோன்றுகிறது எனலாம். ஒரு மையத்தைச் சுற்றிக் கூட்டம் கூடுகிறது. உதாரணமாக, சாலையில் ஒரு விபத்து நேருமாயின், அவ்விபத்தை மையமாகக் கொண்டு, கூட்டம் கூடிவிடுகிறது. ஆனால், இதே கூட்டம் உளத் தொடர்புகொண்டு செயலுறத் தொடங்குமாயின் அதனைக் குழு எனலாம். விபத்தில் ஒருவர் பெரிதும் காயமுற்றிருக்கிறார் என்போம். அவரை மருத்துவர் விடுதிக்குத் தூக்கிச்செல்லவோ அன்றி முதலுதவி (First aid) புரியவோ கூட்டத்தினர் முற்படும்போது, அவர்கள் நோக்குடைய குழுவினராக மாறிவிடுகின்றனர். சமூக உளவியலார் குழு நடத்தையோடு, கூட்டத்தின் நடத்தையையும் அறிந்துகொள்ள விரும்புகின்றனர். கூட்டத்தின் தன்மையை நாம் காண முற்படுவோம்.

கூட்டத்தின் தன்மைகள்

கூட்டம் நிரந்தரமற்றது; விரைவில் தோன்றி மறையும் இயல்பு கொண்டது. ஒரு சொற்பொழிவைக் கேட்கக் கூடும் கூட்டம் சொற்பொழிவு முடிந்தவுடனே அன்றி அதற்கு முன்னரோ கலைந்துவிடுவதுண்டு. கூட்டத்தினர் நெருங்கிச் செயலுறுவதில்லை. தனிமனிதர்கள் தனித்தனியாகப் பிரிந்தே காணப்படுகின்றனர். "நாம்" எனும் எண்ணமும், உணர்ச்சியும் கூட்டங்களில் காணப்படுவதில்லை. தனிமனிதர்கள் ஒன்று சேராவிடினும் பொதுவாக எல்லோருடைய கவனமும் மையத்தின் மேலுள்ளது. விபத்தின் அடிப்படையில் கூடும் கூட்டத்தில் உள்ள மக்கள் தனித்தனியே நின்றாலும் அவர்கள் அனைவரும் வேடிக்கை பார்க்கவே கூடியுள்ளனர். கூட்டத்திலுள்ளோரிடையே நேருக்கு நேரான தொடர்பு காணப்படுவதில்லை. ஒரு சில வேளைகளில் முரட்டுத் தனமான செயல்களில் கூட்டம்

ஈடுபடுகிறது. மையத்தின் அருகிலுள்ளோர் எளிதில் செயலுறத் தூண்டப்படுகின்றனர். கூட்டத்தின் பிற்பகுதியில் நிற்பவர்கள் ஒதுங்கி நிற்கத் தலைப்படுகின்றனர். முரட்டுச் செயல்களில், அரக்க பலம் கொண்டு கூட்டம் செயலுறுகிறது. கூட்டச்செயல்களில் பண்பு, அறிவு இவை காணப்படுவதில்லை. கூட்டங்களைச் செயலுறும் கூட்டங்கள் (Action Crowds) செயலுறுக் கூட்டங்கள் (Passive Crowds) எனப் பகுப்பதுண்டு செயலுறுக் கூட்டங்கள் வெறுமனே வேடிக்கைப்பார்ப்பதுடனே, அன்றிச் சொற்பொழிவாக இருப்பின் கேட்பதுடனே மறைந்து விடுகின்றன

செயலுறும் கூட்டங்கள், அன்பு (Love), அச்சம் (Fear) கோபம் (Rage) இவற்றுல் பாதிக்கப்படும். இவை செயலுறத் தொடங்கும் போது, அச்செயல் அந்துமீறியதாகவும் இருக்கலாம். கோபம் மிஞ்சிய கூட்டத்தினர் அழிவுச் செயல்களில் பெரிதும் ஈடுபடுகின்றனர். அச்சம் மிகுந்த கூட்டத்தினர் நாலா பக்கமும் குறிக்கோளின்றிச் சிதறி ஓடுகின்றனர். பின்பற்றல் கருத்தேற்றம், மனவெழுச்சிகள், செயலுறும் கூட்டங்களைப் பெரிதும் பாதிக்கின்றன எனலாம். வதந்தி (Rumor) கூட்டங்களில் எளிதில் பரவிவிடுகிறது. கூட்டத்தின் அச்ச உணர்ச்சியையோ, அன்றிக் கோபத்தையோ வதந்திதூண்டலாம். வதந்தி பரவும்போது கூட்டம் மந்தையாகச் செயல்பட முற்படுகிறது. கூட்டத்தின் ஒருபகுதி அச்சம் மேற்கொண்டு ஓட முற்படுமாயின், கூட்டம் முழுவதுமே ஓட முற்படுகிறது. இந்த உளவியல் உண்மையை ஒருசில கூட்டங்கள் கூடுமிடத்தில் சில சமூக விரோதிகள் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றனர். உதாரணமாகத் தேர், திருவிழாக்களின்போது' "ஆற்றில் பெருவெள்ளம் வருகிறது" என்பது போன்ற வதந்திகளை இத்தகையவர்கள் பரப்பி விடுகின்றனர். உயிரைக் காப்பாற்றிக் கொள்வதற்காகக் கூட்டத்தினர் வெறிகொண்டு ஓட முற்படுவர். தருணத்தை நன்கு பயன்படுத்தி இக்கயவர்கள், பெண்டு பிள்ளைகளுக்குத் தொல்லை தருவதும், கிடைப்பனவற்றைச் சுருட்டுவதும் உண்டு. செயலுறும் கூட்டங்களிலிருந்து, அவை-மக்கள் (Audience) வேறுபடுகின்றனர். அவையினரை மூன்று வகையாகப் பிரித்தலுண்டு: 1. அறிவு பெறக் கூடுபவர் 2. பொழுது போக்கிற்குக்காகக் கூடுபவர் 3. உரையாடும் பொருட்டுக் கூடுபவர்.

அவைகள், ஒரு நோக்கத்துடன் அமைகின்றன. குறித்த காலத்தில் முன்னரே அறிவிக்கப்பட்டுள்ள இடத்தில் அவையினர் கூடுகின்றனர். அவையினரிடையே திட்டவட்டமான

இடைவினைகளே நடைபெறுகின்றன. சொற்பொழிவாளரே அவையின் மையமாகத் திகழ்கிறார். அவர் பேசுவதற்கு அவை செவி மடுக்கிறது. பொதுவாக அவைகளைச் செயலுறுத கூட்டங்கள் எனலாம். ஆனால், அவையினர் அவை நிகழ்ச்சியில் முழு மனத்துடன் ஒன்றிவிடும்போது இங்நிலை மாறுகிறது. அவை-மக்கள் நகைக்கவோ, கை தட்டவோ, அழவோ, கத்தவோ செய்யலாம். சொற்பொழிவாளர் கூட்டத்தினரை எப்படித் தூண்டுகிறாரோ அதே போன்று அவையினரும் அவரது செயலைப்பாதிக்கின்றனர். அவையினர் கை தட்டிப் பாராட்டும்போது, சொற்பொழிவாளர் உற்சாகத்துடன் பேச முற்படுகிறார். அவையினர் கத்திக் கூச்சலிட்டுத் தமது வெறுப்பினை வெளியிடும் போது, அவரது சொற்பொழிவின் வேகமும் கருத்தாழமும் பாதிக்கப்படுகின்றன.

குழு அமைப்பு

எல்லாவகையான குழுக்களும் ஒரே வகையான அமைப்புக் கொண்டனவல்ல. அமைப்பே இல்லாத குழுக்களும் உண்டு எனக் கண்டோம். குழுவின் அமைப்பினை அடிப்படையாகக்கொண்டு குழுவில் உள்ளோரின் நடத்தை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. அமைப்பேயற்ற கும்பலிலிருந்து (Mob) சிறந்த அமைப்புடைய இராணுவங்கள்வரை சமூக உளவியலாரின் கவனத்தைக் கவருவனவாகும். சிறிது காலமிருந்து மறையும் குழுக்களைவிடத் தொடர்ந்துநிற்கும் குழுக்களில் நல்ல அமைப்பினைக் காண்கிறோம். குழுவின் உறுப்பினர்கள் மாறினும்கூட ஒருசில குழுக்கள் நல்ல அமைப்புடன் காணப்படுகின்றன. ஆண்டுதோறும் கல்லூரி மாணவர்கள் மாறலாம். ஆனால், கல்லூரி என்னும் நிலையம் நிரந்தரமானதாக விளங்குகிறதன்றோ? மேலும், நோக்கோடு அமையும் குழுக்கள் சிறந்த அமைப்புடையனவாக இருத்தலை நாம் காண்கிறோம். வில்லியம் மக்டுகல், தமது 'குழு மனம்' (Group Mind) என்னும் நூலில் ஒரு குழு சிறந்து விளங்க, கீழ்க் காணுபவை காரணங்களாக அமையலாம் எனக் கருதுகின்றார்.

1. தொடர்ந்தமையும் (Continiuity) குழுக்கள் திறந்த அமைப்புடையனவாக இருக்கும். இத் தொடர்ச்சி அதே உறுப்பினர்களைக் கொண்டும் இருக்கும். உறுப்பினர்கள் மாறினும் குழு தொடர்ந்து இருக்குமாயின் சிறப்புடையதாக அமையும். உதாரணமாக, ஓர் அரசாங்கத்தை எடுத்துக் கொள்வோமாயின், அமைச்சர் அவை (Cabinet) தொடர்ந்திருக்கும்போது நல்ல அமைப்புடன் அரசாங்கம் விளங்கும். ஒரே அமைச்சரவை தொடர்ந்தும் செயல்படலாம்; இல்லையேல் அமைச்சர்கள் மாற

லாம். அமைச்சர்களேயில்லாமல் அரசியும்போது மக்களாட்சி கொண்ட நாட்டின் நிர்வாகம் சீர்கெடும்.

2. குழு உறுப்பினர்கள் அனைவரும் குழுவின் அமைப்பு, நோக்கம், செயலுறும் முறை, திறன் இவற்றினைப்பற்றி ஆழ்ந்த அறிவு கொண்டிருப்பின், அக்குழு சிறந்ததாக அமையும். உறுப்பினர்கள் குழு-உணர்ச்சி உடையவர்களாக விளங்கவேண்டும்.

3. குழுவினர், வேறு நோக்கம், இலட்சியங்கள், பழக்க வழக்கமுடைய பிற குழுவினரை அறிந்து, அவர்களோடு இடைவினை கொள்ளுதல்வேண்டும். இத்தகைய இடைவினைகள் தமது குழுவின் சிறப்பினைக் குழுவினர் மூலம் அறிதல் முடியும். இத்தகைய அறிவு குழுவின் வளர்ச்சியைப் பெரிதும் பாதுகாக்கும்.

4. சிறந்த மரபுகளும் (Traditions) வழக்கங்களும் உடையதாகக் குழு விளங்கின், அதன் உறுப்பினர்கள் அதற்கேற்ப ஒழுகமுற்படுவர். சிறந்த அமைப்புடைய குழுக்கள் உயர்ந்த மரபுகளும் வழக்கங்களும் உடையனவாகக் காணப்படுகின்றன. இராணுவங்கள், இங்கிலாந்து நாட்டுச் சட்ட மன்றங்கள் போன்றவை இதற்குச் சிறந்த எடுத்துக்காட்டுக்களாகும்.

5. ஒவ்வோர் உறுப்பினரின் கடமைகளும் வரையறுக்கப்பட்டிருத்தல் வேண்டும். இது தமது கடமையை அறிந்து உணர்ந்து, அதற்கேற்பச் செயல்பட உறுப்பினரைத் தூண்டும். இராணுவம் போன்ற சிறந்த குழுக்களில் படை வீரர்கள் முதல் பெரும் இராணுவத் தலைவர்கள்வரை தமது கடனறிந்து செயல்படுகின்றனர். இத்தகைய திட்டமிட்ட செயல்முறை, குழுவின் அமைப்பினைப் பெரிதும் காக்கின்றது.

உறுப்பினரிடையே காணப்படும் இடைவினைகளையும் அவற்றின் இறுக்கத்தையும் அடிப்படையாகக்கொண்டு சமூக உளவியலார் குழு அமைப்புக்களைப் பாகுபடுத்துவதுண்டு. இத்தகைய குழுப் பாகுபாடுகள் குழுவினரிடையே காணப்படும் தொடர்பின் அடிப்படையில் அமையும். கிரேட் (Krout) என்னும் அறிஞர் இத்தொடர்புகள் நான்கு வகையாக அமைதல் உண்டு எனக் கருதுகிறார். அவை ஒட்டுதல் (Parasitism), தொடர்பு (Communal), ஒருமைப்பாடு (Mutualism), சமூக ஈடுபாடு (Sociality) எனப்படும்.

சமூகச் சிக்கங்கள் (Socio Grams)

மனிதர்கள் தமது விருப்பு வெறுப்புக்களின் அடிப்படையில், பிறரோடு சமூகத் தொடர்பு கொள்கின்றனர். குழு அமைப்பிலும் உறுப்பினரிடையே காணப்படும் தொடர்புகள் இத்தகைய

வகையில் அமைகின்றன எனலாம். இத்தகைய சமூகத் தொடர்புகளை விளக்கப்படங்கள் (Diagrams) மூலமாக வெளியிட முடியும் என மோரெனே (Moreno) என்னும் அறிஞர் கூறியுள்ளார். இவ்விளக்கப் படங்களைச் சமூகச் சிக்கங்கள் (Sociograms) என்போம்.

ஒரு குழுவில் பத்துப்பேர் இருப்பதாகக் கொள்வோம். ஒவ்வொருவரிடமும் தனியாக அவர் யார் யாரை மிகவும் விரும்புகிறார், எவரைத் தலைவராகக் கொள்வார், எவரோடு உணவுண்ண விரும்புவார், எவரிடம் தமது வாழ்க்கை இரகசியங்களைப் பகிர்ந்து கொள்ள விரும்புவார், எவரோடு வாழ விரும்புவார், எவருடன் திருமணத் தொடர்புகொள்ள விரும்புவார் என்பனபோன்ற பல கேள்விகள் கேட்கப்படுகின்றன. அவர்கள் தரும் விடைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு, உறுப்பினரிடையே காணப்படும் இடைவினைத் தொடர்பினை விளக்கப்படமாகக் காட்டமுடியும். இம்முறையைப் பயன்படுத்தி உறுப்பினரிடையே இடைவினைகள் எவ்வளவு ஏற்படுகின்றன என்பதனையும் தெரிந்துகொள்ள முடியும். உறுப்பினரிடையே காணப்படும் தொடர்புகள், தனியானதாகவோ (Isolates) இரட்டைகளாகவோ, (Pairs) முக்கோண வடிவிலோ (Triangles), தொடர்ச்சியாகவோ (Chains), அன்றி நட்சத்திர உருவிலோ (Star) காணப்படலாம். அவற்றினை அடுத்துள்ள படங்கள் விளக்கும்.

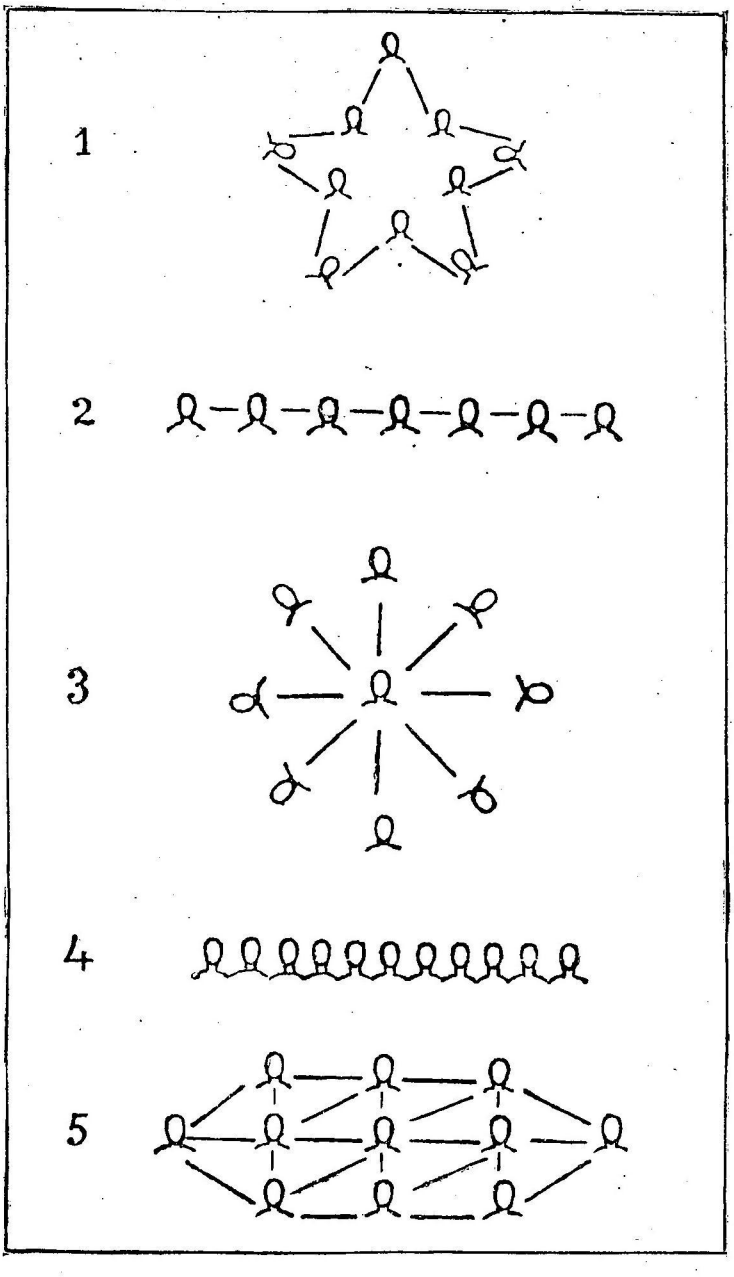
இத்தகைய விளக்கப்படங்களினின்று குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்களின் ஆதிக்கத் திறனையும் (Power), செல்வாக்கினையும் அறிய முடியும்.

இவை தவிர, குழு அமைப்புக்களையும் இத்தகைய விளக்கப்படங்கள் மூலம் வெளியிட முடியும். குழு அமைப்புக்களைக் காட்டும் சில படங்களை அடுத்து வரும் பக்கத்தில் காணலாம்.

குழு மனம் (Group mind)

தனி மனிதர்கள் குழு உறுப்பினர் என்ற முறையிலேயே செயல்புரிகின்றனர். அவர்கள் வாழும் சமுதாயம், உறுப்பினராக உள்ள குழு இவற்றால் பாதிக்கப்பட்டு அதனால் சில பண்பாடுகளையும், குணங்களையும் பெறுகின்றனர். இதனை அடிப்படையாகக்கொண்டு ஒருசிலர் குழுவே முதன்மையானது எனவும், தனி மனிதர்கள் குழுக்களுக்கு உட்பட்டவர்களே என்றும் கூறுவதுண்டு. இன்னும் சில ஆராய்ச்சியாளரோ, "குழு என்று தனியாக ஒன்று இல்லை; தனி மனிதர்களின் ஒன்று சேர்க்கையே குழு எனப்படுவது; எனவே, தனிமனிதனே முதன்மையானவன்" என்னும் கருத்தினை வெளியிட்டுள்ளனர். குழு

குழுவினரிடையே காணப்படும் தொடர்புகள்



1 நட்சத்திர வடிவு 2. தனியானவை
3. இரட்டைகள் 4. தொடர்ச்சி 5. முக்கோண வடிவு

வாகத் தனி மனிதர்கள் இயங்கும்பொழுது, தனி மனத்துடன் இயங்குகின்றனரா, அன்றிக் குழுவாக, குழுமனம் கொண்டவராக இயங்குகின்றனரா என்பதனை ஈண்டுக் காண்போம்.

தனியவனே முதன்மையானவன் என வாதிடுபவர்கள், சமூக நடத்தையனைத்தும் தனிமனிதனுடைய நடத்தைகளே என்பதனைச் சுட்டிக் காட்டுகின்றனர். தனியவனிடம் மட்டுமே உள்ளச் செயல்கள் (Mental Processes) உண்டு. தனிமனிதனே உணர்ச்சிகளாலும் மனவெழுச்சிகளாலும் இயக்கப்படுபவன். சமூக இடைவினைகள் என்பனவும் தனி மனிதர்களின் செயலே. ஒவ்வொரு மனிதனும் தன் தேவைகளுக்கு ஏற்பப் பிறரோடு இடைவினை புரிகிறான் எனலாம். குழுவாகச் செயலுற வேண்டுமென்றே, சமூக உறுப்பினர் என்னும் முறையிலோ, தனிமனிதர்கள் செயலுறுவதில்லை. தன்னைக் காத்துக்கொள்ளவும், தன் தேவைகளைப் பெறவுமே, பிற மனிதர்களைக் கருவிகளாகக் கொண்டு அவர்களோடு இடைவினைகளில் ஈடுபடுகிறான். எனவே, குழு என்பது வெறும் கற்பனையே. குழுச் செயல்கள் என்பன உறுப்பினர்களின் செயல்களையே குறிக்கின்றன. ஒவ்வொரு உறுப்பினரது செயல்களையும் தனித்தனியாக எடுத்தியம்பாது சுருக்கமாகக் குழுச் செயல் என்கிறோம்.

இத்தகைய முறையில், சமூகச் செயல்கள் அனைத்தும் தனி மனிதர்களது செயலேயாம். நிலையங்கள் (Institutions) எனப்படுபவையும் தனி மனிதர்களின் நன்மைக்காக உள்ளனவே. குழுவிற்காக நிலையங்கள் ஏற்படுவதில்லை. தனியவன்தான் பொருளீட்டும் பொருட்டுப் பொருளாதார நிலையங்களையும் கலவி இன்பம் பெறும்பொருட்டுத் திருமணம் என்பதனையும் ஏற்படுத்தியுள்ளான். வன்மையும் சக்தியும் பெற்றவனுக விளங்க அரசியல் கட்சிகளை ஏற்படுத்திக்கொள்கிறான். இவர்கள் கருத்துப்படி, தனியவனிடம் காணப்படுபவை மட்டும் தனியவர்களது கூட்டுச் சேர்க்கையான குழுவிலும் காணப்படுகிறது. தனி மனிதர்களுக்கும் மிஞ்சியதாகக் குழுவினில் எதுவுமே காணப் படுவதில்லை.

தனிமனிதனே முதன்மையானவன் என வாதிடுபவர்கள் உள்ளச் செயல்கள் தனிமனிதனிடத்து மட்டுமே காணப்படுகிறதெனவும், குழுவின் பொதுச்செயல் என்பது உறுப்பினருடைய தனிச்செயல்களின் தொகுப்புமட்டுமே எனவும் கொள்கின்றனர். ஆல்போர்ட் என்னும் அறிஞர், நிலையங்கள் ஆதாரமற்றவை, முதன்மையானவை அல்ல என்று கருதுகிறார். குழு மனம் என்பது கற்பனையில் எழுவதே என்பது இவர்தம் கருத்தாம். உதாரணமாக, ஒரு முக்கோணத்தை (Triangle) எடுத்

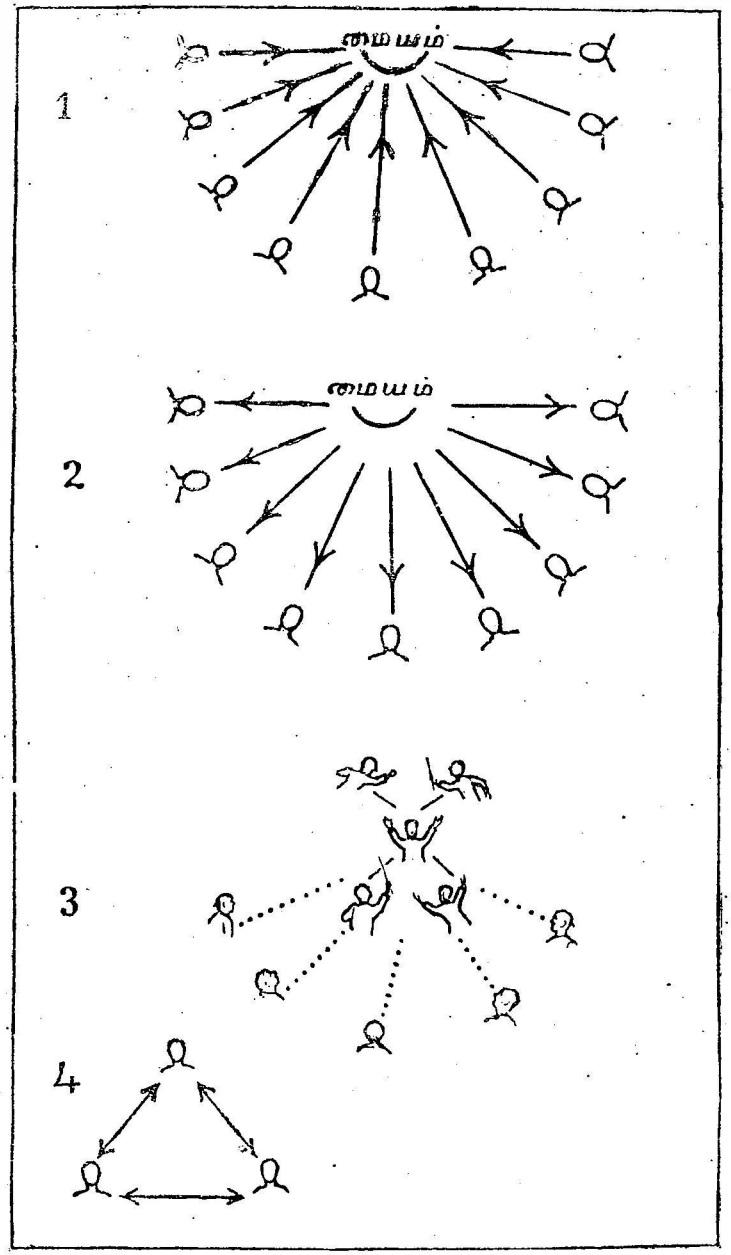
குக்கொள்வோமாயின், அது எண்ணத்தில்மட்டுமே, அமைவ தாகும். அதை நாம் புரிந்துகொள்வதற்காக வரிவடிவில் அதற்கு உருத்தருகிறோம். அதேபோன்று குழு என்பதும் வெறும் எண்ணமே. தனியவனிடமிருந்து குழு என்பதனைப் பிரித்தல் முடியாததொன்றும். எனவே, "குழுச் செயல்", "குழு மனம்", "குழு விருப்பம்" என்பதெல்லாம் பொருளற்ற வெறும் வார்த்தை களேயாம்.

தனி மனிதனே முதன்மையானவன் என்பவர்களுடைய கருத்து தெளிவற்றதாகக் காணப்படுகின்றது. குழுவற்ற நிலை யில் தனி மனிதர்கள் எவ்வாறு குழுவினராகச் செயலுற முடியும் என்பதனை இவர்கள் விளக்க முன்வருவதில்லை. தனி மனிதர்க ளுக்குமட்டுமே உள்ளச் செயல்கள் உண்டு; குழுவின் செயல்கள் அனைத்தும் தனியவர்களுடைய செயல்களே என்பதனைத் துணி பாகக் (Assumption) கொள்கின்றனரேயன்றி இவற்றினை விளக்குதல் இல்லை.

இதற்கு மாறான கருத்துடையவர்கள், "குழுவே முதன்மை யானது" என வாதிடுகின்றனர். தனி மனிதர்களின் மன நிலையோ, அன்றிச் செயல்களோ, குழுவின் செயல்களை நிர்ணயிப் பதில்லை. குழுவின் பொது மனநிலையே தனி மனிதர்களைப் பாதிக் கின்றது. ஒருவன் சார்ந்துள்ள குழுவினைக்கொண்டு அவன் எத்தகைய சமுக மனிதன் என்பதனைக் கூறல் எளிதாகும். குழு மனம் என்பது குழு உறுப்பினர்களது மனங்களின் வெறும் சேர்க்கையல்ல. குழுமனம் தனி மனிதர்களைக் கடந்து நிற்பது. தனி மனிதர்களைவிட மாபெரும் சக்திவாய்ந்தது. குழுக்கள் செய்யக்கூடிய செயல்களைத் தனி மனிதர்கள் செய்ய முடிவ தில்லை. குழுவின்முன் தனிமனிதன் ஒரு பொருட்டல்ல. குழுவின் முன் அவன் அடிபணிகின்றான். குழுவின் ஆணைகட்குக் கட்டுப் பட்டுக் கீழ்ப்படிகின்றான். இக்கருத்தினைப் பெரிதும் ஆதரிக்கும் டுர்கீம் (Durkheim) என்னும் அறிஞர் குறிப்பிடுவதுபோல, குழுவின் முன் தனிமனிதன் தன்னைத் துச்சமெனக் காண் கின்றான்; தன் நிலை உணர்ந்து குழுவின் கட்டளைகளுக்குத் தலை வணங்குகிறான்.

லெபான் (Lebon) என்னும் அறிஞர் தனி மனிதர்கள் குழு உறுப்பினராகும்போது ஓரேயடியாக மாறிவிடுகிறார்கள் என்று காட்டியுள்ளார். குழுவிலுள்ள தனி மனிதன் தன் ஆளுமையை (Personality) இழந்துவிடுகிறான். தன்னையே மறந்து செயல் படுகிறான். குழுக்களில் மனவெழுச்சிகளே முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன. அறிவுணர்ச்சி மங்கியே காணப்படுகிறது. குழு சர்வ வல்லமையும் சக்தியும் கொண்டதாகத் தன்னைப்பற்றிக்

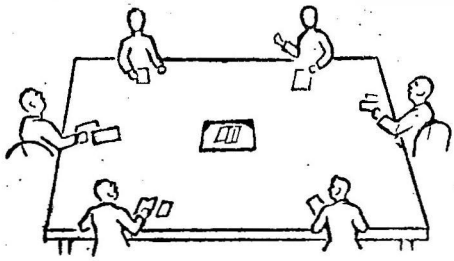
குழு அமைப்புக்கள்



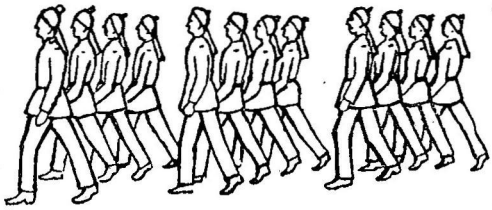
1. கூட்டம் ஆரம்பமாகும் நிலை. 2. கிலியால் ஓடும் கூட்டம்
3. தமக்குள் சண்டையிடும் கூட்டம் 4. நேருக்கு நேர் தொடர்பு
(புள்ளியிட்ட கோடுகள் வேடிக்கை கொண்ட மூன்று பெரு குழு. பார்ப்போரைக் காட்டும்)

குழு அமைப்புக்கள்

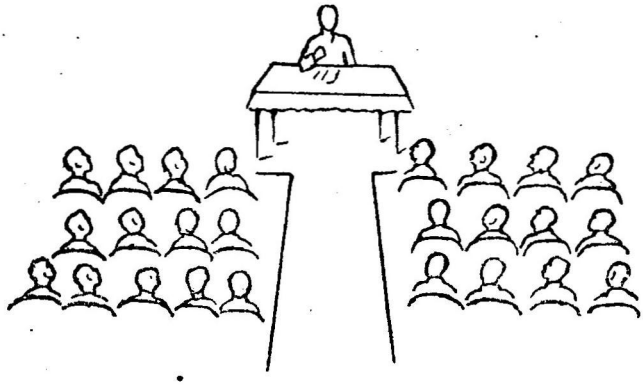
1



2



3



1. நிலையான, நேருக்கு நேர் தொடர்புள்ள குழு. உம். மாநாடு.
2. திட்ட வட்டமான தொடர்புடைய குழு; உம். இராணுவத்தினர்.
3. திட்டவட்டமான தொடர்புடைய அவை.

கருதி, அதற்கேற்ற முறையில் செயல்பட முனைகிறது. தன் ஆளுமையை இழந்துவிட்ட தனிமனிதன் குழுவோடு குழுவாகவே இயங்குகிறான் என்கிறார்.

மக்டுகல் என்னும் அறிஞரோ குழுவின் மற்றொரு மனநிலையைக் காட்டுகிறார். தனி மனிதர்கள் சுயநலமிகளாகப் பேராசை பிடித்தவர்களாகக் காணப்பட்டாலும். ஆனால், ஒரு குழுவின் உறுப்பினராக மாறி அவர்கள் செயல்படும்போது இத்தகைய குணங்கள் மறைந்துவிடுகின்றன. தம்மையும் தம் குறிக்கோள்களையும் மறந்து, குழுவின் இலட்சியங்களுக்காகச் சலியாது தனிமனிதர்கள் உழைக்கின்றனர். நாட்டு மக்களது பொதுவிருப்பம், தனி மனித விருப்பங்களைவிடப் பன்மடங்கு வன்மை வாய்ந்தது. தனிமனிதத் தேவைகளும், இலட்சியங்களும் சமுதாயக் கட்டமைப்பின் முன்னர் மறைந்துபோகின்றன.

குழுமனக் கருத்திலும், பல குறைபாடுகள் உண்டு. ஒரே மாதிரியான சூழ்நிலையில் வாழ்வதாலும், தேவைகள் பொதுவானதாக அமைவதாலும் மனிதர்கள் ஒன்றுக இணைந்து செயலுறலாம். இத்தனைக்கொண்டு அவர்கள் குழுவாகச் செயலுறுகின்றனர் என்பதற்கில்லை எனவே, அதனைமட்டும் கொண்டு குழுமனம் என்பதுபற்றித் துணிபுகொள்வதற்கில்லை. மேலும், குழுமனம் என்றால் என்ன என்று ஆராய முற்படுவோமாயின், பதில் கிடைப்பது கடினமாகக் காணப்படுகிறது. குழுமனம் என்பது வெறும் எண்ண அளவில், கற்பனையாக, அறிவுக்குள் திட்டவட்டமாக அடங்காத கருத்தாகவே காணப்படுகிறது எனலாம்.

மேலும், மனிதர்கள் யாவரும் குழுவுக்கு அடங்கி நடக்கிறார்கள் என்பதும் சரியன்று. பொதுவாக மனிதர்கள் "ஊரோடு ஒத்து வாழ" முயன்றாலும், எல்லா மனிதர்களும் சமூகத்தோடு இணைந்து வாழ்வதில்லை. சமூகச் சீர்திருத்தவாதிகளும், மாபெரும் அறிஞர்களும், மேதைகளும் குழுவிற்கு அடங்காதவர்களாகக் குழுவினின்று தனிப்பட்டு வாழ்ந்து உயர்ந்துள்ளனர். இவர்கள் மட்டுமின்றிச் சமூக விரோதிகளான கொலைஞர்கள், கொள்ளைக்காரர்கள் போன்றோரும் சமூகத்தின் சட்டதிட்டங்களுக்கு அடங்கி நடப்பதில்லை. புரட்சிகளை எடுத்துக்கொள்வோமாயினும் இவையும் அன்றுள்ள குழுக்களை எதிர்த்த செயல்களன்றோ? சோ, புத்தர் பெருமான், லெனின், பெர்னட்ஷா போன்ற பெரியோர் குழுவினின்று வேறுபட்டு வாழ்ந்தவர்களன்றோ?

மரபு, பழக்க வழக்கங்கள் போன்றவையும், குழுவினின்று தனிமனிதர்கள் பெறுபவை என்பதும் சரியல்ல. மனிதத் தேவை

களுக்கு ஏற்ப மரபும் பழக்க வழக்கங்களும் ஏற்படுகின்றன. இவற்றினைத் தோற்றுவிப்பவர்களே தனி மனிதர்கள்தாம். எனவே, மரபும் பழக்க வழக்கங்களும் தனி மனிதர்களிடமிருந்தே குழு பெறுவது எனலாம்.

மனித உள்ளத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டே சமூக நிகழ்ச்சிகள் ஏற்படுகின்றன மனித உள்ளங்களைக் கொண்டவர்கள் தனி மனிதர்களேயாவர். அத்தகைய முறையில் குழு தனி மனிதர்களுக்கு அடிமையானதன்றே?

எனவே,குழுமனம் என்பது தனிமனிதர்களைவிட உயர்ந்தது என்னும் கருத்தும் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடியதன்று. குழுவின் அடிப்படையில் சமூக மனிதர்கள் தோன்றுகிறார்கள். ஆனால், குழு தனி மனிதர்களைக்கொண்டு, தனி மனிதர்களுக்கெனத் தோற்றுவிக்கப் படுவதாகும். குழுவினின்று தனிமனிதர்களைப் பிரித்தலோ, அன்றித் தனிமனிதர்களின்றிக் குழு இயங்குவதோ முடியாததாகும். எனவே, பயனற்ற இத்தகைய சர்ச்சையில் ஈடுபடுவதினைவிடச் சமூக ஒற்றுமை ஏற்படும் விதத்தினையும், அது உண்டாவதற்குரிய காரணங்களையும் கண்டறிந்து, வாழ்வதற்குகந்த நல்லதொரு சமுதாயத்தை ஏற்படுத்தித் தருதல் சமூக உளவியலார் கடமையாகும்.

எட்டாம் அதிகாரம்

தலைவர்கள்

தலைவர்கள் — குழந்தைச் சமூகத்தில் தலைவர்கள் — தலைவர்கள் தோன்றும் நிலைகள்.

தலைவர்களின் சிறப்பியல்புகள் — உடல்வகைக் காரணங்கள் — பிறப்பு நிலை — மனப் பண்புண்கள் — தலைவரும் கல்வி அறிவும்.

பல்வகைத் தலைவர்கள் — கான்வே — பார்ட்லட் — போகார்டஸ் — சார்ஜன்ட் — கிம்பல் யங் — கர்ட்லூயின் — கிரச் — குருச் பீல்டு — என்பார் தந்துள்ள பாகு பாடுகள்.

எதேச்சாதிகாரத் தலைவர்கள் — சிறப்பியல்புகள் — மக்கள் - தலைவர்கள் — பண்புகள் — கர்ட் லூயின், லிப்பிட் ஆகியோர் கடத்திய பரிசோதனை முடிவுகள் — விளக்கப் படங்கள்.

தலைவரது செயல்கள் — பணிகள் — கடன்கள் — தலைவர்களும் பின் செல்பவர்களும் — தலைமைப் பதவிக் கெனப் பயிற்சி.

இதனை இதனுல் இவன்முடிக்கும் என்றுய்ந்து
அதனை அவன்கண் விடல்'

என்ருர் வள்ளுவப் பெருந்தகை. மனித சமூகம் தோன்றிய காலத்திலிருந்தே, சமூகங்களை வழிநடத்தும் தலைவர்களும் இருந்து வந்துள்ளனர். பெருவாரியான மக்கள், தலைவர்களைப் பற்றித் தெரிந்துகொள்ளவும், தாமே தலைவர்களாகவும் விரும்புகின்றனர். தலைமைப் பதவியை அடைவதாயின், அதற்குரிய தனிக் குணநலன்களை ஒருவர் பெற்றிருத்தல் மிகவும் இன்றியமையாததாம்.

மனித சமூகத்தைப் போன்றே உயிரினங்களிடையேயும் தலைவர்கள் உண்டு. 'விலங்குகளின் சமூக வாழ்க்கை' என்னும் பகுதியில் இதனைப் பற்றி நாம் கூறியிருக்கிறோம் 1. எறும்புகள், தேனீக்கள், பறவைகள், விலங்கினங்கள் இடையேயும் தலைவர்கள் உண்டு. இச்சமுதாயங்கள் இத்தலைவர்களின் ஆணைக்குக் கட்டுப்பட்டுச் செயலுறுதலை நாம் காண்கின்றோம். குழந்தைகளிடமும் இங்கிகழ்ச்சியினை நாம் காணலாம். குழந்தைகள் குழுக்களாக இயங்கும்போது, அவர்களுள் தலைவர்கள் தோன்றிவிடுகின்றனர். பொதுவாக, குழந்தைச் சமூகங்களில் வயதில் பெரிய குழந்தைகள் தலைமைப் பதவி வகிக்கின்றன. பள்ளி மாணவர்களிடையும், கல்லூரி மாணவர்களிடையும் தலைவர்களைக் காண்கிறோம். மாணவர்கள் மத்தியில் ஒரு சில தனிச்சிறப்புக் கொண்டவர்களே தலைவர்களாகின்றனர். இனி, இத்தலைவர்கள் எத்தகைய நிலைகளில் தோன்றுகின்றனர் எனக் காண்போம்.

பொதுவாகக் கூறுவதாயின், குழுக்கள் தோன்றி வளரும் போதெல்லாம் தலைவர்களும் தோன்றுகின்றனர் எனலாம். தொழிலாளர்கள் ஒன்றுகூடித் தமக்கெனச் சங்கங்களை ஏற்படுத்திக் கொள்ளும்போது அவற்றிற்கெனத் தலைவர்களும்தோன்றுகின்றனர். புதிதாக மாணவர்கள் கல்லூரியில் சேருங் காலை, அவர்களிடையே தலைவர்கள் இல்லை. ஆயினும், ஒரு சிறிது காலம் அவர்கள் ஒருவரோடொருவர் பழகி, மனவெழுச்சிகளால் இணைக்கப்படும்போது, உளவியல் அடிப்படையில், அவர்கள் குழுவினராக மாறுகின்றனர். அத்தகைய நிலையில் அவர்களுள் தலை

1. இரண்டாம் அதிகாரத்தைக் காண்க.

வர்கள் தோன்றுகின்றனர். கல்லூரிச் சங்கங்கள், விளையாட்டு மைதானங்கள், சொற்போர் மன்றம், தேசிய மாணவர் படை, போன்ற அமைப்புக்கள் தலைவர்கள் தோன்றுவதற்குகந்த இடங்களாகும்.

திட்டவட்டமான முறையில் அமைப்புக்கொள்ளாத குழுக்களிலும் தலைவர்கள் தோன்றுவதைக் காண்கிறோம். குழுவில் சூழ்பமான நிலை ஏற்படுவதை ஒருசிலர் நன்கு பயன்படுத்தித் தலைவராதல் உண்டு. குழுவின் விருப்பங்களுக்கு உருத் தந்து, குழுவிலுள்ள குழப்பத்தினைப் போக்கிக் குழுவினை வழி நடத்தத் தலைவர்கள் தோன்றுதலை நாம் காண்கின்றோம்.

இதேபோன்று, ஒரு குழுவின் செல்வாக்கு மிகக் குறைந்து காணப்படும்போதும், திடீரென அத்தகைய குழுக்களில் தலைவர்கள் தோன்றிவிடுகின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக அரசியல் கட்சிகளைக் கொள்வோம். தனது செல்வாக்கினை ஓர் அரசியல் கட்சி இழந்துபோகும் நிலையில், செல்வாக்கினைக் கட்சி இழத்தற்குக் காரணமாக அமைந்த தலைவர்கள் புறக்கணிக்கப்பட்டு, புதுத் தலைவர்கள் தோன்றுகின்றனர். கட்சிக்கு உயிரூட்டி அதற்குப் புகழ் தேடித் தருவதும், உறுப்பினரிடையே நம்பிக்கை நிலவச் செய்வதுமே அவர்களது கடமைகள் அமைவதனையும் நாம் காண்கிறோம். அதேபோன்று ஒரு சமூகத்தில் பாதுகாப்பின்மை நிலவும்போதும், மக்கள் இடர்ப்படும்போதும், அவர்களுக்குப் பாதுகாப்பளித்து இடர் தவிர்ப்பவர்கள் தலைவர்களாக மாறி விடுகின்றனர்.

இவை தவிர, ஒரு சமூகத்தில் வாழும் மக்கள், ஒருசில பயன்களை அடைவதற்காக, ஒருசிலரைத் தலைவர்களாகக் கொள்வதுண்டு. இது சாதாரணமாக நமது சமூகத்தில் நாம் காணும் காட்சியாகும். நமது ஊர், நகர், மாவட்டம் போன்ற இடங்களில் செல்வச் சிறப்புடன் செல்வாக்கும் பெற்றவர்களே தலைவர்களாக விளங்குதலைக் காண்கிறோம். மக்கள் - மன்ற உறுப்பினராகப் பல செல்வந்தர்களும் உயர் பதவியிலுள்ளோர்களிடம் பெரிதும் செல்வாக்குடையோரும் இருப்பதை நாம் காண்கிறோம். இவர்களைத் தலைவர்களாகக் கொள்ளுதலின்மூலம் இவர்களது செல்வாக்கினைச் சமூகத் தேவைகளை அடையப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம் என்பதே இவர்களைத் தலைவர்களாகக் கொள்ளுதலின் நோக்கமாகும்.

ஒரு சிலர் தமது சுயமுயற்சியால் தலைவர்களாதலும் உண்டு. செயற்கைக் காரணங்களை உண்டு பண்ணி, மக்களிடம் புது விருப்பங்களையும் தேவைகளையும் உண்டுபண்ணி, அவற்றிற்கு

வழி காண முற்பட்டுச் சிலர் தலைவர்களாகின்றனர். புதுப் புதுக் கட்சிகள் இவ்வகையிலேயே தோன்றுகின்றன எனலாம்.

தலைவர்களின் சிறப்பியல்புகள்

மேற்கூறிய பல முறைகளிலும் தலைவர்களாகித் திகழ்பவர்கள் ஏனையோரை விடச் சில சிறந்த இயல்புகளைக் (Characteristics) கொண்டுள்ளனர். பல்வேறு மேடைகளில் தலைவர்களைப் பற்றிப் பேசக் கேள்வியுற்றிருக்கிறோம். கல்லூரிகளில் சொற்பொழிவாற்றும் பலர், "மாணவர்கள் தலைவர்களாவதற்கு என்னென்ன செய்தல் வேண்டும்" என்று கூறுதல் உண்டு. கல்லூரிச் சொற்போர் மன்றங்கள், இதர சங்கங்கள் போன்றன மாணவர்களிடையே தலைவர்களைத் தோற்றுவிப்பதற்காகவும், அவர்களுக்குப் பயிற்சி அளிப்பதற்காகவுமே அமைந்துள்ளன. மேலும், தேசிய மாணவர் படை, சமூகத் தொண்டு புரியும் சங்கங்கள் போன்றனவும் தலைவர்களைத் தோற்றுவிக்கவும், அவர்களைச் சிறந்த தலைவர்களாக்கவும் முற்படுகின்றன. பொதுவாக, மனிதர்களிடையே, "தலைவராகவேண்டும்" என்னும் பெரு விருப்புக் காணப்படுகின்றது. தலைவர்கள் என்னும்போது அரசியல் துறையை மட்டும் நாம் குறிப்பிடவில்லை. வாழ்வின் பல நிலைகளில், பல துறைகளில் தலைவர்களாக விளங்க மனிதர் விரும்புகின்றனர். இவ்விதம் பலர் விரும்பினாலும் ஒருசிலரே தலைவராகுதலை நாம் காண்கிறோம். தம்முடைய உழைப்பாலும், திறமையாலும் பலர் உயர்ந்துள்ளனர். நல் ஊழும், வாய்ப்பும், குடும்பச் செல்வாக்கும் ஒருசிலருக்கு உதவுவதாகக் கூறப்படுவதுண்டு. இத்தகைய தலைவர்களது வாழ்வினை நாம் ஆராய்ந்தாலும் தமது சுய முயற்சியாலும் இடையறு உழைப்பாலுமே இவர்கள் உயர்ந்துள்ளதனை நாம் காண்கிறோம். இதனை மனத்திற் கொண்ட பெரும்புலவர் வள்ளுவர்,

> "ஊழையும் உப்பக்கம் காண்பர், உலைவு இன்றித்
> தாழாது உஞற்றுபவர்"

என்றார். எனவே, தலைவர்களாகக் காணப்படும் பெரியோர்கள் பலரும் தமது பெரும் உழைப்பாலேயே உயர்ந்தவர் எனக் கொள்ளல் வேண்டும்.

உழைப்பை மட்டுமே துணையாகக் கொண்டு, தலைவர்களாகி விடலாம் என்றும் கூறுவதற்கில்லை. அண்மைக் காலங்களில் நடந்துள்ள பல்வேறு ஆராய்ச்சிகள், தலைவர்களாக விரும்புவோர் சுய முயற்சி மட்டுமன்றி இன்னும் சில பண்புகளும் திறமைகளும் கொண்டவர்களாக இருத்தல் வேண்டும் எனக் காட்டியுள்ளன. இத்தகைய பண்புகளும் திறமைகளும் "சிறப்

பியல்புகள்'' எனப்படும். ஒரு தலைவருக்குரிய சிறப்பியல்புகளைக் காண முற்படுவோம் :

நல்ல உடற்கட்டு, தலைமைப்பதவியை ஒருவர் அடைவதற்கு உதவுவதுண்டு. நல்ல உடல் வலிமை யுள்ளோரிடம் பிற மனிதர்கள் அடங்கி நடக்க முற்படுவது இயல்பேயாகும். விலங்கினங்களிடமும் நாம் இதனைக் காண்கின்றோம். பலமுள்ள விலங்குகள், பிற விலங்குகளின் மேல் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன. நல்ல உடற்கட்டும் வலுவுமுள்ள காட்டு யானைகள் தமது கூட்டத்திற்குத் தலைவனாக இருப்பதுடன், பிற விலங்கினங்களின் உள்ளங்களில் அச்சத்தை மூட்டுகின்றன. இராஜபாளையம் நாய்களின் முன் நமது வீடுகளிலுள்ள நாய்கள் நடுநடுங்குகின்றனவே! இதே போல் நல்ல வலிமை வாய்ந்த உடற்கட்டும் தோற்றமும் பிற மனிதர்களை எளிதில் பணிய வைக்கின்றன. இதன் காரணமாகவே, பொதுவாக நல்ல உடற்கட்டும் தோற்றமும் கொண்டவர்களையே இராணுவம், காவல் - துறை (Police) போன்றவற்றில் தேர்ந்தெடுக்கின்றனர். காவலர்கள் நல்ல உடற்கட்டும் கம்பீரத் தோற்றமும் உடையவர்களாக இருப்பின், எப்பேர்ப்பட்ட கைதிகளும் அவர்கள் முன்னிலையில் அஞ்சி நடுங்குகின்றார்களே! ஆனால், காவலர் சோனியாக இருப்பின், ஒருசிலர் அவர்களை எள்ளி நகையாட முனைவதுமுண்டே!

தொழில் - துறையிலும் தலைவர்களாக உள்ளவர்கள் நல்ல உடற்கட்டு உடையவராகவும் தோற்றமுடையவராகவும் காணப்படுகின்றனர். இ. டி. காட்வின் (E. D. Godwin) என்னும் ஆராய்ச்சியாளர் தொழில்-துறைத் தலைவர்களை ஆராய்ந்தார். நல்ல செயல் திறமை கொண்டவர்களும், தலைவர்களாக விளங்கியவர்களும் பிறரைவிட உயரமானவர்களாகவும், பருத்தவர்களாகவும் விளங்கியதைக் கண்டார். கிருஷ்மர் (Kretschmer) என்னும் அறிஞரும், ''உடலின் அளவுக்கும் ஆளுமைக்கும் நெருங்கிய தொடர்புண்டு'' எனக் கூறியுள்ளார். பொதுவாக உளவியல் அடிப்படையில் காணும் போது புறமுகத்தோரே (Extroverts) தலைவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். புறமுகத்தோரே நல்ல உடற்கட்டு உடையோராகவும் உள்ளனர். இவற்றின் அடிப்படையில் ஆராயும்போது, ஒருவரது உடலளவு அவர் தலைவராகுதலில் ஓரளவு பங்கு கொள்கிறது எனலாம்.

ஆனால், வெறும் உடலளவு மட்டும் ஒருவரைத் தலைவராக்கி விடுதல் இல்லை என்பதனை நாம் அறியவேண்டும். ஒருவரது உடலளவைவிட மனத்திட்பமே மிகவும் முக்கியம் வாய்ந்தது. அத்துணை உடல் வலிவு வாய்ந்த யானையைச் சிறு மனிதன்

தனது அறிவுத் திறனால் அடக்கி ஆள்வதை நாம் காண்கின்றோம். உலகப் பெருந்தலைவர்களில் ஒருவராகக் கருதப்படுபவர் நெப்போலியன் (Napolean). ஆனால், உடலளவில் அவர் சிறிய மனிதராகக் காணப்பட்டார் என வரலாறு கூறுகின்றது. ஆனால், பொதுவாகக் கூறுமிடத்துச் சிறு உருவைக் கொண்ட மனிதர்கள் பிறரை அடக்கி ஆள்தல் கடினமாம். ஒருவரிடம் நல்ல உடற்கட்டுடன் அறிவுத்திறனும் உள்ளபோது, அவர் எளிதில் பிறரை அடக்கியாளுகிறார் எனலாம்.

நல்ல உடற்கட்டும் வலுவும் பிறரை எவ்வாறு பணிய வைக்கின்றனவோ அதேபோன்று ஒருவரது குரலும் மிக முக்கியமானதாகும். நல்ல திடமான வெண்கலக் குரலுடைய மனிதர்கள் தமது குரலால் கொண்டு பிறரை அடக்குதலை நாம் காண்கின்றோம். குறிப்பாக, ஆசிரியர்கள், சொற்பொழிவாளர்கள் போன்றோர் திடம் மிக்க குரல் படைத்தோராக விளங்குதல் தேவையாகும். நல்ல உடற்கட்டும், திடமான குரலுமுடைய ஆசிரியரிடம் மாணவர்கள் பணிவாக நடந்து கொள்கின்றனர். ஆசிரியர் கீச்சுக் குரலுடையவராகவோ, அன்றி மெதுவான குரலில் பேசுபவராகவோ இருப்பின், அவரது வகுப்பில் ஒழுங்கு காணப்படுதல் கடினமாம். எனவே, ஆசிரியத் தொழிலில் உள்ளோரும், ஆசிரியத் தொழிலில் ஈடுபட விருப்பமுடையவர்களும், பிறரை ஈர்க்கும் இதமான குரலில் பேசுவதற்குப் பழகிக் கொள்ள வேண்டும். திடமான, ஆழ்ந்த உணர்ச்சிகள் நிரம்பிய குரலில் பேசுகின்ற ஆசிரியரது வகுப்பில் மாணவர்கள் சோம்பி இருத்தலோ தூங்குதலோ முடியாது. பொதுவாக, மாணவர்களால் சிறந்த ஆசிரியர்கள் என எண்ணப்படுபவர்கள் இத்தகைய குரலுடையவராக இருத்தலைக் காண்க. இதேபோன்று சிறந்த சொற்பொழிவாளராக விளங்குபவர்களும் திடமான குரலுடையவர்களாகவே காணப்படுகின்றனர். நல்ல உடற்கட்டு, வலிமை, திடமான குரல், இவை ஆண்மையின் அணிகலன்களாக விளங்குகின்றனவன்றோ? மேலும், இன்றைய நிலையில் பெரும்பாலான தலைவர்கள், குறிப்பாகப் பெருங் குழுக்களின் தலைவர்கள், சொற்பொழிவுகளின் வாயிலாகவே தமது குழுவினரோடு தொடர்பு கொள்கின்றனர். அத்தகைய பெருமக்கள் நல்ல திடமான குரல் பெற்றிருத்தல் தேவையாம். அதே போன்று வானொலியில் செய்தி படிப்பவர்களும், அறிவிப்பாளர்களும், திரைப்பட நடிகர் நடிகையரும், உரை கூறுவோரும் (Commentator) திடமான குரல் பெற்றிருத்தல் அவசியமாகும். தமது குரல் திறன் கொண்டே எத்தனையோ நடிகர்கள் சிறந்த நடிகர்களாக விளங்குகின்றனர்.

அதே போன்று, துரிதகதியில் செயல்புரிவோரும் பிறரை எளிதில் கவர்ந்து விடுகின்றனர். சுறுசுறுப்பாக உள்ள மனிதர்களைப் பிறர் மதிக்கின்றனர். அவர்கள் சிறந்த செயல் திறன் கொண்டோர் என நம்பி அவர்களைத் தலைவர்களாகக் கொள்ள மக்கள் முன்வருகின்றனர். பொதுவாக, ஓர் அலுவலகத் தலைவர் சுறுசுறுப்பாகத் துரிதகதியில் இயங்குபவராக இருப்பின், அவரது அலுவலகமே சுறுசுறுப்பாக இயங்குதலைக் காண்கிறோம். உலகப் புகழ்பெற்ற மாபெரும் தலைவர்கள் தமது முதிர்ந்த வயது நிலையில், இளங்காளைகளென துள்ளிச் செயல் புரிவதால், மக்களை எளிதில் கவர்ந்து விடுகின்றனர். எடுத்துக் காட்டாக, சர்ச்சில் (Churchill) டிகால், (Degall), குருஷேவ் (Khrushchev), நேரு, போன்றோரைக் கூறலாம். சோம்பேறிகளின் அலுவலகமும், அவர்கள் தலைமை தாங்கும் நிலையங்களும் அவர்களைப் போன்றே அமைகின்றன.

தலைவர்களாக விரும்புபவர்கள் சுறுசுறுப்பாக இயங்குவதுடன், உற்சாகத்தோடு (Enthusiasm) செயலாற்றுபவர்களாகவும் இருத்தல் அவசியம். தலைவரிடையே காணப்படும் உற்சாகம் பின்பற்றுபவரிடமும் காட்டுத் தீயெனப் பரவுதலைக் காண்கிறோம். மாபெருந் தலைவர்கள் பிற தலைவர்களைப் போட்டிக்கு அழைப்பவர்களாகவும், பிற தலைவர்கள் போட்டிக்கு அழைக்கும்போது அதனைத் தயக்கமின்றி ஏற்றுக் கொள்பவர்களாகவும் காணப்படுகின்றனர். இன்றைய அரசியலை எடுத்துக் கொள்வோமாயின், உற்சாக மனிதராக விளங்கும் குருஷேவ் சவால் விடுபவராகவும், பிறர் விடும் சவாலை எளிதில் ஏற்றுக் கொள்பவராகவும் காணப்படுகின்றார். அரசியல் சதுரங்கத்தில் இக்கட்டான நிலையிலும் கூடத் தயக்கமின்றி, உற்சாகத்துடன் முன்னேறுகிறார். அவருடைய கொள்கைகளிலும், இலட்சியங்களிலும் நம்பிக்கை கொள்ளாத மனிதர்களும் அவரைச் சிறந்ததொரு தலைவர் என ஏற்றுக் கொள்ளத் தயங்குவதில்லை.

மேலும், தலைவர்களாக விரும்புபவர்கள் தன்னம்பிக்கையுடையவர்களாக (Self-Confidence) இருத்தலும் மிகவும் அவசியமாகும். எதற்கெடுத்தாலும் அஞ்சிச் சாவோர் தலைவர்களாவதற்கு எள்ளத்தனையும் தகுதியற்றவராவர். "இடுக்கண் வருங்கால்" நகைக்கும் திறனுடையவர்களே தலைவர்களாக விளங்கமுடியும். இதனைக்கொண்டு தலைவராக உள்ளவர் கவலையற்றவராகக் காணப்பட வேண்டும் என்பது பொருளன்று. இடுக்கணும் இடைஞ்சல்களும் ஏற்படும்போது, இது தமது திறமைக்கு ஒரு சோதனை என எடுத்துக்கொண்டு, தலைவர்கள்

செயல்பட முனைய வேண்டுமேயன்றி, இடிந்துபோதல் கூடாது. எதிர்காலத்தை நம்பிக்கையோடு எதிர்நோக்குபவர்களாகத் தலைவர்கள் விளங்க வேண்டுதல் இன்றியமையாததாகும். "அச்சம் என்பதனை மட்டும் குறித்தே நாம் அச்சமுற வேண்டும்" என ரூஸ்வெல்ட் (Roosvelt) பெருமகனார் கூறினார். இதனைத் தலைவர்கள் மனத்தில் கொள்ளுதல் மிக்க அவசியமாகும். தலைவர்கள் தன்னம்பிக்கை உடையவர்களாக விளங்கினால் மட்டுமே, குழுவினர் மனவுறுதி (Morale) கொண்டவர்களாகக் காணப்படுவார். குழுக்கள் மனவுறுதி கொண்டனவாக இருத்தல் மிகவும் இன்றியமையாதது. மனவுறுதியினை இழக்கும் குழுக்கள் நிலைகுலைகின்றன. தலைவர்கள் இதனையும் மனத்தில் கொள்ளுதல் இன்றியமையாததாகும்.

ஒருவர் தமது குடும்பத்தில் வகிக்கும் பங்கும், அவர் தலைவராவதனைப் பாதிப்பதுண்டு. அடங்கி நடந்தே பழகிய ஒருவர், ஆதிக்கம் செய்ய முடிவதில்லை. மீறித் தலைவராகும் வாய்ப்பு அவருக்கு வேறு காரணங்களால் ஏற்படுமாயின், அவர் தமது கீழ்ப் பணிபுரிபவர்களது சொற்கேட்டு நடக்க முற்படுகிறார். இல்லையெனின், தமது தோல்வியை மறைக்க முரடராக மாறி விடுகிறார். மனைவியின் ஆதிக்கத்தில் அதீதமாக ஆழ்ந்துவிடும் மனிதர்களும் தலைவர்களாகி, மக்களை வழி நடத்திச் செல்லுதல் கடினமாம். இதேபோன்று பொதுவாகச் செல்வச் செழிப்பில் ஆதிக்கம் புரிந்து பழகிவிட்டவர்கள் இயல்பாகவே தலைவருக்குரிய குணங்களோடு அமைவதுண்டு. போர்டு (Ford), ராக்பெல்லர் (Rockfeller) பரம்பரை இதற்கு உதாரணமாகும். நம் நாட்டிலும் உயர் குடும்பத்தில் பிறப்பவர்கள் "அரச களையுடன்" காணப்படுவதாகக் கூறப்படுவதுண்டு. இதுபோலவே, ஏழ்மையான குடும்பங்களில் பிறப்பவர்கள் பொதுவாகத் தலைவருக்குரிய பண்புகளோடு காணப்படுவதில்லை. இது பொதுவான விதியே தவிரச் செல்வரெல்லாம் தலைவருக்குரிய பண்புகள் கொண்டவரெனவோ, ஏழைமக்கள் தலைவராகுதலில்லை என்றோ பொருளில்லை. ஆபிரகாம் லிங்கன் (Abraham Lincoln), ஹிட்லர் (Hitler), ஸ்டாலின், குருஷேவ் போன்றவர்கள் ஏழைக் குடும்பங்களில் பிறந்திருந்தும், தமது சலியாத உழைப்பால் உயர்ந்த பெருமக்களாவர். இதேபோன்று குடும்பத்தில் ஒருவரது பிறப்பு நிலையும் (Ordinal Position) அவரது ஆளுமையைப் பாதிக்கும் என ஆல்பிரட் ஆட்லர் (Alfred Adler) என்னும் உளவியல்துறை அறிஞர் கருதினார். இதைப்பற்றிப் பல்வேறு ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன. குடனே (Coodenough), லியாகி (Leahy) என்பவர்கள் 300 குழந்தைகளை அவர்களிட

முள்ள ஆதிக்கம் செலுத்தும் தன்மையின் அடிப்படையில் ஆராய்ந்தனர். குடும்பத்திலுள்ள மூத்த குழந்தைகள் பணிவுள்ளனவாகவும், நடுவில் உள்ள குழந்தை மூத்ததை விட ஆதிக்கம் கூடியதாகவும், இளைய குழந்தைகள் பொதுவாக ஆதிக்கம், பணிவு இவை இரண்டுமே இல்லாதனவாகவும் காணப்பட்டன எனக் கண்டனர். ஒரு சில பெற்றோர்களுக்கு ஒரே குழந்தை மட்டும் இருப்பதுண்டு. இத்தகைய ஒரே குழந்தைகள் முரட்டுத்தனம் மிக்கனவாகவும், தன்னம்பிக்கை உடையனவாகவும், பிறரிடமிருந்து பணிவை எதிர்பார்ப்பனவாகவும், பிற குழந்தைகளோடு எளிதில் பழகி விடும் திறன் படைத்தனவாகவும் காணப்பட்டன என்று குடனேவும் லியாகியும் கூறுகின்றனர். இதனின்று குடும்பத்தில் ஒரே குழந்தையாக வளருபவரே தலைவராகக் கூடியவர் என்று திட்டவட்டமாகக் கூறுதல் முடியாது. இதுபற்றித் துணிந்து கூற, இத்துறையில் பெருமளவில் ஆராய்ச்சிகள் நடத்தப்படுதல் இன்றியமையாதது.

தலைவராதற்குரிய உடல்வகைக் காரணங்களையும் பிறப்பை ஓட்டிய காரணங்களையும் கண்டோம். தலைவராக விரும்புபவர்கள் இத்தகைய பண்புகளைப் பெற்றிருப்பதுடன் சில மனப் பண்புகளையும் பெற்றவராயிருத்தல் தேவையாகும்.

குறிப்பாகத் தலைவராக விரும்புபவர்கள் சீரிய நுண்ணறிவு (Intelligence) பெற்றவர்களாக இருத்தல் இன்றியமையாததாகும். நுண்ணறிவு உடையவர்கள் பிறருடைய மதிப்பினையும் போற்றுதலையும் எளிதில் பெற்றுவிடுகின்றனர். அறிஞரென மக்கள் கருதும் தலைவரது சொல்லுக்கு அவர்கள் எளிதில் செவிமடுக்கின்றனர். உதாரணமாக இராஜாஜி அவர்களைக் கூறலாம். கூரிய அறிவும் நுண்ணறிவும் கொண்ட அவர், எளிதில் மக்களது மனத்தினைக் கவர்ந்து விடுகிறார். நுண்ணறிவு பெற்ற தலைவர்கள், சிறந்த செயல் வீரர்களாகத் திகழ்வதுடன் சிக்கலான பிரச்சனைகளுக்கு முடிவுதந்து, குழுவினரின் நன் மதிப்பினைப் பெறுபவராகவும் உள்ளனர். மேலும், தமது கூரிய அறிவுத் திறனின் துணைகொண்டு, தாம் வழிநடத்திச் செல்லும் மக்களை அறிந்து கொள்ளவும், அவர்கள்தம் தேவைகளையும் விருப்பு வெறுப்புக்களையும் புரிந்துகொள்ளவும் முடிவதோடு, அதற்கேற்ற முறையில் தமது நடத்தையை ஒழுங்கு படுத்திக் கொள்ளவும் முடியும்.

அறிவுத்திறனோடு, வருங்காலத்தை எதிர்பார்த்துச் செயல்படும் திறமையுடையோராகவும் தலைவர்கள் இருக்கவேண்டியது மிகவும் அவசியமாகும். குறிப்பாக அரசியல் சமூகத் தலைவர்கள் எதிர்காலத்தில் நடக்கக் கூடியவற்றினை எதிர்பார்த்து, அதற்

கேற்பத் தமது நடத்தையினையும் தனது குழுவின் நடத்தையினையும் அமைத்துக்கொள்ளுதல் வேண்டும். தீர்க்கமான அறிவும், எதிர்காலத்தில் ஏற்படக் கூடியவற்றை முன்னரே எதிர்பார்க்கக் கூடிய கற்பனைத் திறனுமுடைய தலைவர்களே பெருந் தலைவர்களாக விளங்கமுடியும். இன்றைய உலக அரசியல் மேடையில் இத்தகைய திறன் பெற்ற தலைவர்கள் பலரை நாம் காண்கிறோம்.

மேலும், தலைவராக விளங்குபவர், உணர்ச்சிகளுக்கும் மன வெழுச்சிகளுக்கும் எளிதில் இடம் கொடாதவராகவும், அவற்றினைக் கட்டுப்படுத்தும் திறன் பெற்றவராகவும் விளங்குதல் வேண்டும். தம் விருப்பத்திற்கும் தேவைகளுக்கும் ஏற்ப உணர்ச்சிகளையும், மன வெழுச்சிகளையும் வெளியிடும் திறம் பெற்ற தலைவர்கள் உண்டு. இவ்வகையில் ஒவ்வொரு தலைவரும் சிறந்த நடிகராகவும் இருத்தல் வேண்டும். தம்மைப் பின்பற்றுபவர்களிடம் எளிதில் ஏமாந்து விடாதவராகத் தலைவர்கள் இருத்தல் அவசியம். உணர்ச்சிகளுக்கும் மனவெழுச்சிகளுகும், தமது சுய விருப்பு வெறுப்புக்களுக்கும் இடங்கொடாது நடுவுநிலையினின்று பின்செல்பவர்களை அறிந்துகொள்ளத் தலைவர்கள் முற்பட வேண்டும். தமது உறவினன், நண்பன் என்னும் அடிப்படையில், பின் செல்பவரிடமோ, அன்றி ஊழியரிடமோ பாரபட்சத்துடன் நடந்துகொள்ளும் தலைவர்கள் எளிதில் தமது செல்வாக்கினை இழந்து விடுவதுண்டு. எவருக்கெனத் தகாதமுறையில் உதவி புரியவும், தமது செல்வாக்கினைப் பயன்படுத்தவும் எந்தத் தலைவர் முற்படுகிறாரோ, அவரும்கூடத் தமது மதிப்பினையும், செல்வாக்கினையும் இழந்துவிடுகிறார். தலைவர்களிடம் மக்கள் அசைக்கமுடியாத நம்பிக்கை கொண்டுள்ள வரையிலுமே அவர்கள் தலைவர்களாகத் திகழமுடியும். இத்தகைய நம்பிக்கையின் அடிப்படையில் மட்டுமே மாபெரும் வல்லரசுகள் நிலை நாட்டப்பட்டுள்ளன. ஜெர்மானிய மக்கள் தமது தலைவரான ஹிட்லரின்மேல் அசைக்கமுடியாத நம்பிக்கை கொண்டிருந்தனர். அதனைத் துணையாகக்கொண்டே, ஹிட்லர் நாடுகளை அடக்கி ஆளும் அபாயகரமான முயற்சியில் ஈடுபட்டார். அத்தகைய நிலையிலும், தம்மைப் பெரும் ஆபத்து சூழ்ந்து நின்ற போதும், ஜெர்மானிய மக்கள் தமது தலைவரது திறமையில் திடமான நம்பிக்கை கொண்டிருந்தனர்.

நடுவுநிலையினின்று பின்செல்பவர்களை அறியத் தலைவர்கள் முற்பட வேண்டும் என்று முன்னரே கூறினோம். அதேபோன்று, பின் செல்பவர்கள் ஐயம் கொள்ளாத முறையிலும் தலைவர்கள் நடந்துகொள்வது மிகவும் தேவையாம். சீசரது மனைவி எத்

தகைய ஐயமும் கொள்ளத் தகாதவளாக இருத்தல் அவசியம் என்பதுண்டு. இது தலைவர்களுக்கும் மிகவும் பொருந்தும். தவறு செய்பவர்களை அஞ்சாது தண்டித்து, சிறப்புறச் செயல் புரி வோரைப் பாராட்டும் திறமை படைத்தவர்களே ஒப்புயர்வற்ற தலைவர்களாக விளங்குதலை நாம் காண்கிறோம். பின் செல்பவர் களது குறைகளுக்குச் செவிசாய்ப்பவராகவும், அவர்கள் குறைகள் உண்மையானவையாயின் அவற்றைப் போக்கவும் தலைவர்கள் முற்படுதல் வேண்டும். இதனை மனத்தில் கொண்டே வள்ளுவர்

" காட்சிக்கு எளியன் கடுஞ்சொல்லன் அல்லனேல்,
மீக்கூறும் மன்னன் நிலம் " என்றார்.

தலைவர்கள் தமது பின்செல்பவர்களுடன் நேரடித் தொடர்பு கொள்பவராக இருத்தல் வேண்டும். அவர்களது துக்கத்திலும் மகிழ்விலும் பங்கு கொள்பவர்களாகவும், அவர்களது வெற்றி யில் மகிழ்ச்சி பெறுபவர்களாகவும், அவர்கள் தோல்வியினைக் கண்டு மனங் குமுறுபவராகவும் தலைவர்கள் காணப்படும் போதே அவர்கள் மக்களது நம்பிக்கையை முழுமையாகப் பெற முடியும்.

தலைவர்கள், கல்வி அறிவு நிரம்பியவர்களாகவும் இருத்தல் நன்மை பயக்கும். படிக்காத ஒருசிலர் மேதைகளாக இருக்க லாம். ஆனால், கல்வி அறிவும் அறிவுத் திறனும்கொண்ட மக்கள் தம்மைவிடச் சிறந்த மேதைகளையே தலைவர்களாகக் கொள்ளத் தலைப்படுவர்.

இன்னும், சமூகத்தில் திறனோடு வழிநடத்தும் திறமையுடை யவர்களாகவும் செயல்திறன் கொண்டவர்களாகவும் தலைவர்கள் இருக்கவேண்டும். தலைவரது திறமையினை அடிப்படையாகக் கொண்டே குழுக்கள் இயங்குகின்றன. மாபெருந் தலைவர்கள் ஒப்புயர்வற்றச் செயல் வீரர்களாக விளங்குகின்றனர். பிற மக்க ளையும், எதிர்க்கட்சியினரையும், அவர்தம் தந்திரங்களையும் திறம்பட அறிந்து, அதற்குத் தகுந்தமுறையில் திட்டமிட்டு மக்களை வழிநடத்தும் பெருமக்களே ஒப்புயர்வற்ற தலைவர்களாக விளங்குகின்றனர்.

ஒரு தலைவரிடத்தில் காணப்படவேண்டிய பல்வேறு சிறப் பியல்புகளை மேலே கூறியிருக்கிறோம். தலைவர்களாக விளங்க விரும்புவர்கள் இவற்றினைப் பெறுவதுடன், ஒழுக்கமுடனும் கடமையுணர்ச்சியுடனும் தம் கடமைகளைச் செய்வார்களாயின், சிறந்த தலைவர்களாக விளங்குவார்கள் என்பதில் ஐயமில்லை. பெருவாரியான இக்குணங்களைக் கொண்டவர்களே இன்று தலைவர்களாக விளங்குகின்றனர் என்பதுவே இதற்கு எடுத்துக் காட்டாம்.

பல்வகைத் தலைவர்கள்

தலைவர்களுக்குரிய சிறப்பியல்புகளைக் கண்டோம். தலைவர்கள் செயலுறும் முறையினை அடிப்படையாகக் கொண்டு, உளவியலார் அவர்களைப் பலவகையாகப் பிரித்துள்ளனர். நடைமுறை வாழ்வில் இத்தகைய அறிவு பெரும் பயன் அளிக்காது எனினும், உளவியல் மாணவர்கள் என்னும் முறையில் நாம் இப்பாகுபாடுகளை அறிந்திருத்தல் நன்மை பயப்பதாகும். தலைவர்கள் எல்லோரும் ஒரே மாதிரியாக நடந்துகொள்வதில்லை. இன்றுள்ள பெருந் தலைவர்களை எடுத்துகொள்வோமாயின், அவர்கள் ஒவ்வொருவரும் ஒவ்வொரு பாணியில் செயலுறுதலைக் காண்கிறோம். கல்லூரி ஆசிரியர்களையே, உதாரணமாக எடுத்துக் கொள்ளலாம். கல்லூரி வகுப்புக்களில் அவர்களே தலைவர்கள்; ஒவ்வொரு கல்லூரி ஆசிரியரும் பிறரினின்று பெரிதும் வேறுபடுதலைக் காண்கிறோம். உலகிலுள்ள எந்த இரண்டு மனிதர்களும் ஒரேவகையில் அமைவதில்லை என முன்னரே கூறியுள்ளோம். எனவே, தலைவர்களுக்குள்ளும் வேறுபாடுகள் காணப்படுதல் இயற்கையே. உளவியல் அறிஞர்கள் தந்துள்ள சில பாகுபாடுகளைக் கீழே காணலாம்.

மார்டின் கான்வே (Sir W. Martin Conway) என்னும் அறிஞர், தலைவர்களை மூன்று வகையினராகப் பிரிக்கின்றார். இவர் கருத்துப்படி தலைவர்கள், முறையே கூட்டத்தின் பிரதிநிதி (Crowd Representative), கூட்டத்தைக் கவர்ந்திழுப்பவர் (Crowd Compeller), கூட்டத்தின் கருத்து விளக்கி (Crowd Exponent) என்று பிரிக்கப்படுவர். கூட்டத்தின் பிரதிநிதிகள் கூட்டங்களைத் தோற்றுவிப்பவராக உள்ளார். இவர்கள் தம் சொந்தக் கருத்துக்களை வெளியிட முன்வருவதில்லை. கூட்டத்தினரால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட பொதுக் கருத்துக்களையே வெளியிட இவர்கள் முன்வருகின்றனர். செயலாளர்களைக் (Secretaries) குழுப் பிரதிநிதிகளாகக் கூறலாம். கூட்டத்தினரைக் கவர்ந்திழுக்கும் தலைவர்கள் மிகவும் திறன்படைத்தோராவர். தம்மிடம் கூட்டத்திலுள்ளோர் பெரு நம்பிக்கைகொள்ளவும் நமக்கு அடங்கி நடக்கவும் இவர் வழிவகுத்துக்கொள்கிறார் எனலாம். அரசியல் துறையிலுள்ள தந்திரசாலிகள், மடாதிபதிகள், சமயத் தலைவர்கள் ஆகியவர்கள் கூட்டத்தைக் கவர்ந்திழுப்பவர்களாம். கூட்டத்தின் கருத்து விளக்கிகள் இன்னும் திறமை பெற்றவர்களாக உள்ளனர். கூட்டத்தினரின் விருப்புக்களையும், எண்ணங்களையும் இவர்கள் அறிந்து, அவற்றிற்கு உருவம்தந்து, அவற்றினை வெளியிடும் திறமைகொண்டவர்களாக இவர்கள் விளங்குகின்றனர். இவர்கள் கூட்டத்தின் தலைவர்களாக இருப்

பினும், கூட்டத்தில் ஒருவராகவே நடந்துகொள்ள முற்படுகின்றனர். இதன்மூலம் கூட்டத்தினரின் விருப்பங்களை மறைமுகமாகத் தெரிந்துகொள்கின்றனர். பின்னர், அவற்றிற்கு உருத்தந்து, அவற்றினைக் கூட்டத்தினர் அடையும் பொருட்டுச் செயலுறமுற்படுகின்றனர். இதனால் மக்களின் அன்பிற்குப் பாத்திரமான தலைவர்களாக இவர்கள் திகழ்கின்றனர். இத்தகைய தலைவர்கள், கூட்டத்தினரின் விருப்பங்களுக்கு உருவம் தந்தபின், அவற்றை கூட்டத்திலுள்ளோர் அடையும்பொருட்டு, அவர்களைச் செயல்புரியத் தூண்டுவதும் உண்டு.

பார்ட்லட் (F. C. Bartlett) என்பவர் தமது கட்டுரை ஒன்றில் தலைவர்களை நிலையத் தலைவர்கள் (Institutional Leaders), ஆதிக்கம் செலுத்தும் தலைவர்கள் (Dominant Leaders), இணக்குவிக்கும் தலைவர்கள் (Persuasive Leaders) என்று மூன்று வகையினராகப் பிரித்துள்ளார். நிலையத் தலைவர்கள் வழக்கமாக அமையும் நிலையங்களின் தலைவர்களேயாம். மரபு, வழக்கங்கள், ஒழுக்க நியதிகள், சமய விதிகள், இனக் கட்டுப்பாடு, பொருளாதார சமூக வேறுபாடுகள் இவற்றின் அடிப்படையில் அமையும் நிலையங்களின் தலைவர்களாக இவர்கள் காணப்படுகின்றனர் என்போம். உதாரணமாக, கல்லூரித் தலைவர்கள், குருக்கள் (Priests), சங்க-மன்றத் தலைவர்கள், அலுவலக அதிபர்கள், ஆட்சியாளர்கள் (Administrators) போன்றோரைக் கூறலாம். ஆதிக்கம் செலுத்தும் தலைவர்கள் பிறரைக் கீழ்ப்படியவைக்கவே முற்படுகின்றனர். இவர்கள் முரட்டுத்தனமுடையவர்களாகவும், கொடூரமிக்கவர்களாகவும் இருத்தல் உண்டு. எம்முறையைப் பயன்படுத்தியும் மக்களைப் பணியவைத்துத் தமது சுயவிருப்பத்திற்கு ஏற்ப அவர்களைக் கட்டி ஆளவே அவர்கள் முயலுகின்றனர். புரட்சிகளையும் சமூகத்தில் நிலவும் குழப்பத்தையும், அமைதியின்மையினையும் நன்கு பயன்படுத்தி தலைமைப் பதவியினை இவர்கள் கைப்பற்றிக் கொள்வதனை நாம் காண்கிறோம். வல்லாட்சியாளர்கள் (Dictators), இராணுவத் தலைவர்களாக இருந்து பின்னர் ஆட்சியைக் கைப்பற்றுபவர்கள் போன்றோர் ஆதிக்கம் செலுத்தும் தலைவர்களாக உள்ளனர். ஆதிக்கம் செலுத்தும் தலைவர்களுக்கு, ஸ்டாலின் (Stalin) என்பாரை நல்ல தொரு எடுத்துக்காட்டாகக் கொள்ளலாம். இரும்பு இதயமும் மன உறுதியும் கொண்டு, தம் எதிரிகளை நசுக்கி, தமது சுயவிருப்பத்திற்கு ஏற்ப இவர் உருசிய (Russia) நாட்டை ஆண்டார். அவர் இறந்தபின், அந்நாட்டில் தோன்றியுள்ள தலைவர்கள், ஸ்டாலின் "ஆளுமை வழிபாட்டு மரபினைத்" (Personality Cult) தோற்று

வித்திருப்பதாகக் குறைகண்டுள்ளனர். இணங்குவிக்கும் தலைவர்களையும் நாம் அறிவோம். குறிப்பாக, இன்று தமிழ்நாட்டில் நாம் காணும் பெருவாரியான தலைவர்கள் இணக்குவிக்கும் தலைவர்களாகவே காணப்படுகின்றனர். மக்களின் மனத்திற்குகந்த முறையில் கவர்ச்சிகரமாக எழுதியும், பேசியும், மக்களின் மனத்தில் எளிதில் இவர்கள் இடம் பெற்றுவிடுகின்றனர். பழம் பெருமை பேசியும், மக்களைப் புகழ்ந்து பேசியும், மக்களுக்குப் பல நன்மைகளைத் தருவதாக வாக்குறுதி கூறியும் இவர்கள் மக்களை, குறிப்பாகப் பாமர மக்களை, எளிதில் கவர்ந்து விடுகின்றனர். முக்கியமாக இத்தகையத் தலைவர்கள் மக்களைக் கவருவதற்காகக் கருத்தேற்றத்தினைப் பெரிதும் பயன்படுத்துகின்றனர். இவர்கள் தாம் தனி மனிதர்களது உரிமைகளுக்காகப் போராடுவதாகவும், சமூகத்தில் காணப்படும் அநீதிகளை நீக்கவும், சமூகச் சீர்திருத்தம் புரியவும், புரட்சிகரமான சமூகத்தை உண்டுபண்ணும் முயற்சியில் ஈடுபடுவதாகவும் பாமர மக்களை நம்பச்செய்து அவர்களுடைய தலைவர்களாகிவிடுகின்றனர்.

போகார்ட்ஸ் (Bogardus) என்னும் அறிஞர் தலைமையினை ஆறு வகையினதாகக் கொள்கிறார். இவை அறிவுத்துறைத் தலைமை, (Mental Leadership), செயல் தலைமை (Executive Leadership), சமூகத் தலைமை (Social Leadership), தன்னதிக்கத் தலைமை (Autocratic Leadership), மகவுத் தலைமை (Paternalistic Leadership) மக்கள்-தலைமை(DemocraticLeadership) எனப்படும். தன்னிகரில்லாத மாபெரும் அறிஞர் பெருமக்களே அறிவுத் துறையில் தலைமை தாங்குகின்றனர். கவிஞர்கள், அறிவியல் அறிஞர்கள், பேராசிரியர்கள், போன்றோரே அறிவுத் துறைத் தலைவர்களாவர். வள்ளுவர், பாரதி, தாகூர், சி. வி. இராமன், இராதாகிருட்டினன், இரவிவர்மாபோன்றோர் அறிவுத் துறைத் தலைவர்களாவர். திறம்படச் செயல் புரிந்து மக்களை வழி நடத்தும் பெருமக்களைச் செயல் வீரர்கள் என்கின்றோம். ஆட்சியாளர்கள், அலுவலக அதிபர்கள், பள்ளி கல்லூரி இவை போன்ற நிலையங்களின் நிர்வாகிகள், செயல்துறைத் தலைவர்களாவர். சமூக நிலையில் பெரியவர்களாக விளங்கி, மக்களின் அன்பைப் பெறுபவர்களை சமூகத் தலைவர்கள் எனலாம். நகராட்சி மன்றத் தலைவர்கள், மக்கள் பிரதிநிதிகள், பண்ணையார்கள், தொழில்துறைத் தலைவர்கள் ஆகியோரே சமூகத் தலைவர்களாவர். தன்னதிக்கத் தலைவர்கள் ஆதிக்கம் செலுத்துபவர்களாகவும் தமது சுய விருப்பத்தை ஒட்டியே செயல்புரிபவர்களாகவும் உள்ளனர். இவர்களைப்பற்றிப் பின்னர் விவரமாகக் காண்போம். மகவுத் தலைவர்கள் எனத் தாய், தந்தை, பிற உற

வினர், ஆசிரியர்கள் போன்றோரைக் குறிப்பிடலாம். மக்களைக் கொண்டு, மக்களுக்காக, மக்களால் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட, மக்களின் நன்மைக்காக அயராது செயலுறும் பெருமக்களை மக்கள் தலைவர்கள் என்போம். இவர்களைப் பற்றியும், பின்னர் விவரமாகக் காண்போம்.

சார்ஜண்ட் (S. Sargent) என்பார் தலைவர்களை ஏழு வகையினராகப் பிரிக்கின்றார். அவர்களாவார்: 1. அருள்வலித் தலைவர்கள் (Charismatic Leaders) 2. பெயரளவில் தலைவர்கள் (Symbolic Leaders). 3. பரம்பரைத் தலைவர்கள் (Headman) 4. நிபுணர்கள் (Experts) 5. ஆட்சியாளர்கள் (Adminstrators) 6. சீர்திருத்தவாதிகள் (Reformers) 7. கொடுங்கோலர்கள் (Coercive Leaders) தெய்விகத் தன்மை, இயற்கையிகந்த நிலை (Super natural) இவற்றின் திறனுல் மக்களைப் பின் செல்லத் தூண்டுபவர்களை "அருள் வலித் தலைவர்கள்" எனலாம். எந்தவிதமான ஆற்றலும் சொள்ளாது தலைவர்கள் என்னும் சிறப்பினை மட்டும் கொண்டவர்களைப் "பெயரளவில் தலைவர்கள்" எனலாம். தலைமுறை தலைமுறையாக ஒருசிலர் தனிப்பட்ட நிலையங்களின் தலைவராதல் உண்டு. அரச குடும்பத்தினர், கிராமக் கர்ணங்கள் போன்றோர் தலைமுறை தலைமுறையாகத் தலைவர்களாக விளங்குபவராவர். இவர்களைப் "பரம்பரைத் தலைவர்கள்" எனலாம். ஒரு துறையில் அறிஞராகவும், அத்துறையில் பிறரை வழி நடத்துபவராகவும் உள்ள பெருமக்களை நிபுணர்கள் எனலாம். நியூட்டன் (Newton), டார்வின் (Darwin), பெர்ட்ரண்டு ரசல் (Betrand Russel) டாயின்பி (Toyenbee) போன்றோர் நிபுணர்களாம். நிலையங்கள், அலுவலகங்கள், அரசுகள் போன்றவற்றில் தலைமை தாங்கிச் சிறப்புறச் செயல் புரிவோரை "ஆட்சியாளர்கள்" என்போம். புரட்சிக் கருத்துக்களை மக்களிடையே பரப்பி, மறுமலர்ச்சிச் சமுதாயத்தை உண்டுபண்ண ஒருசில தலைவர்கள் முயலுகின்றனர். இத்தகையோரைச் "சீர்திருத்தவாதிகள் அல்லது புரட்சியாளர்கள்" எனலாம். உடலின துஷ்சக்தியினையே அடிப்படையாகக் கொண்டு, மிருக பலத்தால் மக்களை அடக்கியாள முற்படுபவரைக் "கொடுங்கோலர்கள்" எனலாம்.

கிம்பல் யங் (Kimball young) என்னும் சமூகவியல் பேராசிரியர் தலைவர்களை ஏழு வகையினராகப் பிரிக்கின்றார் [1]. இவர் கருத்துப்படி தலைவர்களை, 1. அரசியல் அதிபர் (Political Boss) 2. சீர்திருத்தவாதி (Reformer) 3. மக்கள்

---

1. See his book (Hand book of Social Psychology) Chap. 11.

தலைவன் (Democratic leader) 4. அதிகார வர்க்கத்தினர் (Bureaucrats) 5. இராஜ தந்திரி (Diplomat) 6. கிளர்ச்சியாளர் (Agitator) 7. கொள்கையாளர் (Theorist) எனப் பகுக்கலாம்.

போராட்டங்களின் அடிப்படையில் தோன்றும் தலைவர்களே அரசியல் அதிபர்களாம். அதிகாரத்தையும் ஆட்சியையும் பெறுவதற்காக இவர்கள் போராட்டங்களில் விருப்பத்தோடு ஈடுபடுகின்றனர். போராடும் திறன் படைத்தவர்களாகவும் தந்திரசாலிகளாகவும் இவர்கள் காணப்படுகின்றனர். சீர்திருத்தம் புரிவதிலோ, அன்றி மக்கள் நலத்திலோ இவர்களுக்கு அதிக அக்கரை இல்லையெனலாம். தாம் உயர்வு அடைதலைப்பற்றியே சிந்தித்துச் செயலாற்றுபவாகளாக இவர்கள் காணப்படுகின்றனர். மக்கள் தலைவர்கள் ஒழுங்காகவும் சட்டத்தை மதித்தும் செயல்படுகின்றனர். இரக்கமுடையவராகவும், பிறரோடு இதமாகப் பழகக் கூடியவராகவும் உள்ளனர். பிறரோடு இணங்கிப் போதல், பொறுமை, அன்பு செலுத்துதல், இவர்கள் சிறப்பியல்புகளாம். மக்களின் நலனுக்காகவே இவர்கள் பாடுபடுகின்றனர் எனலாம். செயலுறுபவர்களாகக் காணப்படுபவர்களே அதிகார வர்க்கத்தினர் எனலாம். பெரும்பாலும் இவர்கள் ஊதியத்திற்காக உழைப்பவர்களாகவே காணப்படுகின்றனர். இவர்கள் தமது வேலையைப் பொறுத்தமட்டில் ஒழுங்காகவும் கட்டுப்பாட்டுடனும் திறம்பட்டுச் செயல் புரிபவர்களாக உள்ளனர். தமக்கிடப்பட்டுள்ள பணியைக் குறைபாடின்றிச் செயல்படுத்துகிறார்கள். ஆனால், தாமாகவே முடிவுகளைச் செய்து அதன்படி செயலுற இவர்கள் தயங்குகின்றனர். புகழை விரும்பும் இவர்கள், பிறரால் குறை கூறப்படுவதை விரும்புவதில்லை. கற்பனைத் திறனும், சுயமாக இயங்கும் திறனும் மற்றவர்களாகவே இவர்கள் உள்ளனர். மக்களையும், சூழ்நிலைகளையும் தமக்குகந்த முறையில் எடுத்தாளும் திறமைகொண்டவர்களாக இராஜ தந்திரிகள் உள்ளனர். பொறுமையாக, ஆனால் சிறப்புறச் செயல்படும் தன்மை கொண்டவர்களாக இவர்கள் காணப்படுகின்றனர். தமது சுய விருப்பு வெறுப்புக்களை எளிதில் இவர்கள் வெளியிடுதலில்லை. மேலும், இவர்களை நம்புவதும் கடினமாகும். தாம் எதிர்நோக்கும் பயனை அடைய எத்தகைய முறையினைப் பயன்படுத்தவும் இவர்கள் தயங்குவதில்லை. புரட்சியாளர்களும் கிளர்ச்சிக்காரர்களும் கனவுலகில் மிதப்பவர்களாக உள்ளனர். குறைவற்ற ஒரு சமூகத்தை உண்டுபண்ணுவதனையே தமது இலட்சியமாகக் கொள்ளும் இவர்கள், பிறமக்கள், அறிஞர்கள் ஆகியோரது கருத்துக்களையும் எளிதில் ஏற்றுக்கொள்வதில்லை. தமது கருத்துக்களே சரி

யென இவர்கள் பிடிவாதம் செய்யச் சிறிதும் தயங்குவதில்லை. எத்தகைய நிலையிலும் மனிதன் அறிவின் அடிப்படையிலேயே செயலுறவேண்டும் என்பதே இவர்களது வாதமாகும். மக்களைத் தூண்டிக் கிளர்ச்சிகளில் ஈடுபடுத்தவும் இவர்கள் தயங்குவ தில்லை. கொள்கையாளர்கள் பெரும்பாலும் செயல்திறம் அற்றோ ராவர். கொள்கைகளை உருவாக்குவதும், அவை பற்றி விவாதங் களில் ஈடுபடுவதும் அவர்களது முக்கிய செயல்களாக இருக் கின்றன. தங்கள் கொள்கைகளை நடைமுறையில் செயலாக்கு வதிலோ, அன்றி அவற்றிற்காகப் போராடுவதிலோ, அவர்கள் அக்கறை காட்டுவதில்லை.

கர்ட்லூயின் (Kurt Lewin) என்பவர் தலைமையைப்பற்றி அறிந்து கொள்வதற்காகக் குழந்தைகளின் குழுக்களை ஆராய்ந் தார். அவ்வடிப்படையில் தலைவர்களை மூவகையாகப் பிரிக்க லாம் என இவர் கருதியுள்ளார். அவர்களாவார்: 1. எதேச்சாதி காரத் தலைவர்கள் (Autocratic leader) 2. மக்கள்—தலைவர்கள் (Demociratic leaders) 3. தலையிடாத் தலைவர்கள் (Laissey-Faire leaders). தன்னிச்சைக் கேற்ப ஆளுமை புரியும் தலை வர்களை "எதேச் சாதிகாரத் தலைவர்கள்" என்போம். மக்கள் தலை வர்கள், குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்களைக் கலந்து, அவர்கள் எண்ணங்களையும் அறிந்து, பின்னர் அவர்களது அனுமதி யோடும் ஒத்துழைப்போடும் செயலில் ஈடுபடுகின்றனர். "தலை யிடாத்தலைவர்கள் என்னும் பெயரே அவர்கள் எத்தகைய தலை வர்கள். என்பதனை விளக்குகின்றது. தலையிடாத் தலைவர்களைக் கொண்ட குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்கள் ஒவ்வொருவரும் தமது சுய விருப்பங்களுக்கு ஏற்பச் செயல் புரிகின்றனர். அவர்கள் மத்தியில் 'நாம்' என்னும் உணர்வோ, ஒற்றுமையோ இருப்பதில்லை. உறுப்பினரிடையே விரோத உணர்வும் போட்டி மனப்பான்மையுமே இத்தகைய குழுக் களில் காணப்படுகின்றன. எனவே, தலையிடாத் தலைவர்களைத் தலைவர்கள் என அழைப்பதற்கில்லை.

கிரச், குருச்பீல்டு (Kretch, Crutchfield) என்னும் அறிஞர் கள் தமது சமூக உளவியல் நூலில் எதேச்சாதிகாரத் தலை வர்கள், மக்கள் தலைவர்கள் என்னும் பாகுபாட்டினையே ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். பொதுவாகக் கூறுமிடத்து இன்று இப் பாகுபாடே ஏற்றுக் கொள்ளத் தக்கது. எனவே, இப்பாகுப் பாட்டினைப் பற்றி நாம் விவரமாகத் தெரிந்து கொள்ளல் வேண்டும்.

---

2. "See their book Theory & Problems of Social Psychology."

எதேச்சாதிகாரத் தலைவர்கள்

இவர்கள் பொதுவாக 'நான்' என்னும் அகந்தை உணர்வு கொண்டவர்களாவே காணப்படுகின்றனர். குழுவினரை அடக்கி யாண்டு, அவர்கள் மேல் ஆதிக்கம் செலுத்தத் துணிகின்றனர்.

தனி மனிதர்களது உரிமைகள், விருப்பங்கள் ஆகியவற் றினைப் புறக்கணித்துத் தமது விருப்பப்படியே செயலுற முனை கின்றனர். உறுப்பினர்கள் தலைவரிடம் அன்பு செலுத்தாது, அஞ்சி வாழ்கின்றனர். குழுவினரது கொள்கையையும், தலைவர் தாமே வகுத்துக்கொள்ள முற்படுகிறார். குழுவிலுள்ள உறுப் பினர்களின் எண்ணங்களையும் கருத்துக்களையும் அறிந்து கொள்ள இத்தலைவர்கள் முன் வருவதில்லை. குழுவின் திட்டங் களையும் இவர்கள் தாமே வகுத்துக் கொள்கின்றனர். குழுவி லுள்ள உறுப்பினரைத் தமது ஆணைகளின் மூலம் அடிபணிய வைப்பதே இவர்கள் நோக்கமாக அமைகிறது. தவறு செய்யும் உறுப்பினர்களும், ஆணைகளை அலட்சியம் செய்யும் உறுப் பினர்களும் கடுமையாகத் தண்டிக்கப்படுகின்றனர். தலை வரை நயந்து வாழும் உறுப்பினருக்கும், அவரது கட்டளை களைத் தலைமேல் தாங்கிப் பணி புரிபவர்க்கும் தலைவர் பல சலுகைகளைக் காட்டுகிறார். இதன் மூலம் குழுவின் ஒற்றுமை பாதிக்கப்படுவதைக் குறித்து இவர்கள் கவலையுறுவதில்லை. இன்னும் சொல்வதானால், குழுவினருள் ஒற்றுமை குலைந்து காணப்படுவதை இவர்கள் விரும்புகின்றனர். பிரித்து ஆள் வதன் மூலம் தமது ஆதிக்கத்தை நிரந்தரமாக நிலையுறுத்திக் கொள்ள இவர்கள் துணிகின்றனர். மேலும், குழுவில் எத்தகைய மாற்றங்களையும் இவர்கள் அனுமதிப்பதில்லை. அவ்வாறு எப் போதேனும் ஒரு சில மாற்றங்களைச் செய்ய முற்படினும், குழு உறுப்பினரின் தனி உரிமைகளைப் பறிப்பதற்காகவும், தமது ஆதிக்கத்தை உறுதியாக நிலை பெறுத்திக் கொள்வதற்காகவுமே மாற்றங்களில் ஈடுபடுகிறார்கள். இதே போன்று குழுவினர் ஒரு பயனை அடையும் பொருட்டுப் பொதுவாக ஒன்றுக இயங்குவதற் கும் இவர்கள் அனுமதி தருவதில்லை. இவர்களின்றிக் குழு இயங்க முடியாத நிலையினை இவர்கள் ஏற்படுத்திக் கொள்கிறார்கள். இவர்கள் எக்காரணத்தைக் கொண்டேனும் தலைமைப் பதவி யைத் துறக்க நேரிடுமாயின் குழு சீர் குலைந்து போய் விடுகிறது. தமது நிலையை நிரந்தரமாக்கிக் கொள்ளவும், குழுவினர் தம்மை முழுமையாகச் சார்ந்து அடிமைகளாக வாழவும் இத்தகைய நிலைகளை இவர்கள் ஏற்படுத்திக் கொள்கிறார்கள். இத்தகைய குழுக்களில் ஒற்றுமையோ அன்றி உறுப்பினரிடையே தமக் குள் நம்பிக்கையோ இல்லாத காரணத்தால், குழுவினரிடையே உள்ள மன உறுதி (Monale) எளிதில் சிதைந்து விடுகிறது.

இத்தலைவர்கள் இத்தகைய முறையில் நடந்துகொள்ளும் போது உறுப்பினர்கள் அவர்களை ஏன் தலைவர்களாக ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டும். என்னும் கேள்வி எழுகிறது. ஆபத்துக் காலங்களிலும், நாடுகளின் செல்வாக்கு பெரிதும் குறைந்து காணப்படும் நிலையிலும் இத்தகைய தலைவர்கள் தோன்றுகின்றனர். நாட்டைப் பெரும் ஆபத்து சூழ்ந்துள்ள நிலையில் திட்டமிட்டு ஆபத்தினின்று தப்பும் முறையில் செயலாற்ற, இரும்பு இதயம் கொண்ட தலைவர்கள் தேவைப்படுகிறார்கள். அண்மையிலே பல நாடுகளில் நடந்துள்ள இராணுவப் புரட்சிகளை இதற்கு ஆதாரமாகக் கொள்ளலாம். மேலும் ஒரு நாட்டு மக்களிடையே ஒற்றுமை சீர்குலைந்து காணப்படும் போதும், நாடுகளில், வறுமை, பஞ்சம், பொருளாதார நெருக்கடி, மூட நம்பிக்கைகள், அறியாமை, போன்றவை தலைவிரித்தாடும்போதும் இத்தகைய தலைவர்கள் தோன்றி, அந்நாட்டின் நிலையினைச் சீர்படுத்த முன் வருவதுண்டு. மேலும், ஒரு சில நாடுகளைத் திறனற்ற தலைவர்கள் ஆளும்போதும் நாட்டு நிர்வாகத்தில் ஊழல் மலிந்து காணப்படும் போதும் இரும்பு இதயமும் செயல்திறனும் ஒருங்கே கொண்ட இத்தகைய தலைவர்கள் தோன்றித் தம் திறனுல், அரசினைக் கைப்பற்றுவதுண்டு. உதாரணமாக, பாகிஸ்தானில் இராணுவத் தலைவர் அயூப்கான் (Ayub Khan) ஊழல் மிகுந்திருந்த ஆட்சியினைக் கைப்பற்றி, இராணுவ ஆட்சியின் (Martial Law administration)கீழ் அந்நாட்டு நிர்வாகத்தைக் கொணர்ந்து, எதேச்சாதிகாரத் தலைவராக விளங்குதலைக் குறிப்பிடலாம். எனவே எதேச்சாதிகார தலைவர்களாலும் நாடுகளுக்குப் பயன் உண்டு என்பதனை மனத்தில் கொள்ளுதல் வேண்டும்.

மக்கள் தலைவர்கள்

எதேச்சாதிகாரத் தலைவர்களுக்கு எதிர் மாறான முறையில் மக்கள் தலைவர்கள் அமைகிறார்கள். இத்தலைவர்கள் மக்களைக் கொண்டு மக்களுக்காக மக்களால் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டவர்கள் என்று முன்னரே கூறியிருக்கின்றோம். குடியரசு நாட்டில் வாழும் பெரும் பேறு பெற்ற நாம் மக்கள் தலைவரது தன்மைகளை நன்கு அறிந்துள்ளோம். மக்கள் தலைவரைக் கொண்டுள்ள குழுக்களிலுள்ள உறுப்பினர்கள் சுதந்திர உறுப்பினர்களாகவும், ஆனால் அதே வேளையில் கடமை உணர்வால் தூண்டப்பட்டவர்களாகவும் உள்ளனர். தாமாகவே, சுயேச்சையாக இயங்க இத்தலைவர்கள் முற்படுவதில்லை. எத்தகைய நிலையிலும் செயலுறுவதற்குமுன் குழுவினரது கருத்துக்களை அறியவும், தெரிந்து செயல்படவும் முனைகின்றனர். ஆதிக்கம் செலுத்துபவராக அமையாது, குழுவின் பொறுப்புக்களை உறுப்பினர்களிடையே

பகிர்ந்து தந்து விடுகிறார். இதன் காரணமாகவே ஒவ்வோர் உறுப்பினரும் கடமை வீரராகவும், பொறுப்புணர்ச்சியுடையவராகவும், காணப்படுகின்றனர். 'எமது குழு' (Our Group) என்னும் உணர்வால் தூண்டுப்பட்டுக், குழுவின் முன்னேற்றத்திற்காக முழு மனத்துடன் குழு உறுப்பினர்களைச் செயல்படத் தூண்டுகின்றனர். குழுவின் உறுப்பினருள் சச்சரவுகள் ஏற்படுமாயின், உடனடியாக அவற்றினைச் சுமுகமான முறையில் தவிர்த்துக் குழு ஒற்றுமையைக் காப்பாற்ற இத்தலைவர்கள் முன் வருகின்றனர். பிரித்தாளும் சூழ்ச்சியில் மக்கள் தலைவர்கள் ஈடுபடுவதில்லை. தான் மக்கள் தலைவன் என்னும் அகந்தை உணர்வு கொள்ளாது "நான் எனது குழுவின் ஊழியன்" என்னும் மனநிலைகொண்டே இத்தலைவர்கள் இயங்குகின்றனர். மக்களுக்குப் பணி செய்வதினையே தமது கடனாக, வாழ்க்கை இலட்சியமாகக் கொள்கின்றனர். நாம் தவறு செய்யும் போது, அதனை ஒப்புக் கொள்ளும் மன நிலையுடையோராகவும் இவர்கள் காணப்படுகின்றனர். குறைபாடுகளை ஏற்றுக்கொண்டு, மக்களின் மனத்தை அறிந்து இவர்கள் செயலுறுவதால், இவர்கள் மக்களால் பெரிதும் போற்றிப் புகழப்படுகின்றனர். "தலைவரில்லா நிலையில் குழுவில்லை," என்னும் நிலையைக் குழுவில் இவர்கள் ஏற்படுத்துவதில்லை. குழுவின் பொறுப்புக்கள் உறுப்பினரிடையே பகிர்ந்துள்ள காரணத்தால், தலைவரில்லாத நிலையிலும் சிறிது காலம் குழு தானாகவே இயங்கமுடியும். எதேச்சாதிகாரத் தலைவர்களைக் கொண்ட குழுக்களைப் போன்று, இக்குழுக்கள் சீர்குலைந்து போதலில்லை. மக்கள் தலைவர்கள், குழு உறுப்பினரது நண்பர்களாகவும், வழி நடத்துவோராகவும் அறிவுரை கூறும் பெருமக்களாகவும் விளங்குகின்றனர் எனலாம்.

கர்ட்லுயின், லிப்பிட் (Lippitt) என்னும் ஆராய்ச்சியாளர்கள், எதேச்சாதிகாரத் தலைவர்களைக் கொண்ட குழுக்களையும் ஆராய்ந்தறிந்தார்கள். அவர்கள் ஆராய்ச்சியின் அடிப்படையில் கீழ்க்காணும் உண்மைகளை வெளியிட்டுள்ளார்கள்:

1. எதேச்சாதிகாரத் தலைவனைக் கொண்ட உறுப்பினர்கள் முருட்டுத் தனமாக நடந்துகொள்ள முற்பட்டனர். பிறகு குழுவினைச் சார்ந்தவர்களிடம் சண்டையில் ஈடுபட்டனர். மக்கள் தலைவனைக் கொண்ட உறுப்பினர்கள் நட்புணர்ச்சியுடன், சுமுகமாகவே பிறரோடு பழகத் தலைப்பட்டனர்.

2. எதேச்சாதிகாரக் குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்கள், தலைவனைக் கண்டு அஞ்சி, அவனது அடிமைகளாகச் செயல் பட்டனர். மற்றைய குழுவினிலோ நட்புணர்வோடும், அன்போடும்

உண்மையான மதிப்போடும் உறுப்பினர்கள் தலைவரிடம் பழகத் தலைப்பட்டனர்.

3. மக்கள் குழுவினரின் நோக்கம் "வேலை நோக்கோடு" (Work minded) அமைந்தது. எதேச்சாதிகாரக் குழுக்களில் வேலை நோக்கம் காணப்படவில்லை.

4. மக்கள் குழுவினர் 'நாம்,' 'நமது குழு' என்னும் எண்ணங்களால் கட்டப்பட்டு ஒற்றுமையுடன் செயல் புரிந்தனர். ஆனால், ஏதேச்சாதிகார குழு உறுப்பினரிடையே ஒற்றுமை உணர்வு காணப்படவில்லை. அதற்குப்பதிலாக விரோத மனப்பான்மையும் 'நான்' என்னும் அகந்தை உணர்வுமே காணப்பட்டன.

5. தொழிற்கூடத்தினின்று தலைவர் சிறிது காலம் வெளியேறியவுடன் எதேச்சாதிகாரக் குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்கள் சோம்பி இருக்கத் தலைப்பட்டனர். ஆனால், மக்கள் குழுக்களில் இந்நிலை ஏற்பட்ட போது, ஆக்கத்தொழில் அதிகமாகப் பாதிக்கப்படவில்லை.

6. எத் தொழிலில் ஈடுபட்டாலும், மக்கள் குழுக்கள் திட்டமிட்டுச் சிந்தித்துச் செயலுற்றன. எதேச்சாதிகாரக் குழுவிலோ தலைவனின் ஆணையின் அடிப்படையில் மட்டுமே செயல் நடந்தது. தலைவனில்லாத நிலையில் குழு சீர்குலைந்தது.

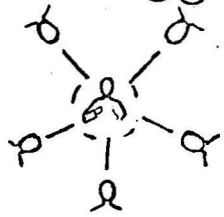
(அடுத்து வரும் பக்கத்திலுள்ள படங்கள் இவ்விரு குழுக்களின் அமைப்பினை விளக்கும்.)

தலைவர்தம் செயல்கள்

பலவகைத் தலைவர்களைப்பற்றிக் கண்டோம். இனி, ஒரு தலைவருக்குரிய பணிகள் என்னவென்று அறிய முற்படுவோம். தலைவர் எனக் கூறும்போது, பெருமைக்குரிய, நமது மதிப்பினைப் பெறுகின்ற பொறுப்புடைய ஒருவரே நமது மனக்கண்முன் தோன்றுகிறார். பெருமைக்குரியவராகவும் நமது மதிப்பினை எளிதில் பெறுபவர்களாகவும் தலைவர்கள் அமையும் காரணத்தினைக் கொண்டே, அவர்களது கருத்துக்களை நாம் எளிதில் ஏற்று, அவர்களது கருத்தைதற்றத்திற்கு உடன்பட்டு, நாம் அவர்களது கட்டளைகளை ஏற்றுச் செயல் புரிகிறோம். எனவே, இத்தகைய குணப் பண்புகளைப் பெற்ற ஒருவரே தலைவராதல் முடியும் என முன்னரே கண்டோம். ஒருவர் தலைவர் பதவியை அடைந்த பின்னர் அப்பதவியைக் காத்துக்கொள்ளும் திறன் பெற்றவராகவும் இருத்தல் அவசியமாகும். இத்தகைய நிலை ஏற்பட அவர் தமது கடமைகளை அறிந்துகொள்ளுபவராகவும், அதன் பின்னர் அதற்கேற்ப ஒழுகுபவராகவும் இருத்தல் மிகவும்

எதேச்சாதிகாரம் குழுக்கள்.

1



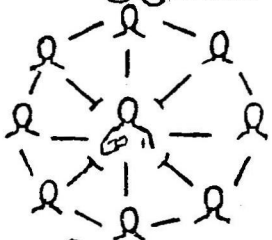
சிறு குழு

2



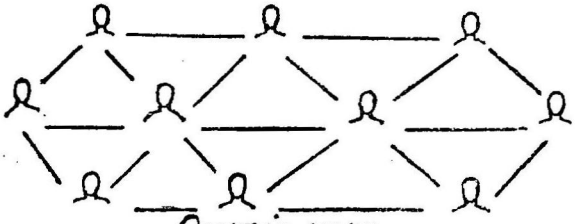
மக்கள் குழுக்கள்

3



சிறு குழு

4



பெரும் குழு

இன்றியமையாததாகும். ஒருசிலர் தலைவர் பதவி என்பது இன்பம் தரும் மலர் மஞ்சம் எனக் கருதுகின்றனர். பிறரை ஆட்டிப் படைக்கும் வாய்ப்பும், தம் விருப்பம்போல் செயலுறும் நிலையும் உடையவர்கள் தலைவர்கள் என்னும் எண்ணங் கொண்டு, தலைமைப் பதவியை அடைவதற்காகப் பலர் முயற்சி எடுத்துக் கொள்கின்றனர். ஆனால், இத்தகைய எண்ணங்களை மட்டுமே கொண்டவர்கள் மக்கள் போற்றும் தலைவராக மாறமுடிவ தில்லை. இன்றையச் சமூக நிலையில் மக்களின் தொண்டர்களாக மாறி, அல்லும் பகலும் அவர்களுக்காகவே செயல்படவும் வாழவும் முற்படுபவர்களே பெருந் தலைவர்களாகக் காணப்படு கின்றனர். பெரும் வருவாய் தரத்தக்க வழக்கறிஞர் தொழிலை உதறித் தள்ளி, ஆடம்பரச் சுக வாழ்வினை வெறுத்து, அலங்கார ஆடை அணிகளைத் துறந்து, ஏழை பங்காளனாக, தாழ்த்தப்பட் டோரின் தனித் துணைவனாக வாழ்ந்த காரணத்தாலேயே கரம்சந்த் காந்தி மக்கள் போற்றிப் பணியும் 'மகாத்மா' வானார். இதே போன்ற நிலையில் வாழ்ந்து, அரசபோகத்தை உதறித்தள்ளி, மக்க ளுக்கு அறப்பாதையைக் காட்ட வெளியேறிய சித்தார்த்தர் உலக மக்களின் இயத்தில் அழியா இடம் பெற்ற கௌதம புத்தரானார். ஆப்ரஹாம் லிங்கன் (Abraham Lincoln) எடுத்துக் காட்டியபடி. "மக்களில் ஒரு சிலரை ஒரு சிறிது காலம்தான் ஏமாற்றமுடியும்". எல்லா மக்களையும் எக்காலமும் ஏமாற்றுவது என்பது முடியாத காரியமாகும். எனவே, தலைவராக விருப்பமுடையவர்கள், குறிப் பாக மாணவர்கள், மக்களின் தொண்டர்களாக வாழ விரும்ப வேண்டுமேயன்றி, அதிகாரமும் செல்வாக்கும் பெறுதற்காகத் தலைவராகவேண்டுமென முயலுவது தவறு. மக்களின் நன் மதிப்பினைப் பெற்றவர்களே நீடித்து, நிலைத்துத் தலைவர்களாக இருத்தல்முடியும். "உடல் வருத்தம் பாராது, கண் துஞ்சாது, பசி நோக்காது, கருமமே கண்ணாக," மக்கள் அனைவரும் இன்பம் பெற்று நல்வாழ்வு வாழச் செயலுறுபவர்களே பெருந் தலைவர் களாக முடியும் என்பதனை நாம் மனத்தில் கொள்ளுதல்வேண்டும். நல்ல தலைவன், கடமை வீரன் என முன்னரே குறிப்பிட்டோம். இனி, தலைவருக்குரிய ஒருசில கடமைகளைக் காண்போம்.

ஒரு நல்ல தலைவன் செயல் திறன் படைத்தவனாக இருத்தல் அவசியமாகும். குழுவினரின் விருப்பங்களையும், இலட்சியங் களையும் செயல்படுத்தும் திறமையற்றவன் குழுவின் தலைவனாக அமைதல் அருமையாகும் குழுவிலுள்ள உறுப்பினரை விட ஆற்றல் திறன் படைத்தவராகவும், இலட்சியங்களுக்காகவும் கொள்கைகளுக்காகவும் இடையறாது அயராது உழைப்பவராக வும் உள்ளவரே தலைவராக விளங்குதலை நாம் காண்கிறோம்.

'குழுவாக இயங்குவதன் மூலமே ஒருசில பயன்களை அடைய முடியும் என்பதற்காகவே பொதுவாகத் தனி மனிதர்கள் குழு உறுப்பினராகி, அதன் சட்ட திட்டங்களுக்குட்பட்டுச் செயலுறுகின்றனர் என முன்னரே கூறியிருக்கிறோம். எனவே, உறுப்பினர்கள் நாடும் நன்மைகளைத் தரும் திறமையற்றவன் அவர்களை வழி நடத்திச் செல்லும் தலைவனாக முடியாது. செயல் திறன் அற்ற ஒரு தலைவருக்கு உறுப்பினர்கள் அடங்கி நடக்க விரும்புவதில்லை. எனவே, வெற்றி பெறும் தலைவர்களாக விரும்புபவர்களுக்குச் செயல் திறமை இன்றியமையாத தேவையாம்.

தலைவர்கள் செயல் திறமை பெற்றவர்களாக விளங்குதலைப் போன்றே, திட்டம் தீட்டும் திறன் படைத்தவர்களாகவும் விளங்குதல் அவசியமாகும். காலத்தை ஒட்டிப் பிற சூழ்நிலைச் சக்திகளுக்கு ஏற்பக் குழுவின் செயலினை அமைத்துக் கொள்வதன் மூலமே குழுவின் இலட்சியங்களையும், கொள்கைகளையும் தலைவர்கள் செயல்படுத்த முடியும். மேலும், திட்டம் தீட்டுதல் என்னும் போது, அன்றுடச் செயல்களுக்குத் திட்டம் தருவதுடன், எதிர் காலத்தையும் அறிந்து, எதிர்பார்த்துத் திட்டம் தீட்டும் திறன் படைத்தவர்களாகவும் தலைவர்கள் விளங்கவேண்டும் என்பதனையே நாம் குறிக்கிறோம். குறிப்பாகக் கூறுவதாயின் தலைவர்கள் தீர்க்க தரிசன அறிவு (Prophetic) கொண்டவர்களாகவும் இருத்தல்வேண்டும். நீண்ட காலத் திட்டம் இல்லாத குழுக்களும், ஏன் நாடுகளும் கூட, விரைவில் அழிந்துபடுகின்றன.

திட்டம் தீட்டும் அறிவு பெற்றிருப்பதைப் போன்றே, தலைவர்கள் கொள்கைகளை வகுக்கும் திறன் கொண்டோராகவும் விளங்குதல் வேண்டும். குழுவினரின் உள்ளங்களில் ஒருசில விருப்பங்களும், இலட்சியங்களும் காணப்படலாம். ஆனால், அவை உருவம் தரப்படாத வரையில் வெறும் எண்ணங்களாகவே காணப்படுகின்றன. திறமை மிக்க தலைவர்கள் உறுப்பினரின் உள்ளங்களில் மறைந்து கிடக்கும் இவ்வெண்ணங்களை அறிந்து, அவற்றிற்கு உருவம் தந்து, அவைகளைக் கொள்கைகளாக வெளியிடுகின்றனர். அரசியல் கட்சிகளின் கொள்கைகள் அனைத்தும் மக்கள் எண்ணங்களின் உருவம் தரப்பட்ட நிலையே ஆகும். மேலும், புதிய புதிய தேவைகளை உண்டு பண்ணவும், அவற்றை ஒட்டிக் கொள்கைகளை வெளியிடவும் தலைவர்கள் அறிந்திருத்தல் அவசியமாகும். இதன் மூலமே மக்களிடையே பெருஞ் செல்வாக்கினைத் தலைவர்கள் பெற இயலும். கொள்கைகளை உருவாக்குதல் போன்றே, அக்கொள்கைகளைச் செயல்படுத்தக் குழு மேற் கொள்ளவேண்டிய நடவடிக்கைகளையும், வகுத்துத் தரும் திறன் பெற்றவர்களாகத் தலைவர்கள் திகழ்தல் வேண்டும்.

இத்திறமையைப் பெற, தலைவர்கள் தமது துறையில் நிபுணர்களாக விளங்குதல் இன்றியமையாதது. கல்வித் துறையில் தலைவர்களாக விளங்க விரும்புவோர் பேரறிவு உடையோராகவும், தமது துறையைப் பொறுத்த வரையில் ஆழ்ந்த அறிவு கொண்டோராகவும் இருத்தல்வேண்டும். விஞ்ஞானத் துறைக்கும் இதுவே பொருந்தும். நியூட்டன், டார்வின், எடிசன், பாரடே, கால்டன் போன்ற அறிவியலார் தமது துறைகளில் நிபுணர்களாக, மேதைகளாக விளங்கினர். அரசியல் தலைவர்களும் தமது துறையில் நல்ல அறிவுபெற்றவர்களாக விளங்குதல் வேண்டும் மக்களைத் தலைவராக்கும் பணியில், "கல்வி அறிவு" பெரும் பங்கு வகிக்கிறது எனலாம். ஏட்டுச் சுரைக்காய் கறிக்கு உதவாமல் இருக்கலாம்; ஆனால், ஏட்டு அறிவு, அதனைப் பயிலும் முறை சரியானதானால், மிக்க பயன் தருவதாக அமையும். கல்வி அறிவு கொண்டு பலர் தலைமைப் பதவியை அடைந்துள்ளனர். கல்வி அறிவினைவிட உலக அறிவே பெரிதும் முக்கியத்துவம் பொருந்தியதாகும் என ஒருசிலர் வாதிட முற்படுகின்றனர். கல்வி அறிவு அதிகமில்லாத ஒருசிலர் தலைவராகவுள்ளதை அவர்கள் ஆதாரமாகக் காட்ட முனைகின்றனர். மக்களிடையே கல்வி அறிவு அதிகம் இல்லாத நாடுகளில் இத்தகைய இயற்கை அறிவுடையவர்கள் தலைவராதல் சாத்தியமாகலாம்; ஆனால், அறிவு பெற்ற மக்கள், தம்மைவிட அறிவு பெற்றவரையே தலைவராகக் கொள்ள விரும்புகின்றனர். விருப்பத்தின்கீழ் அமையாத பணிவு ஆபத்துள்ளதாகும். இத்தகைய நிலையில் தமது தலைவரிடம் குறைகாணும் மனப்பான்மையுடையவர்களாகவே உறுப்பினர்கள் காணப்படுகின்றனர். இயற்கை அறிவு கொண்டே தலைவர்களாகி உள்ள பெருமக்களும், உயர் கல்வியைத் தாம் இழக்க நேரிட்டதற்காகப் பெரிதும் வருந்தியுள்ளனர். இயற்கையாகவே திறன் கொண்ட தலைவர்கள், அத்துடன் கல்வி அறிவும் கொண்டு விளங்குவார்களாயின் மிகச் சிறந்த தலைவர்களாக முடியும் என இந்நூலாசிரியர் உறுதியாக நம்புகிறார்

ஒரு குழுவினைச் சேர்ந்தவர்கள் தமக்குள் மட்டும் இடைவினைகள் புரிந்துகொள்வதில்லை. பிற மனிதர்களோடும், இதர குழுவினரோடும் சமூக இடைவினைகளில் ஈடுபடுகின்றனர். ஆனால், குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்கள் அனைவரும் தமது விருப்பத்திற்கேற்பத் தமது நன்மைகளைமட்டும் கருதிச் செயல்பட முற்படுவார்களாயின், குழுவின் ஒற்றுமையும் செயல் திறனும் பெரிதும் பாதிக்கப்படும். எனவே, குழுவின் தலைவராக விளங்குபவரே தமது குழு பிற குழுக்களோடு கொள்ளவேண்டிய தொடர்பினைத் தீர்மானிப்பவராகவும், அத்தகைய தொடர்பு எவ்

வகையில் மேற்கொள்ளப்படவேண்டும் என எடுத்துக் கூறுபவராகவும் அமையவேண்டும். மேலும், குழு உறுப்பினர்கள் தனிமனிதர்களாகப் பிறகுழுக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுதலிலிடக் கூடிய வரையில் குழுவின் பொருட்டுத் தலைவரே பிற குழுக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுதலே சிறந்ததாகும். இத்தகைய முறையில் பிற குழுவினரோடு தொடர்பு கொள்ளுவதற்குப் பிற குழுக்களைப்பற்றிய நுட்பமான அறிவு மிகவும் இன்றியமையாததாகும். எனவே, தலைவராக விளங்குபவர், தமது குழுவையும் குழுவினரையும் அறிந்திருப்பதைப் போன்றே பிற குழுக்களையும் அவற்றின் தலைவர்களையும் அறிந்து, அதற்கேற்பத் தொடர்பு கொள்ளுதல் அவர்கள் கடமையாம்.

இதனைப் போன்றே தமது குழுவிலுள்ள உறுப்பினர்களிடையேயும் சுமுகமான உறவு முறை நிலவச் செய்தல் தலைவருடைய தலையாய கடமையாம். உறுப்பினருள் நட்புணர்ச்சியும், ஒற்றுமையும் இருந்தால்மட்டுமே அக்குழுக்கள் வெற்றிபெறும் குழுக்களாக அமையமுடியும். இத்தகைய நட்பு உணர்ச்சியினை உறுப்பினரிடையே நிலவச் செய்தலும் அவர்களுக்குள் ஒற்றுமையும் நம்பிக்கையும் ஏற்படுத்தலும் தலைவர்களது கடனாகும். ஒருசில குழுக்களில் ஒவ்வோர் உறுப்பினரும் குழுவில் ஒரு தனிப்பதவி நிலையில் இருப்பதுண்டு. இத்தகைய பதவியிலுள்ள உறுப்பினர்கள் தமது கடமையை ஒழுங்குடன் புரிதலுக்கும் தலைவரே பொறுப்பானவராகிறார். தலைவரது திறனை ஒட்டியே குழுக்கள் கட்டுப்பாடுகள் உள்ளனவாகவோ, அன்றிக் கட்டுப்பாடற்றவைகளாகவோ விளங்குகின்றன. எனவே, தலைவர்கள் தமது குழுவிலுள்ள உறுப்பினரிடம் அன்பாக நடந்துகொள்வதைப்போன்றே கண்டிப்பாகவும் நடந்துகொள்ளவேண்டும். தவறு செய்பவர்களையும், குழுவின் ஒற்றுமையைக் குலைப்பவர்களையும் தயங்காது தண்டிக்கவேண்டியதும் தலைவரது கடனாகும். இதைப்போன்றே குழுவின் வெற்றிக்கு உதவும் உறுப்பினர்களையும், தம் கடமைகளைச் செவ்வையாகச் செய்யும் உறுப்பினர்களையும் தலைவர்கள் பாராட்டுதல் வேண்டும். தண்டித்தலும், தகுந்த வேளையில் பாராட்டுதலும் உறுப்பினர்கள் திறன்படச் செயலுறப் பெரிதும் உதவுகின்றன. மேலும், கண்டிப்பும் கடமை உணர்ச்சியும் கொண்ட தலைவர்களிடத்து, குறிப்பாக, பாரபட்சமின்றி நடுவணராக இயங்கும் குணம் கொண்ட தலைவர்களிடத்து, குழு உறுப்பினர்கள் முழு நம்பிக்கையுடையவர்களாகவும், பணிந்து நடந்துகொள்பவராகவும் காணப்படுகின்றனர்.

தலைவர் எனப்படுபவரே குழுவின் பிரதிநிதி. எனவே, இவர் இலட்சிய மனிதராக விளங்குதல் மிகவும் இன்றியமையாத

தாகும். குழுவினது கொள்கைகளுக்கும், இலட்சியங்களுக்கும் பெருமதிப்புத் தந்து அவற்றைக் குழு உறுப்பினர்கள் பெறுவ தற்காக அயராது, தளராது உழைக்கும் திறன் பெற்றவர்களாக வும் தலைவர்கள் அமைதல் அவசியமாகும். மேலும், வெறும் பேச்சினைக்கொண்டுமட்டும் தலைவர்கள் பெருமையுற்றுவிடுதல் முடியாததாகும். செயல் வீரர்களாக, கடமை உணர்ச்சியால் உந்தப்படுபவர்களாகத் தலைவர்கள் விளங்குதல் அவசியமாகும். இவைமட்டுமின்றித் தலைவர் எனப்படுபவர் சிறந்த மனிதராகவும் காணப்படுதல் வேண்டும். ஒழுக்கமுடையவராகவும், வாய்மை யுடையவராகவும், சமூகத்தில் கண்ணியமாக நடந்துகொள்பவ ராகவும் தலைவர்கள் அமைந்தால் மட்டுமே குழுவினரது பெரு மதிப்பிற்குப் பாத்திரமாவதுடன், பிற மக்களாலும் போற்றிப் புகழப்படுவார்.

தலைவருடைய கடமைகள் எளிதானவை அல்லவென்றும், எக் காலமும் இனிமையே பயப்பனவல்லவென்றும், முன்னரே நாம் எடுத்துக்காட்டியுள்ளோம். குறிப்பாக, ஒரு குழு ஒரு முயற்சியில் தோல்வியடையும்போது, பொதுவாக உறுப்பினர்கள் குழுவின் தலைவரிடமே குறைகாண முற்படுவர். பிற மக்களும் குழுவின் தலைவரையே பழிப்பர். எதிர்க் கட்சியினரும் பிற குழுக்களும் சந்தர்ப்பத்தைப் பெரிதும் பயன்படுத்தி வசைபுராணம் பொழி வர். இத்தகைய இடுக்கண் மிக்க நிலைகளையும் ஆண்மையுடன் அறிவுத் திறனைப் பயன்படுத்திச் சமாளிக்கும் திறமைபெற்ற வர்களாகத் தலைவர்கள் விளங்குதல் வேண்டும். இத்தகைய சிக்கல் மிக்க சூழ்நிலைகளே தலைவரது திறனைச் சோதிக்கும் உலைக்கூடமாகும். வெற்றிகரமாக இத்தகைய சூழ்நிலைகளையும் சிக்கல்களையும் சமாளிக்கும் திறமைகொண்டோர் வெற்றிபெற்ற தலைவர்களாக விளங்குகின்றனர். இத் திறனற்றவர்களோ, தமது மதிப்பினையும் செல்வாக்கினையும் பதவியினையும்கூட இழந்துவிடுதல் உண்டு.

இன்னும் தலைவர்களது புகழ்பாடும் தொண்டர்களைப்பற்றித் தலைவர்கள் மிகவும் எச்சரிக்கையாக இருத்தல் தேவையாகும். பொன், பொருள், பூமி, அழகு மங்கையர் இவரிடமெல்லாம் ஏமாறுத பெருந் தலைவர்கள் ஒருசிலரது புகழ்ச்சியில் ஏமாந்து விடுவதுண்டு. பொதுவாகக் கூறுவதாயின், தம்மு புகழைப் பிறர் கூறக்கேட்டு, அதனால் மயங்காதவர் இல்லையெனலாம். ஆனால், புகழ்ச்சிக்குச் செவிசாய்க்கும் தலைவர்கள் எளிதில் வீழ்ந்து விடுகின்றனர். தம்மைப் புகழ்பவரை விரும்பி, அவருக்குத் தலை வர்கள் தனிச் சலுகைகள் காட்டுவதாயின், குழுவின் ஒற்றுமை அடியோடு சீர்குலைந்துபோகும் என்பதனைத் தலைவர்கள் மனத்

தில் கொள்ளவேண்டும். தலைவர்களது அன்புக்கு இத்தகைய முறையில் பாத்திரமாபவர்கள் பிற உறுப்பினரை ஆட்டிப் படைக்கத் துணிகின்றனர். தம்மைக்கண்டு மதியாத, பணியாத உறுப்பினரைப் பற்றித் தலைவரிடம் கோள் சொல்லவும் இவர்கள் தயங்குவதில்லை. தலைவர்கள் இத்தகையோர்க்குச் செவி சாய்ப்பார்களாயின், உறுப்பினர்களின் வெறுப்பை எளிதில் சம்பாதித்துக்கொள்ளுவர். தலைவர் எனப்படுபவர் நடுவு நிலையினின்று உறுப்பினரை அறிந்துகொள்வதினையும், அவர்களது ஆற்றலுக்கேற்ற முறையில் அவர்களை ஊக்குவிப்பதனையும் தமது கடமை என உணரவேண்டும். இத்தகைய தலைவர்களே, தலைவர் என்னும் சொல்லுக்கு இலக்கணமாகத் திகழ்கின்றனர்.

தலைவர்களும் பின்சேல்பவர்களும்

தலைவர்கள் சிறந்த முறையில் இயங்குவராயின், தமது குழுவினரோடு தனி முறையில் தொடர்பு கொள்பவராக இருத்தல் வேண்டும். இத்தகைய தொடர்பே ஒரு குழுவினை முன்னேற்ற முடியும். திட்டவட்டமாகத் தமது குழுவினருடன் தொடர்புகொள்ளாத தலைவர்கள், குழுவினரோடு இணைந்து பழகுதல் என்பது முடியாததாகும். பிரவுன் (Brown), காட்ஸ் (Katz), சாங்க் (Shank) என்னும் அறிஞர்கள், தலைவர்கள் கீழ்க் காணும் வகையில் தமது குழுவினரோடு தொடர்புகொள்ளுதல் வேண்டுமெனக் கருதுகின்றனர்.

1. வெற்றிபெற விரும்பும் தலைவர்கள் அனைவரும் குழுவில் ஒருவராக அமைதல் வேண்டும். முதலில் உறுப்பினராகவும், பின்னரே தலைவர்களாகவும் அவர்கள் காணப்படவேண்டும். தலைவன் என்னும் காரணத்தால் குழுவினின்று விலகி நின்று உறுப்பினரைக் கட்டியாள முற்படுபவர்கள் மக்களால் தலைவர்களாக விரும்பி ஏற்றுக்கொள்ளப்படுவதில்லை.

2. குழுவினரின் இலட்சியங்களுக்காகவும், விருப்பங்களுக்காகவும் அயராது உழைப்பவர்களாகத் தலைவர்கள் காணப்படுதல் மிகவும் இன்றியமையாதது.

3. குழுவிலுள்ள உறுப்பினரின் எண்ணங்கள், அவர்களால் மதிக்கப்படும் பொருட்கள், மனிதர்கள், அவர்களது மனத்திலுள்ள அச்சங்கள், மன முறிவுகள், அவர்கள் கனவுகாணும் இலட்சியங்கள் இவற்றினைக் குழுவின் தலைவர் திட்டவட்டமாக அறிந்துகொள்ளுதல் வேண்டும்.

4. தலைவராக விளங்குபவர் சிந்தித்துத் தீர்க்கமான முடிவுகளுக்கு வருதல் வேண்டும். தமது சுய விருப்பு வெறுப்புக்களுக்

கும், மன உணர்ச்சிகளுக்கும் இடம் கொடுப்பவர்களாக இருத்தல் கூடாது.

5. தலைவர்களாக இருப்பவர்களும் மனிதர்களே : எனவே, அவர்களும் தவறிழைத்தல் இயற்கையானதே. ஆனால் தமது தவறுகளை உரிய காலங்களில் மக்களின் மன நிலை அறிந்து வெளியிடவும், அறிக்கையிடவும் கூடிய ஆண்மை பெற்றவர்களாகவும் தலைவர்கள் விளங்குதல் வேண்டும்.

6. குழுவினரோடு ஒன்றிப்பழகி, அவர்களை உற்சாகமூட்டுவதுடன், குழுவின் மன உறுதியையும் வளர்ப்பவர்களாகத் தலைவர்கள் விளங்குதல் வேண்டும்.

7. திறமையின்மையாலும், ஆற்றல் குறைவாலுமே பின் செல்லுபவர்கள் சோம்பேறிகளாகவும், கவனக் குறைவுள்ளவர்களாகவும் காணப்படுகின்றனர். தலைவர்கள் இதனை மனத்தில் கொண்டு அதற்குகந்த முறையில் உறுப்பினரோடு தொடர்பு கொள்ளுதல் வேண்டும்.

8. பொதுவாக, மக்கள், தலைவராக விரும்பினும்கூட கடமைகளை ஏற்க அஞ்சி, பின்செல்பவர்களாகவே காணப்படுகின்றனர். அறிவுள்ள தலைவர்கள் இதனையும் நல்ல முறையில் பயன்படுத்திக்கொள்ளலாம்.

தலைவர்கள், பின்செல்பவர்கள் உறவுநிலைபற்றிய பலவகை ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன. சென்ற உலக யுத்தத்தின்போது நடந்த ஆராய்ச்சிகள், இராணுவ அதிகாரிகள் தமது கடமையையும், செயலுறும் விதத்தினையும் நன்குக அறிந்திருப்பின், அவர்களது படைவீரர்கள், அவர்கள்மீது அளவிலா நம்பிக்கை கொண்டு, அவர்கள் கட்டளைகளைத் தயக்கமின்றி ஏற்று நடந்தனர் எனக் காட்டியுள்ளன. அதேபோன்று, தமது உயர் நிலையை மனத்தில் கொள்ளாது, படைவீரர்களுடன் நெருங்கிப்பழகி, அவர்களது நலத்தில் அக்கரைகாட்டிய இராணுவ அதிகாரிகளும் சிப்பாய்களால் பெரிதும் போற்றப்பட்டனர். தலைவரது செல்வாக்கினைப் பொறுத்தும், பின்செல்பவர்கள் அவருக்குப் பணிகின்றனர். புகழ்பெற்ற மனிதர்கள், பிறரது உள்ளங்களில் எளிதில் தமக்கென இடம் பிடித்துக் கொள்கின்றனர். இத்தகைய புகழைத் தமது சுய முயற்சியாலோ, வெற்றிகளாலோ, உயர் பதவியினாலோ, அன்றி சூழ்நிலைக்காரணங்களாலோ அவர் பெற்றிருக்கலாம். இதேபோன்று ஒரு துறையில் பெரும்புகழ் ஈட்டிய தலைவர் ஒருவர், பிற துறைகளைப்பற்றியும் ஆணித்தரமாகப் பேச முற்படலாம். பொருளாதார நிபுணர் ஒருவர் அரசியல் நிகழ்ச்சிகள் பற்றியும் எடுத்துக்கூற முன்வரலாம். அரசியல் விற்பன்னர்

மருத்துவத் துறைபற்றித், தமது கருத்துக்களைக்கூறும்போதும் அவரைப் பின் செல்பவர்கள் இதனைத் தயக்கமின்றி ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். அவர் இப் புதுத் துறையில் நிபுணரல்லரே என மக்கள் சிந்திப்பதில்லை. அரசியல் துறை அறிஞர்கள் சமயத் தலைவர்கள், பெரும் நடிகர்கள் போன்றோர் தமது துறையினைவிட்டுப் பிறதுறைகள்பற்றியும் தயங்காது தமது கருத்துக்களை எடுத்துக் கூறுவதுண்டு. இத்தகைய கருத் தேற்றங்களைப்பற்றி மற்றொரு பகுதியில் விளக்கமாகக் கூறியிருக்கிறோம். இங்கு நாம் தெரிந்துகொள்ளவேண்டியது யாதெனில், ஒருவர் ஒரு துறையில் அடைந்துள்ள புகழ், பிற துறைகளுக்கும் மாற்றப்படத் தக்கது என்பதேயாம்.

தலைவர் எனப்படுபவர் அவரைப் பின்பற்றுபவரால் போற்றிப் புகழப்படுகிறார். அவரை வணங்கி வழிபடும் மக்களும் உண்டு. அவரது வாக்கினைத் தெய்வ வாக்கெனக் கொள்பவர்களும் உளர். தலைவரோடு ஒன்றுக இணைத்துவிடப் பின் செல்பவர்கள் விழைகின்றனர். தலைவரது புகழிலும் பெருமையிலும் பங்குகொள்ள, பிறமக்கள், குறிப்பாக அவரைப் பின்செல்பவர்கள் விழைகின்றனர். இதனைப்பற்றியும் பின் பற்றுதல் எனும் பகுதியில் விவரமாகக் கூறி இருக்கிறோம். பொதுவாகக் கூறுமிடத்துக் குழுக்கள் தலைவர்களைப் போற்றிப் புகழுகின்றன. கார்ல் மார்க்ஸ் (Karl Marx), ஏஞ்சல் .(Fredrick Engels) என்னும் தலைவர்களைப் பொது உடைமையர் மறுப்பின்றி ஏற்றுக்கொள்ளுதலை நாம் காண்கின்றோம் அன்றோ? இந்திய மக்கள் அனைவராலும் நேரு போற்றிப் புகழப்படுகிறார். இது போன்றே தமிழகத்திலுள்ள அரசியல் கட்சித் தலைவர்கள் அனைவரும் அவரவர் கட்சியினரால் வணங்கிப் போற்றப்படுகின்றனரன்றோ ?

குழுவின் தந்தை உருவாகத் (Father image) தலைவர் காட்சியளிக்கிறார். குழுவிலுள்ளோர் அனைவரும் அவரது தலைமையை ஏற்றுக்கொள்வதுடன் அவரது கட்டளைகளுக்கு மறுப்பின்றி அடிபணிகின்றனர்; விருப்புடன் அவரிடம் அன்பு செலுத்துகின்றனர்; ஆனால், அதே வேளையில் அவரிடம் அச்சம் கொள்ளவும் செய்கின்றனர். தலைவருடன் தோழமை மனப்பான்மையுடன் பழகி, ஒற்றுமையாக இயங்கிக் குழுவின் இலட்சியங்களை அடையப் பின் செல்பவர்கள் முனைகின்றனர்.

கிம்பல் யங் எனும் அறிஞர் கூறியது போன்று ஒரு மனிதர் பொது வாழ்வில் ஈடுபடும்போது, பொதுமக்களின் பொதுச் சொத்தாகவே மாறிவிடுகின்றார். அவரது வாழ்வு பொது

மக்களுக்கு உரிமையாகின்றது. இவருக்குத் தனிப்பட்ட வாழ்வு இல்லையெனக்கூடக் கூறலாம். பொதுமக்களின் பெருத்த எதிர்பார்ப்புக்களுக்கேற்ப வாழ்ந்து காட்டியே இவர்கள் வெற்றி பெற முடியும்."[3]

தலைமைப் பதவிக்கெனப் பயிற்சி

ஒரு நாட்டு மக்களில் ஒரு சிலரேனும் தலைமைப் பதவியை வகிப்பதற்குரிய திறனுடையோராகக் காணப்படல் வேண்டும். தலைவரில்லாத குழுக்களும், நாடுகளும் மேய்ப்பவன் இல்லாத ஆடுகளைப்போன்று சிதறிப்போகின்றன. நாடுகளின் வரலாற்றை நாம் காணும்போது தமக்குப் பின் ஆட்சி பெறுதற்குரியவர்களைச் சரியான முறையில் பயிற்றுவிக்காத அரசர்களுக்குப் பின்னர் அவர்களது குடும்பத்தினரின் ஆட்சி மறைந்து போயிருத்தலை நாம் காண்கிறோம். ஏகாதிபத்திய வல்லரசுகளின் ஆதிக்கத்திற்கு உட்பட்டுப் பின்னர் விடுதலை பெறும் நாடுகள், தகுந்த தலைவர்கள் இல்லாதபோது சீரழிந்துபோதலை இன்றைய உலக அரசியல்நிலை நமக்கு உணர்த்துகின்றது. மேலும், தகுதியும் தேர்ச்சியும்பெறுத தலைவர்களைக்கொண்டுள்ள நாடுகளில் குழப்பமும் சிக்கலும் தலைவிரித்தாடுகின்றன. இத்தகைய சூழ்நிலையிலேயே குடியரசு ஆட்சி வீழ்ந்துபட்டு, பொது உடைமை ஆட்சிகள் ஏற்படுதலும், இன்னும்சில வேளைகளில் இராணுவ ஆட்சி ஏற்படுதலும் உண்டு. நாடுகளின் முன்னேற்றத்திற்கும் சுபிட்சத்திற்கும் மட்டும் தகுதிவாய்ந்த தலைவர்கள் வேண்டும் என்பதில்லை. மனித வாழ்வின் பல துறைகளிலும் தகுதியும் தேர்ச்சியும் பெற்ற தலைவர்கள் பெரிதும் தேவைப்படுகின்றனர். கல்வி, வணிகம், ஆட்சி, இராணுவம், உள்நாட்டுப் பாதுகாப்பு, மருத்துவம், அறிவியல், தத்துவம், சமயம் போன்ற ஒவ்வொரு துறையிலும் உரிய தலைவர்கள் இருந்தால்மட்டுமே மனித சமூகம் இன்பமுடன் வாழமுடியும். எனவே, பிற்கால நல்வாழ்வில் நாட்டமுள்ள ஒவ்வொரு நாட்டிலும் வருங்காலப் பொறுப்புக்களை ஏற்கும்பொருட்டுத் தலைமைப் பதவிக்காக இளைஞர்கள் பயிற்றுவிக்கப்படுகின்றனர். தலைமைப் பதவிக்காக இளைஞர்களைப் பயிற்றுவிக்கும் பொறுப்பு ஆட்சி பீடத்தில் அமர்ந்திருப்போரின் கடன்மட்டுமே எனப் பிறமக்கள் வாளாவிருத்தல் தவருகும். நாட்டின் எதிர்கால நன்மைக்காக வழிகோலுவது நாட்டிலுள்ள குடி மக்களின் ஒருமித்த கடனுகும். ஆயினும் குடும்பம், கல்விநிலையங்கள், இளைஞர் மன்றங்கள் ஆகியவற்றின் பொறுப்பு

3. See. Kimball Young "Handbook of Social Psychology" Chapter XI, page 282 (1957)

இவ்வகையில் மிகவும் முக்கியமானது என வலியுறுத்த விரும்புகிறோம்.

குடும்பம் என்னும்போது, தாய், தந்தை, உடன் பிறந்தோர், பிற உறவினர் ஆகியோரைக் குறிப்பிடுகிறோம். குறிப்பாக, இவ்வகையில் பெற்றோர் மிகவும் கடமைப்பட்டுள்ளனர். ஒவ்வொரு பெற்றோரும் தம் குழந்தைகள் சிறப்புற்று வாழவேண்டும் என்று பெரிதும் விரும்புகின்றனர். வெறும் விருப்பத்தினைக் கொண்டுமட்டும் மாபெரும் காரியங்களைச் சாதித்துவிட முடியாது. தம் குழந்தைகள் சீர்பெற்று வாழ்வதற்குரிய சூழ்நிலையைப் பெற்றோர்கள் சமைத்துத்தருதல் வேண்டும். நல்ல பண்புகள், பழக்கங்கள், கடமையுணர்ச்சி, சுறுசுறுப்பு, கற்றலில் விருப்பம் ஆகிய நற்பண்புகளில் ஊன்றித் திளைக்கும் குழந்தைகள் பண்புள்ளோராக, ஒழுக்கச் சீலர்களாக, கடமை வீரர்களாக மாறுகின்றனர். இத்தகைய குடிமக்களே பிற்காலத்தில் பிறரை வழி நடத்தும் தலைவர்களாக மாறுகின்றனர். நல்ல தொரு சூழ்நிலையை அமைத்துத் தருவதுடன் பெற்றோர்களின் கடமை முடிந்துவிடுவதில்லை. முதலில் தம் குழந்தைகளுக்கு, வழிகாட்டிகளாக அவர்களே அமையவேண்டும். இளம் பிள்ளைப் பருவத்தில் பிறரைப் பின்பற்றுதல் பெரிதும் காணப்படுகிறது. தாயைப்போலவே பிள்ளையும் அமைகிறது என்பது பழமொழி. தாயின் பண்புகளைக் குழந்தைகள் ஏற்றுக்கொள்கின்றன. அதேபோன்று தந்தையையும், குழந்தைகள்—குறிப்பாக ஆண் குழந்தைகள் பின்பற்றுகின்றன. தந்தை ஒழுக்கக்கேடுடையோராகவும் சோம்பேறியாகவும் அமைந்தால், குழந்தைகளும் அவ்வகையில் அமைவது இயற்கையன்றோ? கட்டுப்பாட்டுடன் குழந்தைகளை வளர்த்தல் பெற்றோரின் கடன் எனக் கூறினேனும். இதனைக்கொண்டு மிக்க கண்டிப்புடன் குழந்தைகளை வளர்க்க வேண்டும் எனக் கொள்ளுதல் தவறு. மிக்க கண்டிப்புடன் வளர்க்கப்படும் குழந்தைகள் அச்ச உணர்வினால் பெரிதும் பாதிக்கப்படுகின்றனர். ஒருசிலர் இத்தகைய ஆக்கநிலையுறுத்தலால் (Conditioning) வாழ்வு முழுவதுமே கோழைகளாகப் பிறரை அண்டியே வாழ முற்படுகின்றனர். சுயமாகச் சிந்திக்கவும், இயங்கவும் முடியாதவர்களாக இவர்கள் மாறிவிடுகின்றனர். இன்னும் சிலரோ, முதிர்ச்சிப் பருவம் எய்தியதும், இத்தகைய கண்டிப்பினின்று விடுபட்டு கட்டுப்பாடற்ற முறையில் நடந்து கொள்ள முறபடுகின்றனர். குழந்தைப் பருவத்தில் எத்தனைக் கெத்தனை ஒழுக்க சீலர்களாகக் காணப்பட்டார்களோ அதற்கு எதிர்மாறாக, ஒழுக்கக் கேடானவர்களாக, ஊதாரிகளாக, வஞ்சகர்களாக, சமூக எதிரிகளாக மாறிவிடுகின்றனர். குழந்தைகளின்

உள்ளத்தில் அன்பின் அடிப்படையில் உயர் பண்புகளை எழுப்பும் பெற்றோர்களோ, நல்ல நிலத்தில் நல்ல முறையில் பயிர் செய்கிறார்கள் எனலாம். குழந்தைகளிடம் அன்புடன் நடந்துகொள்வது மிகவும் தேவை. ஆனால் செல்லங் கொடுக்கப்படும் குழந்தைகளும், அதிகமாகப் பாராட்டிச் சீராட்டப்பெறும் குழந்தைகளும் பல்வேறு நடத்தைப் பிரச்சினைகளுக்கு உட்படுகிறார்கள் என்பதனையும் பெற்றோர்கள் அறிதல் இன்றியமையாததாகும்.

'ஈன்ற பொழுதில் பெரிதுவக்கும் தன்மகனைச்
சான்றோன் எனக்கேட்ட தாய்'

என அழகாக எடுத்துக் கூறினார் வள்ளுவப் பெருந்தகை. அத்தகைய சான்றோர்களையும், தலைவர்களையும் தோற்றுவிப்பதில் பெற்றோரின் கடன் முக்கியமானதாகும்.

ஆசிரியர்களும் இம்முறையில் பெரும் பொறுப்பு வகிக்கின்றனர். இளமைப் பருவத்தில் மாணவர்கள் தம் ஆசிரியர்களிடமே பெருவாரியான நேரத்தைச் செலவிடுகின்றனர். இவர்கள் தேர்ச்சியும், திறனும், நற்பண்புகளும் உடைய ஆசிரியர்களால் பயிற்றுவிக்கப்படுவாரெனின், மிகவும் பயனடைவர் என்பது திண்ணம். ஆற்றலும், அறிவுக்கூர்மையும், அத்துடன் நற்பண்புகளின் இருப்பிடமாக அமையும் ஆசிரியப் பெருந்தகைகளைப் பள்ளிகளும் கல்லூரிகளும் கொள்ளுமாயின், நல்லதொரு சமுதாயத்தை எளிதில் ஏற்படுத்த முடியும் என்பது திண்ணம். தேர்ச்சியும் திறனுமற்றவர்களும், பண்பற்றவர்களும் வறுமை, கவலை இவற்றுல் பெரிதும் பீடிக்கப்பட்டுள்ளவர்களும் ஆசிரியத் தொழிலுக்குத் தேர்ந்தெடுக்கப்படுவாராயின், நம் இளைஞர் சமூகம் பெரிதும் பாதிக்கப்படும். பள்ளிகள் நல்ல ஆசிரியர்களைக் கொண்டிருப்பது போன்றே மாணவர்கள் தலைமைப் பதவியை வகிப்பதற்குரிய வாய்ப்புக்களைத் தந்து, அவர்களுக்கு அத்துறையில் பயிற்சி தருதலும் வேண்டும். நல்ல நூல் நிலையங்கள், விளையாட்டு மைதானங்கள், சொற்போர் மன்றங்கள், மக்கள் சேவை மன்றங்கள் ஆகியவை தலைமைப் பதவிக்கு நல்ல பயிற்சி தரும் களங்களாகும். வலுவுள்ள உடலிலேயே நல்ல இதயமும் காணப்படுகிறது. வலுவுள்ள உட்லத் தரவும், உற்சாகம், சுறுசுறுப்பு, ஒற்றுமை, ஆண்மை போன்ற உயர் குணங்களைத் தரவும் விளையாட்டு மன்றங்கள் பெரிதும் உதவியுள்ளன. விளையாட்டுக்களின் மூலமே தலைவர் பதவிக்குப் பலர் பயிற்சி பெற்றிருக்கின்றனர் என்றுல், அது மிகையாகாது. வாட்டர்லு (Waterloo) போரின் வெற்றி, ஈட்டன் (Eton) மைதானத்தில் பெறப்பட்டது — என்பது உண்மையே. இதனை மனத்தில்

கொண்டே பழங்காலத்தில் நமது நாட்டில் விளையாட்டிற்கு முக்கியமானதோர் இடம் கல்வியில் தரப்பட்டது. வெறுங் கல்வியில் மட்டும் சிறந்து விளங்குபவர்களைவிடத் தமது பள்ளி நாட்களில் பாடப் புறச் செயல்களிலும் (Extra Curricular activities) பெரிதும் ஈடுபாடு கொண்டிருந்து, கல்வியிலும் சிறந்து விளங்கியவர்களே பிற்கால வாழ்வில் பெருமையுடையோராக விளங்குகின்றனர் என மேலை நாடுகளில் மாணவரிடையே நடத்தப்பட்டுள்ள ஆராய்ச்சிகள் காட்டியுள்ளன.

தேசிய மாணவர் படை, குடிமைப் பயிற்சி ஆகியவை தலைமைப் பதவிக்கு மாணவர்களைப் பயிற்றுவிப்பதற்குப் பெரிதும் உதவுகின்றன. ஒழுங்கு, கட்டுப்பாடு, கடமை உணர்ச்சி—இவற்றினை இப்பயிற்சியின் மூலம் பெறுவதுடன், நாட்டிற்கு நல்ல தொண்டு செய்யும் வாய்ப்பும் தரப்படுகின்றது. இளமாணவர்களின் வீர உணர்ச்சிக்கு வழிகோலி, ஆண்மையையும், தன்மதிப்பையும், சுயநம்பிக்கையையும் வளர்க்கும் தேசிய மாணவர் படை, நல்ல முறையில் மாணவர்கள் தலைமைப் பதவியை அடைதற்குப் பயிற்சி அளிக்கிறது. இத்தகைய படைகளில் சேர்ந்து பணியாற்றுவதின் மூலம் கடமையுணர்வும், கட்டுப்பாடும், நாட்டுப்பற்றும் கொண்ட தலைவர்களைத் தோற்றுவிக்க முடியுமன்றே ? மாணவர்களுக்கு தேசிய மாணவர் படைப் பயிற்சி தருவதைப் போன்றே வயது வந்தவர்களுக்குப் பிராந்திய சேனைகளும் (Territorial army) துணை விமானப் படையும் (Auxillary air force) பயிற்சி தந்து உதவுகின்றன. இவ்வாய்ப்புக்களை நன்கு பயன்படுத்துவதன் மூலம் தலைவர் பதவிக்கு நம்மை நாமே ஆயத்தம் செய்துகொள்ளமுடியும்.

தலைவருக்குரிய சிறப்பியல்புகளைப் பற்றியும் குணப் பண்புகளைப் பற்றியும், அவர்தம் கடமைகளைப் பற்றியும் முன்னமே விவரமாகக் கூறி இருக்கிறோம். தலைமைப் பதவிக்கு வர விரும்புவோர் இத்தகைய குணங்களையும் சிறப்பியல்புகளையும் பெற்றுக் கொள்வதற்காகப் பயிற்சி எடுத்துக் கொள்வதுடன் கடமைகளை மனத்தில் கொண்டு கடமையுணர்ச்சி கொண்டவர்களாகவும் காணப்படுதல் மிகவும் தேவையாகும். தலைமைப் பதவிக்காகப் பயிற்சி தரப்படும்போது கீழ்க்காண்பவைகளை மனத்தில் கொண்டு பயிற்சி தரப்படுதல் வேண்டும்.

1. தலைவராக விளங்குபவர், தம்மைப் பின்பற்றும் மக்களையும் அவர்கள் இலட்சியங்களையும், விருப்பங்களையும் அறிந்திருத்தல் மிகவும் இன்றியமையாதது என முன்பே கூறப்பட்டது.

எனவே, தலைமைப் பதவிக்காகப் பயிற்சி தரப்படும்போது, பின் செல்லும் மக்களைப் பற்றியும், அவர்களது பண்பாடுகளைப் பற்றியும் விளக்கப்படவேண்டியது அவசியமாகும்.

2. மக்களின் தலைவராக விளங்குபவர் மக்களின் மனமறிந்து, காலமறிந்து, செயல்படுபவராகக் காணப்படுதல் அவசியம். எனவே, தலைமைப் பதவிக்குப் பயிற்சி பெறுவோருக்கு உளவியல் அறிவு பெரிதும் தேவைப்படுகிறது.

3. எத்தகைய தலைமைப் பதவிக்காகப் பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறதோ அத்துறைகளில் வெற்றியுற்று விளங்கப் பின்பற்ற வேண்டிய முறைகளும் வழிகளும் கற்பிக்கப்படுதல் வேண்டும். இராணுவம், கல்வி, வணிகம், வர்த்தகம், ஆட்சி போன்ற துறைகளில் வெற்றிபெற ஒவ்வொரு துறையிலும் ஒருசில வழிமுறைகள் கையாளப்படுதல் வேண்டும். இவற்றினைத் தலைமைப் பதவிக்காகப் பயிற்சி பெறுவோர் அறிந்துகொள்ளுதல் பெரும் பயன் தரும்.

4. தலைவர் ஆண்மையுடையவராகவும், வாய்மையுடையவராகவும், ஒழுக்கமுடையவராகவும் இருத்தல்வேண்டும். இதற்குரிய வகையில் பயிற்சிஅமைக்கப்படுதல் வேண்டும்.

5. சிக்கல் மிகுந்த சூழ்நிலைகளில் தன்னம்பிக்கையை இழந்துவிடாதவராகவும் சிந்தித்துச் செயலுறுபவராகவும் தலைவர் இருத்தல் அவசியமென முன்னரே கூறினேம். இப்பண்புகளை வளர்ப்பதற்கு வேண்டிய சூழ்நிலைகள் செயற்கையாகத் தோற்றுவிக்கப்பட்டுப் பயிற்சி அளிக்கப்படல் வேண்டும்.

6. தன் மதிப்போடு நடந்துகொள்வதைப் போன்றே பிறருக்கும், குறிப்பாக உறுப்பினருக்கும் மதிப்புத் தந்து நடக்க, பயிற்சி தரல் வேண்டும்.

7. எந்நிலையிலும் தயங்காது, நடுவு நிலையினின்று முடிவு கூறுபவராகத் தலைவர் இருத்தல் வேண்டும் எனும் உண்மை பயற்சி பெறுவோரின் உள்ளங்களில் பதிக்கப்படவேண்டும். புகழ்ச்சிக்கு மயங்கியவர்கள் நெடு நாளைக்குத் தலைவர்களாக நிலைத்து நின்றதில்லை என அவர்கள் உணருதல் வேண்டும்.

8. தன்னிடத்திலே உள்ள குறைகளை அறிந்துகொள்பவராகவும், பிறர் குறை கூறும்போது, பொறுமையுடன் செவிமடுத்து வருந்தாது, உற்சாகமுடன் தம் குறைகளைப் போக்கிக் கொள்பவராகவும் விளங்கப் பயிற்சி தரப்படுதல் இன்றியமையாதது.

' இடிப்பாரை இல்லாத ஏமரா மன்னன்
கெடுப்பாரிலானும் கெடும் '

என்னும் உண்மை அவர்களுக்கு உணர்த்தப்படுதல் வேண்டும்

9. தன்னடக்கத்தோடு மனவெழுச்சிகளை அடக்கியாளுபவராக விளங்கவும், கடமை உணர்வால் உந்தப்பட்டு அயராது செயலுறவும் பயிற்சி தரப்படுதல் வேண்டும்.

ஒவ்வொரு மனிதரிடமும் ஒருசில நல்ல பண்புகள் உண்டு. இவற்றைக் குடும்பங்கள், கல்வி நிலையங்கள், சமயங்கள், சமுதாயங்கள் போன்றவை நன்கு பயன்படுத்துமாயின், "இவருக்குப் பின் யார்?" என்னும் அச்சமும் கவலையும் மிகுந்த கேள்வி எழுதுவதற்கே இடமில்லை.

ஒன்பதாம் அதிகாரம்

பொதுமக்கள் கருத்து

மக்களின் சக்தி — பொதுமக்கள் கருத்தின் வன்மை — தனியார் கருத்துக்கள் — பொதுமக்கள் கருத்தின் தன்மை.

பொதுமக்கள் கருத்தின் சமூக முக்கியத்துவம் — பொதுமக்கள் கருத்து உருவாகும் வகைகள் — உருவாக்க உதவும் மூன்று வழிமுறைகள் — விளம்பரம் — கொள்கை பரப்பல் — கல்வி.

பொதுமக்கள் கருத்தை வளர்க்கும் ஊடகங்கள் — பத்திரிகைகள் — தோற்றம் — வளர்ச்சி — செய்தியின் தன்மை — இவை மனிதர்களைத் தூண்டும் வகை — செய்திகள் சேகரிக்கப்படும் விதம் — வெளியிடும் முறை — பத்திரிகைப் பகுதிகள் — செய்திகள் — தலையங்கம் — விசேட நிருபர் தரும் செய்திகள் — விளம்பரங்கள்—விளையாட்டுச் செய்திகள் — வர்த்தக, வணிகப் பகுதிகள் — கேலிச் சித்திரம் — கால நிலை அறிவிப்பு — புகைப் படங்கள் — வானொலி — சமூக அறிவிப்பு — அலுவலக அறிவிப்பு — ஆசிரியருக்குக் கடிதங்கள் — இன்று நாள் எப்படி? — அழகு, சமையல் குறிப்புக்கள் — புத்தக மீள்நோக்கு — திரைப்பட மீள்நோக்கும் செய்திகளும் — கதைகள் — குறுக்கெழுத்துப் போட்டிகள் — விகடத் துணுக்குக்கள் — ஆராய்ச்சிகள் — பத்திரிகை படிப்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சிகள் — பத்திரிகையும் சமூகமும்.

வானொலி — வானொலியின் பயன் — வானொலி கேட்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சிகள் — நிகழ்ச்சிகளும் அதனை விரும்புவோரும் — அறிவிப்பாளர் — குரலும் வானொலியும் — செய்திகளைத் தரும் முறை — வானொலியின் வன்மை.

திரைப்படம் — வெற்றியை நிர்ணயிக்கும் முறைகள் — நிகழ்ச்சி ஆய்வு முறை — மக்கள் விரும்பும் படங்கள் — படம் பார்ப்பவரிடையே வேறுபாடு — நமது மக்களும் திரைப்படமும் — தமிழ்த் திரைப் படங்கள் — திரைப் படம் காண்பதன் விளைவுகள்.

பொதுமக்கள் கருத்து (Public Opinion)

மக்கள் சக்தி மிக்க வன்மை பொருந்தியதாகும். குடியரசு நாட்டில் வாழும் பெரும்பேறு பெற்ற நாம், மக்கள் சக்தியின் இவ்வன்மையினை அறிவோம். மக்கள் சக்திக்குமுன் மாபெரும் வல்லரசுகள் மண்டியிடுகின்றன. இந்திய மக்களின் சக்திக்கு முன் ஆங்கிலேய வல்லரசு பணிந்ததன்றே? 'எங்கள் பேரரசில் ஞாயிறு மறைவதே இல்லை!' எனக் கனவு கண்டிருந்த ஆங்கிலேயர்கள், தமது கண் முன்னரே, தமது பேரரசில், இன்று சூரியன் மறைவதைக் காண்கின்றனர். இத்தகைய மாபெரும் சாதனைகளைச் செய்யவல்ல மக்கள், அதனைத் தமது கருத்து ஒற்றுமையைக் கொண்டன்றே சாதிக்கின்றனர்? சமூக மனிதர்களைப் பற்றியும், அவர்களது இடைவினைகளைப் பற்றியும் அறிய ஆர்வம் காட்டும் சமூக உளவியலார், பொது மக்கள் கருத்தினைப் பற்றித் தெள்ளத் தெளிய அறிந்திருத்தல் மிகவும் இன்றியமையாததாகும். மக்களிடையே கருத்துக்கள் தோன்றும் விதத்தையும், அதனைச் செயற்கையாகத் தோற்றுவிக்கும் விதம் பற்றியும், அதனை அளந்து மதிப்பிடுதல் பற்றியும் அவர்கள் தெளிவுறத் தெரிந்திருத்தல் வேண்டும். மேலும், இன்று நாம் வாழும் சமூகத்தில் அரசியல் கட்சிகளும், விற்பனை நிலையங்களும், தொழிற் சங்கங்களும் பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தமக்குச் சாதகமாகத் தோற்றுவிக்கும் பொருட்டுக் கொள்கை பரப்பலில் (Propaganda) ஈடுபடுகின்றன. கொள்கைகளையும் கருத்துக்களையும் இவர்கள் பரப்பும் விதம் பற்றியும், அதனை அறிந்து, தேவையானபோது இக்கருத்துத் திணிப்பினின்று விடுபட்டு நிற்கவும் நாம் அறிந்திருத்தல் வேண்டும். இவற்றை விளக்குவதனையே நோக்காகக்கொண்டு இவ்வதிகாரம் அமைகிறது.

பொதுமக்கள் கருத்து என்றால் என்ன? பொதுமக்கள் கருத்து (Public Opinion) என்னும் சொற்றொடர் பெருவாரியாகப் பயன்படுத்தப்படினும்கூட, அதனைப் பற்றித் தெளிவுற நாம் தெரிந்துகொள்ளவில்லை என்றே கூறவேண்டும். மனித வாழ்வில் நாம் காணும் பல்வேறு கருத்துக்களுள் நாம் தேர்ந்தெடுத்து நமதாக்கிக்கொள்ளும் எண்ணத்தினை நமது கருத்து எனலாம். இக்கருத்து ஒரு பொருள் பற்றியதாகவோ, ஒரு நிகழ்ச்சி பற்றியதாகவோ, மனிதர்கள் பற்றியதாகவோ, அன்றி ஒரு கருத்தைப் பற்றியதாகவோ இருக்கலாம். கருத்துக்கள்

தனிமனிதரது கருத்துக்களாகவோ, அன்றிப் பொதுமக்களது கருத்துக்களாகவோ அமையலாம். நமது மன நிலைக்கு ஏற்பவும், நமது சமூக நிலைக்கு ஏற்பவும், கல்வி அறிவுக்கு ஏற்பவும் கருத்துக்களைக் கொண்டுள்ளோம். உதாரணமாக, 'தண்ணீர்' என்பது பற்றிச் சாதாரண மனிதன் ஒருவன் கொள்ளும் கருத்திற்கும் இரசாயன அறிஞர் ஒருவர் கொள்ளும் கருத்திற்கும் வேறுபாடு உண்டு. வாழ்வின் ஒவ்வொரு நிலையிலும் நமது இலட்சியங்களுக்கு ஏற்பவும், வாழ்க்கைத் தத்துவத்திற்கு ஏற்பவும் தனிக் கருத்துக்களை நாம் ஏற்படுத்திக்கொள்கிறோம். எனவே, சமூகப் பொருளாதாரக் கல்வி நிலையங்களில் பெரிதும் வேறுபாடுடைய மனிதர்களிடையே வேறுபட்ட தனிக் கருத்துக்கள் காணப்படுவது இயற்கையே. ஆனால், பொதுக் கருத்து அல்லது பொதுமக்கள் கருத்து என்னும்போது, ஒரு சமூகத்தில் வாழும் பெருவாரியான மக்களால் கொள்ளப்படும் கருத்துக்களையே குறிப்பிடுகிறோம். சமூகத்தில் எழுந்துள்ள ஒரு சிக்கலைக் குறித்து, அச்சமூக மக்கள் தமக்குள் விவாதித்துப் பின்னர் பொதுவாக வெளியிடும் கருத்துக்களையே பொதுமக்கள் கருத்து எனலாம். உதாரணமாக, "குடும்பக் கட்டுப்பாடு" (Family Planning) என்பது பற்றிப் பொதுமக்கள் கொண்டுள்ள கருத்துக்களை எடுத்துக்கொள்வோம். வறுமை மிக்க நம் நாடு மக்கள் - தொகை மிகுந்ததாகக் காணப்படுகிறது. வறுமையை நீக்கி, வளம் மிக்க நாட்டை உருவாக்கும் பணியில் சுதந்திர இந்தியா ஈடுபட்டுள்ளது. இத்தகைய உயர்நிலை ஏற்படுவதற்காகத் திட்டங்கள் தீட்டிச் செயல்பட முற்பட்டுள்ளோம். இத் திட்டங்கள் செயல்படுத்தப்படும்போது, நமது செல்வ நிலை பெருகுவது திண்ணம். ஆயினும் செல்வ நிலை பெருகுவதற்கு ஏற்பவோ, அன்றி அதற்கு மிஞ்சியோ மக்கள் - தொகை பெருகுமாயின், வளம் மிக்க நாட்டை உருவாக்கவேண்டும் என்னும் நமது இலட்சியம் வெற்றி பெறுவது முடியாததாகும். மேலும், அதிகமாகக் குழந்தைகளைப் பெறுவதன்மூலம் தாய் தனது உடல் நலத்தை இழக்க நேரிடுகிறது. அன்றியும், ஈன்ற குழந்தைகளும் ஆரோக்கியம் குன்றியவர்களாகவே காணப்படுகின்றனர். குடும்பத்தில் வறுமை மிஞ்சியே காணப்படுகிறது. இத்தகைய நிலையைக் குடும்பம், நாடு ஆகியவற்றின் நலத்தை முன்னிட்டுத் தவிர்க்கவேண்டியது இன்றியமையாததாக உள்ளது. எனவே, அரசினர் குடும்பக் கட்டுப்பாட்டுத் திட்டத்தை மக்கள் கவனத்திற்குக் கொண்டுவந்துள்ளனர். குடும்பக் கட்டுப்பாட்டில் ஒத்துழைப்பவருக்குப் பல்வேறு சலுகைகள் காட்டவும் அரசினர் முன்வருகின்றனர்.

இத்தகைய திட்டம் தரப்பட்டவுடன், உடனடியாகப் பொது மக்கள் அதனை ஏற்றுக்கொள்வதில்லை. கல்வி அறிவுகொண்ட மக்கள், ஒருக்கால் சிந்தித்து, இது நல்லதொரு திட்டம் என அறிந்து, இதனை ஏற்றுக்கொண்டு செயல்படுத்த முன்வரலாம். ஆனால், இதனைப் பல்வேறு சக்திகள் எதிர்க்கின்றன. ஒருசில சமயத்தினர் இதனை ஒழுக்கக் கேடானது என்கின்றனர். இத்தகைய நிலையில் 'குடும்பக் கட்டுப்பாடு' என்னும் திட்டம் பொதுமக்களால் விவாதிக்கப் பெறுகின்றது. இதன் நன்மை தீமைகள் அலசி ஆராயப்படுகின்றன. இதனை விவாதிக்கும் போது, ஒருசிலர் பிறர் கருத்துக்களோடு தம் கருத்துக்கள் ஒன்றி அமைவதைக் காண்கின்றனர். இதனைத் தொடர்ந்து கருத்துப் பங்கீடு நடைபெறுகிறது. இத்தகைய கருத்துப் பரிவர்த்தனை நடைபெறும் நிலையில், தொடர்ந்து ஏற்படும் கருத்துக்கள் வெளியிடப்படுகின்றன. இத்தகைய கருத்துக்களுள் பெரும்பான்மையான மக்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்படும் கருத்தே பொதுமக்கள் கருத்தாகப் பரிணமிக்கிறது.

பொதுமக்கள் கருத்து ஏற்படப் பெரிய குழுக்கள் தேவை என்று கொள்ளுதல் தவருகும். பெருங் குழுக்களில் பொதுமக்கள் கருத்து விரைவில் பரவவும் உருவாகவும் செய்தாலும், சிறு குழுக்களிலும் பொதுமக்கள் கருத்து உருவாகுதல் உண்டு. மக்களிடையே இடைவினைகள் ஏற்பட்டு, கருத்துப் பரிவர்த்தனை நடக்கும் எல்லாவகைச் சமூகங்களிலும், குழுக்களிலும், பொதுமக்கள் கருத்து தோன்றுதல் உண்டு. மேலும், இத்தகைய இடைவினைகள் நேருக்கு நேர் ஏற்படும்போது மட்டுமே பொதுமக்கள் கருத்து உருவாகின்றது என்பதும் ஒப்புக்கொள்ளக் கூடியதன்று. நேரடியான தொடர்புகளும் இடைவினைகளும் மேற்கொள்ளப்படும்போது பொதுமக்கள் கருத்து எளிதில் உருவாகின்றது என்பது உண்மையே. ஆனால், மறைமுகமான தொடர்பு மக்களிடையே ஏற்பட்டும், பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தோற்றுவிக்க முடியும். இத்துறையில் பத்திரிகைகள், வானொலி, திரைப்படம் தொலைக் காட்சி போன்றன மறைமுகமான நிலையிலேயே பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கப் பெரிதும் உதவுகின்றன. இவை இவ்வகையில் மிகவும் முக்கியமான பங்கு வகிக்கும் காரணத்தால், இவற்றினைப் பற்றியும் பொதுமக்கள் கருத்தினை ஏற்படுத்துவதில் இவை வகிக்கும் பங்கினைப் பற்றியும் மற்றொரு பகுதியில் விவரமாகக் காண்போம்.

பொதுமக்கள் கருத்து, வன்மை மிக்கதொரு சமூகச் சக்தியாக உள்ளது என்று முன்பே கண்டோம். சென்ற அதிகாரத்தில் தலைவர்களைப் பற்றியும் அவர்களைப் பின்பற்றிச் செல்பவரைப்

பற்றியும் விவரமாகக் கூறினேம், தலைவர்கள் எதேச்சாதிகாரத் துடன் நடந்து கொள்ளாதிருக்கவும், குழுவின் இலட்சியங்களுக் கும் கொள்கைகளுக்கும் ஏற்ப நடந்து கொள்வதற்கும், பொது மக்கள் கருத்தே வழி வகுக்கிறது எனலாம். பொதுமக்களின் நம்பிக்கையைப் பெறுதவர்கள் தலைவர்களாக நீடித்து நிற்பது முடியாதது. எதற்கும் அஞ்சாத தலைவர்களும் 'ஊர் வாய்க்கு' அஞ்சியே வாழவேண்டியதுள்ளது. மேலும், பொதுமக்களின் கருத்தை ஒட்டியே ஒரு சமூகத்தில் வாழும் மனிதர்களின் நடத் தையும் அமைகிறது. பொதுமக்கள் கருத்திற்கேற்ப, ஊரோடு ஒத்து வாழவே நாம் விரும்புகின்றோம். பொதுமக்கள் கருத்தின் இசைவைப் பெற்ற நடத்தையே நல்ல நடத்தையாக, சமூகத்திற்கு ஏற்ற நடத்தையாகக் கருதப்படுகிறது. பொதுமக்களின் ஒப்புதலை யும் பாராட்டுதலையும் பெறும் மனிதர் சமூகத்தில் உயர்நிலை பெற்றவராக மாறிவிடுகிறார். அவரைத் தமது தலைவராகப் பொதுமக்கள் விரும்பி ஏற்றுக்கொள்கின்றனர். மாறுகப் பொது மக்களின் ஒப்புதலைப் பெறுத ஒருவரின் சமூக நடத்தை, அவரை இழி நிலைக்குக் கொண்டு செல்கின்றது.

பொதுமக்களின் கருத்திற்கு ஒவ்வாத முறையில் நடந்து கொள்ளும் ஒருவர் சமூக எதிரியாகக் கருதப்படுகிறார். அவர் சமூகத்தால் தண்டிக்கப்படுகிறார். பொதுமக்கள் கருத்திற்குப் பெரிதும் மாறுபட்டு அவரது செயல் அமையுமானால், அவரோடு சமூகத் தொடர்புகளைப் பிறர் அறுத்துக் கொள்கின்றனர். பொதுமக்களின் சாதகமான கருத்தை இழந்த காரணத்தால், பல தலைவர்கள் தமது செல்வாக்கினையும், செல்வத்தினையும், தலைவர் பதவியினையும் இழந்ததுண்டு.

இதே போன்று பல்வேறு சமூக நிலைகளிலும் பொதுமக்கள் கருத்து வன்மை பொருந்தியே காணப்படுகிறது. ஒரு நாட்டின் சட்ட திட்டங்களும், பழக்க வழக்கங்களும், மரபும் அந்நாட்டு மக்களின் கருத்தை ஒட்டியே அமைகின்றன. பொதுமக்கள் கருத்தினைக் கொண்டே, ஒரு நாட்டு மக்கள் அவர்களது தலைவர் களைக் கட்டுப்படுத்துகின்றனர். குறிப்பாக, குடியரசு நாடுகளில் பொதுமக்களின் கருத்திற்குப் பெருத்த மதிப்பு தரப்படுகிறது. தாம் இயற்றும் சட்டங்களும், இதர சீர்திருத்தங்களும் மக்களின் ஆதரவைப் பெறுவதற்காக எல்லா அரசினரும் பெரிதும் முயலுகின்றனர். பொதுமக்களின் கருத்தினைத் தமக் குச் சாதகமாகப் பெறுவதற்கும், தமது சட்டங்களையும், சீர்திருத் தங்களையும் பாமர மக்களுக்கு எடுத்துக் கூறுவதற்குமாகவே அரசாங்கங்கள் இதற்கெனத் தனி விளம்பரத் துறைகளைக்

கொண்டமைகின்றன. மாவட்டச் செய்தியலுவலர்கள் (District publicity Officers) ஊர் ஊராக, கிராமம் கிராமமாகச் சென்று, அரசினரின் கொள்கைகளையும், கொண்டுவரப்பட்டுள்ள சீர்திருத்தங்களையும், மேற்கொள்ளப்படும் திட்டங்களையும், அவற்றுல் விளையும் பயன்களையும் விளக்குவதைத் தமது கடமையாகக் கொள்கின்றனர். இந்த அலுவலர்கள் தமது கடனைச் செவ்வையாகச் செய்யவும் பாமர மக்கள் இவற்றினைத் தெளிவுறப் புரிந்து கொள்ளவும் உதவ, வானெலி, திரைக்காட்சி, நாடகம், ஒலி பெருக்கி போன்றவை பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இத்தகைய முறையில் கடமையுணர்ச்சியுடன், இவ்வலுவலர்கள் முழு மனத்துடன் இயங்குவராயின், பொதுமக்களின் சாதகமான கருத்தினை எளிதில் பெற்றுவிட முடியும். குறிப்பாக, சமுதாய அபிவிருத்தி வட்டாரங்களில் பணிபுரிவோர், சாதகமான மக்கள் கருத்தைப் பெறுவதன் முக்கியத்துவத்தினைப் புரிந்து, அதற்கேற்பச் செயல்புரியவேண்டும். இன்று நமது கிராமங்களில் உள்ள மக்கள் பல வழிகளில் நாட்டு நடப்புக்களை அறிகின்றனர். ஒருசில பாமரமக்களுக்குரிய பத்திரிகைகள், கிராமத்திலுள்ள தலைவர்கள், இதர அரசியல் கட்சிகளின் தலைவர்கள் போன்றோர் மக்கள் மனத்தில் பலவகைக் கருத்துக்களைத் தூவுகின்றனர். இதில் பல கருத்துக்கள், அரசியல் நோக்கங்களின் அடிப்படையில் திரித்துக் கூறப்படுவதும் உண்டு. எனவே, செய்தித்துறை அலுவலர்களும், சமுதாய அபிவிருத்தித் துறை அலுவலர்களும், நாட்டு மக்களிடையே உண்மையான காரணங்களையும், கருத்துக்களையும் எடுத்துக் கூறப் பெரிதும் கடமைப்பட்டுள்ளனர். மக்களின் ஒருமித்த ஆதரவினைக் கொண்டே, அரசாங்கம் நல்ல முறையில் நடைபெற முடியும். பொதுமக்கள் கருத்தை முயற்சியால் உருவாக்க முடியும்.

ஆடை அணி மணிகளும் பழக்க வழக்கங்களுங்கூடப் பொதுமக்கள் கருத்திற்கு ஏற்பவே அமைகின்றன. உலகில் இருந்துள்ள நாகரிகப் பாணிகளை நாம் காண முற்படின், பொதுமக்கள் கருத்திற்கு ஏற்பவே அவை அமைந்துள்ளதைக் காண்போம். இங்கிலாந்து நாட்டில் விக்டோரியா இராணியார் (Queen-Victoria) காலத்தில் மக்களிடையே காணப்பட்ட ஆடை அணிகள் மறைந்து விட்டன. அமெரிக்க நாட்டு நங்கை நீச்சலுடையில் பொதுமக்கள் முன்னிலையில் தோன்றலாம். ஆனால், நமது நாட்டு மகளிர் நிலை வேறு. கண்மூடித்தனமாக மேலை நாட்டு நாகரிகத்தைப் பின்பற்றும் ஒருசில மகளிரைத் தவிர, நமது நாட்டுப் பெண்கள் நமது நாட்டுப் பண்புக்கு ஏற்பவே ஆடை அணிகின்றனர். மேலை நாட்டினரை அப்படியே பின்பற்ற முயற்சி செய்யும்

மகளிரின் செயல் பொதுமக்களிடையே அருவருப்பினையே தோற்றுவிக்கிறது. இதேபோன்று ஒவ்வொரு துறையிலும் பொதுமக்களின் கருத்தே ஏற்றுக் கொள்ளப்படுகிறது.

பொதுமக்கள் கருத்து என்னும்போது, அது "பெரும்பான்மையான மக்கள் கருத்து" என லாக் (John Locke), ரூசோ (Rousseau) போன்ற மேலை நாட்டு அறிஞர்கள் கருதியுள்ளனர். இது ஓரளவிற்கு உண்மை என நாம் ஒத்துக் கொள்ளலாம், ஆயினும், சிறு பான்மையினரின் கருத்துக்களும் ஒவ்வொரு வேளையில் முக்கியத்துவம் பெறுவதுண்டு என்பதனையும் நாம் மனத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

அதே போன்று பொது மக்களால் பெருமளவில் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட கருத்துக்களே தலைமுறை தலைமுறையாக வழக்கில் உள்ளன என்பதும் பொதுவான உண்மையே. ஆயினும், பொதுமக்களின் கருத்து, கண்மூடித்தனமாகப் பின்பற்றப் படுவதாயின், நாடுகளில்மறுமலர்ச்சி தோன்றுவது என்பது முடியாததாகும். அறிஞர்களும் சீர்திருத்தவாதிகளும் சமூகங்களில் தோன்றுகின்றனர். அவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் வாழ்ந்தாலும், வருங்காலத்தை எதிர்பார்த்துச் சில கருத்துக்களை வெளியிடுகின்றனர். அவர்கள் வாழுங் காலத்துக்கு ஒவ்வாத இக்கருத்துக்கள் பொது மக்களால் எதிர்க்கப்படுகின்றன. ஆனால், காலக்கிரமத்தில் சமூகத்தில் செல்வாக்குப்பெற்றுள்ள ஒரு சிலரால் இக்கருத்துக்கள் ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகின்றன. மீண்டும் விவாதமும் கருத்துப் பரிவர்த்தனையும் ஏற்படுகின்றன. இதன் அடிப்படையில் புதிய பொதுமக்கள் கருத்து தோன்றுகிறது. புதிதாகத் தோன்றும் கருத்து, அச்சமூகத்தில் வாழும் பெரும் பான்மையான மக்களால் ஏற்றுக் கொள்ளப்படும்போது, அது வன்மை மிக்கதொரு சமூக சக்தியாக மாறிவிடுகிறது. இவ்வகையிலேயே சீர்திருத்தங்கள் ஏற்படுகின்றன எனலாம்.

பொதுமக்கள் கருத்து உருவாகும் வகை

பொதுமக்களிடையே கருத்துக்கள் தோன்றும் விதம் பற்றி முன்னர்ப் பொதுவாகக் கூறினோம். அவை தோன்றும் வகை பற்றி உளவியல் அடிப்படையில் இங்கே காண முற்படுவோம்.

பொதுமக்கள் கருத்து தோன்றுவதற்கு, ஒரு பிரச்சினையோ சிக்கலோ காணப்படுவது மிகவும் தேவையாகும். இத்தகைய சிக்கல்களைப் பின்னணியாகக் கொண்டே பொதுமக்கள் கருத்து அதனைக் குறித்து எழுப்பப்படுகிறது. பல சமூகச் சிக்கல்கள் பலவேளைகளில் உண்டாதல் உண்டு. சமூகத் தொண்டுகளிலும், கல்வித் திட்டங்களிலும் சட்ட மன்றங்களிலும் விளையாட்டுத்

துறையிலும் இன்னும் இதைப் போன்ற பல மனிதத் துறைகளிலும், இன்னும் சில வேளைகளில் எதிர் பாராத சூழ்நிலைகளினின்றும் சிக்கல்கள் எழுவதுண்டு. இத்தகைய சிக்கல் எழும் நிலையில் இச்சிக்கல் எத்தன்மை வாய்ந்தது என அறிதல் வேண்டும்.

ஒரு சிக்கல் தோன்றியவுடன் அதனைப் பற்றிய முதல் ஆராய்ச்சிகள் (Preliminary investigation) ஆரம்பமாகின்றன. பொதுமக்களிடம் இச்சிக்கல் எத்தன்மை வாய்ந்தது என்றும், இச்சிக்கலினுல் ஏற்படக்கூடிய விளைவுகள் யாவை என்றும் விளக்கம் தரப்படுகிறது. இத்தகைய விளக்கத்தினைத் தலைவர்களோ, அன்றிச் செய்தித் துறைகளோ தரமுடியும்.

சிக்கல்களை விளக்கிய பின்னர், விவாதம் தொடருகிறது. இந்நிலையில் பல துறைகளைச் சார்ந்தோர் இச் சிக்கல்களைப் பற்றிய தம் கருத்துக்களை வெளியிடுகின்றனர். தம்முடைய உண்மையான கருத்துக்களையே இவர்கள் வெளியிடுகின்றனர் என்று கூறுவது முடியாததாகும். தமக்கு அல்லது தமது கட்சியினருக்குச் சாதகமாக அமையும் முறையில் இச்சிக்கல்கள் விளக்கப்பட்டு, அவற்றினை மேற்கொள்ளும் விதம் பற்றியும் விளக்கம் தரப்படுகிறது. இத்தகைய விளக்கங்கள் அறிவின் அடிப்படையில் மட்டும் தரப்படும் என்று சொல்வதற்கில்லை. பெரும்பாலும் பொதுமக்களின் உணர்ச்சிகளையும் மனவெழுச்சிகளையும் தூண்டிவிடக் கட்சிகளும் தனி நபர்களும் முனைவதுண்டு. மனவெழுச்சிகளின் அடிப்படையில் சிக்கல்களுக்கு முடிவுகாணப் பொதுமக்கள் தூண்டிவிடப்பட்டாலும், பொதுமக்கள் தம் அறிவின் அடிப்படையிலேயே தம் சிக்கல்களுக்கு முடிவு காண முனைந்திருப்பதாக நம்புகிறார்கள். சுருங்கக் கூறின், இவ்வாறு அவர்களை நம்பும்படி அரசியல் சாணக்கியர்கள் தூண்டுகிறார்கள். மனிதன் எப்பொழுதுமே தனது அறிவில் மிகவும் நம்பிக்கை கொண்டவன். நமது அறிவுத்திறன் குறைவு என நாம் எண்ணுவதே இல்லை. நாம் ஒவ்வொருவரும் மனவெழுச்சிகளுக்கும் பெரும் உணர்ச்சிகளுக்கும் உடன்பட்டுச் செயலில் ஈடுபடுகிறோம் என நம்புவதில்லை. ஆனால், பெருமளவான மக்கள் ஏன் ஒவ்வொரு மனிதனும், பெருவாரியான வேளைகளில் மனவெழுச்சிகளுக்கும் உணர்ச்சிகளுக்கும் உடன்பட்டே செயலாறுகிறான் என உளவியலார் நம்புகின்றனர். உதாரணமாக, ஓர் ஆலையைச் சேர்ந்த தொழிலாளர்கள் வேலைநிறுத்தம் செய்யும்படி தூண்டப்படுகிறார்கள் என்று வைத்துக்கொள்வோம். வேலைநிறுத்தத்திற்கு அவர்களைத் தூண்டும் தலைவர்கள் பலவித காரணங்களைக் கூறுகிறார்கள். அறிவைப் பயன்படுத்தி

முடிவுக்கு வரும்படி வாயளவில் கூறி உண்மையில் உணர்ச்சி களையே தூண்டுகின்றனர். இத்தகைய மன நிலையை முதலில் தோற்றுவித்து முடிவு எடுத்துக் கொள்ளமுடியாத குழம்பிய மன நிலையில் தொழிலாளர்கள் உள்ளபோது, இத்தலைவர்கள் ஆசை வார்த்தைகளைக் கூறுகின்றனர். தாம் முன்னர்ச் சாதித்துள்ள சாதனைகளை எடுத்துக் கூறுகின்றனர். இந்த வேலை நிறுத்தத்தை மேற்கொள்ளுவதால் ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் பயனடைவான் என்று ஆசைகாட்டுகின்றனர். தொழிலாளரது விருப்பம், ஆசைகள் இவற்றின்மேல் தமது காரணங்களை எழுப்பித் தொழிலாளர்களை வேலை நிறுத்தத்தில் ஈடுபடும்படி தூண்டுகின்றனர். வேலை நிறுத்தத்தில் ஈடுபடும் ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் "காரணம் கற்பித்தலில்" ஈடுபடுகிறான். தனது அறிவினைக் கொண்டே இச்சிக்கல்களுக்கு முடிவு கண்டதாகக் கருதுகிறான். ஆனால், உண்மையில் தூண்டப்பெற்ற மனவெழுச்சிகளும், உணர்ச்சிகளும் அவனை முழுவதுமாக ஆட்கொண்டுள்ளன. இத்தகைய முறையில் தோற்றுவிக்கப் படும் வேலை நிறுத்தங்கள் தோல்வியுறும் போதும், தலைவர்கள் காரணம் கற்பித்தலில் ஈடுபடுகிறார்கள். இவ்வாறு அறிவின் அடிப்படையிலும் மனவெழுச்சி, உணர்ச்சிகளின் அடிப்படையிலும் பொதுமக்கள் தூண்டப்பட்டு இச்சிக்கல்களுக்கு முடிவு காண ஏவப்படுகின்றனர்.

இத்தகைய தூண்டுதல்கள், பேச்சுக்கள், சொற்பொழிவுகள், விவாதங்கள், எழுத்து மூலமாக நடைபெறலாம். சமூகத்தில் வாழும் தனி மனிதர்கள் இதன் மூலம் பலவகைக் கருத்துக் களுக்கு உடன்படுத்தப்படுகின்றனர். இவற்றின் அடிப்படையில் ஒருசிலரிடையே கருத்து ஒற்றுமை தோன்றுகிறது. பெருவாரி யாகக் காணப்படும் கருத்து ஒற்றுமை, இச்சிக்கலைப் பொறுத்த வரை, பொதுமக்கள் கருத்தாகப் பரிணமிக்கிறது எனலாம்.

பொதுமக்கள் கருத்து ஏற்படுவதில் ஒருசிலர் அகவய (Subjective) புறவயக் (Objective) காரணங்கள் குறுக்கிடுவதுண்டு. ஒவ்வொரு தனி மனிதனும் தன்னைப்பற்றிச் சில எண்ணங்களைக் கொண்டுள்ளான். அதேபோன்று பிறரைப் பற்றியும் பிற பொருட்களைப் பற்றியும் சில எண்ணங்களைக் கொண்டுள்ளான். பிறரையும், பிற பொருட்களைப் பற்றியும் ஒருவர் கொள்ளும் கருத்து அவரது மன நிலை, கல்வி, அனுபவம், மனவெழுச்சிகள் போன்ற அகவயக் காரணங்களை அடுத்து அமையும். பிறரைப்பற்றி நாம் கொள்ளும் எண்ணங்கள் சூழ் நிலைக் காரணங்களாலும், புது அனுபவங்களாலும், கொள்கை பரப்பலாலும் மாறுவதுண்டு. உதாரணமாக, ஒருசில ஆண்டு

களுக்கு முன்னர் நாம் நமது அண்டை நாடான சீனாவைப் பற்றிக் கொண்டிருந்த கருத்து, நமது புது அனுபவங்களாலும் சூழ்நிலைக் காரணங்களாலும் திரிந்து காணப்படுகிறது. ஒருசில ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் நாம் நண்பர்களாகக் கருதிய சீனர் இன்று நமது நாட்டிற்கு எதிரிகளாக, நமது பகைவர்களாகத் தோற்றம் தருகின்றனர். எனவே, சீனரைப் பற்றிய நமது பொதுமக்கள் கருத்து இன்று மாற்றமடைந்து காணப்படுகின்றது. இதன் அடிப்படையிலேயே ஒரு நாட்டிலுள்ள சிறு கதை, நவீனங்கள் (Novels) போன்றவையும் தமது பாத்திரங்களை வெளியிடுகின்றன என ஆராய்ச்சிகள் காட்டியுள்ளன. உலகப் போரின்போது அமெரிக்கரின் நண்பர்களாக ருஷியமக்கள் அமெரிக்க நாட்டுத் திரைப்படம், சிறு கதைகள், நவீனங்கள் போன்றவற்றில் காண்பிக்கப்பட்டனர். ஆனால், இன்றைய நிலையில் திரிந்து காணப்படும் அமெரிக்கப் பொதுமக்கள் கருத்திற்கு ஏற்பவே அவர்களது இலக்கியப் படைப்புக்களும் அமைகின்றன.

தமது சொந்த வாழ்வில் குறுக்கிடும் சிக்கல்கள் பொதுமக்களை எளிதில் பாதிக்கின்றன. இரண்டு உலக நாடுகள் போரிடுவதைப் பற்றியோ, அங்குப் பெருத்த கலங்கங்களும் நாசமும் விளைந்துள்ளதைப் பற்றியோ, பாமர மக்கள் கவலை கொள்ளாது இருக்கலாம். அத்தகைய நிலையில் இவ்விரு நாடுகளிடையே ஏற்பட்டுள்ள போரைப் பற்றிப் பொதுமக்கள் கருத்து ஏற்படுவதில்லை. ஆனால், இப்போரின் அடிப்படையில் அன்றாட வாழ்க்கைக்கு வேண்டிய உணவுப் பண்டங்களின் விலை திடீரென ஏற்றமடைந்தால், பாமர மக்களின் கவனம் உடனடியாக இச்சிக்கலில் ஈடுபடுகிறது. உடனடியாகப் பொதுமக்கள் கருத்து அங்கு உருவாகிறது எனலாம்.

தனி மனிதரிடையே பொதுமக்கள் கருத்தினை ஏற்படுத்துவதில் பலவகை ஏதுக்கள் தலையிடலாம் என முன்னரே கூறியுள்ளோம். ஆனால், ஒருசில வேளைகளில் இவை மாறுபட்டவையாக அமைவதுண்டு. இன்றுள்ள சமூக நிலையில் ஒரே மனிதர் பலவகைக் குழுக்களில் உறுப்பினராக இருப்பதுண்டு. இத்தகைய நிலையில் அவரிடம் கருத்துக்கள் ஏற்படுதலை இவை யாவும் ஒருங்கே பாதிக்கும். குறிப்பாக, குடும்பம், சமயம், அரசியல் இன்னும் இவைபோன்ற பிற வகுப்புக்கள் ஒருவருடைய கருத்துக்களைப் பாதிக்கலாம். உதாரணமாக, 'குடும்பக் கட்டுப்பாடு' என்பதனை எடுத்துக்கொள்வோமாயின், அரசியல் அறிவு அதனை ஏற்றுக்கொள்ளச் சொல்லலாம். குடும்பத்திலுள்ள வறுமை அதனை மறுப்பின்றி ஏற்றுக்கொள்ளத் தூண்டலாம்.

ஆனால், சமயம், மனச்சாட்சியினைக் (Conscience) கிளறி, மாபெரும் மனப் போராட்டத்தைத் தோற்றுவித்துக் குடும்பக் கட்டுப்பாட்டுத் திட்டத்தை ஏற்றுக் கொள்ளாதிருக்கவும், அதனை முழு மனத்துடன் எதிர்க்கவும் தூண்டலாம்.

இத்தகைய நிலையில் ஒருவர் பல மாறுபட்ட சூழ்நிலைகளால் பாதிக்கப்படும்போது, ஒரு கருத்தினைத் தேர்ந்து ஏற்றுக்கொள்ளுதல் அவரது மனநிலை, கல்வி, அவருடைய தேவைகள், தூண்டு சக்தியின் வலிமை, அத்தூண்டு சக்தி தோன்றிய இடம் ஆகிய பலவகை ஏதுக்களைப் பொறுத்து அமையும்.

பொதுமக்கள் கருத்தினை ஏற்பதும் அதற்குச் செவி மடுத்தலும் இன ஈர்ப்பால் ஏற்படுவதுண்டு. நம்மவர் சொல்லும் கருத்திற்குச் செவி மடுப்பது இயற்கையே. தமிழ்த் தலைவரே தமிழ் மக்களின் கவனத்தை எளிதில் பெற முடியும். மக்களின் அன்பையும் மதிப்பையும் பெற்ற இதர தலைவர்களும் அவர்களது அன்பிற்குப் பாத்திரமாக முடியுமெனினும், பொதுவாக இனப் பற்றின் காரணமாகக் கருத்துக்கள் தோன்றுவதுண்டு. தொழிலாளர்கள் தொழிலாளரது கருத்துக்களை எளிதில் ஏற்றுக்கொள்கின்றனர். ஒரு குறிப்பிட்ட அரசியல் கட்சியைச் சேர்ந்தவர்கள் தமது தலைவர்கள் கூறும் எத்தகைய கருத்துக்களையும் மறுபின்றி ஏற்றுக்கொள்ளலாம்.

மேற்கூறியது பொதுவான உண்மையெனினும், தம்மை விட உயர்ந்தோருடன் ஒன்றுதல் என்பது மனிதர்களுக்கு இயல்பான இடைவினை என வேறு ஓர் இடத்தில் கூறியிருக்கிறோம். தம்மைவிடச் செல்வாக்கும், வலிமையும், திறனும் பொருந்தியவர்களுடன் ஒன்றுகித் தாமும் அத் தனிச் சிறப்பியல்புகளை அடைய எண்ணுதல் இயற்கை. இத்தகைய வகையில் கீர்த்திக் கருத்தேற்றத்தின் முக்கியத்துவத்தினையும் பங்கினையும் முன்னரே விளக்கியிருக்கிறோம்.

ஒருவரது தொழிலும் (Occupation) அவருடைய கருத்துக்களைப் பாதிப்பதுண்டு. உதாரணமாக, 'உழுபவனுக்கே நிலம் சொந்தம்' என்று சட்டம் இயற்றுவது அவசியமா என்னும் கேள்வி எழுமாயின், உழவர்கள் அத்தனைபேரும் 'தேவை' என்னும் கருத்தினையே வெளியிடுவர். ஆனால், நிலக் கிழார்களும், பண்ணையார்களும், இவர்கள்போன்ற பிறரும் இதனைக் கடுமையாக எதிர்ப்பார்கள் என்பது திண்ணம். அதேபோன்று ஆலைகளில் உழைக்கும் தொழிலாளிகளுக்கு அதிக ஊதியம் தர வகை செய்யும் சட்டங்களை ஆலைத் தொழிலாளர்களும், அவர்கள் போன்ற பிற ஊழியர்களும் முழு மனத்துடன் ஏற்றுக்கொள்வர்.

ஆனால், ஆலை அதிபர்கள், ஆலைகளை நடத்தும் வர்த்தக நிலையத்தினர் போன்றோரின் கருத்து வேறுபடுவது திண்ணம். எனவே, ஒருவரது தொழிலும் அவரது கருத்துக்களை உருவாக்குவதில் இடம்பெறுகிறது.

இதேபோன்று ஒருசில சமூகச் சிக்கல்களைப்பற்றிச் செல்வர் தம் மன நிலையிலும், ஏழை மக்களின் மன நிலையிலும் வேறுபாடு மிகுதியும் உண்டு. ஒருவரது வயது, கல்வி நிலை ஆகியனவும் கருத்துக்களைப் பாதிப்பதுண்டு.

ஒரு நாட்டிலுள்ள மக்கள்-தொகையும் பொதுமக்கள் கருத்தினைப் பெரிதும் பாதிக்கலாம். பெருவாரியான மக்கள்-தொகை கொண்ட இந்தியாபோன்ற நாடுகளுக்குக் 'குடும்பக் கட்டுப்பாடு, இன்றியமையாத ஒரு திட்டமாக இருக்கலாம். ஆனால், இன்னும் சில நாடுகளோ அதிகக் குழந்தைகள் பெறும் தாயைப் பாராட்டிப் பரிசுகள் வழங்க முன்வரலாம்.

மக்கள் வாழும் நாட்டின் பகுதியும் கருத்துக்கள் ஏற்படுதலில் குறுக்கிடுவதுண்டு. இந்தி மொழி நாட்டு மொழி ஆக்கப்படுதல் வேண்டுமா என்னும் கேள்விக்கு வட பகுதிகளில் வாழ்வோரின் கருத்து, தென் பகுதியில்—குறிப்பாகத் தமிழகத்தில் வாழ்வோரின் கருத்தினின்று வேறுபட்டுக் காணப்படுகின்றது.

பொதுமக்கள் கருத்து ஏற்படுவதனை, ஒருசில மனிதர்கள் திட்டமிட்டுத் தமது விருப்பங்களுக்கும் இலட்சியங்களுக்கும் ஏற்ப அமைத்துக்கொள்வதுண்டு. வானொலி, திரைப்படம், பத்திரிகைகள் போன்றவை பொது மக்கள் கருத்தினைப் பெரிதும் உருவாக்குகின்றன என முன்னரே கூறினேம். எனவே, இவற்றினை ஒருவர் தமது கட்டுப்பாட்டின்கீழ்க் கொண்டுவருவதன் மூலம் பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தமக்குச் சாதகமாக உருவாக்கிக் கொள்ளல் முடியும். சர்வாதிகாரிகள் தமது நாட்டிலுள்ள வானொலி, திரைப்படம், பத்திரிகைகள் போன்றவற்றினைத் தமது ஆணையின்கீழ் வைத்துக்கொண்டு, தாம் விரும்பும் வகையில் அவற்றினைப் பயன்படுத்திப் பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தோற்றுவித்துக்கொள்கின்றனர். ஆனால், குடியரசு நாடுகளில் அரசினர் இவ்வகையில் இவற்றினைப் பயன்படுத்துவது பெரும்பாலும் இல்லை எனலாம். குடியரசு நாடுகளில் வாழும் தனி மனிதர்கள் திரைப்படம், வானொலி இவற்றினைத் தமக்குச் சாதகமாகப் பயன்படுத்துவது என்பது முடியாததாகும். ஏனெனில், இவை வெளியிடும் எண்ணங்களும், கருத்துக்களும் காட்சிகளும் தணிக்கை (Censor) செய்யப்பட்டபின்னரே பொதுமக்கள் முன்னிலைக்கு வருகின்றன. ஆனால், பத்திரிகைகளைப் பொறுத்த

வரையில் இவ்வாறு கூறுவது இயலாததாகும். குடியரசு நாடுகளில் பேச்சுரிமையும், எழுத்துரிமையும் பெரிதும் பேணப்பாதுகாக்கப்படுகின்றன. இதனைச் சாதகமாகக் கொண்டு ஒரு சிலர் தமது விருப்பத்திற்கேற்பப் பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கப் பத்திரிகைகளையும் பயன்படுத்துதல் உண்டு. இதன் அடிப்படையில் எல்லாவிதமான பத்திரிகைகளும் இவ்வகையில்மட்டுமே கடைபெறுகின்றன என்று கொள்வதும் தவறு. உயர்ந்த பத்திரிகை தர்மத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டும் பத்திரிகைகள் நம் நாட்டில் கடைபெறுதலை நாம் காண்கிறோம். ஆனால், வேறு நோக்கங்களோடு தமக்குச் சாதகமான பொதுமக்கள் கருத்தை உருவாக்குவதற்கும் பத்திரிகைகள் பயன்படுத்தப்படுவதையும் நாம் காண்கிறோம். பெருவாரியான பத்திரிகைகள் தமக்குக் கிடைக்கும் விளம்பரங்களினின்று பெறும் ஊதியத்தைக்கொண்டே கடைபெறுகின்றன. பத்திரிகை விற்பனையைமட்டும் கொண்டு இத்தொழிலை நடத்துவது முடியாது என இத்தொழிலிலுள்ளோர் கூறுகின்றனர். எனவே, இவ் வூதியத்தைப் பெறும்பொருட்டுப் பத்திரிகைகள் விளம்பரதாரர்களை (Advertisers) நாடி வாழும் நிலையில் விளம்பரதாரர்கள் தம் விருப்பத்திற்கேற்ப இப்பத்திரிகைகளைப் பயன்படுத்த முன்வருவதுண்டு. இவ் வகையில் அரசியல் கட்சிகள், வணிக நிலையங்கள் போன்றன பத்திரிகைகளின் எழுத்துரிமையில் தலையிட்டுத் தாம் விரும்பும்வகையில் பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்க முனைகின்றன. ஒவ்வொரு வேளைகளில் சமயமும் இவ் வகையில் பத்திரிகைச் சுதந்திரத்தில் தலையிடுதல் உண்டு எனலாம். அண்மையில், இலங்கைத் தேர்தல்களில் இலங்கையிலுள்ள பத்திரிகைகள் நடுவு நிலையினின்று பிறழ்ந்து செயல்பட்டதாக அந் நாட்டின் பிரதமர் திருமதி சிரிமவோ பண்டார நாயகா குறைகூறியுள்ளார்.

நாட்டில் திடீரெனத் தோன்றும் நிகழ்ச்சிகளும் பொதுமக்கள் கருத்தினைப் பெரிதும் பாதிப்பதுண்டு. திடீரெனத் தோன்றும் வேலை நிறுத்தங்கள், புரட்சிகள், நில நடுக்கங்கள், வெள்ளப் பெருக்கு போன்ற நிகழ்ச்சிகள் மக்களது கருத்துக்களைப் பெரிதும் பாதித்து, அவற்றினை மாற்றியமைப்பதும் உண்டு. இத்தகைய நிகழ்ச்சிகள் ஏற்படும்போது அச்சமூகத்தில் வாழும் மக்களது சமூகப் பொருளாதார நிலைகள் பெரிதும் பாதிக்கப்படுகின்றன. தமது சொந்த வாழ்வில் ஏற்படும் இம்மாற்றங்களைப் பற்றி, பொதுமக்களின் கருத்து உருவாகின்றது. இக் கருத்துக்கள் அவர்கள் முன்புகொண்டிருந்த கருத்துக்களினின்று வேறுபடுவதுடன், முழுமையாக மாறி அமைவதாகவும் இருக்கலாம்.

சமூகம், குழு இவற்றின் தலைவர்கள் பொதுமக்கள் கருத்துக்களை உருவாக்குவதில் பெரும் பங்கு வகிக்கின்றனர். பொதுவாகக் கூறின், பொதுமக்களிடையே பெருவாரியான கருத்துக்களை அவர்களே தோற்றுவிக்கின்றனர் எனலாம். கூரிய அறிவு படைத்த தலைவர்கள் குழுவினரிடையே காணப்படும் விருப்பங்களையும், இலட்சியங்களையும் அறிந்துகொள்கின்றனர். இவ்வகையில், இவ் விருப்பங்களை அடிப்படையாகக்கொண்டு சிக்கல்களை அவர்களாகவே தோற்றுவித்தல் உண்டு. தானுகவே உண்டான நிகழ்ச்சியானுல் அதனையும் குழு உறுப்பினரின் எண்ணத்தை அறிந்துவிளக்க முற்படுகிறார். இவ்வாறு நிகழ்ச்சிகளையும், பிரச்சினைகளையும், சிக்கல்களையும் வரையறுத்து விளக்குவது தலைவர்களது கடனுக அமைகிறது. இதேபோன்று குழு உறுப்பினரின் உணர்ச்சிகளுக்கேற்பவும் விளக்கம் தர முற்படுகின்றனர். பொதுவாக, தலைவர்கள் குழுவினரின் விருப்பங்களையும் தேவைகளையும் எண்ணங்களையும் அறிந்து, அவை தமக்குப் பயன்படும் வகையில் அவர்களிடையே கருத்துக்களையும் எண்ணங்களையும் தோற்றுவிக்கின்றனர். தலைவர்களைப்பற்றிச் சென்ற அதிகாரத்தில் கூறும்போது, கிளர்ச்சிக்காரர்களையும், புரட்சியாளர்களையும் பற்றிக் குறிப்பிட்டோம். பொதுமக்களிடையே கருத்துக்கள் ஏற்படுதலை இத்தகைய கிளர்ச்சிக்காரர்களும், புரட்சியாளர்களும் பெரிதும் தூண்டுகின்றனர்.

சமூகத்தில் உயர்நிலை வகிப்போரும் மக்கள் கருத்தினைத் தோற்றுவிக்கின்றனர். மக்களிடையே மிகுந்த செல்வாக்கும், மக்களின் அபிமானமும் பெற்ற புகழுடைய மனிதர்களும் பெருத்த அளவில் பொதுமக்கள் கருத்துக்களை உருவாக்குகின்றனர் எனலாம். மனிதர்கள், சூழ்நிலைகள், நிகழ்ச்சிகள் போன்றன பொதுமக்கள் கருத்தை உருவாக்கும் நல்ல களங்களாகும்.

மூன்று வழிமுறைகளைப் பயன்படுத்துவதன்மூலம் பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கமுடியும். அவையாவன: 1. விளம்பரம், 2. கொள்கை பரப்பல், 3. கல்வி. விளம்பரங்களின்மூலம் வர்த்தக நிலையங்கள் தமது விற்பனைப் பொருட்களைப்பற்றிய சாதகமான பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குகின்றன. விளம்பரங்களில் பல்வேறு முறைகள் பயன்படுத்தப்படுவதுண்டு. விளம்பரங்கள் நேரடியானதாகவோ, மறைமுகமானதாகவோ அமையலாம். பொதுவாக எல்லாவகை விளம்பரங்களும் கருத்தேற்றத்தையே அடிப்படையாகக்கொண்டு அமைகின்றன.

பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குவதில் கொள்கை பரப்பலின் பங்கு மிகவும் முக்கியமானது. இதனைப் பற்றிச் சமூக உளவியல் மாணவர்கள் தெளிவுற அறிந்திருத்தல் வேண்டும். அடுத்த அதிகாரத்தில் இதனைக் குறித்து விவரமாகக் காண்போம்.

பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குவதில் கல்வியின் பங்கு பெரிது. இள உள்ளங்களில் தூவப்படும் எண்ணங்கள் ஆழமாக வேரூன்றிவிடுகின்றன. ஒரு நாட்டின் குழந்தைச் சமூகத்தை அடிமையாக்குவதன் மூலம் அந்நாட்டையே அடிமையாகக் கொள்ளலாம். இளவயது எத்தகைய கருத்துக்களையும் மறுப்பின்றி ஏற்றுக்கொள்ளும் பருவமாகும். குழந்தைகளின் கருத்தேற்கும் தன்மையைப் பற்றி மற்றோர் அதிகாரத்தில் விளக்கியுள்ளோம். குழந்தைகளின் உள்ளத்தில் செயற்கை முறையில் அச்சம், கோபம், அன்பு போன்ற மனவெழுச்சிகளையும், பண்புகளையும் ஒருசில பொருட்களைப் பற்றி ஆக்க நிலையிறுத்தல் (Conditioning) செய்தல் முடியும். ஜே. பி. வாட்ஸன் (Watson) என்னும் ஆராய்ச்சியாளர் சோதனைகள் மூலம் இதனைத் தெளிவுற விளக்கியுள்ளார். இதனை அடிப்படையாகக் கொண்டே வல்லரசு நாடுகளில் குழந்தைகள் போதனைக்குட்படுத்தப்படுகின்றனர். அந்நாடுகளில் கல்விக் கூடங்கள் கொள்கை பரப்பிலே ஈடுபடுகின்றன. இத்தகைய போதனைக்குட்படும் குழந்தைகள், முதிர்ச்சிபெற்ற நிலையிலும் இக் கருத்துக்களைப்பற்றிச் சுயமாகச் சிந்தித்தறியும் திறனற்றவர்களாகவே உள்ளனர். இன்னும் சில ஆராய்ச்சியாளர்கள் எல்லா வகையான கல்வியும் கொள்கை பரப்புதலிலே ஈடுபடுகிறது என்னும் கருத்தைத் தெரிவித்துள்ளனர். உதாரணமாக, டூப் (L. W. Doob) என்னும் அறிஞர் தமது நூலில் இத்தகைய கருத்தினை வெளியிடுகிறார்.[1] ஆயினும், இக்கருத்து முழு உண்மையென ஏற்றுக் கொள்வதற்கு உரியதன்று. கல்விக் கூடங்கள் வெறும் கொள்கை பரப்புதலில் ஈடுபடுவதில்லை. ஆசிரியர் பயிற்றுவிக்கும் கருத்துக்களை மட்டுமே மாணவர்கள் அறிந்திருக்கவேண்டும்; அவற்றினை அவர்கள் மறுப்பின்றி ஏற்றுக் கொள்ளவேண்டும் என்னும் நோக்குடன் கல்விக்கூடங்கள் அமைவதில்லை. குறிப்பாக, மக்கள் உரிமை பெரிதும் போற்றப்படும் நாடுகளில் இங்கிலை ஏற்படுதலே இல்லை. ஒவ்வொரு கல்விக்கூடமும் மாணவர்களின் சிந்தனைத் திறனைத் தூண்ட

[1] See. Leonad. W. Doob-Propaganda-its Pyschology and technique. Henry Holt & Co., New York-1935.

வும், அவர்கள் கேட்கும் படிக்கும் பாடங்களில் மெய்ப்பொருள் காணவுமே முயலுகின்றது. மாணவர்கள் அனைவரும் சிந்தனைத் திறன்கொண்டு அமைவதோடு அவர்கள் சுற்றுபவற்றினை அலசி ஆராயும் திறன் கொண்டவர்களாகவும் அமையவேண்டும் என்றே உண்மையான ஆசிரியப் பெருமக்கள் எதிர்பார்க்கின்றனர்.

பொதுமக்கள் கருத்தை வளர்க்கும் ஊடகங்கள்

பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குவதில் பத்திரிகைகள், வானொலி, திரைப்படம், தொலைக்காட்சி என்னும் நவீன சாதனங்கள் ஊடகங்களாகப் (Meda) பெரிதும் பயன்படுகின்றன என முன்னரே கூறினோம். மக்கள் கருத்தினை இவை வளர்ப்பது பற்றியும், இவற்றின் தன்மை பற்றியும் விவரமாகக் காண்பது இன்றியமையாதது. இப் பகுதியின்கீழ், பத்திரிகைகள், வானொலி, திரைப்படம் ஆகியவை எவ்விதம் பொதுமக்கள் கருத்தை விளக்கும் ஊடகங்களாகப் பணியாற்றுகின்றன என்பதைக் காண்போம்.

பத்திரிகைகள்

பண்டையச் சமுகங்களில் வாய்ப்பேச்சின் மூலமே செய்தி பரவல் நடந்தேறியுள்ளது. இது பேச்சு, விவாதம், வம்பளத்தல், வதந்தியைப் பரப்புதல்போன்ற முறைகளில் நேர் முகமாக நடைபெற்றது. ஆனால், காக்ஸ்டன் (Caxton) தமது அச்சு இயந்திரத்தைக் கண்டுபிடித்ததுமுதல் வாய்ப்பேச்சால் சாதித்ததனை, மக்கள் சமூகம் எழுத்தால் சாதிக்கின்றது. இன்று ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பத்திரிகைகள் வலிமைமிக்கதொரு சக்தியாக விளங்குகின்றன. செய்திகளைப் பரப்புவது மட்டுமின்றிப் பொதுமக்களின் கருத்தினைத் தூண்டவும், உருவாக்கவும், பெருந்திறன் கொண்டனவாக இவை காணப்படுகின்றன. ஒருசில தலைவர்களின் எழுத்து வன்மை சில நாடுகளில் பெரும் புரட்சியைத் தோற்றுவித்துள்ளன. வால்டேர், ரூசோ, கார்ல் மார்க்ஸ், ஏஞ்சல் ஆகியோரின் பேனு வன்மைக்கு முன் வல்லரசுகள் நடுநடுங்கின. எனவே, வாளை விட வன்மை மிகுந்ததாகப் பேனுவைக் கருதுகின்றோம். குடியரசு நாடுகளில் பத்திரிகைகளின் எழுத்து வன்மைக்கு அரசினர் பணிவதுண்டு.

பழங்காலத்தில் கிரேக்க ரோமாபுரி போன்ற நாடுகளில் வம்பளத்தல், பேச்சு ஆகியவற்றின் மூலமே செய்திகள் பரிவர்த்தனை செய்யப்பட்டன. ஜூலியஸ் ஸீஸர் (Julus Ceasar) விளையாட்டுப் போட்டிகள், கேளிக்கைகள், சமயச் சடங்குகள், போர்கள்,

சட்டசபை நடவடிக்கைகள் இவற்றினைப் பற்றிய செய்திகளைப் பொது இடங்களில் எழுதி வெளியிட்டார். இன்னும் சில வேளைகளில் அதிகாரபூர்வமான செய்திகளை மக்களிடம் அறிவிக்கும் கடமைச் சமயத் தலைவர்கள் செய்துள்ளனர். மேலும், யாத்திரிகர்களும் தாம் சென்றுவந்த நாடுகளினின்று செய்திகளைக் கொண்டு வந்தனர். அச்சடிக்கும் முறை கண்டு பிடிக்கப்பட்டதினின்று, பேச்சிலிருந்து மாறி எழுத்தின் மூலமாகச் செய்திகளைப் பரிவர்த்தனை செய்யப்படுதல் ஆரம்பமாயிற்று. பதினேழாம் நூற்றாண்டிலிருந்து செய்திப் பத்திரிகைகள் வெளிவரலாயின. பதினேழாம் பதினெட்டாம் நூற்றாண்டுகளில் எழுத்துரிமைக்காகப் பத்திரிகைகள் போரிட்டன. இன்று ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பத்திரிகைகள் மிகவும் முக்கியமான இடம் பெற்றுள்ளன. நமது நாட்டிலும் மிகச் சிறந்த பத்திரிகைகள் வெளிவருகின்றன. உலக நடப்புக்களைத் தாமதமின்றி மக்களுக்கு அறிவித்துப் பொது மக்களுக்கு அறிவூட்டும் பணியிலும், பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கும் பணியிலும் பத்திரிகைகள் ஈடுபடுகின்றன. பத்திரிகை என்பது இன்றைய வாழ்க்கை நிலையில் இன்றியமையாத தேவையாக உள்ளது. காலையில் எழுந்ததும் நமக்குப் பிரியமான பத்திரிகை ஒன்றையாயினும் படிப்பதைப் பழக்கமாகக் கொண்டுள்ளோம். குறிப்பாக, கல்வியறிவு பெற்ற மக்கள் அனைவரும் பத்திரிகைகளை விரும்பிப் படிக்கின்றனர். இன்று விழிப்படைந்துள்ள நிலையில், பாமர மக்களுங்கூட பத்திரிகைகளை வாங்கிப் படிக்கின்றனர். தமிழகத்தில் இன்று பத்திரிகைகளும் சஞ்சிகைகளும் புற்றீசலெனக் கிளம்பியுள்ளன. ஒருசில பத்திரிகைகள் பாமர மக்களது மனவெழுச்சிகளைக் கிளப்பும் வகையில் செய்திகளையும் வதந்திகளையும் தந்து பிரபலமடைந்துள்ளன. வதந்திகளையும் வம்பளத்தலையும், தனி மனிதர்களது, குறிப்பாகத் திரைப்பட நடிகை நடிகரது வாழ்க்கை இரகசியங்களையும் அறியும் பொருட்டு ஒருசில பத்திரிகைகளைப் பாமர மக்கள் விரும்பிப் படிக்கின்றனர். மானவ சமுதாயத்திலும் இத்தகைய தொத்து நோய் காணப்படுவதுண்டு. இவ்வகை இழி நிலை மாறவேண்டும்.

செய்திகள் என்பதனைக் குறிக்க ஆங்கிலத்தில் "News" என்னும் பதம் உபயோகிக்கப்படுகிறது. இப்பதம் "புதுமை" எனப் பொருள்படும். நடைபெறுகின்ற நிகழ்ச்சி உடனடியாகச் செய்தியாக மாறுவதில்லை. அதனைக் கருத்துப் பரிவர்த்தனை செய்யும்போது மட்டுமே அது செய்தியாக மாறுகின்றது. எனவே, ஒரு நிகழ்ச்சி அல்லது நடப்பு அல்லது எண்ணம், கருத்துப் பரிவர்த்தனையின் மூலம் பொதுவாக்கப்பட்டுப் பல

மக்களது கவனத்தைக் கவரும்பொழுது அதனைச் செய்தி எனலாம். மேலும், செய்தி என்பது புதுமையானதாக இருப்பதைப் போன்றே கவனத்தை ஈர்க்கும் திறன் பெற்றதாகவும் அமைதல் வேண்டும். மக்களது பண்புக்கு ஏற்பவும் நாடுகளின் நிலைக் கேற்பவும் நாட்டிற்கு நாடு செய்திகளின் தரமும் தன்மையும் மாறுதலடைந்து காணப்படுகின்றன.

செய்திகள் பல வகையில் மனிதர்களைத் தூண்டுகின்றன. சில செய்திகள் சிலரைச் சிந்திக்கத் தூண்டலாம். இதர செய்திகள் மக்களின் மனவெழுச்சிகளைத் தூண்டுவனவாக அமையலாம். இன்னும் சிலவோ சில மனிதர்களை நேரடியாக நடத்தையில் ஈடுபடுத்தலாம். இன்னும் ஒரே செய்தியே ஒருசிலரைச் சிந்திக்கத் தூண்டவும், பிறரது மனவெழுச்சியைக் கிளப்பவும், இன்னும் சிலரை நேரடி நடத்தையில் ஈடுபடுத்தும் திறன் கொண்டதாகவும் அமைவதுண்டு. ஒரு செய்திக்கு ஒருவர் தரும் எதிர்வினை, அவரது கல்வி, அறிவு, அனுபவம், சூழ்நிலை, வளர்ப்பு ஆகிய பல்வேறு ஏதுக்களை ஒட்டியமையும் எனலாம்.

பத்திரிகைகள் செய்திகளைப் பல வகைகளில் சேகரிக்கின்றன. ஒவ்வொரு பத்திரிகையும் நாட்டின் பல பகுதிகளில் நிருபர்களை நியமித்துச் செய்திகளைச் சேகரித்தல் உண்டு. இவை தவிர மிகச் சிறந்த பத்திரிகைகள் வெளி நாடுகளிலும் செய்திகளைச் சேகரித்து முறையான வகையில் அனுப்ப, விசேட நிருபர்களை நியமிக்கின்றன. உதாரணமாக, சென்னையிலிருந்து வெளியிடப்படும் பிரபல ஆங்கில தினசரியான "ஹிந்து" (The Hindu) உலகின் பல பகுதிகளிலும் தனி நிருபர்களை நியமித்துச் செய்திகளை நேரடியாகப் பெறுகின்றது. இன்னும் தனித்துறைகளுக்காகவும், அத்துறையில் நிபுணர்களாக உள்ளோரையோ அன்றிச் சிறப்பறிவு கொண்டவர்களையோ பத்திரிகைகள் நியமித்தல் உண்டு. உதாரணமாக, விளையாட்டுக்கள் பற்றிய செய்தியினையும், வணிக விற்பனைத் துறைகளைப் பற்றிய செய்தியினையும் திரட்டுவதற்கும், முறையாக வெளியிடுவதற்கும் பிரபல பத்திரிகைகள் நிருபர்களை நியமித்தல் உண்டு. இன்னும் சில பத்திரிகைகள் மேலை நாடுகளிலுள்ள பிரபல பத்திரிகைகளோடு ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டு, அவற்றில் வெளியிடப்படும் செய்திகளையும் தருவதுண்டு.

இவற்றினைத் தவிர, செய்திகளைத் தருவதற்கென்றே சில நிலையங்கள் உண்டு. உதாரணமாக, நமது நாட்டிலுள்ள பத்திரிகைகள், ராய்டர் (Reuter), பிரஸ் டிரஸ்ட் ஆப் இந்தியா (Press Trust of India) போன்ற செய்தி நிலையங்களினின்று

செய்திகளைப் பெறுகின்றன. இந்நிலையங்கள் தமக்குக் கிடைக்கும் செய்திகளை டெலிபிரிண்டர் (Teleprinter) என்னும் கருவியின் மூலம் உடனுக்குடன் இப்பத்திரிகைகளுக்கு அனுப்பி வைக்கின்றன. இந்நிலையங்கள் உலகெங்கிலுமுள்ள செய்திகளைத் தமது நிருபர்களின் மூலமும், இன்னும் தம்மைப் போன்ற பிறநாட்டு நிலையங்களினின்றும் பெறுகின்றன. இவை மிகத்திறனுடன் செயலுறுகின்றன. வெளிநாட்டுச் செய்திகளும் கூட மிகக் குறுகிய காலத்தில் பெறப்பட்டு, பத்திரிகைகளுக்குத் தரப்படுகின்றன. பிற நாடுகளில் எடுக்கப்படும் புகைப்படங்கள் கூட, ஒலிப்புகைப்படமாக (Radio-Photo) உடனடியாக அனுப்பி வைக்கப்படுகின்றன. இவ்விதம் நாம் உலகெங்கணும் நடை பெறும் நிகழ்ச்சிகளை உடனுக்குடன் அறிந்துகொள்கிறோம். மேலும், வானொலிமூலம் செய்திகள் பெறப்படுகின்றன. வானொலி நிலையங்கள் தமது நிருபர்களிடமிருந்தும், பிற வகையிலும் செய்தி களைச் சேகரித்துத் தருதலும் உண்டு. இவை போக, வர்த்தக நிலையங்களிலுள்ள பொது மக்கள் தொடர்புத் துறையினின்றும் (Public relations department), அரசினரது செய்தித் துறை (Information department), பத்திரிகைகளுக்குச்செய்தி வழங்கும் செயலகம் (Press Information Bureau) வெளிநாட்டுத் தூது வர்களது அலுவலகம் (Consulates) போன்ற பல வாயில்களி னின்றும் செய்திகள் பெறப்படுகின்றன. இன்னும், "கண்டு பேசுதல்" (Interview), "ஆசிரியருக்குக் கடிதங்கள்" போன் றவை மூலமும் செய்திகள் கிடைப்பதுண்டு.

செய்தியின் தன்மைகள்

செய்திகள் மக்களின் சிந்தனையைத் தூண்டவும், மன வெழுச்சிகளைத் தூண்டவும் நேரடியாக நடத்தையில் ஈடுபடச் செய்யவும் திறன் கொண்டன என்று முன்னரே கூறினோம். ஆனால், செய்திகள் சரியான முறையில் தரப்பட்டால் மட்டுமே மனிதர்களை மேற்கூறிய முறைகளில் தூண்டவும், பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கவும் முடியும். எனவே, செய்திகள் கீழ்க் காணும் தன்மைகளை உடையனவாக அமைதல் நன்று.

உடனுக்குடன் செய்திகளைத் தருதல் மிகவும் இன்றியமை யாததாகும். செய்திகளை முந்தித் தரும் பத்திரிகைகளையே மக்கள் விரும்பிப் படிக்கின்றனர். செய்திகளை முந்தித் தர வேண்டும் என்பதற்காகச் செய்திகளைச் சரியாக அறியாது தவருகத் தருதலும் ஆபத்தானதாகும். செய்திகளை உடனுக் குடன் தர விரும்பிச் செய்திகளை உள்ளபடி தராத பத்திரிகை களை நம்பிக்கையுடன் படித்தல் முடியாது. மக்களின் நம்பிக்

கைக்குப் பாத்திரமாகாத வரையில் ஒரு பத்திரிகை பிரபலமடைய முடியாது. எனவே, செய்திகளை முந்தி, உடனுக்குடன் தருவது எவ்வளவு இன்றியமையாததோ, அதேபோன்று ஆணித்தரமான செய்திகளை வெளியிடுதலும் இன்றியமையாததாகும். இன்று செய்திகளை வெளியிடுவதில் பத்திரிகைகளுக்குள் பலத்த போட்டி காணப்படுகின்றது. ஆனால், செய்திகளை உடனுக்குடன் பிழையின்றி ஆணித்தரமாக வெளியிடும் பத்திரிகைகள் மட்டுமே பிரபலமடைந்துள்ளன. .....பத்திரிகையில் வெளிவந்த செய்தி என்றால், அதனை நம்பலாம் என மக்கள் எண்ணுமளவிற்குப் பத்திரிகைகள் சிறப்புப் பொருந்தியனவாக அமைதல் இன்றியமையாதது.

செய்திகளை உடனுக்குடன் வெளியிடுவது எவ்வளவு முக்கியத்துவம் பொருந்தியதோ, அதே போன்று அவற்றினைக் கவர்ச்சிகரமாக வெயிடுதலும் மிகவும் முக்கியமானதாகும். பத்திரிகைகள் வெளியிடும் தலைப்புச் செய்திகள் (Head lines) மக்களது கவனத்தை உடனே ஈர்ப்பனவாகவும், அவர்களைப் பத்திரிகைகளைப் படிக்கத் தூண்டுவனவாகவும் அமைதல் வேண்டும். சிறப்புற வெளியிடும் பத்திரிகைகள் "கோபுர வடிவில்" (pyramid) செய்திகளை வெளியிடுகின்றன. செய்தியின் தலைப்பாக மனத்தைக் கவ்வும் வகையில் தலைப்புச் செய்தி தரப்படுகிறது. இதனை அடுத்து, செய்தியின் சாரம் சுருக்கமாகத் தரப்படுகிறது. அதற்கும் கீழ் நிகழ்ச்சி விவரிக்கப்படுகிறது. கூம்பாக ஆரம்பித்துத் தட்டையாக இச் செய்திகள் மாறித் தரப்படுதலால் இதனைக் கோபுர முறை விளக்கம் எனலாம். கோபுர முறையில் செய்திகளைத் தருவதால், மக்களைக் கவர்ந்திழுக்க முடியும். மேலும், இம்முறையில் மற்றொரு பயனும் உண்டு. இன்றுள்ள வாழ்க்கை நிலையில், முக்கியத்துவமும், மிகப் பொறுப்பும் வாய்ந்த மனிதர்கள் பத்திரிகைகளைப் படித்தலுக்கு ஒருசில நேரமே செலவிட முடியும். இத்தகைய மனிதர்களும், தலைப்புச் செய்திகளையும் அதனை ஒட்டித் தரப்படும் சுருக்கமான விளக்கத்தையும் படிப்பதனைக்கொண்டு அன்றைய செய்திகளை அறிந்து கொள்ளுதல் முடியும். கோபுர முறையில் செய்திகளைத் தரும் பத்திரிகைகளே பிரபலமடைவதையும் நீங்கள் கண்டிருப்பீர்கள்.

ஒரு சில பத்திரிகைகள் எளிதில் பிரபலமடையவேண்டும் என்பதற்காகவும் பெருத்த விற்பனையை அடையும் பொருட்டும் வம்பளத்தல், பிற மனிதர்களைப் பழித்தல், தனி மனித வாழ்க்கையினை அம்பலமாக்குதல், கொலை, கொள்ளை, கற்பழித்தல் போன்ற செய்திகளுக்கு மட்டும் முக்கியத்துவம் தந்து வெளியிடுகின்றன. இப்பத்திரிகைகள் உலக நடப்புக்களைப் பற்றியும், உலக அரசியல்

நெருக்கடி நிலை பற்றியும் கவலை கொள்வதில்லை. இத்தகைய பத்திரிகைகளை "மஞ்சள் பத்திரிகைகள்" (Yellow Journals) என்பதுண்டு. மக்களது மனவெழுச்சிகளைத் தூண்டிக் கீழ்த்தர உணர்ச்சிகளை எழுப்பும் வகையில் இப்பத்திரிகைகள் அமைகின்றன. குறிப்பாக, எழுத்துரிமை பெரிதும் மதிக்கப்படும் குடியரசு நாடுகளில் இப்பத்திரிகைகள் முளைத்தெழுந்து பத்திரிகைச் சுதந்திரத்தைத் தகாதமுறையில் பயன்படுத்திக் கொள்ளுகின்றன. பொதுவாக இப்பத்திரிகைகள் சீர்திருத்தப் போர்வையின்கீழ் மறைந்து கொள்ளுகின்றன. தனிமனிதர்களது வாழ்வினை அம்பலப்படுத்துவதன் மூலம் அத் தனிமனிதர்களையும், சமூகத்தையும் சீர்திருத்துவதாக இவை பறையறைகின்றன. ஆனால், உண்மையில், "பணம் பண்ண வேண்டும்" என்ற நோக்கத்துடன் மட்டுமே இவை இயங்குகின்றன. பத்திரிகை தர்மத்திற்கு எதிராக நடந்துகொள்ளும் இத்தகைய பத்திரிகைகள் நசுக்கி ஒடுக்கப்படுதல் வேண்டும். மாணவர்கள் இவ்வகையில் சமூகத்திற்குப் பெரிதும் உதவவேண்டும். இப்பத்திரிகைகளுக்கு ஆதரவு தராது இருப்பதன் மூலமும், இப்பத்திரிகைகளைப் பற்றித் தமது எண்ணங்களை வெளியிடுவதன் மூலமும் இத்தகைய பத்திரிகைகள் சமூகத்தின்று மறைந்துவிடச் செய்தல் முடியும். இப்பத்திரிகைகள் இள உள்ளங்களைப் பெரிதும் பாதிக்கின்றனவா என்னும் கேள்வி எழுப்பப்பட்டு, உளவியல் அறிஞர்கள் இதனை ஆராய்ந்துள்ளனர். ஒருசில அறிஞர்கள் இப்பத்திரிகைகளைப் படிப்பதால் மட்டும் ஒருவர் கெட்டுவடுவதில்லை என்னும் கருத்தினை வெளியிட்டுள்ளனர். இன்னும் சிலரோ இத்தகைய பத்திரிகைகள் இழிவான எண்ணங்களை இள உள்ளங்களில் தூவி, அவற்றினை வேரூன்றச் செய்து, இளைஞர்களைக் கெட்ட நடத்தைக்குத் தூண்டுவதுடன், சமூக எதிரிகளாக மாற்றுவதும் உண்டு என்று கருதியுள்ளனர். இப்புத்தகத்தின் ஆசிரியரும் இக்கருத்தினையே ஏற்றுக் கொள்கிறார். இளமைப்பருவம் கருத்தேற்கும் பருவம் என முன்னரே கூறியுள்ளோம். இத்தகைய இளம்பருவத்தில் இழிவான எண்ணங்களைக் கருத்தேற்றும் பத்திரிகைகள் ஆபத்தானவை என நாம் நம்புகிறோம். மேலும், இக்கருத்திற்கு உடன்படாதவர்களும் இப்பத்திரிகைகளால் எவ்வித நன்மையும் ஏற்படவில்லை என்றே கூறுகின்றனர். சமூகத்திற்கும் அதில் வாழும் தனி மனிதர்களுக்கும் எத்தகைய நன்மையும் புரியாது இவர்களுக்குப் பெருங்கேடுகள் விளைவிக்கும் இத்தகைய பத்திரிகைகள் ஒழிக்கப்படுதல் ஒரு சமூகத் தேவையன்றோ?

முக்கியத்துவமும் செல்வாக்கும் பொருந்திய மனிதர்களைப் பற்றிய செய்திகள் மக்களால் விரும்பிப் படிக்கப்படுகின்றன. நாட்டின் தலைவர்கள், இத்தகைய மனிதர்கள், அவர்கள் செல்லும் இடங்கள், அவர்கள் வெளியிடும் கருத்துக்கள், நகைச்சுவை ததும்பும் துணுக்குக்கள் இவை போன்றன செய்திகளாவதற்குத் தகுதி பெற்றனவாகும். இதைப்போன்றே ஒருசில நிகழ்ச்சிகளும் முக்கியத்துவம் பெற்ற செய்திகளாகின்றன. ஒரு நாட்டில் ஏற்படுகின்ற நிலநடுக்கம், வெள்ளப் பெருக்கு, கடல் அரிப்பு (Sea-erosion) போன்றவை, அவை விளைவிக்கும் சேதங்கள் ஆகியன செய்திகளாக மாறுகின்றன. ஒரு மனிதரோ, அன்றி இடமோ, அன்றி நிகழ்ச்சியோ, ஒருதரம் மக்களது கவனத்தை ஈர்த்துச் செய்தியாக வெளியிடப்பட்டபின், அதனைப் பற்றிப் பின்னர் வெளியிடப்படும் தகவல் அனைத்தும் செய்தியாக மாறுகின்றன. இவற்றினைப் பொதுமக்கள் விரும்பிப் படிக்கின்றனர். உதாரணமாகச் சிறிது காலத்திற்கு முன் 'காங்கோ' (Conog) என்னும் நாடு மக்களது கவனத்தைக் கவர்ந்திருக்கவில்லை. பெல்ஜிய ஆட்சியினின்று காங்கோ விடுதலை பெற்றபோது அது செய்தியாக வெளியிடப்பட்டது. இன்று அந்நாட்டிலே ஏற்படுகின்ற கலவரம், ஏற்பட்டுள்ள குழப்பமான நிலை ஆகியன மிக முக்கிய செய்திகளாகக் கருதப்படுகின்றன. இதனை ஒட்டி லுமும்பா (Lumumba), கசவபூ (Kasavabu), ஷோம்பே (Tshombe) போன்ற காங்கோ நாட்டுத் தலைவர்கள் உலகப் பிரசித்தி பெற்றுள்ளனர். அவர்கள் நடந்து கொள்ளும் முறை, அவர்கள் நாட்டு நடப்பைக் கையாளும் முறை ஆகியன திடுக்கிடும் ருசிகரச் செய்திகளாக மாறி அமைந்துள்ளன.

இதைப் போன்றே உள்நாட்டு விவகாரங்களும், மக்களை நேரடியாகப் பாதிக்கும் நிகழ்ச்சிகளும் மக்களது கவனத்தை உடனடியாகக் கவருகின்றன. சாதாரண பாமர மனிதன் வெளி நாட்டு நடப்புக்களாலோ, அன்றி அரசியல் சூழ்நிலைகளாலோ, அன்றிச் சிக்கல்களாலோ பாதிக்கப்படுவதில்லை. அவன் அவற்றினைப் பற்றிக் கவலை கொள்வதுமில்லை. ஆனால், அது அவனது சொந்த வாழ்வில் தலையிடுகின்ற பொழுது, அல்லது அவனது அன்றாட வாழ்க்கையினைப் பாதிக்கும்பொழுது, அவன் அதனைப் பற்றி அறிந்துகொள்ள முற்படுகிறான். வெளிநாடுகளில் நடக்கின்ற போரும் கலகமும் பஞ்சமும் பொருட் சேதமும் முதலில் அவனது கவனத்தைக் கவருவதில்லை எனலாம். ஆனால், இவற்றின் விளைவாக அவனது அன்றாட வாழ்க்கைக்கு வேண்டிய உணவுப் பண்டங்களின் விலை ஏறும்போதோ, அல்லது அத்தகைய பொருட்கள் அவனுக்குக் கிடைக்காமல் போகும்போதோ,

அவன் விழிப்படைகிறான். அதனைப் போன்றே ஒரு சாதாரண மனிதன் தன்னைப் பற்றியும் தனது ஊரைப் பற்றியும் மாவட்டத்தைப் பற்றியும் உள்ள செய்திகளில் அக்கறை காட்டுகிறான். தொலைவில் வேறு எங்கோ நடைபெறும் நிகழ்ச்சியும் பிறநாட்டுச் செய்திகளும் பாமர மக்களது கவனத்தை ஈர்ப்பதில்லை. இதனை அறிந்தே பத்திரிகைகள் அவை எங்கிருந்து வெளியிடப்படுகின்றனவோ, அப்பகுதியைச் சார்ந்த செய்திகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றன. சென்னையிலிருந்து வெளியாகும் பத்திரிகை சென்னைச் செய்திகளுக்கு எவ்வளவு முக்கியத்துவம் தருகின்றதோ, அதனைப் போன்றே மதுரையினின்று வெளியாகும் பத்திரிகை மதுரைச் செய்திகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றது. பத்திரிகைகளின் மூலம் பொதுமக்கள் கருத்தை உருவாக்க முனைவோர், இதனை மனத்தில் கொள்ளுதல் வேண்டும்.

பொதுவாகக் கூறுமிடத்து செல்வாக்கும் புகழும் மிக்க மனிதர்களது வாழ்வில் ஏற்படும் இன்ப துன்பங்கள், போராட்டங்கள், காதல், எதிர்பாராத நிகழ்ச்சிகள் போன்றவை செய்தியாக உருவாவதற்குத் தகுதியுடையன. அதைப் போன்றே இயற்கை விளைவிக்கும் நாசங்கள், நிகழ்ச்சிகள், அரசியல் திருப்பங்கள் ஆகியனவும் முக்கியத்துவம் பொருந்தியவைகளாகும். இவை தவிர புதிய கண்டுபிடிப்புக்கள், புதிய நாகரிகப் பாணிகள், வேடிக்கையும் விசித்திரமும் வியப்பும் பொருந்திய நிகழ்ச்சிகள், விளையாட்டுப் போட்டிகள் போன்றனவும் செய்திகளாவதற்குத் தகுதியுடையனவாகும்.

பத்திரிகையின் பகுதிகள்

இன்றுள்ள பிரபல தினசரிப் பத்திரிகைகள் பல பகுதிகளைக் கொண்டனவாக அமைகின்றன. வாராந்திர வெளியீடுகள் இன்னும் அதிகமான பகுதிகளைக் கொண்டனவாக அமைகின்றன. பத்திரிகை படிப்பவர்கள் இவற்றுள் ஒருசில பகுதிகளை விரும்பிப் படிக்கின்றனர். இப்பகுதிகளைப் பற்றிச் சுருக்கமாகக் காண்போம்.

1. செய்திகள்

செய்திகளை வெளியிடுதலையே முக்கிய கடனாகப் பத்திரிகைகள் கொள்கின்றன. செய்திகளை வெளிநாட்டுச் செய்திகள், உள் நாட்டுச் செய்திகள், தலச் செய்திகள் (Local News) எனப் பிரிப்பதுண்டு. பொதுவாகப் பத்திரிகைகள் அரசியல் செய்திகளுக்கு முக்கியத்துவம் தந்து வெளியிடுகின்றன. பத்திரிகையின் பல பக்கங்களில் செய்திகள் இடம் பெறுகின்றன. செய்தி

களைப் பொதுவாகப் பத்திரிகைகள் "கோபுர வடிவில்" வெளியிடுகின்றன. இதனைப் பற்றி முன்னரே நாம் கூறியுள்ளோம்.

2. தலையங்கம் (Editorial)

ஒரு பத்திரிகையின் முக்கிய பகுதியாகத் தலையங்கப் பகுதி கருதப்படுகிறது. தலையங்கத்தினைப் பத்திரிகையின் ஆசிரியரோ, அன்றி அதற்கென நியமிக்கப்பட்டுள்ள துணை ஆசிரியர்களோ எழுதுகின்றனர். அரசியல் நிகழ்ச்சிகள் பற்றியும், அன்றுடச் சமூக, பொருளாதார நடப்புக்கள் பற்றியும், சமூகத் தேவைகள் பற்றியும், இன்னும் பொதுமக்களை நேரடியாகப் பாதிக்கும் நிகழ்ச்சிகள்பற்றியும் பத்திரிகைகள் எழுதுகின்றன. பத்திரிகைகள் சார்ந்துள்ள கட்சிகளின் அடிப்படையிலும், பத்திரிகை அதிபர்களின் விருப்பத்திற்கும் குறிக்கோள்களுக்கும் இணங்கவும் தலையங்கங்கள் எழுதப்படுகின்றன. தலையங்கங்களைக்கொண்டு பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தமக்குச் சாதகமாக உருவாக்க முடியும் எனப் பத்திரிகை ஆசிரியர்களும், அதிபர்களும், கட்சித் தலைவர்களும் நம்புகின்றனர். ஆனால், இன்றுள்ள நிலையில் பத்திரிகையில் தலையங்கங்களைப் படிப்பவர்கள் எத்தனை பேர் என்று திட்டவட்டமாகத் தெரியவில்லை. நமது நாட்டிலுள்ள பத்திரிகைகள் இதனை அறிய முயலுதல் நன்று. பாமர மக்களும், அதிகமாகக் கல்வியறிவு இல்லாதவர்களும் தலையங்கங்களைப் படித்தல் இல்லை. கல்வியறிவு உள்ளவர்கள்மட்டுமே தலையங்கங்களில் கவனம் செலுத்துகின்றனர். அவர்கள் தாமாகவே சிந்திக்கும் திறன் கொண்டோரே. அவர்களிடம் பொதுமக்கள் கருத்து உருவாவதில் தலையங்கங்களின் பங்கு என்ன என்று தெளிவுறத் தெரியவில்லை.

3. விசேட நிருபர்கள் தரும் செய்திகள்

இன்றுள்ள பிரபல பத்திரிகைகளில் விசேட நிருபர்கள் தரும் செய்திகள் பெரும்பங்கு வகிக்கின்றன. பொதுமக்கள் கருத்தினைக் கற்றோர் மத்தியில் பரப்புதலில், பத்திரிகைத் தலையங்கங்களைவிட விசேட நிருபர்களின் செய்திகளே பெரும்பங்கு வகிக்கின்றன என நாம் நம்புகிறோம். உதாரணமாக, அமெரிக்கக் குடியரசுத் தேர்தல், இன்றைய காங்கோ நிலவரம் ஆகியனபற்றி விசேட நிருபர்கள் தரும் செய்திகளே மக்கள் கவனத்தை எளிதில் கவர்வனவாக அமைகின்றன. இதனை அறிந்தே, பிரபல பத்திரிகைகள் தமது விசேட நிருபர்கள் தரும் செய்திகளுக்கு முக்கியத்துவம் தருவதுடன், பத்திரிகையில் அதிக இடத்தையும் தருகின்றன.

4. விளம்பரங்கள்

விளம்பரங்களின்றிப் பத்திரிகைகள் நடைபெறுவது இயலாத காரியம் என முன்னர்க் கூறினேம். பத்திரிகைகளின் தரத்திற்கு ஏற்பப் பத்திரிகைகள் விளம்பரங்களைப் பெறுகின்றன. வர்த்தக நிலையங்கள், விளம்பர நிலையங்கள், அரசினர், திரைப்படக் கொட்டகை, நிறுவனங்கள் ஆகியோரிடமிருந்து ஒப்பந்த விளம்பரங்களை (Contract Advertisements) பத்திரிகைகள் பெறுவதுண்டு. இவை தவிர, தனிமனிதர்களும், இன்று விளம்பரங்கள் செய்வதுண்டு. திருமணம், நன்றியறிவித்தல், வழக்கு அறிவிப்புக்கள் (Legal Notices), வேலை தேவை அறிவிப்புக்கள், பொது அறிவிப்புக்கள், வேலை காலி அறிவிப்புக்கள், ஏஜெண்டுகள் தேவை, வாகனங்கள், வர்த்தக வாய்ப்புக்கள், விற்பனைக்கு, மணமக்கள் தேவை, இயந்திரங்களும் கருவிகளும், மருத்துவம், இசை, நடனம், ஏலவிற்பனைகள், புகைப்படம், மனை விற்பனை, மனை வாடகை, டெண்டர்கள் (Tenders) போன்ற தலைப்புக்களின்கீழ், பிரபல பத்திரிகைகள் தனி மனிதர்களிடமிருந்தும் விளம்பரங்கள் பெறுதலுண்டு. விளம்பரப் பகுதி பத்திரிகைக்குப் பெருத்த ஊதியம் தருவது போன்றே, மிகவும் இன்றியமையாத பகுதியாகவும் கருதப்படுகின்றது. கல்வி கற்றபின்னும் வேலையின்றித் திரிவோர் ஒவ்வொரு தினமும் ஆவலுடன் இப் பகுதியினைப் படிக்கின்றனர். மேலும், பொருட்களை வாங்க விரும்புவோருக்கும், விற்க விரும்புவோருக்கும், மணமக்களைத் தேடுவோர்களுக்கும் இப் பகுதி மிகவும் முக்கியத்துவம் பொருந்தியதாக உள்ளது. ஒரு பத்திரிகை பெறும் விளம்பரங்களைக் கொண்டு, அது பொதுமக்களிடையே பெற்றுள்ள செல்வாக்கினைத் தெரிந்துகொள்ளுதல் முடியும். இதனைப் போன்றே ஒரு பத்திரிகையின் செல்வாக்கினை அறிந்துகொண்டே வர்த்தக வணிகத் துறையினரும், அரசினரும், பிறரும் ஒரு பத்திரிகைக்கு விளம்பரங்களைத் தருகின்றனர். ஒரு பத்திரிகையின் எத்தனை பிரதிகள் விற்பனையாகின்றன என்பது பத்திரிகையின் செல்வாக்கினை அறிந்துகொள்ளுதற்கு மிகவும் இன்றியமையாததாகும். இதனை அறிந்து வெளியிடும்பொருட்டு, ஆடிட் பீரோ ஆப் சர்க்குலேஷன் (Audit Bureau of Circulation) என்னும் நிறுவனம் இயங்கி வருகின்றது. மேலும், தமது பத்திரிகையைப் படிப்பவர்களது எண்ணிக்கையையும் அவர்கள் விரும்பி வாங்கும் பொருட்களைப்பற்றியும் பத்திரிகைகள் அறிந்துகொள்ளுதல் அவர்களுக்கு இவ்வகையில் பெரிதும் உதவும். மேலை நாடுகளிலுள்ள பத்திரிகைகள் பல்வேறு முறைகளில் தம்மைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளுகின்றன. சென்னையிலிருந்து வெளிவரும்

பிரபல ஆங்கில தினசரியான "ஹிந்து" பத்திரிகை இவ்வகையில் 1954-ஆம் ஆண்டு தன்னைப் பற்றி ஆராய்ந்தது. இதன் மூலம் தமது பத்திரிகையைப் பற்றிய பல உண்மைகளை அவர்கள் கண்டறிந்தனர். இதனைப் பற்றி இப்பகுதியிலும், இவ்வதிகாரத்தின் மற்றொரு பகுதியிலும் அவர்கள் அனுமதி பெற்று வெளியிடுகிறோம். இவர்களது கண்டுபிடிப்பின்படி, நாளொன்றிற்கு 1954-ஆம் ஆண்டில் 3, 63,000 மக்கள் இவர்களது பத்திரிகையை ஒழுங்காகத் தினமும் படித்தனர். ஹிந்து படிப்பவர்களின் எண்ணிக்கை 1960-ஆம் ஆண்டில் இன்னும் பெருவாரியாக அதிகரித்திருக்கும் என நம்புகிறோம். மேலும், இப் பத்திரிகையைப் படிக்கும் ஆறு பேரில் ஒருவர் பெண்ணாக இருக்கிறார் என்றும், இம்முறையில் ஹிந்துப் பத்திரிகையைப் படிப்பவரில் 16 சதத்தினர் பெண்மணிகளாக உள்ளனர் எனவும் இவ்வறிக்கை கூறுகிறது.[2] மேலும், ஹிந்துப் பத்திரிகையைப் படிப்பவர்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர்ந்து காணப்படுகிறதெனவும், அவர்கள் தமது அன்றாட வாழ்க்கையில் கீழ்க்காணும் பொருட்களையும், சாதனங்களையும் வாங்கிப் பயன்படுத்துகின்றனரெனவும், அவர்கள் வெளியிட்டுள்ள அறிக்கைகூறுகிறது.[3]

நீண்ட நாள் பயனுள்ள பொருட்கள்

பொருள்	உபயோகிப்பவரின் எண்ணிக்கை
கைக்கடிகாரம்	83 · 00 சதவீதம்
வானொலிப் பெட்டி	56 · 11 ,,
சைக்கிள், மோட்டார் சைக்கிள்	47 · 60 ,,
புகைப்படக் கருவி	37 · 50 ,,
மோட்டார் கார்	17 · 84 ,,
குளிர் பெட்டிகள் (Refrigerator)	4 . 62 ,,
சலவை இயந்திரம்	2 · 10 ,,
அறையைக் குளிர்விக்கும் பெட்டி (Air - Conditioner)	1 · 46 ,,

அழகு சாதனங்கள்

சோப்புகள்	92 · 51	,,
பற்பசை	79 · 39	,,
முகப்பூச்சுப் பவுடர்	69 · 61	,,
முகப்பூச்சுக் கிரீம்	51 · 50	,,
வாசனைப் பொருட்கள் (Perfumes)	48 · 51	,,

2. See The Hindu Readership Survey 1955 P. 13.
3. Ibid P. 10-11.

பானவகைகள்

காபி	84 · 48	சதவீதம்
தேனீர்	57 · 72	,,
பிற	20 · 41	,,

அடைக்கப்பட்ட உணவுப் பொருட்கள் (Packaged Foods)

டின்னில் அடைக்கப்பட்டவை	34 · 03	,,
குழந்தை உணவுகள்	34 · 01	,,
வனஸ்பதி	30 · 11	,,

பிற பொருட்கள்

புத்தகங்கள்	89 · 28	,,
மருந்துகள்	79 · 08	,,
கிருமி நாசினி (Disinfectants)	55 · 59	,,
சுத்தப்படுத்தும் பொருட்கள்	43 · 83	,,
பூச்சி நாசினிகள் (Insecticides)	41 · 14	,,
புகையிலை	27 · 80	,,

இவற்றினைக் கொண்டு அப்பத்திரிகையில் விளம்பரம் செய்வதிலுள்ள நன்மைகளை, விளம்பர நிலையங்கள் அறிந்துகொள்ளும்பொருட்டே இத்தகவல்கள் இப்புத்தகத்தில் தரப்பட்டுள்ளன. மேலும், இவற்றினைக்கொண்டே இப்பத்திரிகையைப் படிப்பவர்களது வாழ்க்கை நிலையினையும், அவர்கள் தேவைகளையும், அவர்கள் பண்பாட்டினைப் பற்றியும் அறிந்துகொள்ளுதல் முடியும்.

5. விளையாட்டுச் செய்திகள்

இப் பகுதியும் மிகவும் பிரபலமான பகுதியாகவே காணப்படுகிறது. விளையாட்டுக்களைப் பற்றி அறிவதில் இளைஞர்களும், கல்லூரி மாணவர்களும் பெரிதும் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். விளையாட்டுப் பகுதிக்கு எனவும் பத்திரிகைகள் விசேடநிருபர்களை நியமிப்பது உண்டு. ஹாக்கி (Hockey), டென்னிஸ் (Tennis), கிரிக்கெட் (Cricket) போன்ற விளையாட்டுப் போட்டிகளைப் பற்றிய செய்திகளை இவ் விசேட நிருபர்கள்மூலம் பெறுகிறோம்.

6. வர்த்தக வணிகப் பகுதி

வர்த்தக வணிகத் துறைகளில் ஈடுபட்டுள்ளோருக்கு இப் பகுதி முக்கியமானதாகும். இப் பகுதியின் மூலம் பங்குகளின்

(Shares) விலை பற்றியும், விற்பனை நிலையங்கள் இப் பங்குகளின்மேல்தரும் பங்கு வீதம் (Divident) பற்றியும், இத்துறையிலுள்ளோர் தெரிந்துகொள்கின்றனர். பம்பாய், சென்னை, கல்கத்தா போன்ற முக்கிய இடங்களில் நிலவும் பொருட்களின் விலையை ஒட்டி, நாட்டின் பிற பகுதிகளிலும் பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன. எனவே, வியாபாரிகளுக்கு இப் பகுதி மிகவும் முக்கியம் வாய்ந்தது. நம் வீட்டுப் பெண்களும் சவரனின் விலையை அறியும்பொருட்டு இப் பகுதியில் கவனம் செலுத்துதல் உண்டு.

7. கேலிச்சித்திரங்கள் (Cartoons)

கேலிச்சித்திரங்களும் முக்கியமானவையே. ஒருசில பத்திரிகைகள் அவை வெளியிடும் கேலிச் சித்திரங்களுக்குப் பெயர் பெற்றவையாம். அரசியல் நிகழ்ச்சிகள், நாட்டு நடப்புக்கள், சமூகத்தில் நிலவும் ஏற்றத்தாழ்வுகள் இவற்றினைக் கேலிச் சித்திரமாக வெளியிட்டு, நம்மைச் சிந்திக்கத்தூண்டி, பொதுமக்கள் கருத்தினைப் பத்திரிகைகள் உருவாக்குதல் உண்டு.

8. காலநிலை அறிவிப்பு (Weather Forecast)

கால நிலையை அறியும்பொருட்டு அரசினர் நிறுவியுள்ள ஆராய்ச்சிக் கூடங்கள் தரும் குறிப்புக்களைப் பத்திரிகைகள் வெளியிடுதல் உண்டு. மேலும், எதிர்பார்க்கக்கூடிய தட்பவெப்ப நிலை அறிவிப்பும் தரப்படுகின்றது. இப்பகுதி பொதுவாக விவசாயிகளுக்கும், துறைமுகம், கப்பல், விமானப் போக்குவரத்து இவற்றில் ஈடுபட்டுள்ளோருக்கும் பெரும் பயன் தருவதாக அமைகிறது.

9. புகைப்படங்கள்

பத்திரிகைகள் பலவிதமான புகைப்படங்களை வெளியிடுகின்றன. பெருந் தலைவர்கள், செல்வாக்குப்பெற்ற சமூக மனிதர்கள், நிகழ்ச்சிகள், விபத்துக்கள், கலகங்கள் போன்றனவற்றைப் புகைப்படமாகப் பத்திரிகைகள் வெளியிடுகின்றன. இன்றுள்ள பத்திரிகைகளில் புகைப்படம் வெளியிடுவதும் முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகிறது. வெளி நாட்டுப் புகைப்படங்களையும் ஒளிப் புகைப்படமாகப் பெற்று உடனடியாக பத்திரிகைகள் வெளியிடுகின்றன என முன்னர்க் கூறியுள்ளோம்.

10. வானொலி

ஒரு சில பத்திரிகைகள் அன்றுட வானொலி நிகழ்ச்சிகளைப் பற்றி அறிவித்தல் உண்டு.

11. சமூக அறிவிப்பு

சமூகச் செல்வாக்கும் முக்கியத்துவமும் பொருந்திய மனிதர்களது வருகை, வெளியூர்ப் பயணம்போன்ற குறிப்புக்களையும், கவர்னர் (Governor), குடியரசுத் தலைவர் (President) இவர்களது மாளிகைக்கு வந்து செல்வோரைப்பற்றிய குறிப்புக்களையும் இப் பகுதி தருதல் உண்டு.

12. அலுவலக அறிவிப்புக்கள் (Official Notifications)

அரசாங்க அதிகாரிகளுக்கு உயர்பதவி கிட்டுதல், இடமாற்றம், விடுமுறை பெற்றுச் செல்லல், நியமனம், பதவியினின்று விலகல் போன்ற அரசாங்க ஆணைகளை (G. O.) இப்பகுதியில் வெளியிடுகிறது. இது பொதுமக்களுக்கு, குறிப்பாக அரசாங்க ஊழியர்களுக்கு, மிகவும் முக்கியமானதொரு பகுதியாகும்.

13. ஆசிரியருக்குக் கடிதங்கள்

இப் பகுதி பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குவதில் பெரும் பங்கு வகிக்கிறது எனலாம். பத்திரிகை எழுதியுள்ள தலையங்கங்கள் பற்றியும், இன்னும் நாட்டில் காணப்படும் ஏற்றத் தாழ்வுகள், குறைகள் இவற்றினைச் சுட்டிக்காட்டியும், பத்திரிகையைப் படிப்போர் ஆசிரியருக்கு எழுதுதல் உண்டு. அக் கடிதங்களில் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டன இப்பகுதியின்கீழ்ப் பிரசுரிக்கப்படுகின்றன. இப் பகுதியில் பல்வேறு கருத்துக்கள் விவாதிக்கப்படுதல் உண்டு. பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்க உதவும் நல்ல களமாக இதனைக் கருதலாம்.

14. இன்று நாள் எப்படி ?

ஒரு சில பத்திரிகைகள் சோதிடப் பகுதியினை வெளியிடுதல் உண்டு. இத்தகையவற்றில் நம்பிக்கையுள்ளோர் இப் பகுதியில் பெரிதும் கவனம் செலுத்துகின்றனர். ஒருசில வார ஏடுகள் இதற்கு மிக முக்கியத்துவம் தருகின்றன.

இவை தவிர, வார ஏடுகளில் ஒரு சில தனிப் பகுதிகள் உண்டு. வார முடிவில் ஞாயிற்றுக்கிழமைகளில் ஓய்வாகப் படிக்கும் வகையில் இப்பகுதிகள் வெளியிடப்படுகின்றன. அவற்றினைக் காண்போம்:

15. அழகு, சமையல் குறிப்புக்கள்

இது மகளிருக்கென வெளியிடப்படும் பகுதியாகும். நங்கையருக்கு அழகுக்கு அழகு செய்யும் கலையை விளக்குவதாகவும், சமையல் கலையில் நிபுணத்துவம் பெறவும் இவை உதவுகின்றன எனலாம்.

16. புத்தக மீள்நோக்கு

புத்தகங்களை எழுதும் ஆசிரியர்களும், நூல்களை வெளியிடும் பிரசுரகர்த்தர்களும், புத்தகத்தின் பிரதிகளைப் பத்திரிகைகளுக்கு அனுப்பி வைக்கின்றனர். இப் பத்திரிகைகள் தமது ஆசிரியர் குழுவிலுள்ளோரைக் கொண்டோ, அன்றிப் பிற அறிஞர்களைக் கொண்டோ, இந்நூல்களைப் பற்றிய மீள்நோக்கினை (Review) வெளியிடுகின்றனர். இதன்மூலம் ஒரு புத்தகம்பற்றிப் பொது மக்கள் மத்தியில் ஏற்படும் கருத்தே அதன் விற்பனையைப் பாதிக்கிறது எனலாம்.

17. திரைப்பட மீள்நோக்கும், செய்திகளும்

திரைப்படங்களைப் பற்றிய செய்திகளை இப் பகுதியில் திரட்டித் தருகின்றனர்.

18. கதைகள்

வாராந்திர ஏடுகள், கதைகள், தொடர் கதைகள், சித்திரக் கதைகள், சித்திரத் தொடர்கதைகள் ஆகியவற்றினையும் வெளியிடுவதுண்டு. இப்பகுதி பெரும்பாலும் பெண்களாலும், இளைஞர்களாலும் பெரிதும் விரும்பப்படுகிறது.

19. குறுக்கெழுத்துப் போட்டிகள் (Crossord Puzzles)

சில பத்திரிகைகள் குறுக்கெழுத்துப் போட்டிகளை நடத்துவதுண்டு. இவை பணத்திற்காகவோ, அன்றி வேறு பரிசுகளுக்காகவோ, அன்றிப் பரிசுகளை தரப்படாமலோ நடத்தப்படுவதுண்டு.

20. விகடத் துணுக்குக்கள்

விகடத் துணுக்குக்கள் தினசரி, வார மாதாந்திரப் பத்திரிகைகளில் பெரிதும் விரும்பிப் படிக்கப்படும் பகுதியாகும். மகளிர், சிறுவர், வயோதிகர், ஆகியோரை இவை பெரிதும் கவர்கின்றன. விகடங்கள் படத்தின் துணைகொண்டும் வெளியிடப் படுகின்றன.

21. ஆராய்ச்சிகள்

பிரபலமான பத்திரிகைள், தமது வார ஏடுகளில் ஆராய்ச்சிக் கட்டுரைகளையும், பொது மக்களுக்குப் பயனுள்ளனவும் படிக்க இன்பம் பயப்பனவுமான கட்டுரைகளையும் வெளியிடுதல் உண்டு.

பத்திரிகைப் படிப்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சிகள்

பத்திரிகை படிப்பவர்களது நிலைபற்றியும், அவர்கள் விரும்பிப் படிக்கும் பகுதிகளைப்பற்றியும் மேலை நாடுகளில் பல்வேறு ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன. ஆனால், நமது நாட்டில் இத்தகைய ஆராய்ச்சிகள் பெருமளவில் இன்னும் நடைபெறவில்லை. சமூக உளவியல் மாணவர்களும், பத்திரிகைத் தொழிலில் ஈடுபட்டுள்ளோரும் இத்தகைய ஆராய்ச்சிகளில் ஈடுபடவேண்டும்.

அமெரிக்க நாட்டில் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஓர் ஆராய்ச்சியின் மூலம் கீழ்க்காணும் பகுதிகளை ஆண்களும், பெண்களும் கீழ்க்காணும் அளவில் படிக்கின்றனர் எனக் கண்டுபிடிக்கப் பட்டுள்ளது.

		ஆண்	பெண்
தலையங்கம்	சதவிகிதம்	43	27
வணிகச் செய்திகள்	,,	26	9
சமூகச் செய்திகள்	,,	36	83
விளையாட்டுச் செய்திகளும் படங்களும்	,,	76	34

இவ்வகையிலேயே நம் நாட்டு மக்களும் பத்திரிகைகள் படிக்கின்றனர் எனக் கூறுதல் முடியாது. மக்களது பண்பு, விருப்பம் தேவைகள், மனநிலை கல்வியறிவு, ஆயவற்றிற்கு ஏற்ப இவை மாறுபாடு அடையலாம்.

பால் லாசர்பெல்ட் எனபவர் தமது ஆராய்ச்சியின் மூலம் கீழ்க்காணும் உண்மைகளை வெளியிட்டுள்ளார்.

1. விகடத் துணுக்குக்கள், படங்கள், கேலிச் சித்திரங்கள் ஆகியவற்றினை ஆண்களும், பெண்களும் விரும்பிப் படிக்கின்றனர்.
2. பெண்களைவிட ஆண்களே செய்திகளைப் படிக்கின்றனர்.
3. ஆண்களைவிடப் பெண்களே விளம்பரங்களில் அதிகம் கவனம் செலுத்துகின்றனர்.
4. விளையாட்டுச் செய்திகள் ஆண்களின் கவனத்தையே பெரிதும் கவர்கிறது.
5. பொதுவாக ஆண்களும், பெண்களும் தலையங்கத்தில் கவனம் செலுத்துவதில்லை.

நமது நாட்டுப் பத்திரிகைகளில் சிறந்தவற்றுள் ஒன்றான ஹிந்துப் பத்திரிகை 1954-ஆம் ஆண்டு நவம்பர், டிசம்பர் மாதங்களில் பத்திகை படிப்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சி ஒன்றினை

கூடத்தியது.[5] வினுப்பட்டியல் (Questionnaire) ஒன்றினைத் தயாரித்து அதனது 46,000 சந்தாதாரர்களுக்கு அனுப்பி வைத்தது. அவ்வினுப்பட்டியலைக் கீழே கொடுத்துள்ளோம்.

'ஹிந்து'ப் பத்திரிகை வெளியிட்ட வினுப்பட்டியல்

The Hindu Questionnaire For Readership Survey, 1954:

Part I

Please mark the order of your interest in the following (1, 2, 3, etc against them):

EDITORIAL
National News
Foreign News
Special News Despatches
Commercial News
Provincial News
Sports News
Pictures

Do you find it easy to look for the particular Section that you want? Yes/No

Do you consider our coverage of national news too much

Do you consider our coverage of International events } satisfactory / too little?

Do you consider our coverage of provincial news too much

satisfactory / too little?

Are the pictures interesting? Yes/No.

Are the cartoons below standard / above standard } satisfactory?

Do you like our present arrangement with advertisements on the front page, or would you prefer news on the front page?

$\frac{\text{News}}{\text{\&Advts}}$ on the front page

Do you find it easy to read the type? Yes/No.

Is the production and printing attractive and satisfactory? Yes/No.

Do you get your copy regularly and punctually? Yes/No.

---

5. See. The Hindu Readership Survey 1955—Published by the Hindu, Madras.

If you have any suggestions to offer, please enclose them with this questionnaire.

Name... ... ...
Address... ... ...
... ...
... ...

Date..... Signature

Part II

(Please put a cross in the relevent squares)

How long have you been subscriber to THE HINDU?

Less than one year ( ) 1—3 yrs ( ) 3—5 yrs ( ) over 5 yrs.

Education: Below Matriculation ( ) Matric ( )
Intermediate ( ) Degree ( )

Religion: Hindu ( ) Muslim ( ) Christian ( ) others ( )

Profession:

Age: Married ( ) Single ( ) Widowed ( )

Children: Boys: Girls:

How many of the above read THE HINDU? Please classify as under:

Below 18 yrs $\frac{\text{Boys}}{\text{Girls}}$ between 35 & 50 $\frac{\text{Women}}{\text{Men}}$

Between 18 years & 35 $\frac{\text{Men}}{\text{Women}}$ above 50 $\frac{\text{Men}}{\text{Women}}$

Any others in the family who read THE HINDU:

Does any one borrow your copy regularly? How many read it? Men/Women.

Do you read any other paper? English ( ) Tamil ( ) Telugu ( ) Malayalam ( ) Kannada ( )

Names of the papers read:

Do advertisements attract your attention? Yes/No

On which page do they attract you most:
Front ( ) Back ( ) First Half ( ) Second Half ( )
Sports ( ) Commercial ( )

Your property value : Rs.....

Do you live in your own house? Yes/No

Rentable value :

Do you live in a rented house?

Rent paid : Yes/No.

Income per annum : under Rs. 1,200 ( ) 1200-2500 ( ) 2,500-5000 ( ) 5000-7,500 ( ) 7500-10000 ( ) above 10,000 ( ).

Do you buy: Packed and tinned foods provisions Yes/No. Branded beverages and drinks Yes/No. Tea Yes/No. Coffee Yes/No. Packed baby food Yes/No. Packed insecticide Yes/No. Disinfectants Yes/No. Cleaning Agents Etc Yes/No. Tinned Vanaspathies Yes/No. Face Powder Yes/No. Face creams Yes/No. Perfumes Yes/No. Soaps Yes/No. Toothpaste and Tooth Brush Yes/No. Medicine Yes/No. Books and Periodicals Yes/No.

Do you Own: A Car Yes/No. Radio Yes/No. Bicycle or Motor Cycle Yes/No. Washing Machine Yes/No. Domestic Air-conditioner Yes/No. Refrigerator Yes/No. Camera Yes/No. Wrist Watch etc Yes/No.

Do you:

Smoke Yes/No.

Travel for pleasure Yes/No. (In India or) By Air

For recreation Yes/No. (outside) Sea Land

For business Yes/No. (India)

See films Yes/No How many a month

Indian Foreign

Have a Bank account Yes/No.

Have a life or endownment Insurance Policy Yes/No.

Play Games or sport Yes/No. If so please name them.

Reproduced by kind permission of "The Hindu" Madras.

விஞ்ஞப்பட்டியல் இரு பகுதிகளாகப் பிரிக்கப்பட்டிருத்தலை நீங்கள் காண்பீர்கள். முதற் பகுதி ஹிந்துவில் வெளியாகும் தலையங்கம், செய்திகள், படங்கள், கேலிச் சித்திரங்கள், பத்திரிகை பயன்படுத்தும் மொழி, அச்சு, அமைப்பு இவற்றினைப் பற்றி அவற்றைப் படிப்பவர்களது எண்ணத்தைப் பெறுவதனை நோக்கமாகக் கொண்டு அமைந்துள்ளது. இரண்டாவது பகுதி, அவர்களது தனி வாழ்வு, சமூகப் பொருளாதார நிலை இவற்றினைப் பற்றி அறிவதில் முனைந்துள்ளது.

இரண்டு மாதங்களுள் 11,675 சந்தாதார் தமது விடைகளை அனுப்பினர். அதனின்று சில உண்மைகளை ஹிந்து பத்திரிகையினர் கண்டு வெளியிட்டுள்ளனர். முதற் பகுதிக்குப் பெற்ற விடைகளைப் பற்றிய விளக்கம் தரப்படவில்லை. மேலும், 25 சத விகிதத்தினரே இக்கேள்விகளுக்கு விடையளித்துள்ளனர். இதன் அடிப்படையில் உண்மைகளைப் பெறமுடியுமா எனத் தெரியவில்லை. ஆயினும், "இத்தகைய ஆராய்ச்சிகளை நடத்தி அனுபவம் பெற்ற நிபுணர்கள் 25 சத விகிதத்தினர் பதிலளித்ததே பெரிதுளனக்கருதுகின்றனர்" என அவ்வறிக்கை கூறுகின்றது. இத்தகைய ஆராய்ச்சிகள் நடத்துவது எத்துணைக் கடினமானது என அறிவோர் இக்கூற்றினை ஏற்றுக்கொள்வர். இந்த ஆராய்ச்சியின் அடிப்படையில் இரண்டாம் பகுதிக்குக் கிட்டிய பதில்களினின்று ஹிந்துப் பத்திரிகை கணித்துள்ள சில முடிவுகளை அவர்களது அனுமதி பெற்று இங்கே வெளியிடுகிறோம்.

இப்பத்திரிகையைக் கீழ்க் காணும் சத விகிதத்தில் வெவ்வேறு கல்வி நிலைகளில் உள்ளோர் படிக்கின்றனர்.

பட்டதாரிகள்	சத விகிதம்	52·53
பட்டம் பெற இருப்போர் (Under graduates)	,,	15·54
பதிவுத் தேர்வினர் (Matriculates)	,,	27·17
பதிவுத் தேர்விற்கும் குறைந்த கல்வி நிலையிலுள்ளோர் (Non-matriculates)	,,	2·91
பதில் தராதவர்	,,	1·85

இதனின்று உயர் கல்வியிலுள்ளோரே இப்பத்திரிகையை விரும்பிப் படிக்கின்றனர் எனத் தெரிகிறது. சந்தாதார்களிலே பாதிக்கும் மேற்பட்டவர்கள் பட்டதாரிகள் என இவ்வறிக்கை கூறுகின்றது.

. See. The Hindu Readership Survey 1955—Published by the Hindu, Madras.

வயது அடிப்படையிலும் இவ்வாராய்ச்சி மேற்கொள்ளப் பட்டது. இதன் மூலம் ஹிந்து படிப்போரில் பெருவாரியானவர் கள் நடுவயதுப் பருவத்தினர் எனத் தெரியவந்தது.

18 வயது முதல் 35 வயதுக்குட்பட்டோர்	சத விகிதம்	33·05
35 ,, 50 ,,	,,	21·36
50 வயதும் அதற்கு மேற்பட்டோரும்	,,	14 56
பதில் தராதவர்	,,	31·03

எத்தகைய தொழிலிலுள்ளோர் இப்பத்திரிகையைப் படிக்கின் றனர் என்பதும் கணக்கிடப்பட்டது. அதனின்று கீழ்க் காணும் உண்மைகள் புலனுயின என அறிக்கை கூறுகின்றது.

சொந்தத் தொழிலில் ஈடுபட்டுள்ளோர்	சத விகிதம்	23·14
அரசாங்க ஊழியர்கள்	,,	18·75
வணிகத் துறையினர்	,,	17·12
தொழில் வர்த்தகத் துறையினர்	,,	9·12
விவசாயத்தில் ஈடுபட்டுள்ளோர்	,,	5·01
ஓய்வு காலச் சம்பளம், இதர வகை ஊதியம் பெறுவோர்	,,	6·54
பதில் தராதவர்கள்	,,	20·32

இதினின்றுபெருவாரியான வழக்கறிஞர்கள், மருத்துவர்கள், பொறியியலார், அறிவியலார், அரசாங்க ஊழியர்கள், தொழில், வர்த்தக-வணிகத் துறையினர், தொழில் துறையதிபர்கள் ஆகி யோர் இப்பத்திரிகையை விரும்பிப் படிக்கின்றனர் என அறிக்கை கூறுகின்றது.

இவ்வாராய்ச்சியை நடத்திய அறிஞர்கள் கவனத்துடனும் செவ்வையாகவும் இதனை நடத்தியிருப்பர் என நம்புகிறோம். அஃது உண்மையாயின் இம்முடிவுகளினின்று ஹிந்துப் பத்தி ரிகை, கற்றோரிடமும், தொழில் புரிவோரிடமும் பெருவாரியான பிற மக்களிடமும் ஒருங்கே செல்வாக்குப் பொருந்திக் காணப்படு கிறது எனவும் மக்களின் கருத்தினை உருவாக்கும் சிறந்த பத்தி ரிகை எனவும் நாம் கொள்ளலாம்.

பத்திரிகையும் சமூகமும்

பத்திரிகைகள் சமூகத்தில் பெருஞ் செல்வாக்குப் பெற்றன வாக விளங்குகின்றன. ஒரு சில மனிதர்களைத் திடீரெனச் செல் வாக்குடையவர்களாக மாற்றவும் செல்வாக்குடைய மனித

களைச் செல்வாக்கினை இழக்கச் செய்யவும் பத்திரிகைகளால் முடியும். பத்திரிகைகள் தரும் செய்திகளை மக்கள் எளிதில் நம்பிவிடுகின்றனர். பெரும் கல்வியறிவுடையோரும், தாமாகச் சிந்திக்கும் திறன் படைத்தோரும் கூடப் பத்திரிகைகளின் கருத்திற்கு மயங்கி விடுதல் உண்டு.

பத்திரிகைகள் ஒழுக்கத்தின் பாதுகாவலர்களாக விளங்குதலும் உண்டு. குடியரசு நாடுகளிலுள்ள பத்திரிகைகள் பெருந்தலைவர்களைக்கூட அவர்கள் தவறு செய்யும்போது கடிந்துரைக்கத் தவறுவதில்லை. இவ்வகையில் பெருந்தலைவர்களைக் கூடக் கண்காணிக்கும் பெருஞ் சக்தியாகப் பத்திரிகைகள் விளங்குகின்றன. பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கவும், அதன் மூலம் ஆக்க, அழிவு வேலைகளில் அவர்களை ஈடுபடச் செய்யும் திறன் பெற்றனவாகப் பத்திரிகைகள் விளங்குகின்றன.

வானொலி (Radio)

இன்றைய மனித வாழ்வில், பத்திரிகைகளைப் போன்றே, பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குதலில் வானொலி பெரும் பங்கு வகிக்கிறது. வானொலியின் மூலம் பல்லாயிரக் கணக்கான மக்களுடன் ஒரே வேளையில் ஒருவர் தொடர்பு கொள்ள முடிகிறது. இந்தியாவில் வானொலி கேட்போரின் எண்ணிக்கை 1.5 கோடியாகும் என்று பம்பாய் வானொலி நிலைய இயக்குநர் திரு கே.எஸ். முல்லிக் (Mullick) கூறியுள்ளார்.[7] இதன் மூலம் குறுகிய காலத்தில் மக்கள் கருத்தினைப் பெருவாரியான மக்களிடையே தோற்றுவித்தல் முடிகிறது. உலகப் பெரும் போர்களின்போது வானொலி பெரிதும் பயன்படுத்தப்பட்டது. ஒரு நாட்டு மக்களை உறுதிகொள்ளச்செய்யவும், பற்றுறுதிகொண்டு இயங்கச் செய்யவும் வானொலியின் துணைகொண்டு முடியும். அதைப் போன்றே எதிரி நாடுகளின் ஒற்றுமையைக் குலைக்கவும், அவர்களிடையே பெருங்குழப்பத்தை ஏற்படுத்தி அவர்களைச் செயலுறவொண்ணாத முறையில் நிறுத்தவும் வானொலி பயன்படுத்தப் படுவதுண்டு. இதைப் போன்றே உள்நாட்டுக் கலகங்களைச் சமாளிக்கவும் வேலை நிறுத்தங்களை முறியடிக்கவும் வானொலி பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு. பொதுவாக வானொலி தரும் செய்திகளை மக்கள் எளிதில் உண்மையென நம்பிவிடுகின்றனர். இவ்வகையில் பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்கும் மாபெருஞ் சக்தியாக வானொலி திகழ்கிறது.

---

7. See. The Mail dated 23-9-1960 P. 5 col. 3

இன்பம் பயக்கும் நிகழ்ச்சிகளை வெளியிடுதலே வானொலியின் நோக்கம் என எண்ணப்படுகிறது. இதன் காரணமாகவே நாம் ஒவ்வொருவரும் வானொலி வாங்கி நமது வீடுகளில் வைத்திருக்க முற்படுகிறோம். ஆனால், செய்திகளைத் தரவும், கல்வி புகட்டவும், விளையாட்டுச் செய்திகளைத் தரவும் வானொலி பயன்படுத்தப்படுகிறது.

நமது நாட்டில் வானொலி நிகழ்ச்சிகளில் எவை பெரிதும் விரும்பப்படுகின்றன எனக் கூறுவது கடினம். இதுபற்றி நமது வானொலி நிலையத்தினர் ஆராய்ச்சிகள் செய்துள்ளனரா எனத் தெரியவில்லை. ஆனால், பொதுவாகக் கூறுமிடத்துத் திரைப்படக் கானமும், நாடகங்களுமே மக்களைப் பெரிதும் கவர்வனவாக உள்ளன.

நமது நாட்டில் வானொலி, மத்திய அரசினரின்கீழ் ஒரு துறையாக இயங்குகின்றது. ஆனால், ஒரு சில மேலை நாடுகளில் பல வானொலி நிறுவனங்கள் உண்டு. இவை தமது இச்சைப்படி நிகழ்ச்சிகளை வெளியிடுகின்றன. இவற்றின்மேல், அரசினரது கண்காணிப்பு ஓரளவே காணப்படுகின்றது. வானொலியின்மேல் அரசினர் கண்காணிப்பு இருப்பது மிகவும் தேவை. ஏனெனில், வானொலியின் துணைகொண்டு மக்களைத் தவறான நடத்தைக்குத் தூண்டுவதும் எளிது. ஆயினும், வானொலி அரசினரின் ஏக உரிமையாக இருத்தல் தகுமா என்பது விவாதத்திற்கு உரியதாகும்.

மேலை நாடுகளில் வானொலி கேட்போரைப் பற்றிய பல ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன. இவற்றினின்று மகளிரே அதிகமாக வானொலி கேட்கின்றனர் என அறிய முடிந்தது. நமது நாட்டிலும் பெரும்பாலும் மகளிரும் சிறுவருமே வானொலி கேட்பதில் விருப்பமுடையவர்களாக இருக்கின்றனர் எனலாம். அதிகமான நேரம் வீட்டிலே தங்கியிருக்கும் இவர்கள், தமது நேரத்தை வானொலி கேட்டுச் செலவிடலாம். இவர்களும் பெரும்பாலும் திரைப்பட இசை கேட்பதிலேயே விருப்பம் காட்டுகின்றனர். இதைப் போன்றே அகில இந்திய வானொலி (All India Radio) ஒலிபரப்பும் திரைப்பட ஒலிச் சித்திரமும் இவர்களால் பெரிதும் விரும்பப்படுகிறது. இவற்றிற்கு அடுத்தாற் போன்று நாடகங்கள் அவர்களது கவனத்தைக் கவருவனவாக உள்ளன. இதைப் போன்றே சிறுவர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளில் சிறுவர் சிறுமியரும் இளைஞரும் மகளிரும் விருப்பமுடையவராய் இருக்கின்றனர்.

ஆண்கள், வானொலி தரும் அன்றுடச் செய்திகளில் விருப்பம் காட்டுகின்றனர். அரசியல் விவாதங்கள், அரங்குகள், நிபுணர்களின் சொற்பொழிவுகள் ஆகியனவும் ஆண் மக்களால் பெரிதும் விரும்பப்படுகின்றன. கல்வியின் அடிப்படையிலும் இவர்களிடையே வேறுபாடுகள் காணப்படுவதுண்டு. அதிகக் கல்வியறிவுடையோர் ஆங்கிலச் செய்திகளிலும் ஆங்கிலச் சொற்பொழிவுகள், விவாதம் போன்றவற்றிலும் ஆர்வமுடையவராக உள்ளனர். அதிகமாகக் கல்வியறிவு உடையவர்கள், கிராம நிகழ்ச்சிகள், தொழிலாளருக்கான நிகழ்ச்சிகள், திரைப்படக் கானம், நாடகம், ஒலிச்சித்திரம் போன்ற நீகழ்ச்சிகளில் விருப்பமுடையோராகக் காணப்படுதல் இல்லையெனலாம். மேலை நாட்டுச் சங்கீதம், கர்நாடக இசை போன்றன, அத்துறைகளில் விருப்பமும் அறிவும் உடையோரையும், பொதுவாக ஓரளவு கல்வியறிவு உடையோரையுமே கவருகின்றன எனலாம். விடுகதைகள் (quiz), போட்டிகள், நடுத்தர உயர்நிலைப்பள்ளி மாணவர் நிகழ்ச்சிகள் போன்றன மாணவர்களைப் பெரிதும் கவர்கின்றன.

வானொலி பல்லாயிரக்கணக்கான மக்களுக்கு ஒரே வேளையில் ஒலி பரப்பப்படினும், தனி மனிதர்களாகவே நாம் அதனுல் தூண்டப்படுகிறோம். பொதுவாகக் குழுமனம் இயங்குவதில்லை எனலாம். ஆயினும், தொழிலாளர் நிகழ்ச்சிகளிலும், மாணவருக்கும், சிறுவர் சிறுமியருக்குமுள்ள நிகழ்ச்சிகளிலும் கூட்டமாக அவர்கள் வானொலி கேட்பின், குழுமனம் இயங்கக் காணலாம்.

ஒரு சில வானொலி நிலையங்கள் வர்த்தக விளம்பரங்கள் செய்தலில் ஈடுபடுகின்றன. இது முறைதானு என்னும் கேள்வி எழுவதுண்டு. விளம்பரம் செய்ய விரும்புபவர்கள் ஏராளமான மக்களிடையே விளம்பரம் செய்ய முனைவர். எனவே, விளம்பரம் செய்ய முற்படும் வானொலி நிலையங்கள் பெருவாரியான மக்கள் அவற்றினைக் கேட்கும்படி தமது நிகழ்ச்சிகளை அமைத்தல் வேண்டும். பெருவாரியான மக்கள் விரும்பிக் கேட்கும் நிகழ்ச்சிகள் தரத்தில் உயர்ந்து காணப்படுவதில்லை. நமது நாட்டு மக்களைப் பொறுத்தவரை, பொதுவாகப் பெரும்பான்மையானோர் திரைப்பட இசை கேட்பதில் பெரும் விருப்பமுடையவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். இதனை நன்கு பயன்படுத்தி நமது பக்கத்து நாடு ஒன்று, பல மொழிகளில் வர்த்தக ஒலி பரப்பில் ஈடுபட்டுள்ளது. பல்லாயிரக் கணக்கான மக்கள் தினமும் அதற்குச் செவி தருகின்றனர். மேலும், கேட்பவர்களோடு மிக நெருங்கிய தொடர்புகொண்டு அவர்களைக் கட்டுப்படுத்தும் வகையில் பல

வகை நிகழ்ச்சிகளையும் இவ்வானொலி அமைத்துள்ளது. 'நேயர் விருப்பம்', 'நீங்கள் கேட்டவை', 'திருப்பிப் பார்', 'ஆண்குரல்', 'பெண்குரல்', 'இன்றைய நட்சத்திரம்', போன்ற பாமர மக்களைக் கவரும் நிகழ்ச்சிகளைக் கொண்டு அவர்கள்மேல் தனக்குள்ள பிடியை இன்னும் இறுக்கிக் கொள்கிறது. மேலும், திறன் பெற்ற அறிவிப்பாளர்களை நியமித்து, மக்கள் உள்ளங்களைக் கொள்ளை கொள்கிறது. இத்தனை ஏற்பாடுகளையும் ஒருங்கே செய்த பின்னர் வர்த்தக ஒலி பரப்பில் ஈடுபடுகிறது. இவ்வானொலிக்குச் செவி சாய்ப்போர் பொழுது போக்குக்கு உகந்த இன்னிசை கேட்பதற்காகவே இதனைக் கேட்பதாக நினைக்கின்றனர். ஆனால், அவர்கள் கொள்கை பரப்பலுக்கன்றோ பணிகின்றனர்?

வானொலியில் கருத்துப் பரிவர்த்தனை ஒலியின் மூலமே செய்யப்படுகின்றது. வானொலி பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்க நினைத்தால், திறன் பெற்ற அறிவிப்பாளர்களை நியமித்தல் வேண்டும். இவ்வறிவிப்பாளர்களைப் பொதுமக்கள் நேரடியாகக் காண்பதில்லை. தமது குரலினைக் கொண்டே பொதுமக்களைக் கவரும் திறன் கொண்டோராக அறிவிப்பாளர்கள் இருத்தல் மிகவும் தேவையாகும்.

சிறந்த முறையில் ஒலி பரப்பு அமையவேண்டும் என வானொலி நிலையங்கள் விரும்புகின்றன. இதனைக் குறித்துக் காண்டிரில் (Contrill), ஆல்போர்ட் ஆகிய அறிஞர்கள் ஆராய்ந்து கீழ்க்காணும் உண்மைகளை வெளியிட்டுள்ளனர். [8]

1. பொதுவாக மகளிரைவிட ஆண்கள் ஒலி பரப்புதலையே பொதுமக்கள் விரும்புகின்றனர். அறிவிப்பாளரது குரல் ஒலி பெருக்கிக்கு (Microphone) ஏற்றதாக அமைதல் வேண்டும். பொதுவாக, பெண்களின் குரல், ஒலி பெருக்கியோடு இணைந்து அமைவதில்லை. அறிவிப்பாளரது குரல் இதமாக அமையும் போதே, பொதுமக்கள் அந்நிகழ்ச்சியை விரும்பிக் கேட்கின்றனர். 2. குரலை மாற்றிப் பேசுதலும், பயிற்சி பெறுதவர் பேசுதலும் கேட்பவர்களால் விரும்பப்படுவதில்லை. 3. ஒரு செய்தியைத் தெளிவுற எடுத்துக் கூற விரும்புபவர் தெளிவாகப் பேசுவதுடன் சொற்களைச் சரியாக உச்சரித்தல் வேண்டும். 4. பொதுவாக, ஒரு செய்தியைக் கூறிய பின்னர் அதனைத் தெளிவுற விளக்குவதும் தேவையானால் ஆதாரம் காட்டி விளக்குவதும் நன்மை பயக்கும். இதனைத் தினச்செய்திகளை அறிவிக்கும்

[8] See. Hadley Cantrill and G. W. Allport—The Psychology of Radio.

போது அகில இந்திய வானொலி பயன் படுத்துவதை நீங்கள் கேட்டிருப்பீர்கள். அன்றைய தலைப்புச் செய்திகளைத் தந்த பின்னர் அறிவிப்பாளர் அவற்றினை விளக்குகிறார். 5. மக்கள் செய்திகளைச் சரியாக அறிய அவற்றினைத் திருப்பிச் சொல்லுதல் நன்று. ஆனால், மிகையாகத்திருப்பிச் சொல்லுதல் சலிப்பினை ஏற்படுத்தும். 6. பேசும் பொருளை ஒட்டிச் சொற்றொடர்களின் நீளம் அமையவேண்டும். கேட்பதற்குச் சுவையான பொருட் களில், சொற்றொடர்கள் நீளமாய் இருக்கலாம். பிற பொருட் களைப் பற்றிப் பேசும்போது சொற்றொடர்கள் சுருக்கமாக அமைதல் நன்று. 7. பேசும் பொருளுக்கு ஏற்பப் பேச்சின் வேகத்தையும் கட்டுப்படுத்திப் பேசுதல் நன்று.

இன்றைய வாழ்வில் வானொலி பெரும்பங்கு கொள்கிறது. வானொலி பொதுமக்கள் கருத்தினை எளிதில் உருவாக்கிவிடு கின்றது. பிற முறைகளின்று பெறும் செய்திகளை விட வானொலிச் செய்திகளை மக்கள் எளிதில் நம்பிவிடுகின்றனர். இதினின்றே வானொலியின் வன்மை தெரியும். வானொலி நிகழ்ச் சிகள் மக்களுக்கு மனவெழுச்சிகளினின்று விடுதலை தரும் தன்மை கொண்டதாக அமைகிறது. சோர்வாக வீடு திரும்பும் ஒருவர் வானொலி நிகழ்ச்சிகளைக் கேட்டு, தமது சோர்வை அகற்றிக் கொள்ளலாம். வானொலி நிகழ்ச்சிகள் மக்களைப் பகற் கனவிலும் (day dreams) தன் விருப்பச்சிந்தனையிலும் (Wishful-thinking) ஈடுபடச் செய்வதுண்டு என ஆராய்ச்சியாளர்கள் கருதுகின்றனர். மக்களை ஒழுக்க நடத்தையில் நிறுத்தும் பெருஞ் சக்தியாகவும் வானொலி திகழ்கிறது. நவீன அறியவியல் எண்ணங்களை மக்களிடையே பரப்பி, அவர்களது வாழ்க்கைத் தரத்தினை உயர்த்துவதுடன், அவர்கள் பண்புகளை வளர்க்கும் திறனுடையதாகவும் வானொலி திகழ்கிறது.

திரைப்படம் (Motion Picture)

பொதுமக்கள் கருத்தினைப் பெரிதும் உருவாக்குவதில் பத்திரிகைகள், வானொலி இவற்றினை விடத் திரைப்படம், தொலைக்காட்சி (Television) போன்றன வலிமை மிக்கனவாகும். பொதுமக்களிடையே கருத்துப் பரவல் ஏற்படுவதற்குப் பத்திரி கைகள் கண்புலனையும், வானொலி செவிப்புலனையும் பயன் படுத்துகின்றன. திரைப்படம், தொலைக்காட்சி போன்றனவோ கண், செவி என்னும் இரு புலன்களையும் பயன்படுத்துகின்றன. கண் படத்தைப் பார்க்கும் அதே வேளையில் செவியும் கேட் கிறது. இதன் மூலம் திரைப் படங்கள் மனித உள்ளங்களில்

கருத்துப பதிவினைத் தெளிவுறச் செய்கின்றன. ஒரு நாட்டின் இலக்கியத்தைப் போன்றே திரைப்படங்களும் அந்நாட்டின்ரின் பண்பினையும், வாழ்க்கையினையும் பிரதிபலிப்பனவாக அமைகின்றன. ஒரு நாட்டு மக்களது பண்பு, நியதிகள், பழக்க வழக்கங்கள் இவற்றிற்கு மாறுபட்டு அமையும் திரைப்படங்கள் தோல்வியுறுவது இயற்கையே.

ஒரு திரைப் படத்தின் வெற்றி .அது பெற்றுத் தரும் வருவாயினைக் கொண்டு கணிக்கப்படுகிறது. சிறந்த படங்கள்தாம் பெருத்த வருவாயினைத் தருகின்றன எனக் கூறுதல் முடியாது. ஆனால், மக்களுக்குப் பிடித்த படங்கள், குறிப்பாகப் பாமர மக்களுக்குப் பிடித்த படங்களே, பெருத்த வருவாயினைத் தருகின்றன. இதனை அறிந்துகொண்டு, தமிழ்ப் படாதிபதிகள் பாமர மக்களைக் கவரும் வகையிலேயே படங்கள் எடுக்க முனைகின்றனர். இதன் மூலம் ஒரு சில வேளைகளில் படத்தின் தரம் பாதிக்கப்படுதலைப் பற்றியோ, அன்றிப் படத் தொழிலில் அபிவிருத்தி காணப்படாமல் இருப்பது பற்றியோ, அவர்கள் கவலைப் படக் காணோம். பொதுவாக ஒரு படம் நல்ல வருவாய் தர வேண்டுமாயின் அது படத்தின் தன்மை, அதில் நடிக்கும் நடிக நடிகையரது புகழ், படத்திற்காகத் தரப்பட்ட விளம்பரம், படத்தின் தலைப்பு, படத்திலுள்ள பாட்டுக்களின் தரம், இவற்றினை ஒட்டி அமைகிறது. இன்னும் சில வேளைகளில் படம் வெளியிடப்படும் வேளையும் முக்கிய காரணமாக அமைதல் உண்டு. தீபாவளி, பொங்கல் பண்டிகைகளின்போது, வெளியிடப்படும் படங்கள் நல்ல வருவாயைத் தருகின்றன. மேலும், ஒரு படத்தைப்பற்றித் தினசரிப் பத்திரிகைகள், சஞ்சிகைகள், திரைப்பட ஏடுகள் என்ன கூறுகின்றன என்பதும் ஒரு திரைப் படத்தின் வெற்றி-தோல்வியை நிர்ணயிக்கின்றன. பத்திரிகைகளும், திரைப்பட ஏடுகளும் புகழும் திரைப்படங்கள், மக்களால் விரும்பிப் பார்க்கப்பட்டுப் பெருத்த இலாபத்தைத் தருகின்றன. பத்திரிகைகள் ஒரு படத்தினைப் பற்றித் தரும் மீள் நோக்கைப் படித்த பின்னரே, மக்கள், பெரும்பாலும் கல்வி அறிவுள்ள மக்கள், படங்களைக் காண்பது பற்றி முடிவு செய்கின்றனர் எனலாம். இவ்வகையில் திரைப்படங்களைப் பற்றிய பொது மக்கள் கருத்தினைப் பத்திரிகைகள் உருவாக்குவதனை நாம் காண்கிறோம். இதைத் தவிர, திரைப்படங்களைப் பற்றி அதனைக் காண்பவர்கள் பத்திரிகைகளுக்கும், நடிக நடிகையருக்கும் கடிதங்கள் எழுதுவதுண்டு. சாதகமாக எழுதப்படும் இவ்வகைக் கடிதங்களும் திரைப்படங்களுக்கு வெற்றியைத் தேடித் தருவதுண்டு. பெரும்பாலும் நம்மை ஒரு படத்தைக் காணத் தூண்டு

வது, நமது உறவினர், நண்பர்கள், பழக்கமானேர் போன்றோர் அப்படத்தைப் பற்றித் தரும் கருத்தாகும். நமது நண்பரொருவர் ஒரு படத்தைப்பார்த்துவிட்டு அது மிகச்சிறந்த படம் என்னும் கருத்தைத் தெரிவிப்பாராயின், நாமும் அப்படத்தை காணப் பெரிதும் தூண்டப்படுகிறோம். எனவே, ஒரு படத்தின் வெற்றிக்குப் பெரிதும் வழி கோலுவது அப்படத்தைப் பற்றிய தனி மனிதர்களது கருத்தே என்றல் அது மிகையாகாது.

ஒரு படம் பொதுமக்கள் காண்பதற்கு உகந்ததுதானு என்பதனை நமது நாட்டில் தணிக்கைக் குழுவினர் (Board of Censors) நிர்ணயிக்கின்றனர். தேவையற்றது, விரும்பத்தகாதது என அவர்கள் எண்ணும் படப்பகுதிகளைத் தணிக்கைக் குழுவினரின் ஆணைக்கிணங்கப் படத் தயாரிப்பாளர்கள் நீக்கிவிடுகின்றனர். படத்தின் நீளம், கதை, வசனம், நாகரிகம், ஆடை அணிமணிகள் பால் ஈர்ப்பு (Sex appeal) இவற்றைப் பற்றி இவர்களே தீர்மானிக்கின்றனர் எனலாம். தனி மனிதர்களும் தமது கருத்துக்களைத் தெரிவித்தல் உண்டு. 'நான் விரும்பும் பகுதி,' 'வெட்டுங்கள்' போன்ற பகுதிகளுக்குப் படத்தைப் பார்த்த மக்கள் எழுதும் கடிதங்களைக் கொண்டு ஒரு படம் பற்றிய பொதுமக்கள் கருத்தினை நாம் அறியலாம். மற்றொரு உளவியல் முறை கொண்டும், மக்கள் ஒரு படத்தில் விரும்பும்-வெறுக்கும் பகுதிகளைப் பற்றி அறிய முடியும். இம்முறையை நிகழ்ச்சி ஆய்வு முறை (Programme Analyser) எனலாம். இம்முறையை லாசர்பெல்ட் ஸ்டாண்டன் (Lazerfeld-Stanton) என்னும் அறிஞர் பயன் படுத்தினர். படத்தில் தாம் விரும்பும், வெறுக்கும் பகுதிகளை நிர்ணயிக்கையிருப்பவரின் முன் இரு விசைகள் இருக்கின்றன. ஒரு விசையை அழுத்துவதன் மூலம் பச்சை விளக்கையும், மற்றொரு விசையின் மூலம் சிவப்பு விளக்கையும் ஏற்ற முடியும். விரும்பும் பகுதிகளைக் குறிக்கப் பச்சை விளக்கும், விரும்பாத வெறுக்கும் பகுதிகளைக் குறிக்கச் சிவப்பு விளக்கும் பயன் படுத்தப்படுகின்றன. படம் ஆரம்பித்து, விரும்பிய பகுதி தோன்றும்போது அவர் பச்சை விசையை அழுத்துகிறார். விரும்பும் பகுதி முடியும் வரை பச்சை விசையை அழுத்திய வண்ணமே இருக்கிறார். தாம் வெறுக்கும் பகுதி வரும்போதும், அது தொடர்ந்து நடைபெறும்போதும் சிவப்பு விளக்கு விசையை அழுத்தியபடி இருக்கிறார். படத்தில் அவர் விருப்போ வெறுப்போ கொள்ளாத பகுதிகள் தோன்றும் போது இரண்டு விளக்குக்களும் எரிவதில்லை. இதனைக் கொண்டு, பச்சை விளக்கு எரியும் போது தோன்றும் பகுதிகளெல்லாம் அவரால் விரும்பப் படுபவை எனவும், சிவப்பு விளக்குப் பகுதிகளெல்லாம் அவரால்

வெறுக்கப்படும் பகுதிகள் எனவும், சிவப்பு பச்சை விளக்குகள் தோன்றுத பகுதிகள் யாவும் அவரது விருப்பு-வெறுப்பினைப் பாதிக்காத பகுதிகள் எனவும் அறியலாம். மேலும், ஒரு படம் முழுமைக்குமாக இவ்வகையில் அவர் தந்துள்ள எதிர் வினைகளைக் கொண்டு, பொதுவாகப் படத்தை அவர் விரும்புகிறாரா, அன்றி வெறுக்கின்றாரா எனவும் அறிந்துகொள்ள முடியும். இதைப் போன்று பலதரப்பட்ட பொதுமக்களை ஆய்வதன் மூலம் ஒரு படம் வெளியிடப்படும் முன்னரோ, வெளிவந்த பின்னரோ, அதன் வெற்றியை நிர்ணயித்துக் கொள்ள முடியும். பார்ப்பதற்கு மிகவும் எளிதாகத் தோன்றும் இம்முறையில் பல சிக்கல்கள் உண்டு. மக்களை மிகவும் தூண்டும் படங்களையும், அவர்களுடைய மன வெழுச்சிகளைப் பெரிதும் கிளறும் படங்களையும், மிகச் சிறந்த படங்களையும், பார்க்கும் போது, விசையை அழுத்துவதனை ஆட்படுபவர்கள் (Subjects) மறந்து விடுகிறார்கள். படத்தோடு மிகவும் ஒன்றிவிடும் போது, விசையை அழுத்தவேண்டும் என்னும் எண்ணமே தோன்றுவதில்லை. இத்தகைய நிலை ஏற்படுவதால், பரிசோதனையின் முடிவுகள் பெரிதும் பாதிக்கப்படுகின்றன. மேலும், வெறுப்பான பகுதிகள் நடைபெறும்போது சிவப்பு விளக்கினை எரிக்க வேண்டும் எனப்படுகிறது. ஆனால், வெறுப்பான பகுதிகள் என்றால் என்ன? ஒருவர் உள்ளத்திற்குப் பிடிக்காத, உகந்து காணப்படாத பகுதிகளை வெறுப்பான பகுதிகள் எனலாமா? படத்தின் கொடியவனும் (Villain) அவனது செயல்களும் பார்ப்போரது உள்ளத்தில் பெரும் வெறுப்பை மூட்டுவது உண்மையே. இப்பகுதிகள் தோன்றும்போது சிவப்பு விளக்கு பயன் படுத்தப்படலாம். இதனைக் கொண்டு படத்தின் இப்பகுதி வெறுப்பைத் தரக்கூடியது எனக் கூற முடியாது. உதாரணமாக, திரைப்படத்தில், கொடியவன் கதா நாயகியைக் கொடுமை செய்யும் பகுதி வருகிறது என்போம். உடனே சிவப்பு விளக்கு விசை அழுத்தப்படுகிறது; இங்கிலியில் படத்தில், கதா நாயகன் தோன்றிக் கொடியவனை நையப் புடைக்கிறான் என்போம். பச்சை விளக்கு உடனே எரிகிறது; ஆனால், கொடியவன் கதா நாயகியைக் கொடுமைப்படுத்துவதினைத் தனது ஆண்மையால் கதா நாயகன் தடுக்கும் காரணத்தினாலன்றோ கொடியவன் நையப்புடைக்கப்படும் காட்சி இன்பம் தருகிறது? முதற் பகுதி இல்லாவிடில் இரண்டாம் பகுதியன்றோ வெறுக்கப்படும்? இத்தகைய குறைபாடுகள் இம்முறையில் உண்டு. தேர்ச்சி மிக்க உளவியலாரின் துணை கொண்டே இம்முறையைப் பயன் படுத்தவும், இதன் மூலம்

சரியான உண்மைகளை அளந்தறியவும் முடியும். பொதுவாகக் கூறுமிடத்து இது பயன் தரும் முறையாகும்.

இம்முறையைக் கொண்டும் இது போன்ற பிற முறைகளைக் கொண்டும் அமெரிக்கா போன்ற மேலை நாடுகளில் ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன[9]. இதன் மூலம் அமெரிக்க நாட்டு மகளிர் பொதுவாக இசையுடன் கூடிய இன்ப முடிவுக் கதைகளையும் (Musical Comedies) காதற் கதைகளையும், ஆழ்ந்த கதைகளையும் (Serious dramas) பெரு விருப்பத்துடன் கண்டு களிக்கின்றனர்; மர்மக் கதைகள் (Mysteries) பயங்கரமான திகிலூட்டும் படங்கள், கொள்ளைக் கூட்டம், இராணுவத்தினர், போர் இவை பற்றிய படங்களைப் பெரிதும் வெறுத்தனர். ஆண்களோவெனில், இசை கொண்ட இன்ப முடிவுக் கதைகளையும், போர் பற்றிய படங்களையும், தீரச் செயல் மிக்க படங்களையும் விரும்பிக் கண்டனர். வரலாற்றுக் கதைகள், வாழ்க்கை வரலாறுகள், மர்மத் திகிலூட்டும் கதைகள், போன்றன ஆண்களால் வெறுக்கப்பட்டன. பொதுவாகக் கூறுமிடத்து இன்ப முடிவுகளைக் கொண்ட கதைகள் பெரும் பாலான ஆண்களாலும் பெண்களாலும் விரும்பப்பட்டதைக் கண்டனர். காதற்கதைகளை, ஆண்களைவிடப் பெண்களே விரும்பிக் காண்கின்றனர். போர்க்கதைகளிலோ எதிரான முடிவுகாணப்படுகிறது. இதைப் போன்ற ஆராய்ச்சிகள், இந்தியப் படத்துறையினரால் எமக்குத் தெரிந்தவரை இது வரை நமது நாட்டில் மேற்கொள்ளப்படவில்லை. ஆண்டு தோறும் நடை பெறும் சிறந்த படத்தேர்வும், சிறந்த நடிக நடிகையர் தேர்வும் ஓரளவு இவ்வகையில் உதவலாம். ஆயினும், இவையும் பத்திரிகைகளின் சார்பிலும், திரைப்படச் சங்கங்களின் சார்பிலும் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. மக்களில் மிகக் குறைந்த பகுதியினரே இதில் பங்கு கொள்கின்றனர். இவ் வாராய்ச்சிகள் [இவற்றினை ஆராய்ச்சிகள் என்பதே தவறு] தேர்ச்சியும் திறனும் கொண்ட நிபுணர்களின் துணை கொண்டு அறிவியல் முறையில் நடத்தப்படுவதும் இல்லை. இக்காரணங்களால் இவற்றின் அடிப்படையில் முடிவுகளுக்கு வருவதும் தவருகும். பொதுவாகக் கூறுவதாயின், இந்திய மக்களும் இன்ப முடிவுடன் கூடிய கதைகளையே காண விழைகின்றனர். துன்ப முடிவுடன் (Tragedy) கூடிய கதைகள் ஓடுவதே இல்லை என்பதை அறிந்துள்ள திரைப்படத் தயாரிப்பாளர்கள் துன்ப

---

9. See. Kimball Young Hand-book of Social Psychology-Rutledge Kegan Paul Ltd. 1957. P. 401.

முடிவுடன் கூடிய கதைகளுக்கும் வலிந்து இன்ப முடிவுகளைத் தேடித் தருகின்றனர். இறந்துபடும் கதாநாயகனும் நாயகியும் கூட இன்ப முகத்துடன் இணைந்து மேலுலகம் செல்வதாகவன்றே காட்டப்படுகின்றனர்? காதல் கதைகள் ஆண், பெண், இளைஞர், முதியோர் ஆகியோரால் ஒருங்கே விரும்பப்படுகின்றன. ஆண், பெண் நெருங்கிப் பழகுவதை நமது சமூகம் அனுமதிக்காதது இப்படங்களைக் காண்பதற்கு ஒரு வேளை தூண்டுதலாக அமையலாம். சமூகத்தைச் சீர்திருத்தும் நோக்கத்துடன் கருத்துக்களைப் புகுத்தும் சமூகக்கதைகள் (Social Pictures) இன்றைய இளைஞர்களைப் பெரிதும் கவர்கின்றன. இதைப் போன்றே பழமை விரும்பிகளுக்கும், முதியோர்களுக்கும் புராணக் கதைகள் இன்பம் பயக்கின்றன. நமது நாட்டு மக்கள் பொழுது போக்கிற்கெனவே படங்களைக் காண்கின்றனர் எனலாம். எனவே, இன்ப முடிவுகளைக் கொண்ட கதைகளையும், இன்பம் பயக்கும் கதைகளையும் மட்டுமே அவர்கள் விரும்பிக் காணுதலில் வியப்பில்லை.

படம் பார்ப்பதில் மக்களுள் வேறுபாடு காணப்படுகிறது. ஒரு சிலர் படத்தில் வரும் காட்சிகளால் எளிதில் மனவெழுச்சிகளுக்கு உடன்பட்டுவிடுகின்றனர். கதாநாயகி அல்லலுற்று அழும்போது படம் பார்ப்பவரில் ஒருசிலர் கூடவே அழுகின்றனர். கதாநாயகன்-நாயகி போன்றோர் துன்பச் சூழ்நிலையை வெற்றியுடன் சமாளிக்கும்போது, தாமே வெற்றி பெற்றதாகக் கருதிப் பெரிதும் மகிழ்ந்து, கைதட்டி ஆரவாரம் செய்யும் மக்களையும் நாம் பார்க்கிறோம். இவ்வாறு படத்தோடு, படத்திலுள்ள பாத்திரங்களோடு, ஒன்றிச் செயலுறுதலை ஒட்ட உணர்தல் (empathy) என்னும் நடத்தைக்கு உதாரணமாகக் கூறலாம். கொடியோன் உதைக்கப்படும்போது நம்மில் பலரும் அவரை அடிக்க வேண்டும் என்ற உணர்ச்சியில் நம்மை அறியாது கை கால்களை அசைப்பதுண்டு. சிறுவர் சிறுமியர், பெண்கள், முதியோர், அதிகக் கல்வி அறிவில்லாதோர் போன்றோர் இவ்வகையில் படத்தின் பாத்திரங்களோடு எளிதில் ஒன்றி விடுகின்றனர். மன முதிர்ச்சியும், கல்வி அறிவும், வாழ்வில் அனுபவமும் பெற்றவர்கள் அதிகமாக ஒட்ட உணர்தலில்லை எனலாம்.

நமது மக்களும் திரைப்படங்களும்

பொதுமக்களின் விருப்பங்களை ஒட்டியே திரைப்படங்கள் அமைகின்றன. இல்லையேல், திரைப்படங்கள் தோல்வியுறுவதுடன் வருவாயும் தருவதில்லை. பல இலட்சக்கணக்கான பணம்

செலவிடப்பட்டே ஒரு திரைப்படம் எடுக்கப்படுகிறது. திரைப் படங்களின் தலைவிதியை நிர்ணயிக்கும் பொதுமக்களின் விருப் பங்களை இங்கு ஆராய்வோம்.

ஒரு நாட்டு மக்களின் பண்புக்கு ஏற்பத் திரைப்படங்கள் அமைகின்றன என முன்னரே கூறினேம். அமெரிக்க நாட்டுத் திரைப் படக் கதாநாயகி முதலில் ஒழுக்கம் கெட்டவள் போன்று தோன்றினாலும் முடிவில் நல்லவளாகவே காட்சியளிக்கிறாள் என கிம்பல் யங் தமது நூலில் கூறியுள்ளார். இதற்குக் காரணம் காண்பது எளிது. அமெரிக்கச் சமூகத்தில் ஆண்களும் பெண் களும் நெருங்கிப் பழகும் வாய்ப்பு உண்டு. எனவே, திருமணம் ஆகும் முன், அந்நாட்டு நங்கை பல ஆண்களுடன் நெருங்கிப் பழகிப் பின்னர் தனக்குரியவனைக் கணவனாக அடைகிறாள். ஆனால், நமது நாட்டு நிலை வேறு. நமது நாட்டில் பெண்ணின் கற்பு பெரிதும் மதிக்கப்படுகிறது. இதனையே நமது திரைப் படங்களும் பிரதிபலிக்கின்றன. தமிழ்த் திரைப்படக் கதாநாயகி கற்புக்கு இலக்கணமாகக் காட்டப்படுகிறாள். அவளது கற்புக்கு எள்ளளத்தனை இழிவு நேரினும், அவள் தற்கொலையில் ஈடுபடுவ தாக நம் நாட்டுப் படங்கள் காட்டுகின்றன. பொதுமக்களும் தமது கதாநாயகியை இலட்சிய மங்கையாகவே காண முற்படு கின்றனர். ஏதேனும் ஒரு படத்தின் கதாநாயகி ஒழுக்கம் கெட்டவளாகக் காட்டப்படின், அப்படம் தோல்வியடைவதுடன், அப்படத்தைத் தயாரித்தவர்களும் தமிழ் மக்கள் கண்டனத் திற்கு உரியவராவர் என்பது திண்ணம். அதே போன்றே கதாநாயகனும் இலட்சிய மகனாகவே திகழக் காண்கிறோம். ஒழுக்க நிலையில் சிறிது தவறினும், பெண்ணின் பெருமையால் அவன் மீண்டும் திருந்துகிறான். கொடியவனை முழுக்க முழுக்கக் கொடியவனாகவே திரைப்படங்கள் காட்டுகின்றன.

தமிழ்த் திரைப்படங்கள் உண்மைக்குப் புறம்பானவை (Unrealistic) எனப்படுவதுண்டு. இதுவும் மக்கள் விருப்பத்தை யொட்டியே அமைகிறது. பாட்டுப் பாடாமல் நமது கதாநாய கனும் நாயகியும் காதல் புரிவதில்லை. சாவு ஏற்படும் போதெல் லாம் அகல் விளக்கு அணைந்துதான் ஆக வேண்டும். கதாநாயகி வீட்டை விட்டு வெளியேறும்போது, மின்னல் மின்ன, பெரு மழை பெய்ய, இடி இடிக்கிறது. எத்துணை சோகமான காட்சி யானாலும் தமிழ்க் கதாநாயகனும் கதாநாயகியும் சோகரசம் ததும்பப் பாட்டுப் பாடுவார்கள். சண்டையிடும் கதாநாயகன் நூற்றுக்கணக்கான போர் வீரர்களை அலட்சியமாக அடித்து வீழ்த்துகிறான். ஆனால், அவனை எதிர்க்கும் கொடியவனோடு

மட்டும் நீண்ட நேரம் போர் புரிவான். அதிலும் முடிவில் நமது கதாநாயகர் வெற்றியே காண்பார். மனித முயற்சிகள் பயனின்றிப் போகும்போது, ஆண்டவன் நேரடியாக மேடையில் தோன்றிக் கதாநாயகனையும் நாயகியையும் கடாட்சித் தருள்வார். இவ்வகையிலேயே தமிழ்த் திரைப்படங்கள் ஓடுகின்றன. இதனைக் கொண்டு படத்தயாரிப்பாளர்களையும் இயக்குநர்களையும் (Directors) திறமை குறைந்தோர் என்பது தவறு. மனித விருப்பங்களை நன்கு அறிந்த இவர்கள், பொதுமக்கள் விருப்பத்தினை ஒட்டியே இப்படிப் படங்களைத் தயாரிக்கின்றனர். பொதுமக்கள் உண்மைக்குப் புறம்பானவற்றைக் காண்பதில் ஏன் இத்தனை விருப்பம் காண்பிக்கின்றனர் எனும் கேள்வி எழலாம். வறுமையிலேயே உழன்று, தமது வாழ்வில் தாம் விரும்புவனவற்றைப் பெறமுடியாத மக்கள் தமது இலட்சிய மக்களான கதாநாயகன், நாயகி மூலமே தமது விருப்பங்களை நிறைவேற்றிக் கொள்கின்றனர் எனலாம். ஒரு சாதாரண- பாமர மகனுக்கு மனக் கோட்டை (Fantasy) கட்டுதற்கும், பகற்கனவு காண்பதற்கும், இவற்றின் மூலமாகத் தன் விருப்பங்களை எண்ண அளவில் பெறவும் திரைப்படம் நன்கு பயன்படுகிறது.

அதே போன்று, மேலை நாடுகளில் 6000 அல்லது 7000 அடிகளுக்குள் சிறந்த படம் எடுக்கும்போது, நமது படங்கள் 18,000 அடிகளுக்கு மேற்படுவது ஏன் என்னும் கேள்வியும் எழுவதுண்டு. பொதுமக்கள் விருப்பமே இதற்குக் காரணம். மேலை நாட்டிலுள்ள மக்கள், திரைப்படங்கள் தவிர பல வேறு வகைக் கேளிக்கைகளிலும் இன்பப் பொழுது போக்குகளிலும் ஈடுபடமுடியும். ஆனால், வறுமையில் உழலும் நமது பொதுமக்கட்கோ திரைப்படமே ஒரே வகைப் பொழுது போக்காகும். எனவே, தாம் தரும் பணத்திற்குக் குறைந்தது மூன்று மணி நேரமாவது படம் பார்த்தால் மட்டுமே அவர்களுக்கு மனத் திருப்தி ஏற்படுகிறது. கல்வியறிவு பெற்ற மக்கள் இதனை விரும்பாமல் இருக்கலாம். ஆனால், திரைப்படத் தயாரிப்பாளர்கள் பொதுமக்கள் விருப்பத்திற்குத் தலைசாய்த்தே ஆக வேண்டும்.

ஆடலும் பாடலும் திரைப்படத்திற்கு இன்றியமையாத தேவைகளாகக் காணப்படுகின்றன. ஆடல் பாடலற்றத் திரைப்படங்கள் விரைவில் பெட்டிக்குள் பதுங்கி விடுகின்றன. ஆடல் பாடல் என்னும்போது, கர்நாடக சங்கீதத்தையும் பரத நாட்டியத்தையும் நாம்குறிப்பிடவில்லை. நம் நாட்டுப் பொதுமக்கள் விரும்பும் ஆடல்பாடல் ரகத்தினை நமது படத்தயாரிப்பாளர்கள்

நன்கு அறிந்து, தமது படங்களில் தேவையற்ற இடங்களில் கூட இவற்றினைப் புகுத்திக் கொள்கின்றனர்.

புராணக் கதைகளும் தேவையானபோது கடவுளர் மேடையில் தோன்றுவதும் பாமரமக்களுக்கு மிகவும் பிடித்தமானதாக அமைந்திருக்கிறது. இதுவும் நாட்டுப் பண்பை ஒட்டி அமைவதே. இன்று நாட்டிலே பரவி வரும் சீர்திருத்தக் கருத்துக்களால் இங்கிலை ஓரளவு மாறி வருகின்றது.

நமது படங்களில் மற்றொன்றினையும் நாம் காண்கிறோம். நடிப்பை விட, சொற்பொழிவுகளுக்கும் பேச்சிற்கும் முக்கியத்துவம் தரப்படுதலையே நாம் குறிக்கிறோம். மேலை நாட்டு உயர் நடிகர்கள் ஓர் அங்க அசைவினைக் கொண்டு பல பாவங்களைக் காட்டும் திறன் பெற்றவர்களாக அமைகின்றனர். ஆனால், நமது நாட்டில் வீராவேசமாகக் கடும் வேகத்தில் சொற்களைச் சண்டப்பிரசண்டமாக அள்ளி வீசும் திறன் படைத்தோரே பெரும் நடிகர்களாக விளங்குதலை நாம் காண்கிறோம். ஒரு வேளை பேசுவதிலேயே நமது பொழுதைக் கழித்துச் செயலில் ஈடுபடாத நமது பண்பினை இது பிரதிபலிக்கிறது போலும்!

ஒரு படத்தில் திறம்பட நடித்த ஒரு நடிகர் அல்லது நடிகை பின்னர் தோன்றும் படங்கள் யாவும் வெற்றிப் படங்களாக மாறுவதனை நாம் காண்கிறோம். இது திரைப்படத் தயாரிப்பாளர்களுக்கும், இயக்குநர்களுக்கும் கூடப்பொருந்தும். இதன் காரணமாகவே இன்று நமது நாட்டில் பிரபல திரைப்படக் கதாநாயக-நாயகிகளின் எண்ணிக்கை விரல் விட்டு எண்ணும் அளவிலேயே அமைந்துள்ளது. புதிய முகங்கள் தோன்றுவதற்கும் வெற்றி பெறுவதற்கும் வழியின்றி, அதிக வயதினை எட்டிய வர்களையே இன்னும் கதாநாயகராகவும், நாயகியராகவும் கொண்டுள்ளோம். ஒரு படத்தில் சிறப்புற நடித்தவர் சிறந்த நடிகராகவே காணப்படுவார் என்பதும் ஒருவகை மூட நம்பிக்கையே.

மேலே தமிழ்த்திரையுலகில் நாம் காணும் ஒருசில நிலைகளை விளக்கியுள்ளோம். இவை யாவும் பெருவாரியான மக்கள் விருப்பத்தினை ஒட்டியே அமைகின்றன. மனித உள்ளங்களைப் பற்றிய நல்ல அறிவு கொண்ட நமது படத்தயாரிப்பாளர்கள் பொது மக்கள் கருத்தினையும் விருப்பங்களையும் நன்கு அறிந்து, அவற்றிற்கேற்ற திரைப்படங்களை உருவாக்கிப் பெருத்த வருவாயைப் பெறுகின்றனர்.

திரைப்படம் காண்பதன் விளைவுகள்

திரைப்படங்களைப் பார்ப்பதால் பெருங்கேடு விளையும் எனச் சிலர் கருதுகின்றனர். இவ்வகையில் பலர் தமது எதிர்ப்பினைக் காட்டியிருப்பினும், திரைப்படங்கள் பெரிதும் மக்கள் மனத்தினைக் கவரவே செய்கின்றன. திரைப்படங்களைக் காணுதல் கண்களுக்கு மிகவும் கெடுதல் எனப்படுவதுண்டு. மனிதனது நவீன வாழ்வில் பல்வேறு பொருட்களும் நிலையங்களும் மனிதனது கண்களைப் பாதிப்பதுண்டு. அவற்றுள் திரைப்படமும் ஒன்றே. இளைஞர்களில்—குறிப்பாக மாணவரில், பெரும் பான்மையானோர் பார்வை மந்தத்தால் பாதிக்கப்பட்டுள்ளனர் என மருத்துவர்கள் கருதுகின்றனர். இந்நிலை பல காரணங்களால் தோன்றியிருக்கலாம். போதிய உணவின்மை, சத்துள்ள உணவுகளை உண்ணுமை, உணவில் வைட்டமின் "A" (Vitamin A) குறைவுபடுதல், வாழ்க்கை வசதியின்மை, இரவில் அதிக நேரம் கண்விழித்தல் போன்றனவும் புகைத்தல் போன்ற பழக்கங்களும் ஒருவரது கண்களைப் பாதிக்கலாம். திரைப்படமும் கண்களைப் பாதிப்பனவற்றுள் ஒன்றாக அமையலாம், 18,000, 20,000 அடி நீளமுள்ள படங்களை மூன்று மூன்றரை மணி காலம் தொடர்ந்து பார்த்தால் கண்களைப் பாதிப்பது இயற்கையே.

கொட்டகைகளில் நீண்ட நேரம் இருந்து படம் பார்ப்பதும் மனிதர்களது உடல் ஆரோக்கியத்தினைப் பாதிக்கலாம். அடைக்கப்பட்ட கொட்டகையில் தூய காற்றுப் புக முடியாதிருக்கும் நிலையில் உடல் நலம் பாதிக்கப்படுகிறது. பெரும்பாலும் நீண்ட நேரம் கொட்டகையிலிருந்து படம் பார்த்துவிட்டு வெளி வரும்போது, பெரும்பாலானோர் தலைவலியால் பீடிக்கப்படுகின்றனர். [ஒரு வேளை அப் படமே தலைவலி உண்டாவதற்குக் காரணமோ என்னவோ ?] மேலும், ஒரு சிலர் மயக்கமடைதலும் வாந்தி எடுத்தலும் உண்டு. குறிப்பாக, நடுப்பகலில் நடைபெறும் பகல் காட்சிகள் (Matinee Shows) இவ்வகையில் பெருங்கேடு விளைவிப்பனவாக உள்ளன.

படங்களைக் காண்பதில் மக்களிடையே காணப்படும் வேறுபாடுகளையும் அவை விளைவிக்கும் விளைவுகளையும் மேலை நாடுகளில் ஆராய்ந்துள்ளனர். இவற்றினின்று தனி மனிதர்கள் படங்களைக் காண்பதில் பெரிதும் வேறுபடுகின்றனர் எனக் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. மேலும், வயதின் அடிப்படையிலும் திரைப்படம் காண்பதில் மனிதர்களிடையே பெரும் வேறுபாடு காணப்பட்டது. மூன்றாவதாக, மனிதர்களுடைய கல்வி நிலை, பொருளாதார நிலை, பகுப்பு (Class) வேறுபாடுகள் இவையும்

முக்கிய ஏதுக்களாக அமைகின்றன. இவற்றின் அடிப்படையிலும், திரைப்படம் காண்பதிலும், அவற்றினை அனுபவிப்பதிலும் மனிதர்களிடையே வேறுபாடுகள் காணப்பட்டன. திரைப்படம் காண்பது தூக்கத்தினைப் பாதிக்கின்றதா என்பதனைச் சாமுவேல் ரென்ஷா (Samuel Renshaw) என்பவரும் பிறரும் ஆராய்ந்துள்ளனர். திரைப்படம் பார்ப்பதால் ஒரு சில சிறுவர் சிறுமியரது தூக்கம் பாதிக்கப்பட்டது. அவர்களுடைய தூக்கம் அமைதியற்றதாக இருந்தது. இன்னும் சிலரோ திரைப்படம் கண்ட பின்னர் அயர்ந்து தூங்கினர். மற்றவர்களோ எப்பொழுதும் தூங்குவது போலவே தூங்கினர்.

திரைப்படங்கள் மனவெழுச்சிகளை எழுப்புவதனையும் மேலை நாட்டு ஆராய்ச்சியாளர்கள் பல பரிசோதனைகளை நடத்திக் கண்டறிந்துள்ளனர். அச்ச உணர்ச்சியைக் கிளப்பும் பகுதிகளால் சிறுவர்களும், காதல் உணர்ச்சியால் குமரப்பருவத்தினருமே பெரிதும் பாதிக்கப்படுகின்றனர். ஹெர்பர்ட் ப்ளுமர் (Herbert Blumer) என்னும் ஆராய்ச்சியாளர் கல்லூரி மாணவர்கள், பள்ளி மாணவர்கள், தொழிலாளர்கள், அலுவலக ஊழியர்கள் போன்றோரை ஆராய்ந்ததில், திரைப்படங்கள் அச்சம், காதல், சோகம், கிளர்ச்சி (Excitement) என்னும் அனுபவங்களுக்கு இவர்களை உட்படுத்துகின்றன எனக் கண்டறிந்தார். மேலும், கல்வியறிவில் குறைந்தோர் இவ்வகையில் பெரிதும் பாதிக்கப்படுகின்றனர் எனவும் காட்டியுள்ளார்.

கல்வித் துறையிலும் திரைப்படங்கள் மிக்க வன்மையுடையனவாகக் காணப்படுகின்றன. அறிவு முதிர முதிர திரைப்படங்களின் துணைகொண்டு பெரிதும் அறிந்துகொள்ள முடியும். இதுவே காட்சிக் கேள்விக் கல்வி முறையின் (Audio-Visual Education) காரணமாகும். இன்றுள்ள பல உயர்நிலைப் பள்ளிகளிலும், கல்லூரிகளிலும், காட்சிக் கேள்விக் கல்வி முறை ஒரு முக்கிய முறையாகப் பின்பற்றப்படுகிறது. திரைப்படங்களைக் கொண்டு பெரும் அளவில் கருத்தேற்றம் செய்தல் முடியும். பிஞ்சு உள்ளங்களில் திரைப்படங்களின் துணைகொண்டு கருத்தேற்றம் செய்வதாயின் நாம் விரும்பும் வகையில் பொது மக்கள் கருத்தினை உருவாக்குவதுடன், நாம் விரும்பும் வகையில் மக்களின் நடத்தையையும் ஆக்க நிலையிறுத்தம் செய்தல் முடியும். மக்களது எண்ணங்களையும், கருத்துக்களையும் திரைப்படங்களைக் கொண்டு மாற்றியமைக்க முடியும். இந்திய மக்களிடையே யிருந்த ஒற்றுமையைத் தோற்றுவிப்பதற்கோ அன்றி ஒற்றுமையைக் குலைக்கவோ திரைப்படத்தின் துணைகொண்டு முடியும்.

அதே போன்று அரசியல், சமூக, பொருளாதார, சமயக் கருத்துக்களையும் புகுத்தவோ, மாற்றியமைக்கவோ முடியும். இதன் பொருட்டே திரைப்படங்களைத் தணிக்கை செய்யத் தணிக்கைக் குழுவினர் நியமிக்கப்பட்டுள்ளனர்.

கொலை, கொள்ளை, கற்பழித்தல் போன்றவற்றினைத் திரைப்படங்களில் காண்பதன் மூலம் மக்கள்—குறிப்பாகச் சிறுவர், சிறுமியர்—சமூக எதிரிகளாக மாறுவதுண்டா? இக்கேள்வி பெரிதும் விவாதிக்கப்படுகிறது. இளங்குற்றவாளிகள் (Juvenile Delinquents) அனைவரும் இன்றைய திரைப்படங்களால் கெடுக்கப் பட்டவர்களே என ஒருசிலர் கருதுகின்றனர். இதை முழுதும் உண்மையென ஏற்றுக் கொள்ளுதல் முடியாது. வீட்டு நிலைமை, வறுமை, கவனிப்பின்மை, தந்தை தாய் இவர்களிடையே அன்பு காணப்படாமை, குழந்தையை வெறுத்தல் போன்றன இளங் குற்றவாளிகளை ஒரு சமூகத்தில் தோற்றுவிக்கலாம் இளங் குற்றவாளிகளை உண்டுபண்ணுவதில் திரைப்படங்களின் பங்கு என்ன என்று காணப் பல ஆராய்ச்சிகள் நடந்துள்ளன. இவற்றினைப் பற்றி விவாதிக்கும்போது, "துரதிருஷ்டவசமாக இவ்வாராய்ச்சியில் இறங்கின பலரும், ஆராய்ச்சியில் இறங்குவதற்கு முன்னரே திரைப்படங்கள் குழந்தைகளுக்குக் கெடுதியே விளைவிக்கும் என்று உறுதியாக நம்பியே இவ்வாராய்ச்சியில் இறங்கினர்கள்" என்று கிம்பல் யங் கூறுகிறார். இது முற்றிலும் உண்மை. அறிவியல் ஆராய்ச்சிகளில் முடிவுகளை முன்னரே மனத்தில் எண்ணி இறங்குதல் தவறு. ஆராய்ச்சியாளர்கள் எண்ணும்போது, நடுவுநிலையினின்று முடிவுகளைக் காணுதல் மிகவும் இன்றியமையாத தேவை. குறிப்பாகச் சமூக அறிவியல்களில் (Social Sciences) இது மிகவும் முக்கியமானதாகும். நடுவுநிலையினின்று இதனை ஆராய்ந்துள்ள ஆராய்ச்சியாளர்கள் முன்னரே உள்ள எண்ணங்களையும் கருத்துக்களையும், நடத்தைகளையும் திரைப்படங்கள் இன்னும் வலிமை யுடையவனாக மாற்றுகின்றன எனவும், திரைப்படங்கள் புதிய நடத்தைகளைத் தோற்றுவிப்பதில்லை எனவும் கருதியுள்ளனர். சமூக உளவியல் மாணவர்கள் இத்துறையில் இன்னும் ஆராய்ச்சிகளில் ஈடுபடவேண்டும். அவற்றின் அடிப்படையிலேயே இச்சிக்கல் பற்றிய முடிவுகளை நாம் அறிவியல் அடிப்படையில் கண்டுகொள்ள முடியும்.

பத்தாம் அதிகாரம்

கொள்கை பரப்பல்

வரையறை — பயன் — கல்வி கொள்கை பரப்பலா ?

கொள்கைப் பரப்பும் விதங்கள் — நோக்கங்கள் — கொள்கை பரப்பல் வகைகள் — வழியும் முறைகளும் — கட்சிக் கூப்பாடுகள் — பெயர் சூட்டல் — நற் சான்று — வேற்றுரு — பகட்டும் பொதுமைகள் — முரசறை முறை — பொது நலம் சுட்டல் — புரட்டல் — இடமாற்றம்.

கொள்கை பரப்பல் விதிகள்.

கொள்கை பரப்பல் (Propaganda)

சென்ற அதிகாரத்தில் பொதுமக்கள் கருத்தினைப் பெரிதும் உருவாக்கும் ஊடகங்களாகப் பத்திரிகைகள், வானொலி, திரைப் படம் என்பன பற்றி மட்டும் கண்டோம். பொதுமக்களிடம் உள்ள உருவம் பெறுத எண்ணங்களுக்கும், விருப்பங்களுக்கும், இலட்சியங்களுக்கும் உருவம் தந்து, அவற்றினை அவர்களது நனவு வாழ்வில் இடம்பெறச் செய்தற்குப் பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குதல் எனப் பெயர். பத்திரிகைகள், வானொலி, திரைப்படம் போன்றன பொதுமக்கள் கருத்தினை உருவாக்குவதற்கு மட்டும் பயன்படுத்தப்படுவதில்லை. கொள்கை பரப்பும் பொருட்டுத் தனி மனிதர்களாலும், அரசியல் சமயக் குழுவினராலும், வர்த்தக-வணிக நிலையங்களாலும் இவை பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இன்றைய சமூகத்தில் வாழும் மனிதர்கள் கொள்கை பரப்பலுக்குப் பெரிதும் உட்படுத்தப்படுகின்றனர். கட்சிகள், சமயங்கள், வர்த்தக-வணிக நிலையங்கள் ஆகியவற்றைச் சார்ந்தோரும் தலைவர்களும், தமது கருத்துக்களையும் எண்ணங்களையும் தமது சுய நன்மையைக் குறித்தும், தாம் நீடித்து நிலைத்து நிற்பதற்காகவும் சமூகத்தில் வாழும் பிற மனிதர்கள் மேல் திணிக்க முற்படுகின்றனர். இவற்றினைப் பற்றிச் சமூக உளவியலார் அறிந்திருப்பதோடு, மிகவும் எச்சரிக்கையாகவும் இருத்தல் அவசியமாகும்.

தூண்டுதல் முறைகளைப் பயன்படுத்தி, மக்களது எண்ணங்களை மாற்றி, அதன் மூலம் அவர்களது நடத்தையை மாற்றுவதனைக் கொள்கை பரப்பல் எனலாம். ஒரு தனி மனிதரோ, அன்றி மனிதக் குழுவினரோ, திட்டம் தீட்டித் தகுந்த முறைகளைப் பயன்படுத்திப் பொதுமக்கள் கருத்தினையும் எண்ணங்களையும் மாற்றியமைக்கக் கொள்கை பரப்பலின் மூலம் முற்படுவதுண்டு. எல். டபிள்யூ டுபு என்னும் அறிஞர், "கருத்தேற்றத்தினை ஒழுங்கான முறையில் பயன்படுத்திப் பொதுமக்களது மனப்பான்மையைக் கட்டுப்படுத்தவும் அதன் மூலம் அவர்கள் நடத்தையைக் கட்டுப்படுத்தவும், முயலும் தனி மனிதரோ, அன்றி மனிதர்களோ எடுத்துக்கொள்ளும்

முயற்சியே கொள்கை பரப்பல்'' என்கிறார்[1]. பார்ட் (Charles Bird) என்பவரோ, ''பெருங்குழுவினர்களின் மனப்பான்மையைக் கட்டுப்படுத்துவதற்கெனவும், இதன் மூலம் தாம் விரும்பும் நடத்தையை அவர்கள் மேற்கொள்ளச் செய்யவும், திட்டமிட்டு ஒழுங்கான முறையில் கருத்தேற்றத்தினைப் பயன்படுத்துதலே கொள்கை பரப்பல்'' என்கிறார். எனவே, கொள்கை பரப்பல் என்பது கருத்தேற்றத்தினைப் பயன்படுத்துகிறது எனவும், மனிதர்களது மனப்பான்மையையும் எண்ணங்களையும் பொது மக்கள் கருத்தினையும் மாற்றிக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுபவர்களுடைய விருப்பத்திற்கேற்ப மக்களது நடத்தையைக் கட்டுப்படுத்த உதவுகிறது எனவும் தெளிவாகிறது.

பொதுவாகக் கொள்கை பரப்பல் என்பது, தவறான காரியங்களுக்காகவே பயன்படுத்தப்படுகிறது என மக்கள் நினைக்கின்றனர்; இது தவறு. நல்ல காரியங்களுக்காகவும் கொள்கை பரப்பல் பயன்படுத்தப்படுவதுண்டு. கொள்கை பரப்பல் சிறந்ததா, அன்றித் தீமையானதா என்பதனை அதனை யார், எதற்காக மேற்கொள்ளுகிறார்கள் என்பதனைக் கொண்டே கணித்தல் வேண்டும்.

ஒருவகையில், கல்வியினையும் கொள்கை பரப்பல் என்றே கூறவேண்டும். ஆசிரியர்கள் அனைவரும், உயர்ந்த எண்ணங்களையும் இலட்சியங்களையும் மாணவர் உள்ளத்தில் தோற்றுவிப்பதற்கெனக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுகின்றனர். இதனைக் கொண்டே டூப் என்பார் தமது நூலில், ''எல்லா வகைக் கல்வியும் கொள்கை பரப்பலே'' எனக் கூறியுள்ளார். இவ்வகையில் வாதிடுவது தவறு என மற்றோர் பகுதியிலே நாம் கூறியிருக்கிறோம். ஆயினும், கல்வித் துறையில் ஆசிரியர்களும் பெற்றோர்களும் ஓரளவு கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுகிறார்கள் என்பது உண்மையே. நட்பு, அறம், கற்பு, வீரம், கூடி வாழ்தல் போன்ற உயர் எண்ணங்கள் கல்வித் துறையினரால் பரப்பப்படுகின்றன.

இன்றைய நாளில், அரசியல் கட்சிகள், பத்திரிகைகள், அச்சிட்ட விளம்பரங்கள் போன்றவை மூலமும் சொற்பொழிவுகளின் மூலமும் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுகின்றன. வர்த்தக-வணிக நிலையங்களால் வெளியிடப்படும் பெருவாரியான விளம்பரங்கள் கொள்கை பரப்பலிலேயே ஈடுபடுகின்றன. இவற்றினைப் பற்றிப் பின்னர் விளக்குவோம்.

---

1. See. L. W. Doob Propaganda, its Psychology and techniques.

கொள்கை பரப்பும் விதங்கள்

பொதுவாகக் கூறுமிடத்துக் கொள்கை பரப்பல் இரு வகைப் படும். அவை நேரடியான கொள்கை பரப்பல் (Direct Propaganda), மறைவான கொள்கை பரப்பல் (Veiled) எனப்படும். நேரடியான கொள்கை பரப்பலில் ஒளிவு மறைவு காணப்படுவ தில்லை. மக்களின் மனப்பான்மையை மாற்றும் வகையில் கருத் தேற்றம் நேரடியாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. பெருவாரி யான விளம்பரங்களும், அரசியல் கட்சியினரது சொற் பொழிவுகளும் நேரடியான கொள்கை பரப்பல் எனலாம். நேரடியான கொள்கை பரப்பல் என்னும்போது, கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுபவர், ஒளிவு மறைவின்றி உண்மையான எண் ணங்களையே வெளியிடுகிறார் என்று கொள்வதும் தவறாகும். எல்லாவகைக் கொள்கை பரப்பலிலும் கருத்துக்கள் திரிக்கப் படுதலும், ஒளிக்கப்படுதலும், கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுப வருக்குச் சாதகமான கருத்துக்கள் மட்டுமே எடுத்துக் கூறப் படுதலும் உண்டு. நேரடியான கொள்கை பரப்பலில், கருத் தேற்றம் நேருக்கு நேராக மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மறை வான கொள்கை பரப்பலில் மக்கள் அறியாவண்ணம், அவர்கள் எதிர் பாராத வகைகளில், கருத்தேற்றம் ஏற்படுவதுண்டு. சமயங்கள் ஓரளவு மறைவான கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடு கின்றன எனலாம்.

மூவகை நோக்கங்களுடன் கொள்கை பரப்பல் அமைகிறது. ஒரு வகைக் கொள்கைபரப்பல் மக்களது மனப்பான்மையையும் எண்ணங்களையும் மாற்றி அமைப்பதற்கெனவே (Conversion) மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இதனை மாற்றத்திற்கான கொள்கை பரப்பல் (Conversionary propaganda) எனலாம். கொள்கைபரப் பலின் மூலம் மக்களது பழக்க வழக்கங்களையும் மாற்றி அமைப் பதற்கெனச் சிலர் முயலுவதுண்டு. ஒருசில சமயங்களில், பிற சமயங்களைச் சார்ந்தவர்களது மனப்பான்மையினையும் சமய எண்ணங்களையும்மாற்ற, கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவதனைநாம் காண்கிறோம். பல்வேறு முறைகளில் பிற சமயத்தினரை இவர் கள் தூண்டலாம். பிற சமயத்தினரைச் சமய மாற்றம் செய்ய வேண்டும் என்பதுவே இவர்கள் நோக்கமாக அமைதலையும் நாம் காண்கின்றோம். வர்த்தகத்துறையினரும் மாற்றத்திற்கான கொள்கை பரப்பலில் பெரிதும் ஈடுபடுகின்றனர். இவர்கள் வெளியிடும் விளம்பரங்களில் சில இந்நோக்கத்துடனேயே அமை கின்றன. பிற நிலையங்களில் பொருட்களை வாங்குபவர்கள், அதனை விட்டு மாறித் தமது பொருட்களை வாங்கத் தூண்டுவதே இத்தகைய விளம்பரங்களின் நோக்கமாகும். "எங்கள் வனஸ்

பதியையே வாங்குங்கள். இது முற்றிலும் விலங்குக் கொழுப்பற்றது'' என்னும் விளம்பரம் பிற நிறுவனங்களால் தயாரிக்கப்படும் வனஸ்பதியில் விலங்குக் கொழுப்புக்கள் சேர்க்கப்படுவதுண்டு என்னும் கருத்தேற்றத்தினை மறைமுகமாகப் புகுத்தி, அதனுல் எங்கள் வனஸ்பதியையே வாங்குங்கள் என்னும் உடன் பாட்டுக் கருத்தேற்றத்தினையும் (Positive Suggestion) ஒருங்கே தருகிறது. '' ..... என்னும் பொருள் சேர்க்கப்பட்ட ஒரே சோப்பு ஏமதே'' என்னும் விளம்பரமும் இவ்வகையைச் சேர்ந்ததே.

மற்றொரு வகைக் கொள்கைபரப்பலைப் பிரித்தாளும் கொள்கை பரப்பல் (Divisive Propaganda) என்போம். மக்களிடையே காணப்படும் கூட்டுறவு, ஒற்றுமை, நட்புணர்ச்சி போன்றவற்றினைக் குலைத்து, அதன் மூலம் அவர்களிடையே பிளவை உண்டு பண்ணி, தமது ஆதிக்கத்தை அவர்கள் மேல் நிலையுறுத்த விரும்பி, கைக்கொள்ளும் கொள்கைபரப்பலையே பிரித்தாளும் கொள்கைபரப்பல் என்கிறோம். ஒவ்வொரு நாட்டிலுமுள்ள அரசியல் கட்சிகள் இம் முறையைப் பெரிதும் பயன்படுத்திப் பிற அரசியல் கட்சிகளின் செல்வாக்கினைக் குறைக்க முயலுகின்றன. அலுவலக அதிபர்களும் இம் முறையைப் பயன்படுத்துதல் உண்டு. போர்க் காலங்களில் இம்முறை பெரிதும் பயன்படுத்தப் படுகின்றது. போரின்போது, போரிடும் நாடுகள் இத்தகைய கொள்கைபரப்பலில் ஈடுபட்டு, எதிரி நாட்டு மக்களின் ஒற்றுமையையும் நம்பிக்கையையும் குலைத்து, அவர்களிடையே குழப்பத்தை மூட்ட முயல்கின்றன. சமாதான காலங்களிலும் வெருட்டற் போரில் (Cold war) ஈடுபட்டுள்ள நாடுகள் இம்முறையைப் பெரிதும் பயன்படுத்திக் கொள்வதனை நாம் காண்கிறோம்.

மற்றொருவகைக் கொள்கை பரப்பலும் உண்டு. அதனைத் திட்மாக்கும் கொள்கை பரப்பல் (Propaganda for Consolidation) என்போம். மக்கள் ஏற்கெனவே கொண்டுள்ள மனப்பான்மையினையும், பழக்கங்களையும், எதிர்நோக்கும் பயன்களையும் இன்னும் உறுதியுடன் கடைப்பிடிக்கத் திடமாக்கும் கொள்கை பரப்பல் பயன்படுத்தப்படுகிறது. குடும்பம், கல்வி நிலையங்கள், பொழுது போக்கு மன்றங்கள், அலுவலகம், ஒருவர் சேர்ந்துள்ள சமயம் போன்றன இன்னும் இவர்கள் திடமாகத் தமது கருத்துக்களில் நிலைத்திருக்க இவ்வகைக் கருத்து பரப்பலில் ஈடுபடுகின்றன. நாட்டுத் தலைவர்களும், இம்முறையைப் பயன்படுத்தியே மக்களைத் தூண்டுகின்றனர். ''உங்கள் வருங்காலத்தை வளமாக்கத் திட்டத்திற்கு உதவுங்கள்; சிறு சேமிப்பு, திட்டத்

திற்குப் பெரிதும் உதவும்'' என்னும் அறிவுரை கூடிய விளம்பரமும் இவ்வகையிலேயே அமையும்.

கொள்கையளவில், கொள்கை பரப்பலை மாற்றத்திற்கான கொள்கை பரப்பல், பிரித்தாளும் கொள்கைபரப்பல், திடமாக்கும் கொள்கை பரப்பல் எனப் பகுக்க முடியுமெனினும், நடைமுறையில் இவை ஒருங்கே சேர்ந்து பயன்படுத்தப்படுதலையே நாம் காண்கின்றோம்.

கொள்கை பரப்பலில் பயன்படுத்தும் வழி முறைகள்

கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் பலவகையான முறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். ஆனால், இவர்கள் பயன்படுத்தும் முறைகள் அனைத்தும் கருத்தேற்றத்தினை ஒட்டியே அமைகின்றன. மற்றோர் அதிகாரத்தில் கருத்தேற்றத்தினைப் பற்றியும் அதன் வன்மை பற்றியும் கூறியுள்ளோம். கருத்தேற்ற விதிகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்கை பரப்பலில் எளிதில் ஈடுபடலாம். கொள்கை பரப்பலில் மனித இதயங்களைக் கவருவதற்கான முயற்சியே மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இதயம் ஒன்றினை விரும்புமானால், தமது அறிவு அதற்குக் குறுக்காக வருவதில்லை. ஒருவரை நாம் பெரிதும் விரும்புவோமாயின், அவருடைய குறைகள் நம் கண்களுக்குப் படுவதில்லை. ஒருவர் ஒரு பெண்ணை விரும்பிக் காதலிக்கும் போது, அப்பெண்ணிடம் காணப்படும் பல குறைகள் அவருக்குத் தெரிவதில்லை. அவரது இதயம் அப்பெண்ணால் பெரிதும் கவரப்பட்டுள்ளதே இதற்குக் காரணமாகும். இதனைக் கொண்டே ''காதலுக்குக் கண் இல்லை'' (Love is blind) எனப்படுகிறது. இதனைப் போன்றே நாம் விரும்பாத ஒருவருடைய செயல்கள் அனைத்தும் நமக்கு வெறுப்பையே மூட்டுகின்றன. எனவே, மனித வாழ்வில் மனவெழுச்சிகளும் உணர்ச்சிகளும் அறிவினைவிடப் பெரும் பங்கு வகிக்கின்றன எனலாம்.

மனிதத் தேவைகள், விருப்பங்கள் பற்றிய கருத்தேற்றங்கள் மக்களால் எளிதாக ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகின்றன. ஒவ்வொரு மனிதனும், ''குறைபாடின்றி வாழவேண்டும்; சமூகத்தில் கீர்த்தியும் செல்வாக்கும் பெற்றவனாக விளங்கவேண்டும்'' என விரும்புகிறான். இவற்றினை அவன் அடைவதற்கு வழிவகுக்கும் கருத்தேற்றங்களும், இவற்றினைத் தான் அடைந்துவிட முடியுமென நம்பிக்கையூட்டும் கருத்தேற்றங்களும் அவனால் எளிதில் ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகின்றன. இதனை மனத்தில் கொண்டே ஒவ்வோர் அரசியல் கட்சியும் பெருவாரியான நன்மைகளை அவனுக்குத் தருவதாக வாக்குறுதி கூறு

கின்றன. அதே போன்று, தனி மனிதர்களால் பெரிதும் போற்றிப் புகழப்படும் மனிதர்கள் தரும் கருத்தேற்றமும் எளிதில் ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகின்றன. இதனைப் பற்றி முன்னரே கீர்த்திக் கருத்தேற்றம் என்னும் பகுதியில் விளக்கியுள்ளோம்.

கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் அனைவரும், தமது கருத்துக்கள், நம்பிக்கைகள், பொருட்கள் போன்றனவே மிகச் சிறந்தன எனவும், பிற கருத்துக்களும், நம்பிக்கைகளும். பொருட்களும் குறைவுடையன எனவுமே கூறத் தலைப்படுகின்றனர். அரசியல்கட்சிகள் அனைத்தும் தமது கருத்துக்களும் இலட்சியங்களும் கொள்கைகளும் சிறந்தன எனக் கூறத் தலைப்படுவதுடன், தமது கொள்கைகளின் அடிப்படையில் மட்டுமே ஓர் இலட்சிய சமூகத்தையும், நாட்டையும் நிறுவமுடியும் எனவும் மக்களை நம்பச் செய்கின்றன. இதனை இக்கட்சிகளைப் பின்பற்றுபவர்கள் முழுமையாக நம்புவதன் காரணமாகவே கட்சியின் இலட்சியங்களுக்காகவும், கொள்கைகளுக்காகவும், தமது உயிரையும் பணயம் வைக்கத்துணிகின்றனர். இதே போன்று வணிகத்துறை விளம்பரங்கள் அனைத்தும் தமது பொருள் மட்டுமே சிறந்தது என்னும் எண்ணத்தை மக்களிடையே பரப்புவதையே நோக்கமாகக் கொண்டு அமைகின்றன. இன்றுள்ள வர்த்தக விளம்பரங்கள் அனைத்தும் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவனவே. இதை எழுதும்போது ஆசிரியருக்கு ஒரு வர்த்தக நிறுவனம் வெளியிட்டுள்ள விளம்பரம் ஒன்று ஞாபகத்திற்கு வருகிறது. இவ் விளம்பரம் மின்சாரப் பாட்டரி பற்றியது. விளம்பரத்தில் இரண்டு பாட்டரிகள் காட்டப்பட்டுள்ளன. முதல் பாட்டரியை மிடுக்கான இளைஞர் ஒருவர் பெருமையுடன் ஓட்டுகிறார். மற்றொரு பாட்டரி, அதனை ஓட்டுபவர் (Driver) களைத்து இளைத்து அயர்ந்து அமர்ந்திருக்க, மிடுக்கான இளைஞர் ஓட்டிச் செல்லும் பாட்டரியுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது. விளம்பரத்தின் கீழ், "பிற தோல்வியுற்ற நிலையிலும், 'எமது பாட்டரி' வெற்றியுடன் முன்னேறுகிறது" (Still going storng even when others have failed) என்பது குறிக்கப்பட்டு அது கருத்துப் பரவல் செய்யப்படுகிறது. நேரடியான கொள்கை பரப்பலுக்குச் சிறந்த உதாரணமாக இதனைக் கூறலாம். இது போன்ற விளம்பரங்களைத் தினமும் நாம் காண்கிறோம். வானொலி மூலம் இவை பற்றி நாம் கேட்கவும் செய்கிறோம். இதன் மூலம் நம்மை அறியாது, நமது மனத்தில் அப்பொருட்களைப் பற்றிய உயர்வான எண்ணத்தை ஏற்படுத்திக் கொள்கிறோம். கடைக்குச

சென்று பொருட்கள் வாங்கும்போது, நம்மையறியாது அப் பொருட்களைக் கேட்டு வாங்குகிறோம். இதே போன்று நம் நண்பரொருவர் ஒரு பொருள் வாங்கவேண்டும் என்று கூறும் போது, விளம்பரங்களால் கவரப்பட்டுள்ள நாம் அப்பொருட் களைச் சிபார்சு (Recommend) செய்கிறோம். ஆனால் நம்மில் பலரும் விளம்பரங்களுக்கு உடன்படுவதாக ஒத்துக்கொள்ள மாட்டார்கள். தாமே சிந்தித்துத் தமது மனத்திற்குப் பிடித் ததையே வாங்குவதாக நாம் நினைக்கிறோம். ஆனால், பெருவாரி யான பொருட்களை விளம்பரங்களுக்கு உடன்படுவதன் காரண மாகவே நாம் வாங்கி உபயோகிக்கிறோம் எனக் கூறுவது மிகையாகாது. இது உண்மையில்லையெனின், வணிக-வர்த்தகத் துறையினர் இலட்சக் கணக்கான ரூபாய்களை ஆண்டுதோறும் விளம்பரங்களை வெளியிடுவதற்கெனவே செலவழிக்கமாட்டார் கள். இது போக, இன்றுள்ள ஒவ்வொரு சிறந்த வர்த்தக-வணிக நிறுவனத்திலும் விளம்பரங்களை வெளியிடுவதற் கெனவே ஒரு தனித் துறை இயங்குகிறது என்பதனையும், இத் துறைக்குப் பெருத்த ஊதியம் வாங்கும் நிபுணர்கள், குறிப்பாக உளவியல் அறிஞர்கள், தலைமை தாங்குகிறார்கள் என்பதனையும் நினைவூட்ட விரும்புகிறோம்.

திரும்பத் திரும்ப ஒரு கருத்தை வெளியிடுதல் கொள்கை பரப்பலில் பயன்படுத்தப்படும் மற்றொரு முறையாகும். வணிக வர்த்தகத் துறையினர் மீண்டும் மீண்டும் தமது விளம்பரங் களைத் தினசரிகளில் வெளியிடுவதுடன் வானொலி, திரைப்படங் கள் போன்றவற்றினையும் இதற்கெனப் பயன்படுத்திக் கொள் கின்றனர். மீண்டும் மீண்டும் ஒரே வகையான எண்ணங்களை யும், கருத்துக்களையும் மனிதர்கள் முன்னிலையில் வைத்தால் மனிதர்கள் மனத்தில் இவைகள் கருத்தேற்றப்படுகின்றன. "எழிலரசியாக விளங்கும்.....எங்கள் சோப்பையே பயன்படுத்து கின்றனர். நீங்களும் எங்கள் சோப்பைப் பயன்படுத்தி ஏன் எழில் பெறக்கூடாது?" என்னும் விளம்பரத்தை மீண்டும் மீண் டும் காண நேரிடும் பெண், தன் மனத்திலே இவ் விளம் பரத் துக்கு இடம் தந்துவிடுகிறாள். ஒவ்வொரு நங்கையும் எழில் பெற்று விளங்க விரும்புதல் இயற்கையே. இதனை இவ்விளம் பரம் நன்கு பயன்படுத்திக் கொள்கிறது. தான் அழகியே அல்ல என்று நன்குணர்ந்த பெண்ணும், ஏன் கிழவிகளும் கூட, இத் தகைய விளம்பரங்களால் கவரப்பட்டு இவ்வழகு சாதனங் களைப் பயன்படுத்திக்கொள்ள முன்வருகின்றனர். "அடிமேல் அடி அடித்தால் அம்மியும் நகரும்" என்பதன் உண்மை இத னால் புலனாகுகின்ற தன்றோ?

இது போன்றே, எதிர்க் கட்சியினரது கருத்துக்களை முழு மனத்துடன் எதிர்ப்பதன் மூலமும் அவர்கள்மேல் வசை புராணம் பொழிவதன் மூலமும் கொள்கை பரப்பலில் ஒருசிலர் ஈடுபடுதல் உண்டு. பிறர்மேல் வசை புராணம் பாடுவது நாகரிகமற்ற செயலாகவோ பண்பற்றதாகவோ இருக்கலாம். ஆனால், கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுபவர்கள் தாம் எதிர்நோக்கும் பயனை அடைய எத்தகைய முறையையும் பயன்படுத்தத் தயங்குவதில்லை. ஒருசில அரசியல் தலைவர்கள் பிறர்மேல் வசை புராணம் பொழிவதையே தமது கடனாகக் கொண்டுள்ளனர். இதே முறையை ஒருசில பத்திரிகைகளும், சஞ்சிகைகளும் (Magazines) பயன்படுத்துவதனையும் நீங்கள் காண்கிறீர்கள். அப் பத்திரிகை ஆசிரியர்களையும், வெளிவந்துள்ள கட்டுரைகள், கதைகள், திரைப்பட மீள்நோக்குக்கள் போன்றவற்றினையும் கடுமையாகத் தாக்கி எழுதப்படும் கடிதங்களையும் இப் பத்திரிகைகளும், சஞ்சிகைகளும் "ஆசிரியருக்குக் கடிதங்கள்" என்னும் பகுதியில் வெளியிடுகின்றன. தாம் நடுவு நிலைமை வகிப்பவர்கள் என்னும் நல்லெண்ணத்தினை மக்கள் மனத்தில் உருவாக்கவும் வியாபார தந்திரமாகவும் இவை இவ்வாறு செய்கின்றன. ஒரு சில சஞ்சிகைகள் தாமே இத்தகைய கடிதங்களை எழுதி வெளியிடுகின்றனவோ என ஐயுறுதற்கும் இடமுண்டு!

கொள்கை பரப்பலில் கட்சிக் கூப்பாடுகள் (Slogans) பெரும் பங்கு வகிக்கின்றன. கட்சிக் கூப்பாடுகள் காலத்திற்கு உகந்ததாகவும் மக்களது மனவெழுச்சிகளைக் கிளப்புவனவாகவும் அமைகின்றன. இவை பொதுவாகச் சுருக்கமாகவே உள்ளன. "வெள்ளையனே வெளியேறு", "கருங்காலிகள் ஒழிக" என்பன கட்சிக் கூப்பாடுகளுக்கு நல்ல உதாரணங்களாகும். விளம்பரங்களும் கூப்பாடுகளைப் பயன்படுத்துதல் உண்டு. "நாட்டு முன்னேற்றத்தில் நாங்கள்," "தேசிய வளர்ச்சிக்கு உதவுங்கள்", "வாழ்க்கையில் வெற்றிபெறும் இரகசியம்" போன்ற கூப்பாடுகளை வர்த்தக-வணிக விளம்பரங்கள் பயன்படுத்தும் கூப்பாடுகளுக்கு உதாரணமாகக் கொள்ளலாம். கூப்பாடுகளைத் தயாரிப்பவர்கள், மக்கள் உள்ளங்களை எளிதில் ஈர்வுனவாகவும், அவர்களது மன வெழுச்சிகளை எளிதில் கிளப்புவனவாகவும் கூப்பாடுகளை அமைத்தல்வேண்டும். கூப்பாடுகள் கொள்கை பரப்பலில் பெரும் பங்கு வகிப்பதனை ஒட்டி, அவற்றினைக் கொள்கை பரப்பு மாத்திரைகள் (Capsules of Propaganda) என்பதுண்டு.

கொள்கை பரப்பலில் பல தனி முறைகள் பயன்படுத்தப் படுவதுண்டு. உளவியல் அறிஞர்கள் அவற்றினைப் பின்வரும் முறையில் பகுத்துள்ளனர். அவையாவன : 1. பெயர் சூட்டல் (Name Calling) 2. நற்சான்று (Testimonial) 3. வேற்றுரு (Disguise or false Colours) 4. பகட்டுப் பொதுமைகள் (Glittering generalities) 5. முரசறை முறை (Band wagon effect) 6. பொது நலம் சுட்டல் (Just plain folks) 7. புரட்டல் (Card stacking) 8. இடமாற்றம் (Transference). இவற்றினைப்பற்றி ஈண்டுச் சுருக்கமாகக் காண்போம்.

1. பெயர் சூட்டல்

கொள்கை பரப்பலில் இது பெரிதும் பயன்படுத்தப் படுவதுண்டு. குறிப்பாக, அரசியல் கொள்கை பரப்பலில் (Political propaganda) இதனை நாம் அதிகமாகக் காணலாம். தலைவர்கள், இயக்கங்கள், பின் செல்பவர்கள் போன்றோர் பெயர் சூட்டி அழைக்கப்படுதலுண்டு. ஒரு தலைவருக்காகக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர், அவருக்குத் "தந்தை", "அறிஞர்", "மனிதருள் மாணிக்கம்", "இரும்பு மனிதர்" என்றெல்லாம் பட்டம் சூட்டுவதுண்டு. வெறுக்கப்படும் கட்சியினரைக் "கைக் கூலிகள்", "கருங்காலிகள்" என்றெல்லாம் கூறுதலும் உண்டு. இன்றைய அரசியல் உலகில் பெயர் சூட்டல் வெருட்டற் போரில் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக, தாம் விரும்பாத தலைவர்களை, மேலைநாட்டினர் "பொது உடைமை வாதிகள்" என அழைக்க முற்படுகின்றனர். அதே போன்று பொது உடைமைத் தலைவர்கள் தாம் விரும்பாதவர்களை "முதலாளித்துவ நாடுகளின் கைக்கூலிகள்" என்கின்றனர்.

2. நற்சான்றுகள்

கொள்கை பரப்பலுக்காக வர்த்தக வணிகத்துறையினர் இம்முறையையே பயன்படுத்துகின்றனர். இம்முறையில் கீர்த்திக் கருத்தேற்றமே பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. ".....மருந்தை உபயோகித்துக் குணமடையுங்கள். உலகெங்கிலுமுள்ள பல்லாயிரக் கணக்கான மருத்துவர்கள் இதனைச் சிபார்சு செய்துள்ளனர்." "பேரழகி.....இந்தச் சோப்பைத் தினமும் தவறாது பயன்படுத்துவதன் மூலம் பேரெழில் பெற்று விளங்குகிறார். நீங்களும் அவ்வாறே செய்து பயனடையுங்கள்" என்பன போன்ற விளம்பரங்கள் நற்சான்று முறைக் கொள்கை பரப்பலுக்குச் சிறந்த உதாரணங்களாகும். அரசியல் கட்சிகளும் இம்முறையைப் பயன்படுத்துதல் உண்டு. பெருந்தலைவர்களின்

பெயரையும் புகழையும் பயன்படுத்தி அரசியல் இயக்கங்களை நடத்துகின்றனர்.

3. வேற்றுரு

தாம் விரும்பும் பயனை அடையும் பொருட்டுக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் எத்தகைய முறையையும் பின்பற்றத் தயங்குவதில்லை. கொள்கை பரப்பல் நேரடியாகச் செய்யப்படாது, மறைமுகமாகச் செய்யப்படுதல் உண்டு. ஒரு குறிப்பிட்ட இலட்சியத்துக்காகக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் மற்றொரு பெரும் இலட்சியத்திற்காகவே உழைப்பதாகக் காட்டிக் கொள்ள முனைதலுண்டு. வருவாய் ஒன்றினையே குறிக்கோளாகக் கொண்டு இயங்கும் வர்த்தக நிறுவனங்கள் நாட்டின் நன்மைக்காகவும், முன்னேற்றத்திற்காகவுமே தாம் அயராது தொண்டாற்றுவதாகத் தம் விளம்பரங்களில் கூறிக் கொள்கின்றன. அதே போன்று தமது கட்சி வெற்றி பெறுவதற்காகக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடும் கட்சியினர், நாட்டுப்பற்று, சகோதரத்துவம், சமத்துவம், நாட்டிற்குச் சேவை, மக்கள் பணி என்னும் இலட்சியங்களுக்காகவே தாம் பணி புரிவதாகக் காட்டிக்கொள்ள முனைதலுண்டு. இத்தகைய முறையில், தாம் ஒரு குறிப்பிட்ட இலட்சியத்திற்காகக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடும்போது வேறு இலட்சியங்களுக்காகவே தாம் பாடுபடுகிறோம் எனப் பொதுமக்களை நம்பச் செய்யக் கொள்கை பரப்பாளர் கையாளும் முறையை வேற்றுருக் கொள்கை பரப்பல் எனலாம்.

4. பகட்டுப் பொதுமைகள்

திட்டவட்டமான பொருள் பெருதனவும், மக்கள் கேட்கும்போது இனிமை தரும் சொற்றொடர்களைப் பயன்படுத்துதலையும், பொதுவாகக் கூறப்படும் கருத்துக்களையும் பகட்டுப் பொதுமைகள் எனலாம். இவை கேட்பதற்கு இன்பம் தருவனவாக அமைகின்றனவே அன்றிச் செயல் முறையில் பயன் தருவதில்லை.

5. பொதுநலம் சுட்டல்

கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் தம் கருத்துக்கள் அனைத்தும் பொதுமக்கள் கருத்துக்கள் எனக் காட்டிக்கொள்ள முனைதல் உண்டு. விளம்பரங்களும் இம்முறையைப் பயன்படுத்தல் உண்டு. "மக்கள் அனைவரும் எமது நிறுவனப் பொருட்களையே நம்பி வாங்குகின்றனர்"; "தமிழக மக்கள் அனைவரது நம்பிக்கையையும் பெற்ற ஒரே நிறுவனம்" என்

னும் விளம்பரங்கள் இவ்வகையில் சேர்ந்தனவாகும். அரசியல் கட்சியினரும் பொதுமக்கள் விருப்பத்திற்கிணங்கவே செயலுறுவதாகக் கூறுகின்றனர். தேர்தல் காலங்களில், தேர்தலில் போட்டியிடும் மனிதர்கள் பொதுமக்களில் தாமும் ஒருவர் எனவும், அவர்களது வாழ்வோடு பலவகையிலும் நெருங்கிய தொடர்புடையவர் எனவும் காட்டிக்கொள்ள விரும்புகின்றனர். நல்ல தலைவர் மக்களில் ஒருவராக இருத்தல் வேண்டும் எனத் ''தலைவர்கள்'' என்னும் அதிகாரத்தில் கூறியிருக்கின்றோம். கொள்கை பரப்பலில் இது ஒரு தந்திரமாகப் பயன்படுத்தப் படுதலுண்டு.

6. முரசறை முறை

வெற்றி பெறும் கட்சியைச் சேர்ந்தவர்களாக இருக்கவே நாம் அனைவரும் விரும்புகிறோம். இது மனிதர்கள் அனைவரிடமும் காணப்படும் ஒரு குணப் பண்பாகும். இதனைக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் நன்கு பயன்படுத்திக் கொள்கின்றனர். மேலும், ''ஊரோடு ஒத்து வாழவே'' நாம் அனைவரும் விரும்புகிறோம். இதனையும் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் மனத்தில் இருத்திக் கொள்கின்றனர். ''அறிவுத் திறனும், பகுத்தறிவும் கொண்ட மக்கள் எமது கட்சிக் கொள்கைகளையே ஆதரிப்பர்'' எனக் கூறும் அரசியல்வாதி முரசறை முறையைப் பயன்படுத்துகிறார் என அறிக. ''பெரும் அலுவலர்கள் முதல் சாதாரணத் தொழிலாளி வரை மக்கள் அனைவரும் விரும்பி அருந்துவது எமது காப்பியையே'' என்னும் விளம்பரமும் இவ்வகையையே சாரும்.

7. புரட்டல்

கொள்கை பரப்பலில், பொதுவாக அரசியல் வாதிகளால் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படும் முறை புரட்டலாகும். இன்றைய அரசியலில், குறிப்பாக வெருட்டற் போரில் இம்முறை பயன்படுத்தப்படுதலை நாம் காண்கிறோம். கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் எத்தகைய முறையையும் பயன்படுத்தத் தவறுவதில்லை என முன்னரே கூறினோம். பொய்யும், புரட்டும் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் பயன்படுத்தும் முக்கிய கருவிகளாகும். ஆயிரம் முறை ஒரே பொய்யைத் திருப்பித் திருப்பிக் கூறின், பொய்யும் மெய் என ஏற்றுக்கொள்ளப் படும். ஏமாற்றுதல், மிகைபடுத்திக் கூறுதல், திரித்துக் கூறுதல் ஆகியவை புரட்டலில் பெருமளவு பயன்படுத்தப் படுகின்றன. ஹிட்லரின் கையாளான டாக்டர் கோபெல்ஸ் (Dr. Gobbels) ''ஒரு பொய்யை நூறு தரம் திரும்பத் திரும்பக்

கூறின், அது மக்களால் உண்மை என ஏற்றுக் கொள்ளப் படும்'' எனக் கூறியது இங்கு ஒப்பு நோக்கத் தக்கது. கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபட்டுள்ள நாடுகள் தமது எதிரி நாடு கள் மேல் எத்தகைய பழியையும் சுமத்தத் தயங்குவதில்லை. ஒருசில பெரும் அரசியல் தலைவர்கள் 'கொள்ளைக்காரர்கள்'', ''பஞ்சமா பாதகர்கள்'', ''கொலைஞர்கள்'', ''காட்டு மிராண்டி கள்'' என்றெல்லாம் அவர்களது எதிரி நாட்டினரால் அழைக்கப் படுவதனை இன்றைய அரசியல் உலகில் நாம் காண்கிறோம். செய்திகளைத் திரித்துக் கூறுதலும், மிகைபடுத்திக் கூறுத லும் பெருமளவில் இன்று பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

8. இடமாற்றம்

நாம் எவரை அதிகமாக மதித்துப் போற்றுகின்றோமோ அவரது கருத்துக்களைத் தயக்கமின்றி ஏற்றுக்கொள்கிறோம். ஒருவரிடம் நாம் கொண்டுள்ள பெருமதிப்பு — அவரது கருத்துக் களுக்கும் இடமாற்றம் செய்யப்படுகிறது. உதாரணமாக, இராஜாஜி அவர்களிடம் ஒருசிலர் கொண்டுள்ள பெருமதிப்பின் காரணமாக அவருடைய எத்தகைய கருத்துக்களையும் தயக்க மின்றி ஏற்றுக்கொள்ளும் மன நிலையையுடைய பல மக்களை நாம் காண்கிறோம். இதே வகையில் அச்சம், அன்பு ஆகியன வும் இடமாற்றம் செய்யப்படுவதுண்டு. காதலன் கண்களுக் குத் தன் காதலியின் செயல்களும், நடத்தையும் பெரிதும் அழகுடையனவாகவும் பண்புள்ளனவாகவும் தோன்றுகின்றன. அதே போன்று நாம் பெரிதும் விரும்பும் பத்திரிகையின் கருத்துக்களையும் தயக்கமின்றி ஏற்றுக்கொள்கிறோம். இது போன்றே அச்சமும் இடமாற்றம் பெறுதலுண்டு. ''மருண்டவன் கண்களுக்கு இருண்டதெல்லாம் பேய்'' என்பது பழமொழி யன்றோ? மனித உள்ளத்தில் ஏற்படும் இத்தகைய இடமாற்றத் தினையும் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுபவர்கள் நன்கு பயன் படுத்திக் கொள்கின்றனர்.

கொள்கை பரப்பலில் பல்வேறு வழிமுறைகள் பயன்படுத்தப் படுகின்றன. மக்களால் கண்டுபிடிக்கப்பட்டு ஒரு முறை வெளிப்படுத்தப்படுமாயின், மற்றொரு முறையைக் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் கண்டுபிடித்துக் கொள்கின்றனர்[2]. இன்றைய மனித வாழ்வின் பல நிலைகளில் கொள்கை பரப்பல் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இதனைப் பற்றி நாம் அறிந்து விழிப்புடன் இருத்தல் அவசியமாகும்.

---

2. See. Introduction to Social Science—Vol. 2, Part IV, Chapter 26, Pp. 65—Macmillan N. Y. (1954)

கொள்கை பரப்பல் விதிகள்

கொள்கை பரப்பல் நன்மை பயப்பதாகவோ, அன்றித் தீமை விளைப்பதாகவோ அமையலாம். மக்களுக்கு நன்மை செய்யும் பொருட்டும் தீய வழியில் அது பயன்படுத்தப்படும்போது அதனைத் தடுத்து நிறுத்துவதற்கென வழி வகுக்கவும், கொள்கை பரப்பலில் பயன்படுத்தப்படும் விதிகளை உளவியல் மாணவர்கள் அறிந்திருத்தல் இன்றியமையாததாகும். நைட் டன்லாப் (Knight Dunlap) என்னும் அறிஞர் தமது நூலொன்றில் சிறந்த முறையில் கொள்கை பரப்பல் செய்யக் கீழ்க்காணும் விதிகளைத் தந்துள்ளார்.

1. ஒரு கருத்தை மக்கள் ஏற்றுக்கொள்ளவேண்டுமென நீ விரும்பின், தொடர்ந்து தடையின்றி அதனை எடுத்துக் கூறிக் கொண்டே இருத்தல் வேண்டும்; பேச்சு மூலமோ எழுத்து மூலமோ இது ஒழுங்காகத் தொடர்ந்து செய்யப்படுதல் வேண்டும்.

2. நீ வெளியிட விரும்பும் கருத்தைப் பற்றி விவாதம் புரியாதே. எத்தகைய நிலையிலும் உன் கருத்திற்கு எதிர்மாறான கருத்து இருக்க முடியும் என ஏற்றுக்கொள்ளாதே.

3. கூடிய வரையில் நீ பரப்ப விரும்பும் கருத்தைப் பொது மக்களது பிற தேவைகளோடும் விருப்பங்களோடும் இணைத்து வெளியிடு. தமது தேவைகளின் அடிப்படையிலேயே மக்கள் பிறரது கருத்துக்களை ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள் என்பதனை மனத்தில் கொள்.

4. நீ வெளியிடும் கருத்தினைத் தெளிவாகவும், மக்கள் புரிந்து தமக்குத்தாமே கூறிக்கொள்ளும் வகையிலும் விளக்குதல் வேண்டும்.

5. மக்கள் உன் கருத்தை ஏற்றுக்கொள்ளும் மன நிலையுடையவர்களாகக் காணப்படின், நேரடியாகவே அவர்களிடம் உன் கருத்தை நீ வெளியிடலாம். இம்மனநிலை அவர்களிடம் காணப்படாது இருக்குமாயின், மறைமுகமாகவே உன் கருத்துக்களை வெளியிடுதல் வேண்டும். மேலும், நேரடியாக உன் கருத்துக்களைக் கூறும்போது, மக்கள் அதனை உடனடியாக ஏற்றுக்கொள்ளும் வகையில் கூறப்படவேண்டுமே யன்றி, அவர்கள் அக்கருத்துக்களைப் பற்றிச் சிந்திப்பதற்கு இடம் தரலாகாது.

6. நீண்ட காலம் நிலைத்திருக்கக் கூடிய வகையிலும் சிறந்த வகையிலும் நீ கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபட விரும்பின்,

குழந்தைகளிடம் கொள்கை பரப்பல் செய்தல் வேண்டும். அதிலும் கல்வியோடு கலந்து தரப்படும் கொள்கை பரப்பல் எளிதில் ஏற்றுக்கொள்ளப்படும்.

சுருங்கக் கூறின், சிறந்த முறையில் கொள்கைகளையும் கருத்துக்களையும் பரப்புதற்கு மக்களது மனவெழுச்சிகளைத் தூண்டுதலே சிறந்த முறையாம். மனவெழுச்சிகள் ஒரு கருத்திற்குச் சாதகமாகவோ, அன்றிப் பாதகமாகவோ கிளர்ந்துள்ள நிலையில், மிகைப்படுத்திக் கூறுதல், திரித்துக் கூறுதல், பொய், புரட்டல், குற்றச்சாட்டு போன்றன அவர்களால் எளிதில் ஏற்றுக்கொள்ளப்படும். கொள்கை பரப்பலில் மக்களுக்குப் புலப்படும் வகையில் கருத்துக்கள் எளிதாக்கப்படுதல் மிகவும் இன்றியமையாத தேவை. புரியாத கருத்துக்கள் உள்ளத்தில் இடம் பெறுவதற்கு வழியில்லை. கொள்கை பரப்பல் வெற்றிகரமாக அமைய வேண்டுமாயின், கருத்துக்கள் மீண்டும் மீண்டும் திரும்பிக் கூறப்படுதல் வேண்டும். கருத்துக்களை, மக்களது மனத்தின் அடித்தலத்தில் புதைந்து கிடக்கும் ஆசைகளோடும் விருப்பங்களோடும் நம்பிக்கைகளோடும் தொடர்பு ஏற்படுத்திக் கூறின், அவை எளிதில் ஏற்றுக் கொள்ளப்படும். இவ்வகையில் கொள்கை பரப்பலில் ஈடுபடுவோர் ஆக்க நிலையிறுத்தம் செய்யலாம்.

கொள்கை பரப்பலில் சிறப்புற ஈடுபட மக்களது உள்ள நிலை பற்றியும், அவர்களது ஆசைகள், விருப்பங்கள், நம்பிக்கைகள் பற்றியும் தீர்க்கமான அறிவு பெரிதும் தேவையாம்.

பதினென்றும் அதிகாரம்

பொதுமக்கள் கருத்தினை அளத்தல்

அளத்தலின் கடினம் — பயன்கள் — பயன்படுத்தப்படும் முறைகளின் படிகள் — கேள்விகள்.

முறைகள் — திரள் ஆய்வு — கண்டு பேசல் — வாக்கெடுப்பு — வாக்கெடுப்பிலுள்ள குறைகள் — குறைகளைத் தவிர்க்கும் வகை.

மனப்பான்மையினையும் நம்பிக்கைகளையும் அளத்தல் — அளவை முறைகள் — தர்ஸ்டோன் — லிக்கர்ட்— போகார்டஸின் சமூகத் தொலைவு அளவை — தார்ன்டைக் அளவை — வரிசைக் கிரம அளவை — இணைப்பு முறை — தரமிட்டு அளத்தல் — இணை ஒப்பு முறை.

வர்த்தக ஆராய்ச்சிகள் — நோக்கம் — ஆராய்ச்சி நடத்தும் முறை — மக்கள் விருப்பமும் விற்பனையும்.

பொதுமக்கள் கருத்தினை அளத்தல்

சென்ற இரு அதிகாரங்களிலும் பொதுமக்கள் கருத்து உருவாதல் பற்றியும், அவற்றினை மக்களிடையே பரப்பும் ஊடகங்கள் பற்றியும், கொள்கை பரப்பலின் மூலம் பொதுமக்கள் கருத்தினை வலிந்து ஏற்படுத்துதல் பற்றியும் கூறியுள்ளோம். பொதுமக்களிடையே தாம் விரும்பும் வகையில் கருத்துக்களைப் பரப்புபவர்கள் மக்களை அவை எத்தனை தூரம் பாதித்துள்ளன என அறிய விரும்புவது இயற்கையே. மக்களிடையே ஏற்பட்டுள்ள கருத்தின் தரத்தையும் அளவையும் கணக்கிடுவதனைக் கொண்டே, தாம் கையாளும் முறையின் வெற்றி, தோல்வியினை ஒருவர் கணக்கிடமுடியும். மக்களிடையே கருத்துப்பரவல் புரிய முற்படும் கல்விக் கூடங்கள், அரசியல் கட்சிகள், சமூக முன்னேற்ற நிலையங்கள், சமயத்தலைவர்கள், அரசினர், வர்த்தக-வணிக நிலையங்கள் போன்றோர் பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தெளிவுற அளந்து காணப் பெரிதும் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். ஆயினும், பொதுமக்களின் கருத்து, மனப்பான்மை (attitude) நம்பிக்கை (belief) ஆகியவற்றினை அளந்தறிதல் மிகக் கடினமாகும். பொருட்களையும், தனிமங்களையும் (Elements) இரசாயன பௌதிக அறிவியலார் சரியாகக் கணக்கிட்டு அறிந்து கொள்கின்றனர். திடப் பொருட்களைத் திட்ட வட்டமாக அளந்தறிய நுணுக்கம் மிகுந்த பல்வேறு கருவிகள் இன்று புழக்கத்திலுள்ளன. ஆனால், உளவியல் அறிஞர்கள் மனச் செயல்களையும் நிலைகளையும் அளக்க முற்படும்போது பெரிதும் இடருகின்றனர். கணநேரத்தில் தோன்றி மறையும் எண்ணங்களையும், மனத்தின் அடித்தளத்தில் புதைந்து கிடக்கும் மனித நம்பிக்கைகளையும், மனப்பான்மைகளையும் அளந்தறிதல் என்பது எளிதான செயலன்று. மேலும், பொதுமக்கள் கருத்தினை எடுத்துக் கொள்வோமாயின், பிறரது கருத்துக்களால் தான் பாதிக்கப் பட்டுள்ளதைத் தனியவனே அறிந்திராத நிலையில், அதனை அவன் மூலமே கண்டறிதல் எத்தனை கடினமானது ? ஆயினும், இன்று மேலை நாட்டு உளவியல் அறிஞர்கள் பொதுமக்கள் கருத்தினையும் பொதுமக்களது மனப்பான்மைகள், நம்பிக்கைகள் போன்றவற்றினையும் உளவியல் தேர்வுகள் (Psychological tests) மூலம் அளந்தறிகின்றனர்.

நமது நாட்டினைப் பொறுத்தவரை இவ்வாறு கூறுவது இயலாது. நமது நாட்டில் ஒருசில வர்த்தக நிறுவனங்களைத் தவிர, பிறர் இம்முறைகளைப் பெரிதும் பயன்படுத்துவதில்லை. இது பல்வேறு காரணங்களால் ஏற்படுகின்றது. பொதுமக்கள் கருத்தினை அளப்பதாயின், பல்லாயிரக்கணக்கான ரூபாய் செலவிட வேண்டிவரும். ஏழை நாடான நம் இந்தியாவில் தனிப்பட்டவர்களோ, அன்றி நிலையங்களோ, பெருவாரியான அளவில் பொருள் செலவிடத் தயங்குவது இயற்கையே. மேலும், பொதுமக்கள் கருத்தினைத் திட்ட வட்டமாக அளந்தறிய முடியும் எனப் பலர் எண்ணும் நிலை இன்னும் ஏற்படவில்லை; உளவியல் அறிவு பரவாததே இதற்குக் காரணம். அன்றியும், பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தெளிவுறத் திட்டவட்டமாக அளந்தறியும் அறிஞர்கள், நமது நாட்டில் மிகக் குறைந்த அளவிலேயே உள்ளனர். ஆனால், விரைவில் இந்நிலை மாறும் என நம்புகிறோம். இன்று நமது நாட்டில் பல்வேறு பல்கலைக் கழகங்கள் உளவியலைப் பட்டப் படிப்பு மாணவர்களுக்குப் பாடமாகத் தந்துள்ளன. சமூக உளவியலும் எல்லாப் பல்கலைக் கழகங்களிலும் பாடமாகப் போதிக்கப்படுகிறது. இந்நிலையில் மிகக் குறுகிய காலத்திற்குள், இத்துறையில் பயிற்சியும் திறமையும் கொண்ட அறிஞர்களின் எண்ணிக்கை பெருகும் என நம்பலாம். இந்த ஆய்வுகளை உளவியலார் தயாரிக்கும்போது, நமது நாட்டு மக்கள் நிலைக் கேற்பவும், அவர்களது சூழ்நிலைக் கேற்பவும் தயாரித்தல் வேண்டும். மேலைநாட்டு முறைகளையும், தரப்பட்டுள்ள கேள்விப் பட்டியலையும் மொழி பெயர்த்துப் பயன்படுத்துவது பயனளிக்காது. இத்தகைய முறையில் இத்துறையில் ஈடுபடுவோர் கவனம் செலுத்துதல் இத்துறை ஆராய்ச்சிகளைப் பெரிதும் ஊக்குவிக்கும்.

இத்தகைய ஆராய்ச்சிகள், மேலை நாடுகளிலே பல துறைகளில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அரசியல், கல்வி, சமூக மாற்றங்கள், பொருளாதார நிலை, சமூக ஏற்றத் தாழ்வுகள் ஆகியவற்றினைப் பற்றி ஆராய்வதற்குச் சமூக உளவியல் முறைகள் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. குறிப்பாக, பொதுமக்கள் கருத்தினையும், மனப்பான்மையினையும் அளத்தற்கு உளவியலார் ஆராய்ச்சிகள் நடத்துதல் உண்டு. மேலும், வர்த்தக ஆராய்ச்சிகள் (Market Research) தொழிலாளரது மனப்பான்மையினையும் ஊக்கத்தையும் அளத்தல், கல்விப் பயிற்சியில் தரத்தையும் திறனையும் அறிதல், சமூக உளவியல் - சமூக இயல் ஆராய்ச்சிகள் போன்றவற்றினை உளவியலார் மேற்

கொள்ளுகின்றனர். இத்தகைய ஆராய்ச்சிகளுக்குச் சமூக உளவியலார் தந்துள்ள முறைகள் பயன்படுத்தப்படுவதுண்டு.

இவ்வகை ஆராய்ச்சிகளில் பயன்படுத்தப்படும் முறைகள் பல படிகளைக் (Steps) கொண்டு அமைகின்றன. அவற்றினை இங்குச் சுருக்கமாகக் கூறுகிறோம். இவ்வாராய்ச்சியினைத் தொடங்குவதற்கு முதலில் ஒரு புதிர் அல்லது சிக்கல் (Problem) இருத்தல் வேண்டும். ஒரு புதிருக்கு விடை காணும் பொருட்டோ, அன்றிஒரு சமூகச் சிக்கலை விடுவிக்கும் பொருட்டோ இத்தகைய ஆராய்ச்சிகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. ஆராய்ச்சியை ஆரம்பிப்பதற்கு முன்னரே புதிரை நன்றாக அறிந்து, அதனைத் தெளிவுபடுத்திக் கொள்ளவேண்டும். இத்தகைய சிக்கலை விடுவிப்பதற்கு எத்தகைய முறைகள் பயன்தரும் என்பதனைப் பற்றியும் சிந்தித்து, அதற்குரிய முறைகளைத் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ளவேண்டும். கண்டு பேசல் (Interview) முறை பயன்படுத்தப்படுவதாயின், அதற்குரிய வகையில் கேள்விகளையும் ஆயத்தம் செய்துகொள்ளுதல் வேண்டும். மாதிரித் தேர்வுகளையும், முன் ஆராய்ச்சிகளையும் (Pilot Study) நடத்திக் கொள்ளுதல் வேண்டும். இவ்வகை ஆராய்ச்சியின் முடிவுகள் நம்பிக்கை ஊட்டுவனவாக அமையின், நாம் துணிந்து ஆய்வினையை மேற்கொள்ளலாம். ஆய்வின் அடிப்படையில் பல விவரங்கள் (Data) கிடைக்கும். இவற்றினைக் குறியிட்டு (Coding), பின்னர்த் தக்க முறையில் வரிசை செய்தல் (Tabulate) வேண்டும். ஆய்வு முடிந்த பின்னர், வரிசை செய்யப்பட்டுள்ள குறியீட்டு விவரங்களைப் பகுத்தறிதல் (Analyse) வேண்டும். இவற்றினை அடிப்படையாகக் கொண்டு சிக்கலை விளக்கவும், முடிந்தால் விதி (Law) ஏற்படுத்தவும் வேண்டும். படிப்பதற்கு இவ்வகை ஆராய்ச்சியின் வெவ்வேறு படிகள் மிகவும் எளிதாகத் தோன்றினாலும், நடை முறையில் இவை சிக்கல் மிகுந்தவையாகும். இவற்றினைத் தகுந்த முறையில் மேற்கொள்ள, நல்ல உளவியல் அறிவும், தேர்ச்சியும், அறிவியல் கண்கொண்டு சிக்கல்களைக் காணும் திறனும் மிகத் தேவையாகும்.

இத்தகைய ஆராய்ச்சிகளில் ஐந்து முக்கிய கேள்விகள் எழுப்பப்படுகின்றன என லிண்டன் பிரீமேன் (Linton Freeman) என்பார் கூறியுள்ளார். அவையாவன : 1. எப்படித் திட்டமிடுவது? 2. யாரைக் கேட்பது? 3. என்ன கேட்பது? 4. எப்படிக் கேட்பது? 5. விவரங்களை எப்படிப் பகுத்து அறிவது?

---

1. See. Kimball Young-Hand book of Social Psychology Chap-18.The measurement of opinion and attitude-P 42. P. (1957)

திட்டமிட முனையும்போது, முதலில் சிக்கலைத் தெளிவுறத் தெரிந்துகொள்ளல் வேண்டும். அதே போன்று, எப்பகுதியில் வாழும் எத்தகைய மக்களை ஆராய்வதன் மூலம் நல்ல பயன் கிட்டும் என்பதனையும் தெளிவுற அறிந்துகொள்ள வேண்டும்.

"யாரைக் கேட்பது?" என்பது மிகவும் முக்கியமான கேள்வியாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கலைப் பற்றிய பொதுமக்கள் கருத்தினை அளந்தறிய, உலகிலோ அன்றி ஒரு நாடு முழுமையிலோ உள்ள மக்கள் அனைவரையும் ஆராய்வது சிறந்ததாகத் தோன்றலாம். ஆனால், நடைமுறையில் இது செயல்படக்கூடிய தன்று. எனவே, ஆராயப்பட வேண்டிய மக்களுள் ஒருசிலரைத் தேர்ந்தெடுத்துச் சோதனை புரிதல் வேண்டும். இவ்வாறு குறிப்பிட்ட சிலரை மட்டும் தேர்ந்தெடுத்து ஆராய்தலை மாதிரித் தேர்தல் (Sampling) என்போம். சரியான வகையில் மக்களைத் தேர்ந்தெடுத்து ஆய்வு நிகழ்த்தாது இருப்பின், நமது முடிவுகள் பெரிதும் பாதிக்கப்படும். உதாரணமாக, மக்களில் எத்தனை பேர் கடவுள் நம்பிக்கை உடையவர்கள் என அறிய விரும்புவோமாயின், இந்துக்களை மட்டுமோ, அன்றி முகம்மதியரையோ, அன்றி கிறிஸ்தவ சமயத்தை சார்ந்தவர்களை மட்டுமோ தேர்ந்தெடுத்து ஆராய்தல் தவருகும். அதே போன்று, நாத்திகர்களை மட்டுமோ, அன்றி ஆத்திகர்களை மட்டுமோ ஆராய்வதும் தவறு. இவ்வகையில் எல்லா மதத்தினரையும் கொள்கையினரையும் சரியான அளவில் தேர்ந்தெடுத்து ஆராய்வது மிகவும் இன்றியமையாததாகும். மாதிரித் தேர்தலில் சரியான முறையில் சரியான விகிதத்தில் மக்கள் ஆராயப்படாது இருப்பின், நமது ஆராய்ச்சியின் முடிவுகள் அனைத்தும் பெரிதும் பாதிக்கப்படும் என்பதனை மனத்தில் கொள்க. மாதிரித் தேர்தல்கள் பலவகைப் படலாம். இது கலந்த மாதிரித் தேர்தல் (Random Sampling), அடுக்கான கலந்த மாதிரித் தேர்தல் (Stratified random Sampling), பங்கு வீத மாதிரித் தேர்தல் (Quota Sampling), பகுதியை ஒட்டிய மாதிரித் தேர்தல் (Aerial Sampling), தற்செயலான மாதிரித் தேர்தல் (Accidental sampling) எனப் பலவகைப்படும். ஆராய்ச்சிக்குகந்த வகையில் அமையும் மாதிரித் தேர்தல் பின்பற்றப் படுதல் வேண்டும்.

"எப்படிக் கேட்பது?" என்பதும், முக்கியம் பொருந்திய கேள்வியாகும். மக்கள் கருத்துக்களைக் கேள்விகள் மூலமே அறிய முற்படுகிறோம். மக்களைக் கண்டு பேசி, அவர்களிடம் இத்தகைய கேள்விகளை நேருக்கு நேராகக் கேட்டு, அவற்றிற்குப் பதில் பெறலாம். இல்லையெனில், இத்தகைய கேள்விகளடங்கிய

பட்டியலைத் தந்து, தனி மனிதரை இவற்றிற்கு உரிய விடைகளைத் தருமாறு வேண்டலாம். கேட்கப்படும் கேள்விகளும், அவை கேட்கப்படும் விதத்தில் மாறுபடுவதுண்டு. ஒருசில கேள்விகளுடன் ஒன்று அல்லது ஒருசில விடைகள் தரப்படுதல் உண்டு. அவற்றினின்று தனி மனிதர்கள் தமது விடைகளைக் குறிப்பிடவேண்டும். இவ்வாறு தரப்பட்டுள்ள விடைகளினின்று மட்டுமே தனியவன் விடைகளைத் தேர்ந்தெடுக்கவேண்டுமாயின், அத்தகைய கேள்வி முறையை அடைபட்ட கொள்ளல் முறை (Forced Choice) என்போம். இஃதன்றித் தரப்பட்ட கேள்விகளுக்குத் தனி மனிதர்கள் தமது வார்த்தைகளில் தாம் விரும்பும் வகையில் விடை தர அனுமதிக்கப்படுதலும் உண்டு. இவ்வாறு தனியவன் தான் விரும்பும் வகையில் விடை தர வாய்ப்பளிக்கும் கேள்விகளை "வாய்ப்புடைய கேள்விகள்" (Open ended questions) எனலாம். மேலும், இத்தகைய முறையில் ஆராய்ச்சி நடத்துங்கால் கேள்விகளை நேரடியானவையாகவோ அன்றி மறைமுகமானவையாகவோ அமைக்கலாம். தனியவன் சிறிதும் தயக்கமோ கூச்சமோ இன்றி விடையிருக்கக்கூடியவற்றினைப் பற்றி நேரடியான கேள்விகளின் மூலமே விவரங்களைச் சேகரித்துக் கொள்ளல் முடியும். தனியவனது சொந்த வாழ்க்கையைப் பற்றிய கேள்விகள், அவனது விருப்பு—வெறுப்புக்கள், பால் சம்பந்தப்பட்ட கேள்விகள் மறைமுகமானவையாக அமைதலே நன்று. 'கேள்விகள் ஆராய்ச்சியின் நோக்கத்திற்கு ஏற்ப அடைபட்டனவாகவோ, வாய்ப்புள்ளனவாகவோ, மறைமுகமானவையாகவோ, அன்றி நேரடியானவையாகவோ அமைதல் உண்டு. ஆராய்ச்சிகளுக்கு ஏற்ப இவை கலந்தும் பயன்படுத்தப்படுவதுண்டு. எவ்வகையைச் சேர்ந்த கேள்விகளாயினும் அவை மாறுபொருள் கொண்டனவாகவோ, தெளிவற்றனவாகவோ இருத்தல் கூடாது. கேள்விகள் எளிதில் மக்களால் புரிந்துகொள்ளக் கூடியனவாக அமைதல் இன்றியமையாதது. மேலும், மதிப்பீடுடைய சொற்களைக் (Value laden) கேள்விகளில் பயன்படுத்தலும் தவருகும். சுருங்கக் கூறின், சிக்கல் மிகுந்த மறைமுகக் கேள்விகளை விட, எளிமையான நேரடிக் கேள்விகளே பொதுவாக நல்ல பலனைத் தரும் என லிண்டன் பிரிமன் கூறியுள்ளார்[2].

இனிப் பொதுமக்கள் கருத்தினை அளத்தற்குப் பயன்படுத்தப்படும் சில முறைகளைக் காண்போம். திறள் ஆய்வுமுறை (Mass observation) கொண்டு பொதுமக்கள் கருத்தினை அளவிட

2. Ibid P. P. 449.

முற்படுதலுண்டு. இம்முறையில் ஆராய்ச்சியாளர்கள் பொது மக்களிடையே நிலவும் கருத்துக்களை நேரடியாகக் காண முற் படுகின்றனர். பொதுமக்களை நேரில் கண்டு பேசியும், அவர் களோடு முறையிலையா (Informal) வகையில் விவாதம் புரிந்தும், அவர்கள் கருத்துக்களைச் சேகரித்து அளவிடுதல் முடியும். இவ் வகையில் ஆராய்ச்சியாளர்கள் பொதுமக்களிடம் பழகி அவர்கள் கருத்தை அறியும்போது, தமது கருத்துக்கள் அறியப்படு தலையோ, அன்றி அளக்கப்படுதலையோ பொதுமக்கள் அறிவ தில்லை. இவ்வகையில் இம்முறை சிறந்தது எனலாம். ஆயினும், இம்முறை ஒழுங்கான முறையில் மேற்கொள்ளப்படுவதில்லை. மேலும், தேவையற்ற ஏதுக்களை இம்முறையில் கட்டுப்படுத்து தலும் முடியாததாகும். இம்முறையைப் பின்பற்றிப் பொது மக்கள் கருத்தை அளவிடுவதாயின், அதிகக் கால விரையம் ஏற் படுகின்றது. மேலும், ஆராய்ச்சியாளர்கள் பெருந் தேர்ச்சி யுடையவர்களாக அமையும்போது மட்டுமே இம்முறையை ஓரளவு வெற்றியுடன் பயன்படுத்துதல் முடியும். எனவே, இன்றையப் பொதுமக்கள் கருத்து ஆராய்ச்சிகளில், இம்முறை பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுதல் இல்லை எனலாம்.

கண்டு பேசலும் (Interview) மற்றொரு முறையாகும். ஆராய்ச்சிக்கு உட்படுத்தப்படும் பொதுமக்களை, ஆராய்ச்சி யாளர்கள் ஒவ்வொருவராகக் கண்டு பேசி, அவர்கள் கருத்தினை அளந்தறிய முற்படுகின்றனர். ஆராய்ச்சியாளர் கேட்கும் கேள்விகளுக்குப் பொதுமக்கள் தாம் விரும்பும் வகையில் விரி வாகவோ, சுருக்கமாகவோ, உடன்பட்டோ, அன்றி வேறு பட்டோ பதிலிறுக்கின்றனர். ஒரு தனி மனிதரை, அவரது கருத்துக்களை அறியும்பொருட்டு மீண்டும் மீண்டும் கண்டு பேசுதல் உண்டு. இதனைத் தெரிவர் உரைமுறை (Panel method) எனலாம்.

இம்முறையைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் நம்பகமான முடி வுகளை நாம் பெறமுடியும். மேலும், தனி மனிதனுடைய கருத் துக்களையும் அவனுடைய கருத்துக்களில் காலத்தால் ஏற்படும் மாற்றங்களையும் அறிந்துகொள்வதுடன், அவனது ஆளுமையை அளந்தறியவும் முடியும். ஆனால், தனியவனை மீண்டும் மீண்டும் கண்டு பேசுதல் சிக்கல் மிகுந்ததாகும்.

பொதுமக்களது கருத்தினை அளந்தறிய, இன்று மேலை நாட்டினரால் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படும் முறை, வாக் கெடுப்பு (Poll) முறையாம். நமது நாட்டில் அரசியல் தேர்வு களில் இம்முறை பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இதன்

மூலம் மக்கள் விரும்பும் தலைவர் யார் என அறிந்துகொள்ள முடிகிறது. அரசியல் வாக்கெடுப்புக்களில், தாம் விரும்பும் தலைவரது அல்லது அவரது கட்சியினது சின்னத்தைத் தாங்கி நிற்கும் பெட்டிகளில் தமது பதிவுச் சீட்டுக்களைப் போடுவதன் மூலம் மக்கள் தமது கருத்தினை வெளியிடுகின்றனர். எவர் அதிகமான குடவோலை (Ballot) பெறுகின்றனரோ அவரே மக்களால் பெரிதும் விரும்பப்படும் தலைவர் என அறிந்துகொள்கிறோம். எனவே, அரசியல் தேர்வுகளில் ஒருவர் பெறும் குடவோலைகளின் எண்ணிக்கை பொதுமக்கள் கருத்தினை வெளியிடுவதாக அமைகின்றதைக் காண்கிறோம். இதனைக்கொண்டு பொதுமக்கள் கருத்தினைத் தமக்குச் சாதகமாகக் கொண்ட தலைவரே வெற்றி பெறுகிறார் எனலாம். ஆனால், இந்தத் தேர்வு முறையிலும் பல குறைபாடுகள் உண்டு. இது அரசியல் துறையைச் சேர்ந்த அறிஞர்களுக்குரிய சிக்கல் என்பதால், நாம் அதனை விவாதிக்கத் தேவையில்லை.

பொதுமக்களின் கருத்தை அளப்பதற்காகப் பயன்படுத்தப்படும் வாக்கெடுப்புக்கள் அரசியல் தேர்வுகளினின்று வேறுபடுகின்றன. பொதுமக்களின் கருத்தைப் பல காரணங்களுக்காகப் பல்வேறு நிலைகளையும் பொருட்களையும் பற்றிய பொதுமக்கள் கருத்தினை அறிய அறிஞர்கள் பயன்படுத்தலாம். குறிப்பாக, ரோப்பர் (Roper), காலப் (Gallup), டன் (Dunn) போன்ற மேலை நாட்டு அறிஞர்கள் பல்வேறு வாக்கெடுப்பு முறைகளைப் பயன்படுத்தியுள்ளனர். இத்தகைய ஆராய்ச்சிகளை அல்லது வாக்கெடுப்புக்களைக் கேள்விப் பட்டியலின் (Questionnaire) துணைக்கொண்டே நடத்துகின்றனர்.

கேள்விப் பட்டியலிலுள்ள கேள்விகள் இருவகைப்படலாம். இவை அடைபட்ட கொள்ளல் முறைக் கேள்விகளாகவோ, அன்றி வாய்ப்புடைய கேள்விகளாகவோ அமையலாம். அடைபட்ட கொள்ளல் முறையில், கேள்விப் பட்டியலில் தரப்பட்டுள்ள கேள்விகளுக்கு "ஆம்" (Yes) "இல்லை" (No) "தீர்மானிக்க முடியவில்லை" (undecided) என்னும் வகையிலேயே விடை தருதல் வேண்டும். உதாரணமாக, "நீங்கள் கலப்பு மணம் நன்மை பயக்கும் என நம்புகிறீர்களா?" என்னும் கேள்விக்கு ஒருவர் "ஆம்", "இல்லை", "தீர்மானிக்க முடியவில்லை" என்னும் வகையில் ஒரே ஒரு பதில் மட்டுமே தரமுடியும். ஆனால், இதே கேள்வி வாய்ப்புடைய கேள்வியாக மாறும்போது, "கலப்பு மணம் பற்றித் தங்களது கருத்து என்ன?" என்று மாறி அமையும். இக்கேள்விக்குத் தனியவன் தன் விருப்பப்படி விடை தருதல் முடியும். தனியவன் தரும் விடை நீண்டதாகவோ அன்றிச்

சுருங்கியதாகவோ அமையலாம். அதே போன்று, தனது சொந்தக கருத்தினையோ, அன்றி ஆதாரம் காட்டியோ பேசலாம். வாக்கெடுப்புக்களில் இரண்டு முறைகளையும் பயன்படுத்துதலால் பயனுண்டு. நமது ஆராய்ச்சிக்கு ஏற்றபடி, அடைபட்ட கொள்ளல் முறைக் கேள்விகளையோ, அன்றி வாய்ப்புடைய கேள்விகளையோ நாம் பயன்படுத்திக்கொள்ளல் நன்மை பயக்கும். பொதுமக்கள் கருத்தினையும் மனப்பான்மைகளையும் நம்பகமான வகையிலும் தரத்துடனும் அளந்தறிவதே நமது முக்கிய நோக்கமாக இருப்பின், அடைபட்ட கொள்ளல் முறை பயன் தருவதாக அமையும். மக்கள் மனநிலையை அளந்தறிவதே ஆய்வின் முக்கிய நோக்கமாக இருப்பின், வாய்ப்புடைய கேள்விகள் பயன் உள்ளவையாகக் காணப்படும். வாய்ப்புடைய கேள்விகளின் மூலம் மக்கள் ஒன்றினைப்பற்றி என்ன நினைக்கிறார்கள் என்பதைத்தெள்ளத்தெளிய அறிந்துகொள்ள முடியும்.

கேள்விகளின் அமைப்பும் இவ்வாராய்ச்சிகளில் மிகவும் முக்கியத்துவம் பொருந்தியனவாகும். கேள்விப் பட்டியலில் கேள்விகளைப் பரவலாக அமைக்கலாம். அன்றி, முதலில் பொதுவான கேள்விகளைக் கேட்டுப் பின்னர், மெதுவாக ஆராய்ச்சிக்குரிய கேள்விகளைக் கேட்க ஆரம்பித்து, மெதுவாகச் சிக்கலைப்பற்றிய முக்கியமான கேள்விப் பகுதிக்கு வரலாம். பொதுவாக ஆரம்பித்துச் சிறுகச்சிறுகச் சிக்கலைப்பற்றியமுக்கியமான கேள்விகளுக்கு வந்து, பின்னர் சிக்கலைப் பற்றிய முக்கியமான கேள்விக்ளுக்கு விடை கேட்கும் கேள்வி முறையைப் புனல் வகைக் கேள்வி முறை (Funnel Type) என்பர்.

வாக்கெடுப்பு முறையில் பல்வேறு குறைபாடுகள் உண்டு. பல அறிஞர்கள் இம்முறைக்கு எதிராகத் தம் கண்டனத்தைத் தெரிவித்துள்ளனர். குறிப்பாக லின்ட்சே ரோஜர்ஸ் (Lindsay Rogers) என்பார், இம்முறையை — குறிப்பாக "காலப்" வாக்கெடுப்பு முறையை — பெரிதும் கண்டித்துள்ளனர். ஒரு சிலர் இம்முறை ஆராய்ச்சிக்குகந்த முறையே அல்ல என்றும், இதனை அறவே ஒதுக்குதல் வேண்டும் என்றும் கருதியுள்ளனர். இம்முறையில் காணும் குறைபாடுகளைக் காண்போம்.

1. தாம் விரும்பும் முடிவுகளைப் பெறும் வகையில் இம்முறையைக் கையாளுதல் முடியும். வேண்டும் என்றும் பிறரை ஏமாற்றும் பொருட்டும் வாக்கெடுப்புக்களை நடத்துதல் முடியும். தமக்குச் சாதகமான முடிவினைப் பெறும் பொருட்டு ஆராய்ச்சியாளர்கள் பிறரை ஏமாற்றத் துணியலாம். 2. வேண்டுமென்றே, தமக்குச் சாதகமான முடிவினைப் பெறுவதற்காக, ஆராய்ச்சி

முடிந்த பின்னரும் குடவோலைகளைச் சேர்த்துக்கொள்ள முடியும். அரசியல் வாக்கெடுப்புக்களில் இம்முறை பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு. அண்மையில் தென் கொரியாவில் (South Korea) நடந்த வாக்களிப்பின்போது, அந்நாட்டு முன்னாள் தலைவர் சிங்கமன்ரீ (Singhman Rhee) இம்முறையைப் பயன் படுத்தியதாக அவர் மேல் குற்றம் சுமத்தப்பட்டு, அவர் பதவி நீக்கம் செய்யப் பட்டுள்ளார். இதைப் போன்றே சமூக, வணிக, வர்த்தக, சமய ஆராய்ச்சிகளிலும், ஆராய்ச்சியாளர்கள் தாம் விரும்பும் முடிவினைப் பெறுவதற்காக, ஆராய்ச்சி முடிந்த பின்னரும் குட வோலைகளைச் சேர்த்துக் கொள்ளுதல் முடியும். 3. மக்கள் வாழும் பகுதியின் அடிப்படையிலும் தவறான விடை கிட்டலாம். உதாரணமாக, பொது உடைமைக் கொள்கையைப் பற்றிய உலக மக்கள் கருத்தினை அறிவதற்காக அமெரிக்க நாட்டு மக்களை மட்டும் ஆராய்ந்தோமாயின், நமது முடிவுகள் பெரிதும் பாதிக்கப்படும். எனவே, ஒரு பகுதியில் வாழும் மக்களை மட்டும் ஆராயாது, எல்லாப் பகுதியினருடைய கருத்துக்களையும் அறிந்து கொள்ளுதல் வேண்டும். 4. மாதிரித் தேர்தல் நடத்து தலில் தவறு ஏற்படுமாயின், அது நமது முடிவுகளைப் பெரிதும் பாதிக்கும். மாதிரித் தேர்தலுக்காக மக்களை நாம் தேர்ந்தெடுக் கும்போது, நமது ஆராய்ச்சிக்கு வேண்டிய வகையில் எல்லா மக்களையும் சரியான விகிதத்தில் தேர்ந்தெடுத்துக்கொள்ள வேண்டியது இன்றியமையாததாகும். 5. முன் ஆராய்ச்சிகளில் இடம் பெறுபவரில் பெரும்பாலோர் நிகழ்ச்சி நடைபெறும் போது கலந்து கொள்வதில்லை. ஒரு சில நாடுகளிலே, முன் ஆராய்ச்சிகளில் வாக்கெடுப்பு முறையினைப் பின்பற்றி, ஒரு தலைவர் தேர்தலில் வெற்றி பெறுவாரா எனக் குறி சொல் வதுண்டு. வாக்கெடுப்பாளர்களால் வெற்றி பெறுவார் எனக் கருதப்படும் தலைவர், தேர்தல் நடைபெற்றுக் குடவோலைகள் எண்ணப்படும்போது தோல்வியடைதல் உண்டு. இதற்குக் காரணம், மாதிரித் தேர்தல் தவறாக செய்யப்பட்டதாக இருக் கலாம். இல்லையென்றால் முன் ஆராய்ச்சிகளில் சேர்ந்து கொண்ட வர்கள் நிகழ்ச்சியில் - தேர்தலில் - கலந்து கொள்ளாமல் இருக் கலாம். 6. மிகக் குறைந்த எண்ணிக்கையுடையோரிடம் முன் ஆராய்ச்சிகளை நடத்தி வெளியிடப்படும் உண்மைகள் தவறாக இருக்கலாம். ஒரு நாட்டில் வாழும் கோடிக்கணக்கான பொது மக்கள் கருத்தை அளத்தற்கு அந்நாட்டு மக்களில் ஆயிரம் பேரை ஆராய்ச்சிக்கு உட்படுத்துதல் பயன் தராது. எப்பொழுதும் ஒரு பானைச் சோற்றிற்கு ஒரு சோறு பதமாக இருக்கவேண்டியதில்லை. பலவகை அரிசி கலக்கப்பட்டிருக்குமாயின், ஒரு சோற்றினைக்

கொண்டு பதம் கூறுதல் தவருக முடியலாம். 7. ''ஆம்'' ''இல்லை'' என்னும் வகையில் விடைகள் அமையும் அடைக்கப் பட்டகொள்ளல் கேள்விகளுக்கு மக்கள் தவருக விடைதரலாம். ஒருவர் ''ஆம்'' எனவோ ''இல்லை'' எனவோ கருதாமல் இருக் கலாம். அவரது முடிவு வேறு பட்டதாக இருக்கலாம். எனவே ''ஆம்'', ''இல்லை'' என்னும் இரண்டில் ஒன்றினை மட்டும் அவரிட மிருந்து விடையாகப் பெறுவோமாயின், நமது முடிவுகள் பெரிதும் பாதிக்கப்படும் என்பது திண்ணம். 8. ஊரோடு ஒத்துப்போகும் முறையில் பலர் விடை தர முன்வருகின்றனர். தாம் உண்மையாக ஒரு கருத்தினை மனத்தில் கொண்டிருக்க, பிறமக்கள் எல்லாரும் வேறு வகையில் விடை தந்துள்ளனரே என்பதற்காக அவர்களிடமிருந்து வேறுபட்டு நிற்க விரும்பாது, அவர்கள் தந்துள்ள விடைகளை ஒருவர் தர முற்படலாம். இவ் வகையில் அவர் தம்மை ஏமாற்றிக்கொள்வதுடன், இம்முறையால் கிட்டும் முடிவுகளையும் மாற்றி அமைக்கிறார். 9. கேள்விகள் புனல் வடிவமாகவோ, அன்றிப் பரவலாகவோ அமைக்கப் படுதல் உண்டு என முன்னரே கூறினேம். இவ்வாறு கேள்வி களை அமைப்பதும் ஆராய்ச்சியின் முடிவுகளைப் பாதித்தல் உண்டு. கேள்விகளில் சிலவற்றிற்கு விடையிறுத்தவுடன் என்ன நோக்கத்துடன் இவ்வாராய்ச்சி நடத்தப்படுகின்றது எனச் சோதிக்கப்படுபவர் அறிந்துகொள்கிறார். பின்னர், ஆராய்ச்சியாளருக்குச் சாதகமாகவோ அன்றிப் பாதகமாகவோ, வேண்டுமென்றே இவர் விடைகளைத் திரித்துக் கூறலாம். 10. ஒரு மனிதன் கூறுவதைக் கொண்டு அவன் அவ்வாறுதான் கருதுகிறான் என எடுத்துக் கொள்வது தவறு. ''நீ கடவுளை நம்புகிறாயா?'' என்னும் கேள்விக்குச் சமூகத்தினரால் தான் ஏற்றுக்கொள்ளப்படவேண்டுமென்று விரும்புபவர் நாத்திகராக இருந்தாலும், ''ஆம்'' என விடையிறுக்க முன் வரலாம். 11. மனிதர்கள் பலரோடு இருக்கையில் ஒருவகையிலும், தாம் தனியாக இருக்கும்போது மற்றொரு வகையிலும் பேசுதலுண்டு என்பதனை நினைவில் கொள்வோமாயின், இம்முறையில் உள்ள குறைகள் புலப்படும். 12. இத்தகைய தவறுகள் ஏதுமின்றியே ஆராய்ச்சியை நடத்தமுடியுமெனக் கொள்வோமாயினும் முடிவு களைத் திறங்கூறலில் (Interpretation) ஆராய்ச்சியாளர்களிடையே வேறுபாடுகள் மிகுதியும் காணப்படுகின்றன.

இவ்வகையில் இம்முறையைப் பற்றிப் பல குறைபாடுகள் சுட்டிக்காட்டப்பட்டுள்ளன. இத்தனை குறைபாடுகள் இருந்தும் பலர் குறை கூறியும்கூட, இன்னும் இம்முறை பயன் படுத்தப்படுகின்றது. இதினின்றே இம்முறை பயனுள்ள

முறையே எனத் தெரிகின்றது. 1948-ஆம் ஆண்டில் அமெரிக்க நாட்டில் நடந்த தேர்தல்களைப் பற்றி வாக்கெடுப்பு முறையால் தவருன விடைகள் தரப்பட்டன. இதன் காரணத்தைச் சமூக அறிவியல் ஆராய்ச்சி மன்றம் ஆராய்ந்தது. இதன் அடிப்படையில் வாக்கெடுப்பு முறையில் பல நிலைகள் உண்டென்றும், அவற்றில் எங்கேனும் தவறுகள் ஏற்படுமாயின் வாக்கெடுப்பு முறையால் கிடைக்கும் முடிவுகள் பாதிக்கப்படலாமெனவும், அம்மன்றம் இதற்கென நியமித்த குழுவினர் கருதியுள்ளனர்.[3] குழுவினர் கீழ்க்காணும் நிலைகளை முக்கியமாகக் குறிப்பிட்டுள்ளனர். 1. ஆராய்ச்சித் திட்டமும், மாதிரித் தேர்தலில் விடையிறுப்பவர்களைத் தேர்ந்தெடுக்கும் விதம் பற்றிய விளக்கமும். 2. கேள்விப் பட்டியலைத் தயாரிக்கும் விதமும் கண்டு பேசுபவருக்குரிய விளக்கமும். 3. ஆராய்ச்சிக்கெனத் தகுந்த முறையில் பதிலிறுப்பவர்களைத் தேர்ந்தெடுத்தல். 4. பதிலிறுப்பவர்களைக் கண்டு பேசுதல். 5. பதிலிறுத்தவரில் எவர் உண்மையாகவே தேர்தலில் தமது குடவோலையைப் பதிவு செய்வார் என்பது. 6. பதில் தர மறுப்பவர்களையும் திட்டவட்டமான பதிவு தராதவர்களையும் என்ன செய்வது என்னும் முடிவு. 7. புள்ளி விவரங்களைத் தொகுத்து வேண்டிய திருத்தங்களையும் பொருத்தப்பாடுகளையும் செய்துகொள்ளுதல். 8. முடிவுகளைச் சரிவர விளக்கி வெளியிடுதலும் குறி சொல்லுதலும்.

இதனின்று சரியான முறையில் வாக்கெடுப்பு முறை பயன்படுத்தப்படுமாயின், சிறந்த உண்மைகளை இதன் மூலம் பெறலாம் என நாம் அறிகிறோம். ஆராய்ச்சியின் ஒவ்வொரு படியிலும் நிலையிலும் தகுந்த கவனம் செலுத்தி முடிவுகளைப் பெறுவோமாயின், வாக்கெடுப்பு முறைகொண்டு பொதுமக்கள் கருத்தினைப்பற்றிய பல அரிய உண்மைகளை அறிந்துகொள்வோம் என்பது திண்ணம்.

பொதுமக்கள்தம் மனப்பான்மையினையும் நம்பிக்கைகளையும் அளந்தறிதல்: பெருமளவில் ஆராய்ச்சிகள் மேற்கொள்ளப்படும் பொழுது, வாக்கெடுப்பு முறை பெரிதும் பயன் படுத்தப்படுகின்றது. அரசியல், சமூக ஆராய்ச்சிகள் போன்ற பெருமளவு ஆராய்ச்சிகளில் வாக்கெடுப்பு முறையே பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது எனலாம். சிறு குழுவினர், ஒரு சிறு சமூகத்தினர், போன்றோரது மன நிலைகளையும், மனப்பான்மையினையும், நம்பிக்கைகளையும் அளந்தறிவதற்கு அளவை (Scale) முறையே

3. Introduction to Social Science - Vol. II Chap. 26 PP. 60 Macmillan, New York (1954).

பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. எனவே, அவற்றினைப் பற்றியும் நாம் தெரிந்து கொள்ளுதல் பெரும்பயன் தரும்.

பொதுமக்களது மனப்பான்மையினை அளந்தறிய அளவை முறை அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு. அளவை முறையில் தனியவன் ஒரு பொருள் பற்றித் தனது ஏற்பினையோ (approval) கண்டனத்தினையோ (Disapproval) தெரிவிக்கலாம். அன்றித் தனது இசைவினையோ, இல்லையேல் மறுப்பையோ தெரிவிக்கலாம். தரப்பட்டுள்ள கேள்விகளுக்குத் தனியவன் சொல் மூலம் தரும் ஏற்பு, கண்டனம், இசைவு, மறுப்பு இவற்றின் கூட்டு முடிவே (Summation) அவனது மனப்பான்மையினைக் காட்டுகிறது எனக் கருதப்படுகிறது.

அளவையை அமைத்தற்கு (Scale Construction), முதலில் எதற்காக அவ்வளவை அமைக்கப்படுகிறது என்பது திட்ட வட்டமாகத் தெரிந்து கொள்ளப்படுதல் வேண்டும். பின்னர், எந்த மன நிலையை அளப்பதற்காக அளவை அமைக்கப்படுகின்றதோ, அது பற்றிய உருப்படிகள் (items) கவனத்துடன் சேர்க்கப்படுதல் வேண்டும். இவ்வாறு உருப்படிகள் தேர்ந்தெடுக்கப்படும்போது, இந்த உருப்படிகள் ஒன்றினின்று மற்றொன்று வேறுபட்டு அமைவதாக இருத்தல் வேண்டும். ஓர் அளவையில் தரப்படும் உருப்படிகளின் எண்ணிக்கைக்கேற்ப அவ்வளவையின் நம்பகமும் அமையும். அதிகப்படியான உருப்படிகளைக் கொண்டு அமையும் அளவையின் நம்பகமும் அதிகமாகவே காணப்படும். எனவே, உருப்படிகளின் எண்ணிக்கைக்கு ஏற்ப அளவையின் நம்பகமும் அதிகரிக்கிறது என்பதனை மனத்தில் கொள்க. ஏனெனில், அளவையைப் பயன்படுத்துவதில் ஒரு சில தவறுகள் ஏற்படினும் அளவையிலுள்ள உருப்படிகளின் எண்ணிக்கை அதிகமாகக் காணப்படின், தவறுகளின் விகிதம் மிகக் குறைந்தே காணப்படும்.

அளவை முறைகள்

இனி ஒரு சில முக்கியமான அளவை முறைகளைக் காண்போம். தர்ஸ்டோன் (L. L. Thurstone), லிக்கர்ட் (R. Likert) என்பவர்களது அளவை முறைகள் மிகவும் முக்கியமானவையாகக் கருதப்படுகின்றன.

1. **தர்ஸ்டோன் அளவை முறை:** தர்ஸ்டோன் தமது அளவை முறையை, மனப்பூத நூல் முறைகளைத் (Pyscho. Physical Methods) தழுவி, மக்களது தீர்ப்புக்களைத் தமது அளவை முறையில் கணக்கெடுத்துள்ளார்.[4] தமது அளவு முறை

4. See. Anne Anastasi, Psychological testing Part IV Chap. 21, PP 583 Macmillan, New York (1957).

கொண்டு, போர், பொது உடைமைத்துவம், நீக்ரோவர், சீனுக் காரர்கள், சமயம், நாட்டுப்பற்றுபோன்ற ஆராய்ச்சிகளை இவர் நடத்தியுள்ளார்.

தர்ஸ்டோன் தம் அளவைகளைத் தயாரிப்பதற்குக் கீழ்வரும் முறையினையே பின்பற்றினர். முதலில் ஆய்வதற்கு எடுத்துக் கொள்ளப்படும் பொருள் பற்றிக் கிடைக்கும் அறிக்கைகளையும், தகவல்களையும் சேகரித்துக்கொள்ளவேண்டும். உதாரணமாக, ஒரு சமயத்தைப் பற்றிய மக்கள் கருத்தை அளக்க விரும்புகிறோம் என்றால் அச்சமயம்பற்றிக் கிடைக்கும் எல்லா அறிக்கைகளையும் சேகரித்துக்கொள்ளல் வேண்டும். மக்களைக் கேட்பதன் மூலமும், நூல்களினின்றும், பிற வாயில்கள் மூலமும் இச்சமயத்தைப் பற்றிய சாதகமற்றதும், சாதகமானதும், இன்னும் நடுநிலைமைக் கருத்துக்களையும் தொகுத்துக்கொள்ளுதல் வேண்டும். இவ்வாறு தொகுத்தெடுத்த அறிக்கைகளின் பல பிரதிகளை எடுத்துக் கொண்டு, அவற்றைப் பல நடுவணர்களைக் (Judges) கொண்டு, மிகச்சாதகமானவற்றினின்று, மிகப்பாதகமானவை என்னும் வகையில் 11 பிரிவுகளாகப் பிரிக்கச் சொல்லுதல் வேண்டும். இவ்வகையில் ஆறுவது பிரிவில் இடம் பெறும் அறிக்கைகள் நடு நிலைமைக் கருத்துக்களாக அமையும். இவ்வாறு அறிக்கைகளைப் பிரிப்பதனைச் "சம இடை வெளி கொண்ட பகுப்பு" (Equal appearing intervals) என்பதுண்டு. நடுவணர்கள் அறிக்கைகளைப் பதினொரு பிரிவாகப் பிரிக்கவேண்டுமேயன்றி, ஆயும் பொருள்பற்றித் தமது மனப் பான்மையையும் கருத்துக்களையும் அவர்கள் வெளியிடுவதில்லை. எப்பகுதியில் நடுவணர்களில் பெரும்பான்மையோர், அதிக அறிக்கைகளைச் சேர்ப்பிக்கின்றனரோ அதுவே பெருவாரியான பொதுமக்கள் அச்சமயத்தைப் பற்றிக் கொள்ளும் அறிக்கை எனக் கருதப்படும். இவ்வாறு அளவை தரமிடப்படுகிறது. பல பொருள்களைப் பற்றி இவ்வகையில் ஆராய்ந்து தலைமை அளவையை (Master Scale) உருவாக்குதல் உண்டு. இத்தலைமை அளவையைக் கொண்டு பல பொருட்களைப் பற்றிய பொது மக்கள் மனப்பான்மையினை அளந்தறிய முடியும். இம்முறையில் நடுவணர்கள் ஒவ்வொரு குவியலிலும் வைக்கும் அறிக்கைகளின் எண்ணிக்கையின் அடிப்படையில் அளவை மதிப்பீடு (Scale Value) செய்யப்படுகிறது.

இம்முறையில் பெருங் குறைகள் உண்டென ஆராய்ச்சி யாளர்கள் கருதியுள்ளனர். சம இடைவெளி கொண்ட முறை என இம்முறை கருதப்பட்டாலும், எல்லா வேளைகளிலும் இது சம இடைவெளியுடன் அமைவதில்லை. அதைப்போன்றே இவ்

வளைவயின் மையப் பகுதியிலே (Zero point) நடு நிலைமைக் கருத்துக்கள் கொண்டது என்று எடுத்துக்கொள்வதும் எப்பொழுதும் உண்மையாக இருப்பதில்லை. இம்முறையில் நடுவணர்களின் மனப்பான்மையைப் பற்றி எதுவும் கேட்கப்படுகிறதில்லை எனக் கூறியிருக்கிறோம். ஆனால் அவர்களது சொந்த மனப்பான்மையும் அளவை மதிப்பீட்டினைப் பாதிப்பதுண்டு.

2. **லிக்கர்டின் அளவை முறை:** லிக்கர்ட் மற்றொரு முறையைப் பின்பற்றித் தமது அளவையை அமைத்தார். தமது அளவையைக்கொண்டு பேரரசுக் கொள்கை (Imperialism) பன்னாட்டுக் கொள்கை (Internationalism), நீக்ரோவர் (Negroes) போன்றன பற்றிய மக்கள் மனப்பான்மையினை இவர் அளந்துள்ளார்.

இவரது அளவை முறையில், நடுவணர்கள் அறிக்கைகளைத் தரமிடுவதில்லை. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டுள்ள அறிக்கைகளும் கருத்துக்களும், தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஒரு குழுவினரைக் கொண்டு ஆராயப்படுகின்றன. ஒவ்வொரு அறிக்கையையும் பற்றிய தமது கருத்தினை ஒவ்வொரு மனிதரும் தருகிறார். ஒவ்வொரு அறிக்கைக்கும் ஐந்து வகையான பதில்களைத் தர முடியும். அவையாவன :

1. முழு மனத்துடன் ஏற்றுக் கொள்கிறேன் (Strongly agree).
2. ஏற்றுக்கொள்கிறேன் (Agree).
3. தீர்மானிக்க முடியவில்லை (Undecided).
4. எதிர்க்கிறேன் (Disagree).
5. முழு மனத்துடன் எதிர்க்கிறேன் (Strongly disagree).

இதனால் தரமிட்ட முடிவுகளை நாம் பெறுகிறோம். இம்முறையைப் பின்பற்றுவதன் மூலம், ஒன்று சாதகமான முடிவையோ அன்றிப் பாதகமான முடிவையோ மட்டுமே ஒருவர் தருகிறார். மேலும், ஒவ்வொரு வகையான பதிலுக்கும் மிகச் சாதகமான விடையினின்று தொடங்கி, முறையே 5, 4, 3, 2, 1 என மதிப்பு எண்கள் தரப்படுகின்றன. ஆராய்ச்சிக்குட்படுத்தப்படும் பொருளைப்பற்றித் தனியவனது பொதுவான கருத்தை அறிந்து கொள்ள, ஒவ்வொரு கேள்விக்கும் அவர் பெறும் மதிப்பு எண்களைக் கூட்டவேண்டும்.

மனப்பான்மைகளை அளப்பதற்குப் பெரும்பாலும் தர்ஸ்டோன் அளவையோ, அன்றி லிக்கர்ட் அளவை முறையோதான் அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இரண்டையும் ஒப்பிடும்போது, லிக்கர்ட் முறை ஓரளவு சிறந்ததாகக் காணப்படு

கிறது. தர்ஸ்டோன் முறையில் கேள்விகளுக்கு ஏற்றுக்கொள்ளுதல், மறுப்பு என்னும் வகையில் இரண்டு விடைகளையே தர முடியும். ஆனால், லிக்கர்ட் முறையில் ஐந்துவிதமான மதிப்பு எண்களைத் தந்து கேள்விகளுக்குத் தரப்படும் விடைகளைக் கணிக்கலாம். மேலும், லிக்கர்ட் முறையைக் கொண்டு மக்களது பொதுவான மனப்பான்மையினை அறிந்து கொள்வதுடன், தனி மனிதர்களது மன நிலையையும் திட்டவட்டமாக அளந்தறிதல் முடியும். தர்ஸ்டோன் முறை இவ்வகையில் பயன் தருவதில்லை எனலாம். நம்பகம், உண்மைப்பயன் ஆகியவற்றில் இரண்டு அளவை முறைகளும் ஒரே வகையாகவே உள்ளன. விடைகளுக்கு மதிப்பீடு தருவதும் இரண்டு அளவை முறைகளிலும் எளிதாகவே உள்ளது.

3. **போகார்ட்டஸின் சமூகத் தொலைவு அளவை** (Bogardus Social Distance Scale) : மக்கள் மனப்பான்மையினை அளத்தற்குப் பயன்படுத்தப்படும் மற்றொரு அளவை முறை இ. எல். போகார்டஸ் (E. L. Bogardus) என்னும் அறிஞர் தந்துள்ள சமூகத் தொலைவு அளவையாகும். ஆராய்ச்சிக்கு உட்படுத்தப்படுபவரிடம், நாட்டுரிமை (Nationality), இனம் (Race), சமூகப் பொருளாதார நிலை, சமயம் இவை போன்றவற்றில் வேறுபடும் மக்கள் பட்டியல் தரப்படுகிறது. இவர்களோடு திருமணத் தொடர்பு கொள்ள விரும்புவேன் என்பதிலிருந்து இம் மக்களை நாட்டை விட்டே துரத்துதல் வேண்டும் என்பதுவரை வரிசைக் கிரமமாக ஏழு வகைத் தொடர்புகள் தரப்பட்டுள்ளன[5]. ஒரு தனிப்பட்ட மக்களைப் பற்றி இவ்வகைத் தொடர்புகளினின்று ஒருவர் எந்தத் தொடர்பைத் தேர்ந்தெடுக்கிறாரோ அது இம் மக்களைப் பற்றிய அவரது மனப்பான்மையைக் குறிக்கிறது. உதாரணமாக, "ஒரு மக்களோடு திருமணத் தொடர்பு கொள்வதை நான் விரும்பு வேன்" என ஒருவர் கூறின், அவர் அம்மக்களைப் பெரிதும் விரும்புகிறார் எனப் பொருள்படும். முக்கியமான வாழ்க்கை பிரச்சினைகளின் அடிப்படையில் இந்த அளவை அமைக்கப்பட்டிருத்தல் குறிப்பிடத்தக்கது.

4. **தார்ன்டைக்** (Thorndike) என்னும் அறிஞர், ஒரு தனி மனிதன் அவனுக்குப் பிடிக்காத செயல்களைச் செய்வதற்கு எவ்வளவு பணம் எதிர் பார்ப்பார் என்பதனைக் கொண்டும் அவரது மன நிலைமையையும் மனப்பான்மையினையும் அளவிடமுடியும் எனக் கருதியுள்ளனர். கோடிக்கணக்கான பொருள் தரப்பட்

5. See. Anne Anastasi-Paychological Testing part IV Chap. 23 P. 658 Macmillan Co., New york (1957).

டாலும், நம்மில் சிலர் ஒரு சில செயல்களைச் செய்ய விரும்ப மாட்டோம். ஓரளவு நாம் விரும்பாத சில செயல்களை ஊதியம் பெறும் பொருட்டு நாம் செய்ய முன் வரலாம். இதனை அடிப் படையாகக் கொண்டும் மனித மனப்பான்மைகளை அளத்தல் முடியும்.

5. **வரிசைக் கிரம அளவை** (Rank order Scale): தரப்பட்டுள்ள பொருள் அறிக்கைப் பட்டியலை நாம் பெரிதும் விரும்புவன வற்றினின்று பெரிதும் வெறுப்பவை வரை வரிசைக் கிரமமாக ஒருவரை அடுக்கச் சொல்வதன் மூலம், ஒருவரது மனப்பான் மையை அளந்தறிய முடியும். ஒருவகைத் தேர்தல்களில் (Preferential Voting) இம்முறை பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு.

6. **இணை ஒப்பு முறை** (Method of Paired Comparison): தரப் பட்டுள்ள பொருள் பட்டியலிலிருந்து, இரண்டு இரண்டாகத் தேர்ந்தெடுத்து அவற்றுள் தாம் விரும்புவதனையும் வெறுப்பத னையும் குறிப்பிடுதல். இவ்வாறு ஒருவர் தரும் தீர்ப்புக்களின் தொகுப்புக்களிலிருந்து ஒருவரது மனப்பான்மையினை அளந்தறி தல் முடியும். முதல் முதலில் இம்முறை தர்ஸ்டோன் என்பவ ரால் விளக்கப்பட்டது.

7. **தரமிட்டு அளத்தல்** (Measurement by Rating): இம் முறையில் ஒரு மனிதரது மனப்பான்மை அல்லது நம்பிக்கைகள் போன்றவற்றினை ஒருவரோ, அன்றிக் குழுவினரோ அறிந்து அளந்து கணக்கெடுப்பர். இவ்வாறு அறிந்து அளப்பவர் தேர்ச் சியும் திறனும் பெற்ற உளவியலராகவோ, மருத்துவராகவோ, அன்றிக் கண்டு பேசுபவராகவோ அமைதல் உண்டு.

தனி மனிதர்களது மனப்பான்மையினையும் நம்பிக்கைகளை யும் பல வாயில்களினின்று நாம் பெறலாம். ஒருவரது நடத்தை, பொருளைப் பற்றி அவர் கூறும் கருத்து, அவரது முக வேறு பாடுகள் மூலம் ஒரு பொருள் பற்றிய ஒருவரது மன நிலையை எளிதில் அறிந்துகொள்ளலாம். மேலும், கண்டு பேசுதல் முறை ஆளுமைச் சோதனைகள் (Personality Tests) போன்றவற்றினைப் பயன்படுத்தியும் ஒருவரது மன நிலையை அறிதல் முடியும்.

வர்த்தக ஆராய்ச்சிகள் (Marketing Research): இந்த அதி காரத்தை முடிப்பதற்கு முன்னர் வர்த்தக ஆராய்ச்சிகள் பற்றி ஒரு சிறிது கூற விரும்புகிறோம். அரசியல் வாதிகள் தமக்குச் சாதகமாக எத்தனை பேர் வாக்களிப்பர் என்பதனை அறிந்து கொள்ள எவ்வாறு விரும்புகின்றார்களோ அதே போன்று பெரும் வர்த்தக நிலையங்கள் தமது உற்பத்திப் பொருள்களைப் (Products) பற்றித் தமது வாடிக்கையாளர்கள் (Customers) என்ன கருது

கிறார்கள் என்பதனைத் தெரிந்துகொள்ளப் பெரும் விருப்புடைய வராகக் காணப்படுகின்றனர். பெரும் வர்த்தக நிலையங்கள் வர்த்தக ஆராய்ச்சிகளை நடத்துவதற்கெனவே உளவியல்அறிஞர் களையும், பொருளாதார நிபுணர்களையும் புள்ளியியல் (Statistics) வல்லுநர்களையும் வேலைக்கமர்த்திக் கொள்கின்றனர். இவ் வறிஞர்கள் தரும் விவரங்களைக் கொண்டு அதற்கேற்ற முறை யில் தமது நிறுவனத்தின் வர்த்தகக் கொள்கை முறையினை (Policy) அமைத்துக் கொள்கின்றனர். எனவே, உளவியல் மாணவர்கள், குறிப்பாக சமூக உளவியலார் வர்த்தக ஆராய்ச்சி கள் பற்றி அறிந்திருத்தல் வேண்டும்.

நோக்கம் :

வர்த்தக ஆராய்ச்சிகள் வாடிக்கையாளர்களின் மிகு விருப் பங்கள், (Preferences) பழக்கங்கள், மனப்பான்மைகள் போன்ற வற்றினை அளப்பதனையே நோக்காகக் கொண்டு அமைகின்றன. இவ் வாராய்ச்சிகளை நடத்துவதினைக் கொண்டு, பொருட் களை வாடிக்கையாளர்கள் எவ்வளவு தூரம் விரும்புகிறார்கள் என்பதனை அறிந்துகொள்வதுடன், புதிய பொருட்களை உற்பத்தி செய்வது பற்றியும், மக்கள் எத்தகைய பொருட்களை எந்த அள வில் விரும்பி வாங்குகின்றனர் என்பது பற்றியும் அறிந்து கொள்ளவும் உதவும். இது போக, தமது பொருட்களில் சில நாட்டில் ஒருசில பகுதிகளில் அதிகமாக விரும்பப்படுவதேன் ; மற்றப் பகுதிகளில் இப் பொருள்களின் விற்பனை குறைந்து காணப்படுவது ஏன் என்னும் விளக்கமும் கிடைக்கிறது. மேலும், இவற்றின் அடிப்படையில் வர்த்தக ஆராய்ச்சிகளி லிருந்து பெறும் விவரங்களின் அடிப்படையில், வர்த்தக நிலை யங்கள் புதிய விற்பனை முறைகளைப் பயன்படுத்துவதுடன் புதியவகையில் விளம்பரங்கள் செய்யவும் முற்படுகின்றன.

ஒரு வர்த்தக நிலையத்தின் பொருட்களைப் பல்லாயிரக்கணக் கான மக்கள் வாங்குகின்றனர். இவர்கள் மொழி, வாழும் பகுதி, சமூக நிலை, பொருளாதார நிலை, பண்பாடு, சமயம் போன்றவை களால் தமக்குள் பெரிதும் வேறுபடுகின்றனர். ஆனால், வர்த்தக நிலையம் தரும் பொருள் இவ்வளவு வேறுபாடுகளைத் தம்முளே கொண்ட இம் மக்கள் அனைவராலும் பெரிதும் விரும்பி வாங்கப் படுவதாக அமையவேண்டும். தமது பொருட்களைப் பற்றிய பொதுமக்கள் கருத்தை அறிந்துகொள்வதன் மூலமே ஒரு வர்த் தக நிலையம் மக்கள் அனைவரும் விரும்பி வாங்கும் வகையில் தமது பொருட்களைத் தரல் முடியும்.

இத்தகைய முறையில் தமது பொருட்களைப்பற்றிய பொது மக்கள் கருத்தை அறியும் பொருட்டு வர்த்தக நிலையங்கள்

பெருத்த பணச் செலவில், வாக்கெடுப்புக்கள், அளவை முறைகள், தரமிடுதல், கண்டு பேசுதல் போன்ற உளவியல் முறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றன. பெறும் விவரங்களைப் புள்ளி விவரங்களாக மாற்றி முடிவுகளைக் கணித்துக்கொள்கின்றன.

வர்த்தக ஆராய்ச்சிகளுக்கெனக் கேள்விகளைத் தயாரிப்பவர்கள் மிக்க கவனத்துடன் தமது கேள்விகளை அமைத்தல் அவசியமாகும். கேள்விகள் வாடிக்கையாளர்களின் உண்மையான மனநிலையை வெளிக்கொண்டு வருவனவாக அமைதல் வேண்டும். கேள்வி கேட்பவரைத் திருப்திப் படுத்துவதற்காகவோ, அன்றி ஒரு வகையில் விடை பகருதல் கௌரவமானதென்பதற்காகவோ ஒருவர் ஒரு வகையில் விடை தரலாம்.[6] உதாரணமாக, "நீங்கள் தினமும் கொக்கோ (Cocoa) பானம் அருந்துகிறீர்களா?" என்னும் கேள்விக்கு, இப் பானத்தை ஒழுங்காக அருந்தாத ஒருவர் இது கௌரவமான செயல் எனக் கருதித் தவருன ஏமாற்றும் விடை தரலாம். இன்னும் பலவித காரணங்களுக்காகப் பலர் விடை தர மறுக்கலாம். இதனை எல்லாம் சமாளித்து, விற்பனை ஆராய்ச்சிகளில் ஈடுபடுபவர் விடை பெறுதல் வேண்டும். இத் தகைய ஆராய்ச்சிகளில் நேரடிக் கேள்விகளோடு மறைமுகக் கேள்விகளும் பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு.

ஆராய்ச்சி நடத்தும் முறை

கண்டு பேசுதல், வர்த்தக ஆராய்ச்சிகளில் பயன்படுத்தப் படும் சிறந்த முறையாகும். ஆராய்பவர்கள் (Investigators) வீடு வீடாகச் சென்று, வீட்டில் உள்ளோரை குறிப்பாக வீட்டுத் தலைவியரைக் கண்டு பேசி, பல அரிய உண்மைகளைக் கண்டு பிடித்தல் உண்டு.

விளம்பரங்களை எத்தகைய முறையில், எங்கே தருவது என்பதைப் பற்றியும் இவ்வாராய்ச்சிகளின் மூலம் அறிந்துகொள்கின்றனர். ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை நல்ல வருவாய் உடையவர்களே வாங்குகின்றனர் என ஆராய்ச்சிகள் காட்டுமாயின், பாமரர்க்குரிய பத்திரிகைகளில் இப்பொருள் பற்றி விளம்பரம் செய்வதால் பயனில்லை என வர்த்தக நிறுவனங்கள் தெரிந்து கொள்கின்றன. மேலும், தமது பொருட்களை விரும்பும் மக்களின் நிலைக் கேற்ப, பத்திரிகைகள் மூலமோ, வானொலி மூலமோ அன்றித் திரைப்படங்கள் மூலமோ தமது விளம்பரங்களை வெளியிடுகின்றனர்.

---

6. See. Marketing Research in Hindustan Lever P. 4 (1958)

மக்கள் விருப்பமும் உற்சாகமும்

எத்தகைய அமைப்புடைய பொருட்களை மக்கள் விரும்பி வாங்குகின்றனர் என்பதனையும் இத்தகைய ஆராய்ச்சிகள் காட்டுகின்றன. உதாரணமாக, குளிக்கும் சோப்பை (Bathing Soap) அது உடலைச் சுத்தம் செய்யும் என்பதற்காக வாங்குகிறோம் என நாம் நம்புகிறோம். அப்படியாயின், நாம் எந்த விதமான சோப்பையும் தயக்கமின்றி வாங்கவேண்டும். ஏனெனில், எல்லா சோப்புமே உடலிலுள்ள அழுக்கைப் போக்கும். ஆனால், சோப்பு வாங்கும்போது நாம் ஒரு குறிப்பிட்ட வகைச் சோப்பையே விரும்பி வாங்குகிறோம். இவ் விருப்பம் மக்களுக்கு மக்கள் வேறுபடுகின்றது. மக்கள் எத்தகைய சோப்பை விரும்புகின்றனர் என ஹிந்துஸ்தான் லீவர் நிறுவனத்தினர் ஆராய்ந்தனர். இதனின்று, காண்பதற்குக் கவர்ச்சியாகவும், தூய்மையான நிறம் உடையனவாகவும், இன்பூட்டும் நறுமணமும் கொண்ட சோப்புகளையே மக்கள் நாடி வாங்குகின்றனர் எனக் கண்டனர்[7].

மேலும் நிறுவனத்தினர் மக்களது எதிர்காலத் தேவைகளையும் உணர்ந்து அதற்கும் ஆயத்தமாக இருத்தல் வேண்டும். இதற்கும் வழி வகுக்க வர்த்தக ஆராய்ச்சியால் மட்டுமே முடியும்.

டர்னர் (S. H. Turner) அவர்கள் கூறியிருப்பது போன்று "வாடிக்கையாளர்கள் எப்பொருட்களை விரும்புகிறார்கள் என அறியவும், அப்பொருட்கள் எதற்காக வாங்கப்படுகின்றன என அறியவும், நமது பொருட்களைப் பற்றி நாம் வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தெரிவிக்க மேற்கொள்ளும் முறைகள் போதுமானவைதானா என்பதனைத் தெளிவுறக் காட்டவும், வர்த்தக ஆராய்ச்சியை விடச் சிறந்த மற்றொரு கருவி இல்லை" எனலாம்[8].

7. Ibid - P. 8.

8. Ibid - P. 12.

பன்னிரண்டாம் அதிகாரம்

பண்பாடும் நாட்டு உணர்ச்சியும்

பண்பாடு என்னுல் என்ன ? — பண்பாடும் ஒழுக்கமும் — பண்பாடு தோன்றும் வகை.

பண்பாட்டின் பகுப்பு — பண்பாடும் ஆளுமையின் வளர்ச்சியும் — மரபும் வழக்கமும்.

நாட்டு உணர்ச்சி — சமூகப் பற்றுக்கள் — மக்டுக்கலின் விளக்கம் — நாட்டு உணர்ச்சியை உருவாக்கும் ஏதுக்கள் — இனம், மொழி, பண்பாடு, மரபு, வாழும் பகுதி.

நாட்டு உணர்ச்சியைத் தூண்டுவன — ஆபத்து — பள்ளிகள் — ஊடகங்கள் — சமயம் — இலக்கியம்.

நாட்டுப்பற்றின் விளைவுகள் — நல்ல நாட்டுப் பற்றும், போலி நாட்டுப் பற்றும் —

உலக நெருக்கடி — காரணங்கள் — தவிர்க்கும் வழிகள்.

பண்பாடும் நாட்டு உணர்ச்சியும்

பண்பாடு என்னும் சொல், சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னர், திரு. டி. கே. சி அவர்களால் தமிழுக்குக் கொண்டு வரப்பட்ட சொல்லெனப் பேராசிரியர் எஸ். வையாபுரிப்பிள்ளை தமது நூலொன்றில் கூறியுள்ளார்.[1] பண்பாடு (culture) என்னும் சொல் பல பொருள்களில் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. ஆனால், சமூக உளவியலாரைப் பொறுத்தவரை, பண்பாடு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட மக்களது பழக்க வழக்கங்கள், மரபு இவற்றினையும், தமது வாழ்வில் அவர்கள் முக்கியமானவை எனக் கருதுபவை பற்றிய அவர்களுடைய மனப்பான்மையினையும் நம்பிக்கைகளையுமே குறிக்கும் எனலாம்.

இன்னும் சிலர், ஒரு குழு அல்லது சமூகத்தின் பண்பாடு என்பது அக்குழுவோ அன்றிச் சமூகமோ தலைமுறை தலைமுறையாகத் தமது மூதாதையரிடமிருந்து பெறும் பழக்க வழக்கங்கள், மரபு, நம்பிக்கைகள் எனவும் கருதியுள்ளனர். ஆனால், இதனை உண்மையென எடுத்துக் கொள்வதற்கில்லை. தலைமுறை தலைமுறையாக ஒருசில பழக்க வழக்கங்களை ஓரளவு நாம் பெறுகிறோம் என்பது உண்மை. ஆயினும், தாம் வாழும் காலத்திற்கேற்பவும், தமது சூழ்நிலைகளுக்கேற்பவும், மனிதர்கள் பழக்க வழக்கங்களை ஏற்படுத்தித் கொள்கின்றனர். இஃது உண்மையில்லையாயின் இன்றைய சமூகத்தில் வாழும் நாம், நமது மூதாதையாகியவர்களின் வாழ்வு முறையினின்றும் சிறிதும் வேறுபடாது அமையவேண்டும். நமது மூதாதையர் ஒருவர் இன்றைய நமது சமூகத்திற்கு வருவாராயின், இன்றைய நிலைகளை ஒட்டி அவரால் வாழ முடியுமா என்பதே ஐயத்திற்குரியது. அதே வேளையில், நமது மூதாதையரிடமிருந்து நாம் முற்றிலும் வேறுபட்டு நிற்கவில்லை என்பதையும் மனத்தில் கொள்ளவேண்டும். எனவே, மூதாதையர் தம் பழக்க வழக்கங்களினின்று நாம் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்பவையுடன், நமது வாழ்வில் சமூகக் கற்றலால் நாம் வகுத்துக் கொள்ளும் பழக்க வழக்கங்களையும் கொண்டு அவற்றின் அடிப்படையில் நாம் அமைத்துக் கொள்ளும் வாழ்க்கை முறையினையே நமது பண்பாடு எனலாம். இவ்வாறு நாம் நமக்குள் பகிர்ந்து கொள்ளும் இப்பண்பினையே நமது பிற்காலச் சந்ததியினருக்கும் தர முற்படுகிறோம்.

---

1. எஸ். வையாபுரிப்பிள்ளை : "தமிழர் பண்பாடு" தமிழ்ப் புத்தகாலயம், சென்னை (1949) பக்கம் 17.

எல்லாச் சமூகங்களும் பண்பாட்டைக் கொண்டே அமைகின்றன. ஆயினும், சமூகங்கள் தமக்குள் தமது பண்பாட்டினால் வேறுபடுகின்றன. இவ்வாறு அமையும் வேறுபாட்டினைப் பண்பாட்டின் பகுப்பு (culture patterns) எனக் கூறுவதுண்டு. இதனைப் பற்றிப் பின்னர்க் கூறுவோம். உதாரணமாக, உலகிலுள்ள பெருவாரியான சமூகங்களில் திருமணம் என்பது ஒரு சமூகநிலையமாக (social Institution) ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. ஆனால், உலகில் நடைபெறும் திருமணங்கள் அனைத்தும் ஒரே வகையில் நடைபெறுகின்றனவா ? கிறித்தவர், முகமதியர், இந்துக்கள், ஆகியோரிடையே நடைபெறும் திருமணச் சடங்குகளையே எடுத்துக் கொள்வோமாயின், எத்துணை வேறுபாடுகளைக் கொண்டனவாக இச்சடங்குகள் அமைகின்றன! ஒரே மொழி பேசி, ஒரு நாட்டின் ஒரு பகுதியில் ஒரே வகையான சூழ்நிலையில் வாழும் மக்களிடையே இத்துணை வேறுபாடுகள் காணப்படுமாயின், உலகின் பல்வேறு பகுதிகளில் வாழும் பல்வேறு மக்களிடையே திருமணச் சடங்குகள் எங்ஙனம் வேறுபடும் என்பதனை நாம் எண்ணிப் பார்க்கவேண்டும். இத்தகைய வேறுபாடுகளுக்குக் காரணம், பண்பாட்டினால் இவர்கள் வேறுபடுவதேயாம்.

புதுமையாகப் பண்பாட்டில் செய்யப்படும் மாறுதல்களை, அப்பண்பாட்டைக் கொண்ட சமூகத்தில் வாழும் மனிதர்கள் செய்கிறார்கள். ஆனால், இம்மனிதர்களின் குண நலன்கள் இவர்கள் வாழும் சமூகத்தின் பண்பாட்டைப் பொறுத்தே அமையும். பண்பாடும் தனி மனிதர்களும் இரண்டறக் கலந்து விடுகின்றனர். தனி மனிதர்களை ஒட்டிப் பண்பாடும், பண்பாட்டினை ஒட்டித் தனி மனிதர்களுடைய குண நலன்களும். அமைகின்றன. இதனால் ஒரு மனிதரது ஆளுமையை (personality) அவர் வாழும் சமூகத்தின் பண்பாடு பெரிதும் பாதிக்கிறது. இன்னும் சொல்வதானால், ஒரு மனிதரது ஆளுமையை அவர் வாழும் சமூகமும், அதன் பண்பாடுமே உருவாக்குகின்றன எனலாம்.

மனிதன் தோன்றிய காலத்தினின்று பண்பாடும் இருந்து வந்துள்ளது. ஆனால், காலத்திற்கேற்பச் சமூக மக்களின் பண்பாடு மாறி வந்துள்ளது. இம்மாற்றம் எவ்வாறு ஏற்பட்டிருக்க முடியும் ? ஒரு சமூகத்தினர் குறிப்பிட்ட பழக்கத்தை மேற்கொண்டிருந்தனர் என்போம். உதாரணமாக, சிசுக்கொலையை (infanticide) எடுத்துக் கொள்வோம். பழங்காலச் சமூகங்களில், பொருளாதாரப் பற்றாக்குறை இருந்த வேளையில் தேவையற்ற

சிசுக்களைக் கொல்லவேண்டியதிருந்தது. குறிப்பாகப் பெண் சிசுக்களும், உடல் திறனற்ற, குறைபாடுள்ள ஆண் குழந்தைகளும் கொல்லப்பட்டன. இவ்வாறு செய்வதனைக்கொண்டே, அச்சமூகத்தில் பொருளாதார நெருக்கடியைத் தவிர்க்க முடிந்தது. அது அன்றைய சமூகத்தில், ஒழுக்கமுடையதாக, நீதியானதாகக் கருதப்பட்டது. இவ்வழக்கம் சில தலைமுறைகளுக்கு "வழக்கமானது" என்னும் காரணத்தால் பின்பற்றப்பட்டிருத்தல் வேண்டும். பின்னர், ஒரு சிலர், இவ்வழக்கத்தை எதிர்த்திருத்தல் வேண்டும்; இது காட்டுமிராண்டித்தனமான செயல் என அவர்கள் எண்ணியிருக்கலாம். அச்சமூகத்தின் பொருளாதார நிலை மேம்பட்டிருந்ததும், மக்கள் எண்ணிக்கை அதிகமாகத் தேவைப்பட்டதும் காரணங்களாக அமைந்திருத்தல் வேண்டும். இங்கிலையில் சமூகத்தில் பிறக்கும் அத்தனை குழந்தைகளையும் வாழவிடுவது என்னும் புதுமைக் கருத்து வெளியிடப்பட்டிருக்கிறது. இன்றைய சில நாடுகளிலும் சமூகங்களிலும் பொருளாதார நெருக்கடியைத் தவிர்க்கவும், மக்களின் நல்வாழ்விற்காகவும், சமூக முற்னேற்றத்திற்காகவும், மக்களின் தொகையைக் கட்டுப்படுத்துவது இன்றியமையாத தேவையாக உள்ளது. இங்கிலையில் பழமைக் கருத்திற்கும், புதுமைக் கருத்திற்கும் போராட்டம் ஏற்படுகிறது. இவற்றின் அடிப்படையில் புதிய மற்றொரு எண்ணம் வெளியிடப்படுகிறது. மக்களின் தொகையைக் கட்டுப்படுத்துவது மிகவும் தேவை; ஆனால், சிசுக்கொலையில் ஈடுபடுவது காட்டுமிராண்டித்தனமான செயல். பிறக்கும் சிசுக்களின் எண்ணிக்கை குறைக்கப்படாது இருப்பின், சமூகம் பெரிதும் பாதிக்கப்படும். இத்தகைய இக்கட்டான நிலையினைத் தவிர்க்கக் குடும்பக் கட்டுப்பாடு மேற்கொள்ளப்படுகிறது. பழமைச் சமூகத்தில் சிசுக்கொலை எவ்வாறு பண்பாடுடையதாகக் கருதப்பட்டதோ அதேபோன்று இன்றைய சமூகத்திற்குக் குடும்பக்கட்டுப்பாடு பண்பாடுடைய செயலாகும். நாளைய சமூகத்தில் இங்கிலை மாறலாம். சமூகங்கள் தமது தேவைகளின் அடிப்படையில் பண்பாடு கொள்கின்றன. எனவே, பழங்காலச் சமுதாயங்கள் பண்பாட்டில் குறைபாடுடையவை எனவோ, அன்றி ஒழுக்கமற்றவை எனவோ கூறுதல் தவறாகும்.

இதைப் போன்றே செல்வச் செழிப்பில் வாழ்ந்த பழமைச் சமூகங்களிலே ஓர் ஆண் மகன் பல மகளிரைத் தன் மனைவியராகக் கொண்டிருந்தான். தன் வேலைகளில் தனக்கு உதவியாக இருக்கும் பொருட்டும் பல மனைவியரை ஒருவர் மணப்பதுண்டு. இன்றும் கூடச் சலவைத் தொழில் புரிவோரில் சிலர், தமது

தொழிலில் மகளிர் பெரிதும் உதவியாக இருப்பர் என்பதற்காகப் பல மனைவியரை மணந்துகொள்வதுண்டு. செல்வச் செழிப்பில் மிதந்த அரசர்களும், செல்வர்களும், பிரபுக்களும் பல பெண்களை மனைவியராகக் கொண்டிருந்தனர். இதைப் போன்றே விலை மகளிர் (Prostitute) தொடர்பு கொள்ளுதலும் ஒருசில சமூகங்களால் அனுமதிக்கப்பட்டது[2]. வறுமை மிக்க சமூகங்களில் மற்றொரு முறை இருந்திருத்தலை நாம் காண்கின்றோம். இக்குடும்பங்களில் ஒரு குடும்பத்திலுள்ள ஆண்கள் அனைவருக்கும் ஒரே பெண் மனைவியாக இருத்தல் உண்டு. இதனைப் பல பதியுடைமை (Polyandry) என்பர். இன்றும்கூட நீல மலையில் வதியும் தொதுவர் (Todas) என்னும் பழங்குடி மக்களிடையே இப்பழக்கத்தினைக் காணலாம். மேலும், காசர்கள் (Khasas) நாயர்கள், (Nairs) போன்ற மக்களிடையேயும் இப்பழக்கம் உண்டென டி. என். மஜ்ஜீம்தார் (D. N. Mojumdar) தமது நூலொன்றில் கூறியுள்ளார்.[3] பல பதியுடைமை ஏற்படுவதற்கு, வெஸ்டர் மார்க், (Wester mark), கன்னிங்ஹாம் (Cunningham), மஜ்ஜீம்தார் போன்ற அறிஞர்கள் பல காரணங்களைக் காட்டியுள்ளனர்.[4] ஆனால், நாம் வாழும் சமூகத்தில், "காதலர் இருவர் கருத்தொருமித்து ஆதரவு படுவதினையே இன்பம்" எனக் கருதி, ஒரு தாரமுறைத் திருமணத்தையே (Monogamy) நாம் ஆதரிக்கிறோம். இதுவும் சமூகங்களின் பண்பாட்டின் அடிப்படையிலும் தேவைகளின் அடிப்படையிலும் ஏற்படுவது என ஞாபகப்படுத்த விரும்புகிறோம். எனவே ஒருதார மணத்தை நமது சமூகம் ஆதரிக்கிறது என்பதற்காகப் பலதாரமணம் (Polygomy), பல பதியுடைமை என்னும் வழக்கங்களைக் கொண்டிருந்த சமூகங்களைக் குறை காண முற்படுவது தவறு. காலத்திற்கும் தேவைகளுக்கும் ஏற்ப மக்களின் பண்பாடு மாறுதலடைகிறது என்பதினை மனத்தில் கொள்க.

ஒரு நாட்டு மக்கள் மற்றொரு மக்கள்மேல் படையெடுத்து அவர்களை முறியடித்து அவர்கள்மேல் ஆட்சி செலுத்த முற்படும் போது, தமது பழக்க வழக்கங்களையும் அவர்கள்மேல் புகுத்த முற்படுகின்றனர். குறிப்பாக நமது நாட்டைப் பொறுத்த வரை பல இனமக்கள் நமது நாட்டின் மேல் படையெடுத்

2. See. V. Kanakasabai—The Tamil Eighteen Hundred Years ago. Saiva Sidhanta Publishing Co., Madras (1956) pp 124.
3. D. N. Majumdar—Races and Cultures of India-Asia Publishing House (1958) pp. 190 and 191.
4. Ibid. pp. 194 and 195.

துள்ளனர். இவர்கள் ஒவ்வொருவரது படையெடுப்பாலும் நமது பண்பாடு பாதிக்கப்பட்டுள்ளது. ஆரியமக்களின் வருகையால் திராவிட மக்களின் பண்பாடு மாறுபட்டது எனக் கூறப்படுகிறது. ஒரு நாடு மற்றொரு நாட்டின் மேல் வாகை சூடும் போது, வெற்றி கொள்ளும் நாட்டின் பண்பாடு, தோல்வியுறும் நாட்டினர்மீது திணிக்கப்படுவது உண்மை; அதே வேளையில் வாகை சூடியவர்களும், தாம் வென்ற நாட்டு மக்களது பண்பாட்டினால் பாதிக்கப்படுகிறார்கள். மக்களிடையே, இடைவினை எங்கெல்லாம் நடைபெறுகின்றதோ அங்கெல்லாம் பண்பாடு தோன்றுவதும், வளர்வதும் உண்டு. இரண்டு தனிப் பண்பாடுகளை உடையவர்கள், தமக்குள் இடைவினை கொள்ளும் போது, இவ்விரண்டு பண்பாடுகளின் அடிப்படையில் புது வகைப் பண்பாடு தோன்றுதல் உண்டு. கலப்புத் திருமணம் நடைபெறுவதாலும், புதிய பண்பாடுகள் தோன்றுதலை நாம் காண்கிறோம். ஆனால், பிற இனமக்களுடன் மிக நெருங்கிய இடைவினைகளை மேற்கொள்வதாலும், பிற நாடொன்றால் ஆதிக்கம் செலுத்தப்படுவதாலும் ஒரு நாட்டினரின் பண்பாடு முழுமையாக அழிக்கப்படும், அன்றித் திரிக்கப்படும் என்று சொல்வதும் சரியல்ல. இந்துக்களும், சீனர்களும் பல புரட்சிகளுக்கும் கொடுங்கோலர்களின் ஆட்சிக்கும் கட்டுப்பட்டும் கூடத் தம் பண்பாட்டின் சிறப்பால், தமது பண்பாட்டை இழந்து விடவில்லை எனப் பி. டி. பாசு (B. D. Basu) கூறியிருப்பது இங்கு ஒப்பு நோக்கத்தக்கது.[5]

பிற நாடுகளுடன் வணிக-வர்த்தகத் தொடர்புகொள்வதாலும் பண்பாட்டுத் தொடர்பு (cultural relations) கொள்வதாலும் ஒரு நாட்டினரின் பண்பாடு பாதிக்கப்படலாம். இத்தகைய தொடர்பினை மக்கள் மேற்கொள்ளும்போது, இருசாராரும் பெரும்பயனடைகிறார்கள். மேலும், ஒரு நாட்டினர் ஏற்றுக்கொள்ளும் கொள்கைகளின் அடிப்படையிலும் அந்நாட்டினரின் பண்பாடு பாதிக்கப்படுவதுண்டு. குடியரசுக் கொள்கையை ஏற்றுக்கொண்டுள்ள நாட்டினருக்கும் முடியரசில் நம்பிக்கை கொண்ட மக்களுக்கும் பண்பாட்டில் வேறுபாடுண்டு. அதே போன்று பொதுஉடைமை நாடுகளும் முதலாளித்துவ நாடுகளும் (capitalist countries) தமது பண்பாட்டில் வேறுபாடுடையனவனவாக உள்ளன. மேலும், கொல்லாமையில் (Non-Violence) நம்பிக்கை கொள்ளும் மக்களின் பண்பாடு, போர் வெறி கொண்டலையும் அரக்கர்களின் பண்பாட்டினின்று

5 Major B. D Basu-culture, published by the author (1925) PP-1

பெரிதும் வேறுபடுவதன்றே ? ஆனல், ஒரு குறிப்பிட்ட பண்பாடுடைய மக்களே இக்கொள்கைகளை ஏற்றுக்கொள்வர் என்பதும் உண்மை. எனவே, ஏற்றுக்கொள்ளப்படும் கொள்கைகளின் அடிப்படையில் மக்களது பண்பாடு உருவாகின்றதா, அன்றித் தமது பண்பாட்டிற்கு ஏற்ப மக்கள் கொள்கைகளை ஏற்றுக்கொள்கிறார்களா என்பது திட்டவட்டமாகக் கூற முடியாத ஒன்றாகும். இன்னும் சூழ்நிலைக் காரணங்களாலும் மக்களது பண்பாடு மாறுதலடையலாம். செல்வச் செழிப்பிலே மிதக்கும் ஒரு நாடு திடீரென வறுமை நாடாக மாறலாம். அங்கிலையில் இந்நாட்டு மக்களின் பழக்க வழக்கங்கள் மாறுதலடையலாம். போர், புரட்சிகள், இயற்கை நிகழ்ச்சிகள், அறிவியல் புதுவது புனைதல் (scientific inventions), சமய மாற்றங்கள் (Religious conversions) ஆகியவற்றால் மக்களின் பண்பாடுகள் மாறுதலடையலாம்.

பண்பாட்டின் பகுப்பு

தமது பண்பாட்டினுல், மக்கள் தமக்குள் பெரிதும் வேறுபடுகின்றனர் என முன்னரே கூறினேம். மனித நூலறிஞர்களும் (Anthropologists) சமூகவியலாரும் பல ஆராய்ச்சிகளின் மூலம் ஒவ்வொரு பண்பாடும் ஒரு தனிப்பட்ட வகையில் அமைகிறது எனக் காட்டியுள்ளனர். நமது நாட்டை உதாரணமாகக் கொள்வோமாயின், நமது நாட்டின் பல பகுதிகளில் வாழும் மக்கள் பல வகைப்பட்ட பண்புகளை உடையவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். சீக்கியர்கள், வங்காளிகள், மராத்தியர்கள், தமிழர்கள், தெலுங்கர்கள், மலையாளிகள் போன்றோர் பண்பாட்டில் தமக்குள் சில வழிகளில் வேறுபடுவோராகக் காணப்படுகின்றனர். ரூத் பெனடிக்ட் (Ruth Benedict) என்னும் அறிஞர் மூன்று வகையான பழங்குடி மக்களை ஆராய்ந்து அவர்களிடையே காணும் பண்பாட்டுப் பகுப்பினைத் தமது நூலில் விளக்கியுள்ளார்[6]. அக்குழுவினர்களைப் பற்றி நாமும் அறிந்துகொள்ளுதல் நன்று. இவர் சூனி (Zuni), டோபு (Dobu), காக்யூகில் (Kwakiukl) என்னும் மூவகைப் பழங்குடி மக்களை ஆராய்ந்தார். இவர்களது பண்பாட்டில் வேறுபாடுகள் மிகுதியும் காணப்பட்டன.

சூனி மக்கள் பழகுவதற்கு எளிமையானவர்கள். இவர்கள் பண்பாட்டில் சடங்குகள் (Ceremony) தாம் முக்கிய பங்கு பெறுகின்றன. சூனி மக்கள் தமது வாழ்வு முழுமையுமே

6. Ruth Benedict—Patterns of culture-George Routledges Sons, London (1935).

சடங்குகளில் செலவிடுகின்றனர் எனலாம். சடங்குகளின் மூலமே இயற்கையிகந்த சக்திகளின் அருளைப் பெறமுடியும் என இவர்கள் நம்புகின்றனர். சடங்கின் ஒவ்வொரு பகுதியினையும் மிகவும் ஆசாரத்துடனும் ஒழுங்குடனும் இவர்கள் மேற்கொள்கின்றனர். சடங்கில் ஒருசில சிறு தவறு நேரினும், அதைப் பெரிதாக எடுத்துக்கொள்கின்றனர். மந்திரம் ஓதுவதிலும் ஒரு சிறு தவறும் ஏற்படுதல் கூடாது [7]. பெரும்பாலான வேண்டுதல்கள் மழைக்காகவே உள்ளன. இவ்வாறு சூனி மக்களின் வாழ்க்கையில் சடங்குகளே முக்கியமான பங்கு வகிக்கின்றன எனலாம்.

டோபு மக்கள் சூனிகளிடமிருந்து பெரிதும் வேறுபடுகின்றனர். கொடுமை மிக்கவர்களாகவும், எத்தகைய செயலையும் துணிந்து செய்பவர்களாகவும் இவர்கள் காணப்படுகின்றனர். இவர்கள் ஒரு காலத்தில் நர மாமிசம் உண்பவர்களாகவும் (Cannibals) இருந்தனர். இவர்களுள் தலைவர்கள் காணப்படும் தில்லை. ஒவ்வொரு டோபுவும் தான் விரும்பும் வகையில் காட்டு மிராண்டியாக நடந்துகொள்கிறான். ஒவ்வொருவரிடையேயும் நம்பிக்கையின்மையும் விரோத மனப்பான்மையுமே நிலவுகிறது. இரு டோபு குழுவினர்கள் திருமணத் தொடர்பால் இணைக்கப்படும் போது கூட இவர்களிடையே விரோத மனப்பான்மையே நிலவுகிறது [8]. ஐயமுறுதலும், கொடுமை செய்தலும் அவனோடு பிறந்தவை. அவன் பிறருக்கு இரங்குவதுமில்லை; பிறரது இரக்கத்தை வேண்டுவதுமில்லை. டோபுக்கள் மாயத்தில் (Magic) அதிக நம்பிக்கை உடையவர்கள். ஒவ்வொரு டோபுவும் தான் அறிந்துள்ள மாய வித்தையைக் கொண்டு பிறருக்குத் தீங்கிழைக்கவே முற்படுகின்றான். இவ்வகையில் டோபு சமூகத்தில் விரோத மனப்பான்மையே மிகுதியும் இடம் பெறுகிறது எனலாம்.

காக்யூகில் மக்கள் போட்டி மனப்பான்மை கொண்டவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். தாம் சமூகத்தில் உயர்ந்த பதவி வகிக்கவேண்டும் என்பதற்காகவும், பிறர் சமூகத்தில் கீழ் நிலை அடையவேண்டும் என்பதற்காகவும் கர்க்யூகில் மக்கள் போட்டிகளில் ஈடுபடுகின்றனர்.

இவர்களிடம் ஒரு குறிப்பிட்ட வழக்கமுண்டு. இதன்படி ஒரு விருந்தின்போது ஒருவர் தம்மிடமுள்ள விலையுயர்ந்த பொருட்களைப் பிறருக்குக் கொடுக்கவோ, அன்றி விருந்தினர்

7. Ibid pp 62
8. Ibid pp 135.

முன்னிலையில் அவற்றினை அழிக்கவோ வேண்டும். பொதுவாக போர்வைகள், படகுகள், எண்ணெய் போன்றன இதற்கெனப் பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு. ஒருவர் எத்தனைக்கெத்தனை அதிகமாய் பொருட்களைச் செலவிடுகிறாரோ அதனின்று அவரது பெருமை சமூகத்தில் நிலைநாட்டப்படும். அவரிடமிருந்து அவ் வகையில் வெகுமதி பெற்றவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் அவருக்கு அதனைத் திருப்பித் தருதல் வேண்டும். அவ்வாறு வாங்கிய பொருட்களை திருப்பித்தர இயலாதவர் மிகவும் கேவல மாகக் கருதப்படுகிறார். இவ்வகையில் காக்யூகில் மக்கள் வெற்றி தோல்விகளுக்கிடையே ஊசலாடுகின்றனர். காக்யூகில் மக்களைத் தனியாகப் பிரித்துக் காட்டும் பண்பாட்டுப் பகுதி அவர்களிடையே காணப்படும் போட்டி மனப்பான்மையேயாம்.

இவ்வாறு சூனி மக்கள் சடங்குப் பிரியர்களாகவும், டோபு மக்கள் வெறியர்களாகவும், காக்யூகில் மக்கள் போட்டி மனப் பான்மை யுடையவர்களாகவும், தமது பண்பாட்டினுல் பகுக்கப் படுவர். உலகில் வாழும் எல்லாவகை மக்களிடையேயும் பண்பாட்டுப் பகுப்பு காணப்படுகிறது. ஆனுல், ரூத் பெனிடிக்ட் விவரித்துள்ள இம் மூவகைப் பழங்குடியினரைப் போன்று பண்பாட்டுப் பகுப்பு அவ்வளவு தெளிவுறக் காணப்படுவதில்லை.

பண்பாடும் ஆளுமையின் வளர்ச்சியும்

குழந்தை பிறந்த நிலையில், சுயமாக இயங்க முடியாத நிலையில் உள்ளது. பிறந்த குழந்தை தாயின் வயிற்றினின்று திடீரென இவ்வுலகில் கொண்டுவரப்படுகிறது. இந்நிலையில் உணவிற்காகவும், உடல் நலத்திற்காகவும் தான் வாழும் பொருட்டும் பிறரை அண்டியே வாழவேண்டிய ஒரு நிலையில் குழந்தை உள்ளது. இவ்வகையில் பிறரோடு தொடர்பு கொள்ளும் நிலையில் பிறரது பண்பாட்டிற்குக் குழந்தை உட்படு கிறது. குறிப்பாகப் பெற்றோர், உடன் பிறந்தோர், உறவினர் கள் ஆகியோர்களுடன் நெருங்கிய இடைவினைகளைக் கொள்ளும் குழந்தை அவர்களது பண்பாட்டினுல் பெரிதும் பாதிக்கப்படு கிறது.

சிறிது காலத்திற்குப் பின், 'தான்' என்னும் உணர்வு குழந்தையினுள் எழுகிறது எனலாம். இவ்வுணர்வு எழும் நிலை யில், குழந்தை தன்னைத் தனியாகப் பிரித்து உணர்ந்து கொள் வதுடன் பிறரையும் தன்னிடத்தினின்று பிரித்து உணர்ந்து கொள்ள ஆரம்பிக்கிறது. ஒவ்வொரு குழந்தைக்கும் பெற்றோர் பெயரிடுகின்றனர். பழக்கத்தின் அடிப்படையில் அப்பெயர் தன்னைக் குறிக்கிறது என்று அறிந்துகொள்வதின் மூலம்

குழந்தை எளிதில் தன்னைத்தான் பிரித்து அறிந்துகொள்கிறது. இங்கிலீயில் "நான்", "அவர்கள்" என்னும் பாகுபாட்டினைக் கொண்டு குழந்தை பிறரோடு சமூகத் தொடர்புகளில் ஈடுபடுகிறது. இவ்வாறு பிறரோடு குழந்தை ஏற்படுத்திக் கொள்ளும் சமூகத் தொடர்புகள் அதனது ஆளுமையைப் பாதிக்கின்றன.

ஆளுமை பற்றியும் இதனை அளந்தறியும் விவரங்கள் பற்றியும் பொது உளவியல் கூறும். ஆனால், இங்குச் சமூக உளவியலின் அடிப்படையில் ஒரு சமூகத்தின் பண்பாடும் ஒரு சமூகமும் ஒரு குழந்தையின் ஆளுமையை எவ்வாறு உருவாக்குகின்றன என்பதனை நாம் அறிய முற்படலாம். ஆளுமை என்னும் சொல் பல வகையில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. ஜி. டபுள்யூ. ஆல்போர்ட் (G. W. Allport) என்னும் அறிஞர் தமது நூலில் ஆளுமை என்பதற்கு ஐம்பது வரையறைகளைச் சேகரித்துத் தந்துள்ளார்[9]. ஆளுமை என்னும் சொல் பொதுவாகப் பெரிதும் தவருகவே புரிந்துகொள்ளப்படுகிறது. நல்ல உடல் கட்டுடன் உள்ள ஒருவரைக் கண்டு அவருக்கு நல்ல ஆளுமை இருக்கிறதென்று நாம் சொல்லிக் கொள்கிறோம். மெலிந்து சாதாரணமாகக் காட்சியளிக்கும் ஒருவரைப் பார்த்து அவருக்கு ஆளுமையே இல்லையென்கிறோம். ஒருவரது ஆளுமை எனக் கூறும்போது அவரிடம் காணப்படும் ஒரு சில குண நலன்களின் அடிப்படையில் மட்டுமே அவரது ஆளுமை பற்றிக் கூறுதல் முடியாது. ஒரு மனிதரிடம் காணப்படும் குண நலன்கள் அத்தனையின் தொகுப்பே, ஒருவரது ஆளுமையை நிர்ணயிக்கிறது. குண நலன்களென நாம் குறிப்பிடும்போது உயர்ந்த, தாழ்ந்த, ஒழுக்கமுடைய, ஒழுக்கமற்ற எல்லா வகையான குணங்களையும் நாம் குறிப்பிடுகிறோம். இதனையே ஆளுமை என்பதற்கு நமது வரையறையாகக் கொண்டு விவாதத்தை மேலே தொடர்கிறோம்.

ஒரு குறிப்பிட்ட வளர்ச்சி நிலையில் குழந்தை "நான்", "அவர்கள்" என்னும் பாகுபாட்டை ஏற்படுத்திக் கொள்கிறது எனக் கூறினோம். தன்னைப் பற்றியும் தனது சமூகத்தைப்பற்றியும் அறிந்துகொள்ளும் குழந்தை சமூகத்தில் தனக்குரிய ஓர் இடத்தை நிர்ணயிக்க முற்படுகிறது. ஒரு குடும்பத்தில் பிறத்தல், ஒரு பெற்றோருக்குக் குழந்தையாக இருத்தல், ஒருசிலரை உடன் பிறந்தோராகக் கொண்டிருத்தல் போன்றன குழந்தையால் கட்டுப்படுத்த முடியாத சூழ்நிலைக் காரணங்களாம். ஆனால்

9. G. W. Allport—Personality-Constable & Co. Ltd., London (1959) PP. 27—48.

இச்சூழ்நிலைக் காரணங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டே சமூகத்தில் தான் என்ன நிலை வகிக்க வேண்டும் என்பதினை அக்குழந்தை தீர்மானித்துக் கொள்கிறது. பெற்றோராலும் குடும்பத்தினராலும் சமூகத்தினராலும் மிகவும் மதிக்கப்படுபவனவற்றைப் பண்பாட்டின் காரணத்தாலும் சமூகக் கற்றலின் காரணத்தாலும் குழந்தை மதிக்க முற்படுகிறது. இதைப் போன்றே, சமூகத்தில் வெறுக்கப்படுபவற்றை அச்சமூகத்தில் வளரும் குழந்தைகளும் வெறுக்கத் தலைப்படுகின்றன.

"தான்" என்னும் உணர்வோடு குழந்தை தன்னைத் தனித்து உணர்ந்து கொண்டு தன்னையும் தன் சூழ் நிலையையும் உணர்ந்து அதற்குகந்த முறையில் சமூகத்தில் தனது இடத்தை நிர்ணயித்துக் கொள்ள முற்படுகிறது எனக் கூறினோம். இவ்வாறு ஒவ்வொரு மனிதரும் முயற்சி செய்கிறோம். இதைப் போன்றே, சமூகமும் நம் ஒவ்வொருவருக்கும் சமூகத்தில் ஓர் தனி இடம் அளிக்கிறது. இவ்வமைப்பு சமூகத்தின் பண்பாட்டைத் தழுவியே நிற்கும். இதனைத் தியோடார் நியோக் கோம்பு (Theodore N. Necucomb) என்னும் அறிஞர் தமது சமூக உளவியல் நூலில் அழகாக விவரித்துள்ளார்.[10] சமூகத்தால் தரப்படும் பங்கினை இவர் மூவகையாகப் பிரிக்கிறார். அவையாவன. 1. திட்ட வட்டமான பிரிவுகள். 2. பண்பாட்டுப் பாகுபாடுகள். 3. தெளிவற்ற வகையில் பாகுபாடு. திட்ட வட்டமான பாகுபாடு என்னும்போது, குழந்தை திட்டவட்டமான ஒழுங்கான முறையில் தொடர்பு கொள்ளும் நிலையைக் குறிக்கிறோம். பெற்றோர் ஆசிரியர்கள், வயதில் முதிர்ந்தோர் ஆகியோருடன் திட்டவட்டமான முறையில் நாம் தொடர்பு கொள்ள வேண்டுமென பண்பாடுடைய சமூகம் நிர்ணயித்துள்ளது. தாய் என்னும்போதே, தாய்க்குரிய கடமைகள் நமக்கு ஞாபகத்திற்கு வருகின்றன குழந்தையைப் பாராட்டிச் சீராட்டி வளர்ப்பதோடு கூட நல்ல அறிவூட்டி, உயர்ந்த ஒழுக்கத்தையும் பழக்க வழக்கங்களையும் குழந்தையிடம் ஏற்படுத்தி, அவனைச் சமூகத்தில் சிறந்த உறுப்பினனாக அமைத்தலைத் தாயின் கடமை எனச் சமூகம் நிர்ணயித்துள்ளது. இதனைப் போன்றே சமூகத்தில் வாழும் ஆசிரியர்கள் அனைவரும் அறிவுடையோராகவும் ஒழுக்கமுடையோராகவும் இருத்தல் வேண்டுமெனச் சமூகம் எதிர்பார்க்கிறது. ஆண் பெண் இருபாலரது நடத்தையும் எவ்வாறு அமையவேண்டுமென்பதனையும் சமூகம் குறிப்பிடுகிறது. பொதுவாக, எல்லா வகைச் சமூகத்திலும் பெண்ணிடம் பெண்மையையும் ஆணிடம் ஆண்மை

10. Theodore. M. Newcomb-Social Psychology-Tavestock Publications (1959) PP 415-420.

யையும் அச்சமூக மக்கள் எதிர் பார்க்கின்றனர். ஆணிடம் அதிக அளவில் பெண்மையும், பெண்ணிடம் அதிக அளவில் ஆண்மையும் காணப்படின், அது சமூகத்தால் விரும்பப்படுவதில்லை. இன்னும் ஒரு சில சூழ்நிலைகளில் மனிதர்கள் எவ்வாறு நடந்து கொள்ள வேண்டுமென்பதனைச் சமூகம் திட்டவட்டமாக வரையறுத்துக் கூறுவதில்லை. உதாரணமாகக் குமரப் பருவத்தினரை எடுத்துக்கொள்ளலாம். குமரப் பருவத்தினர் முதிர்ச்சியடைந்த வன்போன்று நடத்தற்கும் வழியில்லை; குழந்தைத் தனமாக நடத்தற்கும் வழியில்லை. இத்தகைய இக்கட்டான நிலையில் சமூகத்தால் வரையறுக்கப்படாத ஓர் நிலையில் அவன் நடை பயில வேண்டி இருக்கிறது. இவ்வாறு சமூகம் அமைத்துத் தரும் நிலைகளினின்றும் மனிதரின் ஆளுமை வளர்ச்சி ஏற்படுகின்றது.

குடிப்பிறப்பின் அடிப்படையிலும் குழந்தையின் குணங்களில் சில அமைந்து விடுகின்றன எனச் சில அறிஞர்கள் கூறியுள்ளனர். பூலர் (Buhler) என்பவர் குழந்தைகளை அவர்கள் பிறரோடு சமூகத் தொடர்புகொள்வதனை அடிப்படையாகக் கொண்டு, மூவகையில் பிரித்துள்ளார் என ஜோசப் வில்லியம் நாகே (Joseph Willam Nagge) தமது குழந்தை உளவியல் நூலில் கூறியுள்ளார். பூலர் கருத்துப்படி ஒரு சில குழந்தைகள் சமூக இடைவினைகளால் பாதிக்கப்படாதவையாக சமூகத்தினின்று ஒதுங்கி நிற்க முற்படுகின்றன. இன்னும் சில குழந்தைகள் பிறரோடு சமூகத் தொடர்பு கொண்டு அவர்களோடு ஒண்டி வாழ முற்படுகின்றன. மூன்றாவது வகையான குழந்தைகள் பிறரோடு நெருங்கிய தொடர்பு கொள்ளினும் தான் விரும்பும் வேளைகளில் பிறரிடமிருந்து பிரிந்து நின்று தனியாகச் செயலில் இறங்கும் திறன் கொண்டனவாக உள்ளன எனக் கருதியுள்ளார். இத்தகைய வேறுபாடுகள் குழந்தைகளின் முதனிலை மனநிலையை (Primary disposition) பொறுத்ததெனவும் சூழ்நிலைக் காரணங்களால் இவை உண்டாவதில்லை என்னும் கருத்தினையும் வெளியிட்டுள்ளார்.[11] இக்கருத்து ஓரளவு உண்மையே. ஆயினும், சூழ்நிலைக் காரணங்களாலேயே மனிதர்களின் பெருவாரியான குணப் பண்புகள் உருவாகுகின்றன எனலாம். நாம் பழகும் சமூகத்திற்கும் அதன் பண்பாட்டிற்கும் ஏற்பவே நாம் உருவாக்கப்படுகிறோம். தமிழகத்தில் பிறந்த தமிழ்க் குழந்தையைப் பிறப்பினின்றே மற்றொரு பகுதியில் வாழ வைத்து அப்பகுதி வாழ் மக்களுடன் நெருங்கிய சமூகத் தொடர்பு கொள்ளச் செய்வோமாயின், அக்குழந்தை தனது பண்பாட்டிலும் ஆளுமையி

11. J. W. Nagge-Psychology of the child - Ronald Press Co-NY (1944) pp 356.

லும், கொள்ளும் இலட்சியங்களிலும் பிற தமிழ் நாட்டுக் குழந்தைகளிடமிருந்து பெரிதும் வேறுபட்டு நிற்கும் என்பது திண்ணம். சாதாரணக் களிமண்ணிற்குத் தன் திறனுக்கேற்பவும் தன் விருப்பங்களுக் கேற்பவும் குயவன் உருவம் தருவது போன்று, சமூகம் என்னும் குயவன் குழந்தைகளுக்குத் தனது பண்பாடுகளுக்கு ஏற்பவும் இலட்சியங்களுக்கேற்பவும் உருவம் தருகிறான் என்போம்.

பழங்காலச் சமூகங்களைக் காண்போமாயின் அவர்களது ஒழுக்கம் சமூகப் பண்பாட்டினை ஒட்டி அமைந்துள்ளதனைக் காண்கிறோம். தமது திருமணத்திற்கு முன்பே, ஒரு சில பழங்குடிச் சமூகங்களில் இளைஞர்களும் பெண்களும் நெருங்கிப் பழகுதல் அனுமதிக்கப்பட்டுள்ளது. இதே பழக்கம் பிற சமூகங்களால் ஒழுக்கம் குன்றிய செயலாகக் கருதப்படும். மேலும், பழங்குடிச் சமூகத்தினர் தமது குழுவினுக்கென ஒரு நியதியும். பிறருக்கென மற்றொரு நியதியும் மேற்கொண்டுவந்துள்ளனர். தமது குழுவினுள் கடைபிடிக்கும் ஒழுக்கத்தையும் விதிகளையும் பிற மக்களுடன் இடைவினை கொள்ளும்போது பலர் மேற்கொள்ளுவதில்லை. ஒரு குழுவில் குழு உறுப்பினரது பொருட்களைத் திருடுவதும், பொய் பேசுதலும் தவறுனவையாகக் கருதப்பட்டு, இத்தவறுகளைச் செய்தவர் குழுவினரால் கடுமையாகத் தண்டிக்கப்படலாம். ஆனால், இதே செயலைக் குழு உறுப்பினரல்லாத மற்றொருவருக்குக் குழு உறுப்பினர் ஒருவர் செய்வாராயின், அவர் குழுவினரால் புகழ்ந்து பாராட்டப்படலாம். [12] ஒருசில பழங்குடிச் சமூகங்களில் பிற மக்களைக் கொன்று தின்பதுண்டு. இன்னும் சிலரிடையே, குறிப்பாக எஸ்கிமோக்களிடையே (Eskimos) அன்னியரிடமிருந்து திருடுவது என்பது திறமை மிக்க வின்தையாகக் கருதப்படுகிறது.

எல்லாச் சமூகங்களிலும் இரண்டு வகையான ஒழுக்கம் கடைப்பிடிக்கப்பட்டிருக்கிறது என்பதற்கில்லை. ஒருசில சமூகங்களில் பிற மக்கள் கண்ணியத்துடன் நடத்தப்பட்டுள்ளனர். அவர்களை விருந்தினராகக் கருதி, இன்முகம் காட்டி வரவேற்று, அவர்கள் தம்மிடையே இருக்கும் காலமெல்லாம் மகிழ்ச்சியூட்டும் சமூகங்களும் உண்டு. பழங்காலத் தமிழ சமூகத்தை இதற்கு உதாரணமாகக் கூறலாம்.

மேற்கூறப்பட்ட இருவகைச் சமூகங்களுள் ஒன்றில், பிறர் கொன்று தின்னப்பட்டனர்; மற்றொன்றில் விருந்தினராக அவர்

12. Ralph Turner. The great cultural Traditions- Vol l. pp 79-Mc Graw Hill Book Co., N. Y (1941)

கள் கருதப்பட்டுள்ளனர். இச்சமூகங்களில் வாழும் குழந்தைகள் ஆளுமையில் ஒருவருக்கொருவர் வேறுபடுதல் இயற்கையேயாம்.

நமது சமூகத்திலுள்ள பல சமூக நிலையங்கள் குழந்தைகளின் ஆளுமையை உருவாக்குகின்றன. தான் விரும்பும் வகையில் குழந்தைச் சமூகத்தை உருவாக்கச் சமூகம் தனது நிலையங்களைப் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றது. குழந்தைகள் மட்டுமே இந் நிலையங்களால் பாதிக்கப்படுகின்றார்கள் என்பதில்லை. ஒரு சமூகத்திலுள்ள மக்கள் அனைவருமே இவற்றால் பெரிதும் பாதிக்கப் படுகின்றனர். ஒரு சமூக மக்களின் பண்பாடு ஆளுமை, இலட்சியங்கள், சமூகப் பயன்கள் ஆகியவை அனைத்தும் இந்நிலையங்களால் தோற்றுவிக்கப் படுபவையே. இவற்றுள் சில நிலையங்களை நாம் சுருக்கமாகக் காண்போம்

1. குடும்பம்

மனிதனின் ஆளுமையை உருவாக்குவதில் குடும்பம் பெரும் பங்கு வகிக்கிறது. பெற்றோரது பண்பிற்கும் அறிவிற்கும் ஏற்பக் குழந்தையின் ஆளுமை உருவாக்கப்படுகிறது. தகுந்த முறைகள் பின்பற்றப்பட்டுச் சிறந்த முறையில் குழந்தைகள் வளர்க்கப்படுமாயின், சிறந்த ஆளுமை பெற்றதாகக் குழந்தையை உருவாக்க முடியும். குடும்பத்தில் குழந்தை வகிக்கும் பங்கும் அதன் ஆளுமையைப் பாதிப்பது உண்டு என ஆட்லர் (Adler) போன்ற அறிஞர்கள் காட்டியுள்ளனர். ஆளுமையை உருவாக்கும் களமாகக் குடும்பம் திகழ்கிறது என்றால் மிகையாகாது. ''ஐந்தில் வளையாதது ஐம்பதில் வளையுமா ?'' என்பது பழமொழி. குழந்தைப் பருவத்தில் கற்றுத்தரப்படும் பழக்க வழக்கங்களும் நற்பண்புகளும்குழந்தையின் வாழ்க்கை முழுதுமே பெரிதும் உதவுவனவாக அமைந்துவிடுகின்றன. முதிர்ச்சியடையும் போது பல மக்கள் பலவிதமான மன நோய்களால் பீடிக்கப்படுதற்கும், ஒழுக்கம் கெட்டவர்களாக நடந்து கொள்வதற்கும், பெற்றோர்களே காரணம் எனலாம்.

2. பள்ளிக்கூடம்

பண்பையும், அறிவையும் ஊட்டும் கலைக் கூடங்களாகப் பள்ளிகள் கருப்படுகின்றன. பள்ளி தரும் உயர்ந்த எண்ணங்களை மனத்தில் இருத்தி, உயர்ந்தவர் பலராவர். மனிதர்களை ஆக்க நிலையிறுத்தம் செய்வதற்கு உரிய வயது இளவயதே என முன்னரே கூறியுள்ளோம். இளவயதே ஆளுமையை உருவாக்குவதற்கு உகந்த பருவமாகும். ஆனால், தகுந்த பயிற்சியும், பண்பும், ஒழுக்கமும் கொண்ட ஆசிரியர்களின் அவசியம்

பற்றியும் முன்னமேயே குறிப்பிட்டிருக்கிறோம். அதனையே மீண்டும் இங்கு வலியுறுத்த விரும்புகிறோம்.

3. நண்பர் குழாம்

ஆளுமையை உருவாக்கும் வன்மை மிக்க மற்றொரு சமூக சக்தி நாம் பழகும் பிறமக்களாவர். நாம் சேரும், விரும்பும் மக்களால் கவரப்படும் நாம் அவர்கள் தரும் கருத்தேற்றத்திற்கு எளிதில் உடன்பட்டு விடுகிறோம். குழந்தைகள் பிற நல்ல குழந்தைகளுடன் பழகுதல் வேண்டும். "பூவோடு சேர்ந்த நாரும் மணம் பெறும்" என்பர். பண்பும் நல்லொழுக்கமும் கொண்ட குழந்தைகளுடன் பழகுவதன் மூலம் ஒரு குழந்தை நல்ல ஆளுமை பெற முடியும். "உன் நண்பன் யாரெனச் சொல்; நீ யாரென நான் சொல்லி விடுகிறேன்" என்னும் ஆங்கிலப் பழமொழி இதனையே வலியுறுத்தி, நண்பர்கள் ஒருவரது ஆளுமையைப் பாதிக்கும் வகையினை நன்கு விளக்குகின்றது.

4. கல்லூரிகள்

பாடங்களைக் கற்பித்து அறிவையும் அதனுடன் ஒழுக்கத்தையும் ஊட்டுவது பள்ளிகளின் கடன் எனக் கண்டோம். மாணவர்களைச் சுயமாகச் சிந்திக்கத் தூண்டுவதும், பிற்கால வாழ்விற்காக அவர்களை ஆயத்தம் செய்வதுமே கல்லூரிகளின் முக்கியக் குறிக்கோள்களாக அமைதல் வேண்டும். இவ்வகையில் பள்ளி ஆசிரியர்கள் பற்றிக் கூறப்பட்டது கல்லூரி ஆசிரியர்களுக்கும் பொருந்தும். மேலும், கல்லூரிக்கு வரும் மாணவர்கள் குமரப் பருவத்தினராம். குமரப் பருவம் சிக்கல் மிகுந்த வாழ்க்கைப் பகுதியாகும். இங்கிலையிலும் ஒரு சமூகத்தின் பண்பாட்டிற்கு ஏற்ப ஒருவரின் ஆளுமை அமைகிறது. உயர்ந்த இலட்சியங்களுக்காகவும் கொள்கைகளுக்காவும் நிற்கும் சமூகத்தில் வாழும் குமரப்பருவத்தினன் உயர்ந்த இலட்சியங்களைத் தனது வாழ்வின் நோக்காகக் கொண்டு அவற்றிற்காகப் பாடுபடுகிறான். பண்பாடற்ற சமூகத்தில் வாழும் துர்ப்பாக்கியமுடைய குமரப் பருவத்தினன் சீர்கேடு அடைகிறான். குமரப் பருவத்தினனைச் சரிவர அறிந்து அவனது ஆளுமை வளர்ச்சிக்கு உதவுவது ஆசிரியரின் கடனாகும். எனவே, கல்லூரி ஆசிரியர்கள் உளவியல் கண் கொண்டு மாணவர்களைக் காணும் திறன் கொண்டோராக அமைதல் வேண்டும்.

5. சமயம் (Religion)

ஒருவர் சார்ந்துள்ள சமயமும் அவரது ஆளுமையை நிர்ணயிக்க உதவுகிறது. சமயம் மக்களுக்கு அபினி

(Opium) போன்றது எனக் கூறப்படுவதுண்டு. இது ஓரளவு உண்மையே. குறுகிய மனப்பான்மை கொண்டவர்களையும் மதத்திற்கென மதம் பிடித்தலைபவர்களையும் ஒருசில சமயங்கள் உருவாக்குதலை நாம் காண்கிறோம்; இது சமயக் கருத்துக்களைப் பரப்பும் ஒருசில சமயத் தலைவர்களது தவறுல் ஏற்படும் விளையாகும். இளமைப் பருவம் முதற்கொண்டே சமயக் கருத்துக்கள் குழந்தையின் உள்ளத்தில் புகுத்தப்படுகின்றன. குறுகிய மனப்பான்மையை உருவாக்கும் வகையில் சமயக் கருத்துக்கள் போதிக்கப்படுமாயின், ஒருவர் பிற சமயங்களைப் பற்றி ஒருசிறிதும் அறிந்துகொள்ளாமலேயே பிற சமயங்களைப் பழிப்பவராகவும், உலகிலுள்ள சமயங்கள் அத்தனையிலும் தமது சமயமே தலைசிறந்ததெனவும் கூறத் தலைப்படுகிறார். இவ்வாறு சமயங்கள் ஒருவரது ஆளுமையைப் பாதித்துக் குறுகிய மனப்பான்மையினை ஒருவரிடத்துத் தோற்றுவித்தல் முடியும். சரியான முறையில் சமயக் கருத்துக்கள் போதிக்கப்படுமாயின், அது ஒருவரது ஆளுமையின் வளர்ச்சிக்குப் பெரிதும் உதவுகிறது. சமயத்தின் மூலம் உயர் பண்பினையும் ஒழுக்கத்தையும் நம்பிக்கையையும், ஆண்மையுடன் இடர்களைச் சமாளிக்கும் மனப்பான்மையினையும் ஏற்படுத்துதல் முடியும். உலகிலுள்ள சமயங்கள் அனைத்துமே உயர் ஒழுக்கத்தையும் கொல்லாமை, தூய்மை, உண்மை, அன்பு, நீதி, அயராத நம்பிக்கை போன்ற உயர் பண்புகளையும் மக்களிடையே ஏற்படுத்தி, மனித ஆளுமை வளர்ச்சிக்குப் பெரிதும் உதவியுள்ளன.

மரபும் வழக்கங்களும்

ஒரு சமூகத்தின் பண்பாட்டை நிர்ணயிப்பன அச்சமூகத்தினரின் மரபும் வழக்கங்களுமாகும். பண்பும் ஒழுக்கமும் கூடிய சமூகங்கள் உயர்ந்த பண்பாடுடையனவாகக் காணப்படுகின்றன. உயர்ந்த பண்பாட்டைக் கொண்ட சமூகத்தில் வாழ்பவர், சேர்க்கை காரணமாக உயர்ந்த ஆளுமையும் பண்பும் பெற்று விடுகிறார். மரபையும் பழக்க வழக்கங்களையும் ஒரு சமூகத்தின் பண்பாட்டின் பாதுகாவலர்கள் எனலாம். சமூகத்தில் பிறக்கும் குழந்தை அச்சமூகத்தின் நியதிகளுக்குட்பட்டே வாழ்வினை நடத்துகின்றது. மரபின் அடிப்படையிலும் பழக்க வழக்கங்களின் அடிப்படையிலும் குழந்தையிடம் சில குணப்பண்புகள் உருவாகி அக்குழந்தையின் ஆளுமையை நிர்ணயிக்கின்றன.

ஒருவர் செய்யும் தொழில் அவர் சேர்த்துள்ள மன்றங்கள் ஆகியனவும் ஒருவரது ஆளுமையை வளர்க்கவோ குறைக்கவோ உதவுதல் உண்டு. இதைப் போன்றே, ஒருவர்

தமது வாழ்க்கைத் துணைவராகக் கொண்டுள்ளவரும் அவரது ஆளுன்மையைப் பாதிக்கலாம். மனிதர்களுடைய துணி மணிகள் கூட ஆளுமையைப் பாதிப்பதுண்டென உளவியல் அறிஞர்கள் கருதுகின்றனர். மனிதர்கள் அணியும் ஆடை அவர்கள் வாழும் சமூகத்தின் பண்பாட்டிற்கு ஏற்ப மாறுபடுகின்றது. ஒரு சில நாடுகளில் மகளிர் கச்சை மட்டும் அணிந்து பல மக்கள் முன் நடமாடுகின்றனர். நமது நாட்டில் இவ்வகையில் உடலைக்காட்டுதலை ஒழுக்கக் கேடானது எனவும் பண்பற்றது எனவும் நாம் கருதுகின்றோம். நமது பண்பாட்டின்படி "ஆடையில்லாதவன் அரை மனிதனுகவே" கருதப்படுகிறுன். ஒருவர் அணியும் ஆடையைக் கொண்டு அவரது ஆளுமையை அறிய முடியும் என்று சிலர் கருதுகின்றனர். நன்ருக உடை அணியும் ஒருவர் தன்னம்பிக்கையுடையவராகவும் திறமையாகச் செயல்படுபவராகவும் காணப்படுகிறுர். ஏனே தானே என உடை அணிபவர் நம்பிக்கையற்றவராகவும் தோல்வி மனப்பான்மையால் அவதியுறுபவராகவும் இருத்தல் உண்டு.

காட்ஸ் (Katz), ஷாங்க் (Schanck) என்னும் அறிஞர்கள் பண்பாடு, ஆளுமைப் பண்புகள் இவற்றிற்கிடையே உள்ள தொடர்புகள் கீழ்க் காணும் வகைகளில் அமையலாம் எனத் தமது சமூக உளவியல் நூலில் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர் [13]. ஒரு குழுவில் காணப்படும் ஆளுமைப் பண்புகளின் எண்ணிக்கையும் வகைகளும் பண்பாட்டிற்குப் பண்பாடு வேறுபாடுடையதாகக் காணப்படுகின்றன. மேலும், ஒரே குணப் பண்பு பல்வேறு சமூக மக்களிடையே பல்வேறு உருவில் காணப்படுவதுண்டு. ஒருசில வேளைகளில் ஒருசில மக்களது பண்பாடு அவர்களது ஒருசில ஆளுமைப் பண்புகளைத் தன்னுள்ளே கொள்ளாது அமைதல் முடியும்.

நாட்டு உணர்ச்சி (Nationalism)

நீண்ட காலம் அன்னியர் ஆட்சிக்கு உட்பட்டு அடிமை நாடாக நலிந்து 1947-ஆம் ஆண்டு, நமது நாடு விடுதலை பெற்றது. நாடு விடுதலை பெறவேண்டும் என்பதற்காகப் பல்லாயிரக் கணக்கானேர் தமது சுக வாழ்வினைப் பணயம் வைத்தனர்; இன்னும் சிலரோ தமது உயிரையே தந்தனர். இவ்வகையில் வன்மை மிக்க ஆங்கிலேயப் பேரரசினை எதிர்க்கத் துண்டியது யாது? அதுவே நாட்டு உணர்ச்சியாம். இத்தேசிய

13. Katz & Schanck-Social Psychology - John Willey & Sons N. Y. (1947)

உணர்ச்சியால் தூண்டப்பட்ட மக்கள் தமது சொந்த இலட்சியங்களை மறந்து, குடும்ப நலனைத் துறந்து, நாட்டிற்காக நாட்டின் நலத்திற்காக, எதனையும் தியாகம் செய்யும் மனத் திட்பம் பெறுகின்றனர். பாரதியின் தேசியப் பாடல்களை இன்று பாடக் கேட்பினும் கூட உணர்ச்சிகள் கிளர்ந்து எழுந்து, வீர உணர்ச்சி மேலிடுகின்றதன்றே?

சரித்திர அடிப்படையில் காணும்போது, பதினெட்டாம் நூற்றாண்டிலிருந்தே நாட்டு உணர்ச்சி மக்களிடையே தோன்றியுள்ளது. இவ்வுணர்ச்சி மிக்க வன்மையுடையதாகக் காணப்படுவதால், இது ஆதிகாலம் தொட்டே இருந்துவந்திருக்க வேண்டும் என நாம் எண்ணுகிறோம். நம் நாட்டைப் பொறுத்த வரை இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்திலேயே நாட்டு உணர்ச்சி நம்மைப் பற்றியது எனலாம். இந்நாட்டு உணர்ச்சி சரித்திர அடிப்படையில் மூவகைக் காரணங்கால் ஏற்பட்டிருத்தல் வேண்டும் என அறிஞர்கள் கருதியுள்ளனர்[14]. அவையாவன :— 1. அரசர்கள் பெரு நாடுகளைத் தோற்றுவித்து, மத்திய அரசாங்கங்களை ஏற்படுத்தியது இப்பகுதி அனைத்துக் குமுரிய பற்றுறுதியினை (Loyalty) மக்களிடையே தோற்றுவித்திருத்தல் வேண்டும். 2. சமயச் சார்பற்ற வாழ்வும், கல்வியும், உட்பிரிவுகளிடையே நிலவும் பற்றுறுதியினையும் சமயப் பற்றுறுதியினையும் நீக்கின. 3. பொருளாதார நிலையில் தனிச் சிறு பகுதிகள் தமது தேவைகளைத் தாமே பெற முடியாத நிலையில், பெரும்பகுதிகளைக் கொண்டே நாடுகள் தோன்றியிருத்தல் வேண்டும்.

இவைகள் ஏற்பட்ட போது நாட்டுப்பற்று (Patriotism) வளர்ந்தது. "எங்கள் நாடு", "எங்கள் அரசு" போன்ற எண்ணங்கள் எழுந்தன. இங்நிலையில் தாமஸ் ஜேபர்ஸ்ன் (Thomas Jefferson), ரூசோ (Rousseau), வால்டேர் (Voltaire) போன்ற மேலை நாட்டறிஞர்கள் புதிய புதிய புரட்சிக் கருத்துக்களை மக்களிடையே பரப்பினர். நமது நாட்டிலும் அண்ணல் காந்தி, மோதிலால் நேரு (Motilal Nehru), லோகமானிய திலகர் (Lokamanya Tilak), சுப்பிரமணிய பாரதியார், வ. உ. சிதம்பரம் பிள்ளை போன்ற பெருமக்கள், நாட்டுப்பற்றையும் தேசிய உணர்ச்சியையும் மக்களிடையே பரப்பினர்.

> நாமிருக்கும் நாடு நமது என்பதறிந்தோம்-இது
> நமக்கே உரிமையாம் என்பதறிந்தோம்-இந்தப்
> பூமியில் எவர்க்கும் இனி அடிமை செய்யோம்

என்றும்,

14. Encyclopaedia Britannica Vol 16 (1953) pp 151

எங்கள், தந்தையர் நாடென்ற பேச்சினிலே-ஒரு
சக்தி பிறக்குது மூச்சினிலே

ஏன்றும் பாரதியார் கூறுகிறார். இன்னும் தலைமுறை தலைமுறையாக எமக்கே உரியதாக இருந்த நாடென்னும் உண்மையை விளக்கி,

எந்தையும் தாயும் மகிழ்ந்து குலாவி
இருந்ததும் இந்நாடே-அதன்
முன்தையர் ஆயிரம் ஆண்டுகள் வாழ்ந்து
முடிந்ததும் இந்நாடே-அவர்
சிந்தையில் ஆயிரம் எண்ணம் வளர்ந்து
சிறந்ததும் இந்நாடே - இதை
வந்தனை கூறி மனத்தில் இருத்தி, என்
வாயுற வாழ்த்தேனே ? - இதை
வந்தே மாதரம், வந்தே மாதரம்
என்று வணங்கேனே ?

என்று வாழ்த்திப் புகழ்ந்து பாராட்டுகிறார். இவ்வகையில் நாட்டுப்பற்று என்னும் எண்ணத்திலுல் நீறைந்து,

பாருக்குள்ளே நல்ல நாடு - எங்கள்
பாரத நாடு

என முழங்குகிறார்.

இனி உளவியல் அடிப்படையில் இவ்வுணர்ச்சி எத்தகையது எனக் காண்போம். நாட்டு உணர்ச்சியின் அடிப்படை உண்மை குழு உணர்வே ; இது நமது சமுதாயத்திடம் நாம் கொள்ளும் பெருங் காதலே என கூச் (C. P. Gooch) என்பார் கூறுகின்றார்[15]. இது ஒரு குழுவிலோ, அன்றிச் சமுகத்திலோ வாழும் மக்கள் அனைவரும் கொள்ளும் ஒரு வகை மன நிலையும் மனப்பான்மையும் ஆம். இத்தகைய மன நிலையில் ஒரு தனியவன் தனது தாய் நாட்டிடம் மிக்க பற்றுறுதி கொண்டுள்ளார்.

நாட்டு உணர்ச்சியினை ஒரு சமுகப் பற்று (Social sentiment) எனலாம். வில்லியம் மக்டுகல் என்னும் உளவியல் அறிஞர் பற்றுக்களைப் பற்றி விவரித்துள்ளார். 1896-ஆம் ஆண்டு ஷாண்டு (A. P. Shand) என்னும் அறிஞர் வெளியிட்டுள்ள கருத்துக்களைத் தழுவி, மக்டுகல், பற்றுக்கள் பற்றிய தமது கொள்கையினை உருவாக்கியுள்ளார். பற்று என்பதனை மன வெழுச்சிகள் எனச் சிலர் தவருகப் புரிந்து கொள்கின்றனர். மன வெழுச்சிகள் அவை கிளர்ந்த சிறிது நேரத்திற்குள் மறைந்து

15. G. P. Gooh--Nationalism - Swarthmore International hand Books (1921) pp 5

விடுகின்றன. பற்றுக்களோ நிலைத்து நிற்கக் கூடியவை. மனிதனது பல அனுபவங்களின் அடிப்படையிலும், மன வெழுச்சி, அனுபவங்கள், நடத்தைகள் ஆகியவற்றிலும் பற்றுக்கள் உருவாகுகின்றன.

ஒருவரது பண்பாட்டிற்கு ஏற்ப ஒருவர் பற்றுக்களைத் தமது வாழ்வில் ஏற்படுத்திக் கொள்கிறார் எனலாம். அவரது இலட்சியங்களுக்கு ஏற்ப, பற்றுக்கள் அமைந்துவிடுகின்றன. பணத்திலேயே குறியாக இருக்கும் கஞ்சன் பணப்பற்றுக் கொள்கிறான். கடவுள்மேல் அன்பும் அயராத நம்பிக்கையும் கொள்ளும் ஒருவர் கடவுளைச் சுற்றித் தமது பற்றை எழுப்பிக் கொள்கிறார்.

இன்னும் ஒரு சிலர் பற்றையும், இயல்பூக்கம் எனத் தவருகப் புரிந்துகொள்வதுண்டு. ஆனால், மக்டுகல் இவற்றிடையே உள்ள வேறுபாட்டினை விவரித்துள்ளார்[16]. இயல்பூக்கம் பிறப்பின் போதே உடன் தோன்றுவதாகும். பற்றுக்களோ மனித அனுபவத்தின் அடிப்படையில் ஏற்படுகின்றன. மேலும், இயல்பூக்கம் ஒரு வகுப்பைச் சேர்ந்த எல்லாப் பொருட்களாலும் பாதிக்கப்படும். ஆனால், பற்றுக்கள் அவை எப்பொருளைச் சுற்றி எழுப்பப்பட்டுள்ளனவோ அதற்குமட்டுமே எதிர் வினை தரும். மேலும் இயல்பூக்கங்கள் தோன்றி மறைவன. பற்றுக்களோ நீடித்து நிலைத்து நிற்கும் திறன் கொண்டனவாகும்.

ஒரு முக்கிய நோக்கத்துடன் ஒருவர் செயலுறத் துவங்கும் போது, அவரிடம் முதன்மைப்பற்று (Master Sentiment) ஏற்படுகின்றது. இம்முதன்மைப்பற்று ஏதேனும் ஒரு பொருள்மீதோ அன்றி கருத்து மீதோ ஒருவர் கொள்ளும் அபரிமிதக் காதலாகப் பரிணமிக்கும்.

மக்டுகல் பற்றுக்களை நான்கு வகையாகப் பிரிக்கிறார். அவையாவன. 1. உருவப்பற்று (Concrete sentiment) 2. அருவப் பற்று (Abstract sentiment) 3.கூட்டுப்பற்று (Collective sentiment). 4. தன்மதிப்புப் பற்று (Self-regarding sentiment). திடப் பொருட்களின்மேல் கொள்ளும் பற்று உருவப்பற்று எனப்படும். பொன், பூமி, பொருள் இவைமேல் ஒருவர் கொள்ளும் பற்றினை உருவப் பற்றுக்கு உதாரணமாகக் கூறுவாம். கடவுள், கருத்துக்கள் இவைகளிடம் கொள்ளும் பற்றுக்கள் அருவப் பற்றும். குடும்பம், இனம், ஊர், சமுதாயம், தொழில், நாடு, இவற்றிடம் கொள்ளும் பற்றினைக் கூட்டுப்பற்று எனலாம். கூட்டான

16. William Mcdougall - The energies of men - Methuen & Co., London (1950) pp 206

பொருட்களின் (collective objects) மேற்கொள்ளும் பற்றுக்களே கூட்டுப் பற்றும். குடும்பம் பலரைக் கொண்டது. அதைப் போன்றே நாடு சமுதாயம் போன்றனவும் பலரால் உருவாகுபவை அன்றே? தன்னம்பிக்கையின் அடிப்படையிலும் இலட்சியங்களின் உந்தலாலும் ஏற்படும் பற்றுக்களேயே தன் மதிப்புப் பற்று என்கிறோம்.

நாட்டின்மீது நாம் கொள்ளும் சமூகப் பற்று மனவெழுச்சிகளாலும், சிந்தனையாலும் ஏற்படும் நடத்தைப் பழக்கமே இது திடமாக ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ள ஒரு மனப்பான்மையையே குறிக்கும். சாதாரண காலங்களில் மறைந்து கிடக்கும் இம் மனப்பான்மை நெருக்கடிகளிலும் (Crisis) ஆபத்துக் காலங்களிலும் புதுவகை அனுபவங்களிலும் திடீரென மேலெழும்பி நிற்கும் திறன் பெற்றது என டிலில் பர்ன்ஸ் தமது நூலில் மிக அழகாகக் கூறியுள்ளார் [17].

நாட்டு உணர்ச்சியை உருவாக்கும் ஏதுக்கள்

ஒரே இனத்தைச் சேர்ந்த ஆண்களும், பெண்களும் ஒரே வகையில் இணைந்து செயல்பட முனைவதுண்டு. இதற்கு அவர்கள் ஒரே அரசுக்கு உட்பட்டவர்களாக இருத்தல் வேண்டும் என்பதில்லை. தமிழ் மக்கள் எங்கிருந்தாலும், தமிழன் என்னும் உணர்வோடு இருப்பதைக் காண்கிறோம். தமது நாட்டைவிட்டு விலகி இருந்தாலும், வகிக்கும் பதவியில் பெரிதும் வேறுபாடு காணப்பட்டாலும், மலையாளிகள் இணைந்து பழகுவதை நாம் காண்கிறோம். உலகின் பல பாகங்களில், பல நாடுகளில் வாழும் முகம்மதியர் சகோதர உறவு கொண்டாடுகின்றனர். "இனம் இனத்தோடேயே சேரும்" என்பது பழமொழி. ஒரே இனத்தவரான மக்கள் ஒன்று சேரும்போது நாட்டுணர்ச்சி உண்டாதல் இயற்கையேயாம்.

இனத்தைப் போன்றே, மக்களைப் பாசக் கயிற்றால் பிணைக்கும் மற்றொரு வன்மை மிக்க சக்தியென மொழியைக் கூறலாம். ஒரே மொழி பேசும் மக்கள் மிகவும் நெருங்கிய இணக்கமான தொடர்பு கொண்டோராகக் காணப்படுகின்றனர். நாட்டு உணர்ச்சி வன்மை மிக்கதாகக் காணப்படவேண்டுமாயின், இந்த நாட்டு மக்கள் அனைவர்க்கும் பொது மொழி ஒன்று இருத்தல் மிகவும் இன்றியமையாததாகும். இன்று நமது நாட்டில் பொது மொழியின் அவசியத்தை மிகவும் அதிகமாக உணர்கிறோம். பொது மொழி இல்லாத நாட்டில், ஒற்றுமை குலைந்து காணப்

[17] C. Delisle Burns—The Morality of Nations—University of London Press (1915) PP 238.

படுகிறது. பல மொழிகளைக் கொண்ட நமது நாட்டில், பல மொழி பேசும் மக்களிடையே காணப்படும் ஒற்றுமை இன்மையே இதற்குச் சான்றாகும். சில சிறிய நாடுகளில் பல மொழிகள் இருப்பதனைச் சிலர் சுட்டிக்காட்டுவதுண்டு. ஆயினும், பெரு நாடுகளில் மக்களை ஒன்றுபடுத்தும் வன்மை மிக்க சக்தி, மொழி எனக் குறிப்பிட விரும்புகிறோம். நமது நாட்டிற்கும் ஒரு பொது மொழி நிச்சயம் தேவை. ஆனால், அது எந்த மொழியாக இருக்கவேண்டும் எனக் கூறுவது எமது கடமையல்ல. அரசியல் வாதிகளாலும் அரசினராலும் இது தீர்மானிக்கப்பட வேண்டியதாகும்.

ஒரு வகையான கொள்கையுடையோரும் ஒற்றுமையாக இருக்கத் தலைப்படுகின்றனர். பொது உடைமை நாடுகளில் வாழும் மக்கள் அனைவரும் பொது உடைமைக் கொள்கையில் பெரும் நம்பிக்கையுடையோராகக் காணப்படுகின்றனர். இதைப் போன்றே, குடியரசு நாடுகளில் வாழ்வோர் குடியரசுத் தத்துவத்தில் பெரிதும் நம்பிக்கை உடையவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். இக்கொள்கைகளின் அடிப்படையிலேயே இவர்களது நாட்டுப் பற்றும், நாட்டு வளர்ச்சியும் அமைகின்றன. தாம் விரும்பும் வகையில் கொள்கைகளைக் கொண்டுள்ள தமது நாட்டிற்குப் பிறரால் கேடு விளையும் என இவர்கள் கருதும் போது கொதித்தெழுகின்றனர். நாட்டுப்பற்று மிகுதியும் கொண்டோர் தமது நாட்டிற்கெனத் தமது உயிர் தரவும் தயங்குவதில்லை.

மக்களை ஒன்றுதிரட்டும் சக்தியாகச் சமயமும் காணப்படுகின்றது. உலகெங்கிலுமுள்ள முகம்மதியர், யூதர்கள் (Jews), கத்தோலிக்கர் போன்றோர் தமது சமயத்தின் அடிப்படையில் சகோதரர்களாகக் காணப்படுவதே இதற்குச் சான்றாகும்.

ஒரே வகையான பண்பாட்டையும், மரபையும் கொண்டுள்ள மக்களிடையேயும் ஒற்றுமை உணர்ச்சி காணப்படுகின்றது. ஒரே வகையான மரபையும் பண்பாட்டினையும் கொண்டுள்ள மக்கள் ஒரே வகையான இலட்சியங்களுக்காகவும், பயன்களுக்காகவும் வாழ்கின்றனர். ஒரே வகையான இலட்சியங்களுக்காகவும், பயன்களுக்காகவும் பாடுபடுவோரிடையே 'நாம்' என்னும் உணர்வு காணப்படுகிறது. இந்த உணர்வே தேசியத்தின் அடிப்படையாகும். ஒரே வகையான மரபையும் பண்பாட்டையும் உடையவர்கள் ஒரே வகையான குணம் படைத்தவர்களாகவும் ஒரே வகையான வாழ்வை விரும்புபவர்களாகவும் காணப்படுகின்றனர். இவர்களிடையே நாட்டுப் பற்றும், நாட்டு

உணர்ச்சியும், இன உணர்ச்சியும் மிகுந்து காணப்படுதல் திண்ணம்.

ஒரே பகுதியில் நீண்ட காலம் வாழ்வதாலும் அவ்விடத்தின் மேல் பற்று உண்டாதல் உண்டு. இங்கிலாந்து நாட்டினின்று நமது நாடு வந்து பல்லாண்டுக் காலம் நமது நாட்டிலேயே இருந்து பழகிய ஆங்கிலேயர் சிலர், தமது நாடு திரும்ப விரும்பாது இங்கேயே நிரந்தரமாகத் தங்கிவிடுகின்றனர். இலங்கை, மலேயா, சிங்கப்பூர் போன்ற வெளி நாடுகளுக்குச் சென்று அங்குள்ள மக்களோடு நெருங்கிய இடைவினை கொண்டுள்ள தமிழர்கள் பலர் தாய் நாடு திரும்ப விரும்புவதில்லையே!

நாட்டு உணர்ச்சியைத் தூண்டுபவை

இனி, நாட்டு உணர்ச்சியைத் தூண்டி, அதனை மென் மேலும் வளர்க்கும் தூண்டு சக்திகள் சிலவற்றினை ஈண்டுச் சுருக்கமாகக் காணலாம். நாட்டை ஆபத்து சூழ்ந்து நிற்கும் வேளையில் நாட்டு உணர்ச்சி மக்களிடையே அதிகமாகக் காணப் படுகின்றது. நமது எல்லையில் சீனத் துருப்புக்கள் காணப்பட்ட போது நமது மக்களின் நாட்டு உணர்ச்சி மேலோங்கியதை நாம் கண்டோம். அதே போன்று, சென்ற உலகப் போரின்போது, போரில் பங்குகொண்ட நாடுகள் அனைத்துமே நாட்டுப் பற்றை யும், நாட்டு உணர்ச்சியையும் வெளிக்காட்டின. புரட்சிகளின் போதும் நாட்டு உணர்ச்சி தீவிரமாகக்காணப்படுதல் உண்டு. பேரரசுகளை எதிர்த்து எளிய நாடுகள் நாட்டு உணர்ச்சியால் பெரிதும் தூண்டப்பட்டு நடத்தும் போராட்டங்களே இதற்குச் சான்றாகும்.

நாட்டு உணர்ச்சியை ஊட்டும் மற்றொரு வன்மை மிக்க சக்தி பள்ளிகளாகும். இளமைப் பருவத்திலேயே நாட்டுப் பற்றும் நாட்டு உணர்ச்சியும் போதிக்கப்படுமாயின், அந்நாடு நாட்டு உணர்ச்சி பெரிதும் கொண்ட குடிமக்களைக்கொண்டு அமையும் என்பது திண்ணம். இவ்வழியை ஹிட்லர் (Hitler) தமது நாட்டுக் குழந்தைகளிடம் பயன்படுத்தினர் என்பதுண்டு. இத்தகைய உணர்ச்சியை ஊட்டும் பொருட்டே நமது பள்ளி களில் காலையில் நாட்டுப் பாடல் (National anthem) பாடுகிறோம். நாட்டு உணர்ச்சியைப் பெரிதும் தூண்டத் தேசிய மாணவர் படையும் பெரிதும் உதவுகிறது. இதைப் போன்றே ஒரு நாட்டிலுள்ள இளைஞர் கழகங்களும் நாட்டு உணர்ச்சியை இளைஞரிடையே தோற்றுவிக்க முற்படுகின்றன.

பத்திரிகைகள், வானொலி, திரைப்படம், தொலைக் காட்சி என்னும் ஊடகங்களும் நாட்டு உணர்ச்சியை மக்களிடையே

தோற்றுவிக்கப் பயன்படுத்தப்படுதல் உண்டு. சமயத் துறையினரும் நாட்டு உணர்ச்சியைத் தோற்றுவிக்க முயல்வ துண்டு. ஆனால், நாடு மேற்கொள்ளும் சில சீர்திருத் தங்கள் இவர்களைப் பாதிக்கும்போது, நாட்டிற்கு எதிராக இவர்கள் திரண்டெழும் நிலையும் ஏற்படுவதுண்டு.

ஒரு நாட்டு இலக்கியத்தின் மூலமும் அறிஞர்கள் நாட்டு உணர்ச்சியைத் தூண்டுதல் உண்டு. மேலை நாடுகளில் வால்டேர், ரூசோ, கார்ல்மார்க்ஸ் என்னும் அறிஞர்கள் தமது பேரு வன்மை காட்டிப் பேரரசுகளை நடுங்கவைத்தனர். தமிழகப் பெரும் புலவர், மகா கவி பாரதி தமது தேசிய கீதங் களைக் கொண்டு மாபெரும் புரட்சி செய்தார் எனலாம்.

இவை தவிர, ஒவ்வொரு நாடும், தமது மக்களிடையே உணர்ச்சியைத் தூண்டப் பல்வேறு வழிகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றன. இதற்கெனச் செய்தித் துறைகளைக் கொண் டமையும் அரசாங்கங்களும் உண்டு. மக்களிடையே நாட்டு உணர்ச்சியைத் தூண்டவும், கட்சிப் பற்றை வளர்க்கவும், அரசியல் தலைவர்கள் பொதுக் கூட்டங்களில் பங்குகொள்வ தோடு இன்னும் பல்வேறு வழிகளில் முயல்கின்றனர்.

நாட்டுப் பற்றின் விளைவுகள்

நாட்டுப் பற்று என்பது ஒரு நாட்டில் வாழும் குடிமக்கள் அந்நாட்டிடம் கொள்ளும் காதலேயாகும். ஒவ்வொரு நாட்டில் வாழும் குடி மக்களிடமும் நாட்டுப் பற்று இருத்தல் மிகவும் தேவையாகும். நாட்டுப் பற்றினைக் கொண்டே ஒரு நாடு உலக நாடுகளின் மத்தியில் தலை நிமிர்ந்து நிற்றல் முடியும். நாட்டுப் பற்றுக் கொள்ளுதல் என்பது ஒவ்வொரு குடி மக்களின் கடமை யாகும். நாட்டுப்பற்று ஒரு நாட்டு மக்களிடையே ஒற்றுமையை வளர்க்கிறது. மேலும், நாட்டைப் பிற நாட்டவரின் ஆதிக்கத்தி னின்று தப்ப வைக்கவும் இது துணை செய்கிறது. அடிமையாக இருந்துள்ள நாடுகள் தமது மக்களின் நாட்டுப் பற்றினைத் துணையாகக் கொண்டே இன்று விடுதலை பெற்ற நாடுகளாக விளங்குதலைக் காண்கிறோம். கோழைகளாக உள்ளவர்கள் கூட, நாட்டுப்பற்று மேலிடும் போது, வீரர்களாக மாறிவிடுகின்றனர். தமது சுய விருப்பங்கள், இலட்சியங்கள், குடும்ப நலன் போன்ற அனைத்தையும் துறந்து நாட்டிற்காக, நாட்டு நலத்திற்காக, மக்கள் உழைக்கத் தலைப்படுகின்றனர். நாட்டுக்காக உயிர் விடுதல் மிகச் சிறந்த செயல் எனக் கருதப்படுகிறது. நாட்டின் நலத்திற்காக உயிர் துறக்கும் பெருமக்கள் வீர சொர்க்கம் செல்வதாக நம்பப்படுகிறது. ஒவ்வொரு நாட்டுச் சரித்திரமும்

அந்நாட்டு மக்களின் நாட்டுப் பற்றினைப் புகழ்ந்து போற்றுதலை நாம் காண்கிறோம். தமிழ்ப் பெரு மக்களது வீர உணர்ச்சியினையும் நாட்டுப் பற்றையும் காணும்போது, நாம் பெருமையடைகின்றோம். தனது தந்தையையும், வீரக் கணவனையும் போர்க்களத்தில் இழந்த நங்கை நல்லாள், மறுபடியும் மறு நாள் போர் முரசு கேட்டபோது, தனது ஒரே இள வயது மகனை அழைத்து, அவனைச் சீவிச் சிங்காரித்து, கையிலே வேல் தந்து, "போர்க்களம் செல்க" எனப் பணிக்கும் காட்சியினைத் தமிழ் இலக்கியம் காட்டுகிறது 18. போர்க்களத்தில் உயிர் விடுதல் பாராட்டப் பட்டது போன்றே, புறமுதுகு காட்டுதல் இழி செய்கையாகக் கருதப்பட்டது. போரிலே தன் மகன் புறங்கொடுத்தான் எனக் கேள்வியுற்ற தமிழ்த்தாய் ஒருத்தி, "இஃது உண்மையாயின் அவனுக்குப் பாலூட்டிய என் மார்பகத்தை அறுத்தெறிவேன்" என வஞ்சினம் கூறிப் போர்க்களத்திற்குச் செல்கிறாள். அங்குப் பல பிணங்களினிடையே நெஞ்சிலே வேல் ஏந்தி உயிர் துறந்து கிடந்த தன் அருமை மகனைக் கண்டு அவனை ஈன்றபொழுதில் அவள் கொண்ட மகிழ்ச்சியைவிடப் பெருமகிழ்வு கொண்டனள் எனப் புறநானூறு கூறுதல் காண்க 19. அந்தத் தமிழ் வீரம் இன்று எங்கே மறைந்தது? சீறி வந்த புலியினை முறத்தால் அடித்து விரட்டிய வீரப் பெண்களைக் கொண்ட தமிழ் நாட்டில், இன்றைய நமது நவ நாகரிக நங்கையர் எலிகளைக் கண்டு பயந்து ஓடியன்றோ ஒளிகின்றனர்!

இத்தகைய வகையில் நாட்டுப்பற்று, சிறந்த பயன்களைத் தருவதுடன், மக்களது ஒற்றுமையைத் தூண்டி அவர்களது ஒழுக்க நடத்தைக்கு வழி கோலினாலும், இவ்வுணர்ச்சி அளவு கடந்து போகும்போது, பெருந்தீங்கு விளைவிப்பதாக உள்ளது. "அளவுக்கு மீறினால் அமுதமும் நஞ்சாக" மாறுமன்றோ? நாட்டுப்பற்று அதீதமாக அமையும்போது அத்துடன் குறுகிய மனப்பான்மையும் தோன்றிவிடுகின்றது. பிற மக்களை வெறுக்கும் மனப்பான்மையும் ஏற்படுகிறது. நாட்டு மக்களிடையே கர்வ உணர்ச்சியும் அகம்பாவமும் தோன்றுவதுடன், பிறரைக் கேவலமாகக் கருதி வெறுக்கும் மனநிலையும் தோன்றிவிடுகிறது. இது போக இத்தகைய மனநிலை வளரும்போது மக்கள் பழம் பெருமை பேசித் தமது பொன்னான வேளையை வீணாக்குகின்றனர். நாட்டு முன்னேற்றத்திற்காகச் செயல்படுதல் மறைந்து போய், பழம் பெருமை பேசுவதுடன் நின்றுவிடுகிறோம்.

ஜான் மர்டாக் (John Murdock) என்னும் அறிஞர் தாம் தொகுத்துள்ள ஒரு நூலில் உண்மையான நாட்டுப்பற்றினையும்

18. புற நானூறு 279 19. புற நானூறு 278

போலியான நாட்டுப்பற்றினையும் ஒப்பிட்டுள்ளார் [20]. அவற்றை அறிந்துகொள்ளுதல் மாணவர்களுக்குப் பயன் தரும் எனக் கருதி, சுருக்கமாக அவற்றைக் கீழே தருகிறோம்.

1. போலியான நாட்டுப்பற்றுள்ளவர்கள் தம்மையும் தமது நாட்டினையும் புகழ்வதிலேயே காலம் கடத்துகின்றனர். உண்மை நாட்டுப்பற்றுடையவர்கள் உண்மையே கூறுகின்றனர். தம் நாட்டில் தவறு காணப்படும்போது கடிந்துரைக்க இவர்கள் தயங்குதல் இல்லை.

2. போலியான நாட்டுப்பற்றுள்ளவர்கள் தமது நாட்டிலுள்ள அத்தனை வழக்கங்களும், நிலவும் நம்பிக்கைகளும் சிறந்தன என வாதிட முற்படுகின்றனர். உண்மையான நாட்டுப்பற்றுடையவர்களோ சிறந்தவற்றினைச் சிறந்தன எனவும் இழிந்தவற்றினை இழிந்தவை எனவும் ஏற்றுக்கொள்கின்றனர்.

3. போலியான நாட்டுப்பற்று இன வெறுப்பை நாட்டில் பரப்புவதில் ஈடுபடுகிறது. உண்மையான நாட்டுப்பற்றுடையவர்களோ, உலகிலுள்ள மக்கள் அனைவரும் சமமே எனக் கருதிப் பிறரைத் தமது நண்பர்களாகக் கொள்கின்றனர்.

உலக நெருக்கடி (International Tension) [21]

மனிதன் பேராசைக்காரன். தானே சிறந்தவனுகவும், தன் குடும்பமே சிறந்ததாகவும், தன்னுடையதே தலைசிறந்த நாடாகவும் விளங்கவேண்டும் என விரும்புகிறான். அளவோடு அமையும் போது இத்தகைய விருப்பங்கள் நன்மை பயப்பனவாகவும், வாழ்வை இன்பமூட்டுவதாகவும் அமைகின்றன. ஆனால், இவற்றினையே மனத்தில் இருத்தி, இவற்றிற்கென அல்லும் பகலும் ஒதுக்கி, எத்தகைய முறைகளையும் இப்பயன்களை அடையும் பொருட்டு மனிதன் மேற்கொள்ளும்போது, இவை மனிதர்களை மன நிம்மதியை இழக்கச் செய்து, இன்பத்தை இழக்கச் செய்து, துன்பத்தைப் பெருக்குகின்றன.

சென்ற பகுதியில் நாட்டுப்பற்றைப் பற்றிக் கூறினோம். அளவோடு அமையும்போது, நாட்டிற்கு நல்லது செய்யும் நாட்டுப்பற்று, அளவு மீறும்போது நாட்டிற்குக் கேடு விளைவிக்

20. John Murdock-My Duties (Abridged) C. L. S. Madras. (1942) Pp. 116–118.

21. For a masterly treatment of the subject see Kretch & Crutchfield–Theory and Problems of Social Psychology–Mc Graw Hill, N. Y. (1948) Chap. XV.

கிறது. எளியவராய் விளங்கும்போது ஒழுக்கமும் அடக்கமும் உடையோராகக் காணப்படும் ஒருசிலர், செல்வம் வந்தபோது செருக்கடைந்து ஒழுக்கம் இழந்துவிடுகின்றனர். அதேபோன்று அடிமை நாடுகளாய் விளங்கியபோது நாட்டுப்பற்றின் துணை கொண்டு தமது உரிமை பெற்ற நாடுகள், தாம் வலிமையடைந்த நிலையில் பிற நாடுகளையும் பிறநாட்டு மக்களையும் அடக்கி ஆண்டு, பிறரைத் துன்புறுத்த முனையும் மடமையை என்னென்பது?

இன்றைய அரசியல் உலகில் நாம் காணும் நிலை என்ன? வல்லரசு நாடுகள் தமது செல்வாக்கினைப் பிற நாடுகளில் திணிப்பதற்கு முயற்சி செய்கின்றன. இதனைத் தமது நோக்க மாகக் கொண்டு இரு மாபெரும் நாடுகள் வெருட்டற் போரில் இறங்கியுள்ளன. இதற்கென ஏனைய நாடுகள் இவ்வரசியல் சூதாட்டத்தில் பணயமாகக் கொள்ளப்படுகின்றன. அணு ஆயுதங்களையும், தொலை நோக்கிப் பாயும் பயங்கரக் குண்டு களையும் கொண்டுள்ள நாடுகள், தமது அரக்க பலத்தைக் கொண்டு, ஏனைய நாடுகளை அஞ்சி நடுங்கவைக்கின்றன. உலக நாடுகளிடையே சமாதானத்தை நிலை நிறுத்தவும், பின் தங்கிய நாடுகளையும் மக்களையும் உயர்த்துவதற்கென ஐக்கிய நாடுகள் சபை (United Nations Organization) ஏற்படுத்தப்பட்டது. 99 நாடு களை உறுப்பினராகக் கொண்ட இச்சபையில் ஒரு சில நாடுகள் ஆதிக்கம் செலுத்த முற்படுகின்றன. உலக சமாதானத்திற்கு வழி வகுப்பதற்கென ஏற்படுத்தப்பட்ட இச்சபையே, இன்று போர்க்களமாகி நிற்கும் அவலநிலை ஏற்பட்டுள்ளது. இந்நிலை ஏற்பட்டதற்குரிய காரணங்கள் என்ன?

மிகவும் முக்கியமான காரணம் உலக நாடுகளிடையே, குறிப்பாகப் பேரரசுகளிடையே நிலவி நிற்கும் அச்ச உணர்ச்சியே யாம். மிகக் குறைந்த காலத்துள் பெருஞ்சேதம் விளைவிக்கக் கூடிய அணு ஆயுதங்களைக் கொண்டுள்ள நாடுகள், பிற நாடுகள் தம்மை விட வலிமை பெற்றனவாக உள்ளனவோ என ஐயுறுகின்றன. மேலும், தாம் எதிர்பாராத வேளையில் எங்கே தம்மீது இப் பயங்கர ஆயுதங்களைப் பிற நாட்டினர் ஏவி விடுவரோ என்னும் அச்ச உணர்ச்சி நாடுகளெங்கும் பரவி நிற்கிறது.

இன்னும் தாம் சிறிது தயங்கினும் எங்கே மற்றொரு நாடு பிற நாடுகளிடையே செல்வாக்குப் பெற்றுவிடுமோ என்னும் பொறுமை உணர்ச்சியும் நாடுகளிடையே காணப்படுகின்றது. சிறிய நாட்டினருக்கு எதிரி நாடுகளால் பெருங்கேடு விளையலாம்

என பயமுறுத்திச் சிறிய நாடுகளைக் கூட்டுப் பாதுகாப்பு ஒப்பந்தங்களிலும் (Joint Defence Pacts) இதற்கென உண்டு பண்ணிக்கொள்ளும் அமைப்புக்களிலும் (Organizations) சேரப் பெரும் நாடுகள் தூண்டுகின்றன. இத்தகைய அமைப்புக்களி லும் ஒப்பந்தங்களிலும் சேர்ந்துகொள்ளும் நாடுகள் வெருட்டற் போரில் தாமும் பங்குகொள்கின்றன. அவற்றிடையேயும் போர் அச்சம் நிரம்பி ஓடுதலை நாம் காண்கிறோம்.

அதீதமான நாட்டுப்பற்று, நாடுகளிடையே வெறுப் புணர்ச்சியை வேரூன்றச் செய்கின்றது. இன்றைய உலகில் "நாம்", "எமது நாட்டினர்" என்னும் எண்ணங்களால் பெரிதும் தூண்டப்படுபவர்கள் பிற நாட்டினரை வெறுக்கின் றனர். பிற நாட்டினருக்கு எவ்வழிகளில் தீங்கு விளைவிக்கலாம் என்பதிலேயே கண்ணும் கருத்துமாக உள்ளனர்.

நாடுகளிடையே காணப்படும் நெருக்கடிக்குத் தனி மனிதர் களும் காரணமாக அமைகின்றனர். இன்றுள்ள வாழ்க்கை நிலை யில், மனிதர்கள் பலவகைகளில் மன முறிவுக்கு (Frustrations) உட்படுத்தப்படுகின்றனர். மனமுறிவு கசப்பு உணர்ச்சியை மேலோங்கச் செய்கின்றது. வேறு எங்கும் எவரிடமும் காட்ட முடியாத மனக் கசப்பு பிறநாட்டு மக்கள்மேல் எளிதில் திருப்பி விடப்படுகிறது. ஒரு நாட்டு மக்களிடையே ஏற்படும் விரோத மனப்பான்மைக்கும் இதனையே ஒரு காரணமாகச் சொல்லலாம்.

மேலும், தமது நிலையை நிலைபெறுத்துதற்கென அரசியல் தலைவர்கள் முழு மூச்சுடன் வெருட்டற் போரில் இறங்குகின் றனர். எவ்வளவு தூரம் நாட்டு மக்களிடையே ஐயமும் அச்ச உணர்ச்சியும் வெறுப்புணர்ச்சியும் காணப்படுமோ, அதுவரை இவர்கள் நிரந்தரமாகப் பதவியில் இருக்கலாம். இதனை அடிப் படை நோக்காகக் கொண்டு ஒருசில தலைவர்கள் வெருட்டற் போரையும், உலக நெருக்கடியையும் தமக்குச் சாதகமாகப் பயன் படுத்திக் கொள்கின்றனர்.

வெருட்டற் போரில் நாடுகள் முனைந்து நிற்குமாயின் ஏற் படக்கூடிய விளைவுகள் யாது? வெறுப்பு மிகவும் அதிகரிக்கும் போது, இவை தமக்குள் உள்ள எல்லா வகை இடைவினைகளை யும் அறுத்துக்கொண்டு, ஒதுங்கியிருக்க முற்படலாம். இவை வாறு இருப்பதால் எத்தகைய பயனும் ஏற்படுவதில்லை. முக்கிய மாக இவைகளினிடையே இருந்த குரோத உணர்வும், விரோத மனப்பான்மையும், இவைகள் தமக்குள் இருந்த இடைவினைகளை ஒதுக்கி விடுவதனால் நீங்கி விடுவதில்லை; ஒரு சிறிதும், குறைவதுகூட இல்லை. இதற்குப் பதில் முன்னைவிட அதிக

மாக, இவர்களிடையே விரோத மனப்பான்மையும் வெறுப்பும் அதிகரித்தே காணப்படும்.

மற்றொரு விளைவு போர். இதனையே மற்றொரு வகையில் கூறுவதானால் உலக அழிவு எனலாம். அணு ஆயுதங்களைக் கொண்ட நாடுகளிடையே போர் ஏற்படுமாயின் விளையக்கூடிய கோரத்தை வார்த்தைகளால் விளக்குவது என்பது முடியாதது.

வெருட்டற் போரால் விளையக்கூடிய இரண்டு விளைவுகளுமே மக்களுக்கும், நாடுகளுக்கும் பெருந்தீமை விளைவிக்கக் கூடியன. எனவே, உலக மக்களின் நல்வாழ்வினையும் நாடுகளின் சுபிட்சத்தையும் கருதி இவ்வுலக நெருக்கடியைப் போக்க நாம் செய்யக்கூடியது என்ன? உலக நெருக்கடியைத் தவிர்க்க சமூக உளவியலார் தரும் வழிகள் யாவை?

முதலாவதாக மக்களது மனப்பான்மையினையும், எண்ணங்களையும் உடனடியாக மாற்றி அமைத்தல் வேண்டும். பொது மக்களிடையே எண்ணங்களும், கருத்துக்களும் தோன்றுவது பற்றி முன்னர் விவரமாகக் கூறியிருக்கிறோம். கல்வி நிலையங்களும், நடுநிலைமை வகிக்கும் அரசுகளும், உலக நாடுகளின் சபையும் கொள்கை பரப்பலின் மூலம் மக்களிடையே நிலவி நிற்கும் வெறுப்புணர்ச்சியினை நீக்கி, உலக மக்களிடையே சகோதர மனப்பான்மை நிலவ வழி செய்தல் வேண்டும். இன்றுள்ள பெரியவர்களிடமிருந்து நாட்டு வெறியும், பிறநாட்டு வெறுப்பும், அவர்களது குழந்தைகளுக்குப் பரவாமல் இருக்குமாறு பார்த்துக்கொள்ளுதல் வேண்டும். இவ்வகையில் கல்வித் துறையினர் உதவ முன் வரவேண்டும். உளவியலாரின் துணை கொண்டு வழிமுறைகளை வகுத்துக் குழந்தைகளை நல்ல முறையில் ஆக்க நிலையிறுத்தம் செய்தல் வேண்டும். "உலக மக்கள் அனைவரும் சகோதரரே" என்னும் எண்ணம் இளமையிலிருந்தே தோற்றுவிக்கப்படுமாயின், இக்குழந்தைகள் வளர்ந்து நாட்டு ஆட்சியை மேற்கொள்ளும்போது, உலக சமாதானத்தை நிலை நிறுத்துவார்கள் என்பது திண்ணம்.

உடனடியாகப் பலன் கிட்ட, மக்களிடையே காணப்படும் மனக் கசப்பையும் மன முறிவையும் குறைக்கவும், முடிந்தால் நீக்கவும், உளவியலார் வழி வகுத்துத் தருதல் வேண்டும். வறுமை, வாய்ப்பின்மை, நோய், வேலையின்மை, பாதுகாப்பின்மை, போன்ற காரணங்களால் மனக்கசப்பு தோன்றலாம். இதனை நீக்க மருத்துவர்கள், அரசியல் அறிஞர்கள், பொருளாதார நிபுணர்கள் போன்றோர் உளவியலாரோடு இணைந்து செயலுறுதல் வேண்டும். மேலும், மக்கள் மன நோயுடையவர்

களாக இருந்தால் மனக்கசப்பும், மன முறிவும் கொண்டவர்களாக விளங்குவர். இன்னும், பல்வேறு காரணங்களால மக்கள் மன அமைதி இழந்து தவிக்கலாம். இத்துறையில் பிறழ்வு உளவியல் துறை அறிஞர்கள் கவனம் செலுத்தி, மக்கள் மனநலம் பேணுதல் வேண்டும்.

வெருட்டற் போரில் ஈடுபடும் பெருநாடுகளைத் தவிர, மற்ற நாடுகள் அனைத்தும் நடுவு நிலைமை வகித்தல் வேண்டும். வெருட்டற்போரில் ஈடுபடும் நாடுகளுடன் கூட்டுச் சேருதல், எரியும் தீயில் எண்ணெய் வார்ப்பது போன்று அமையும். மேலும், பிற நாடுகள் அனைத்தும் தம்முடன் கூட்டுச் சேராமலும், தமது சண்டையில் அக்கரை காட்டாதும் இருக்கும் நிலையில், வெருட்டற் போரில் ஈடுபடும் நாடுகளே அப்போரில் நீடித்து நிற்கா என்பது திண்ணம்.

இன்னும் சிலர், "சமாதானம் தேவையாயின், போருக்கு ஆயத்தம் செய்தல் வேண்டும்" எனக் கூறுகின்றனர் [22]. இவர்கள் கருத்துப்படி ஒரு நாடு போருக்கு ஆயத்தமாக இருப்பின், பிற நாடுகள் அதன்மேல் படையெடுக்க அஞ்சும். இவ்வழியில் எல்லா நாடுகளும் ஆயத்தமாக இருப்பின், ஒவ்வொரு நாடும் மற்றொரு நாட்டுடன் போர் செய்ய முனையாது என இவர்கள் கருதுகின்றனர். நடைமுறையில் இது பயன் தராது என்பது திண்ணம். இதற்கு இன்றைய உலக நெருக்கடியே சான்று. இன்று பெருவாரியான உலக நாடுகள் போருக்கு ஆயத்தமாகவே உள்ளன. இதனால் ஏற்பட்டுள்ளது உலக சமாதானம் அன்று; உலகைச் சுற்றிலும் போர் மேகங்கள் சூழ்ந்து நிற்கின்றன. எங்கேனும் ஓர் இராணுவத் தளபதியோ, அன்றி நாட்டுத் தலைவர்களோ சிறிது தவறு செய்வார்களாயினும், உடனடியாகப் போர் மூண்டு, உலக அழிவு ஏற்படுதல் திண்ணம். இது ஆபத்தை விலைக்கு வாங்கும் வழியாகவே அமையும்.

போரைத் தடுப்பதற்கு உலக நாடுகள் அனைத்தும் தமது படைகளைக் குறைத்தலும், கலைத்தலும், ஆயுதங்களை அழித்தலும் வேண்டும் எனக் கூறப்படுகிறது. இது நல்ல கருத்தே. ஆயினும், உலக நாடுகளிடையே நம்பிக்கை ஏற்படும் வரையில் இம்முறை மேற்கொள்ளப்படுதல் அருமையாகும்.

பல நாடுகளிலுள்ள மக்கள் உண்ண உணவும், உடுக்க உடையும் இன்றிப் பரதவிக்கும் நிலையில், ஒரு சில நாடுகள்

22. See Harold Hutchinson—The man who can unleash an H. War—article in the Sunday Standard (23—10—60) Pp. 13.

மட்டும் கோடிக் கணக்கான பணத்தை ஆயுத உற்பத்தியில் செலவிடுவது சரியா என வல்லரசு நாட்டினர் எண்ணிப் பார்ப் பார்களாயின், தமது செயலின் கொடுமை அவர்களுக்குப் புரியும்.

இன்றைய உலக நெருக்கடி நீங்க, நாடுகளிடையேயும் மக்களிடையேயும் நம்பிக்கை நிலவுவது தேவை. இந்நம்பிக் கையை நாடுகளிடையே ஏற்படுத்த ஒவ்வொரு நாடும் ஒவ்வொரு மனிதனும் முயற்சி எடுத்துக் கொள்ளுதல் வேண்டும். இவ் வகையில் சமூக உளவியலார், உலக மக்களுக்குப் பெரிதும் கடமைப்பட்டுள்ளனர். மக்களிடையே நிலவும் அச்ச உணர் வினைப் போக்கி, அவர்கள் அன்பினால் இணைக்கப்பட சமூக உளவியல் அறிவு பெரிதும் துணைசெய்யும்.

268

இந்நூல் எழுதத் துணைசெய்த நூல்கள்

Akolkar — Social Psychology

Allport, F. H. — Social Psychology

Allport, G. W. — Personality

Anne Anastaci — Psychological Testing

Basu, Major — Culture

Bbnedict, Ruth — Patterns of Culture

Boaz, G. D. — General Psychology

Burns, C. Delisle — The Morality of Nations

Doob, Leonold. W. — Propaganda — Its Psychology and technique.

Fisher, Y. E. — An Introduction to Abnormal Psychology

Gooch, G. P. — Nationalism

Jiandani, Huliyalkar and Kale — Outlines of Social Psychology

Kanakasabhai V. — The Tamils Eighteen Hundred Years ago

Katz & Sehanck — Social Psychology

Kellogg, W.N. and Hellogg, L.A. — Ape and the Child

Kohler W. — Mentality of Apes (Translated by Elle Winter)

Kretch and Crutchfield — Theory and Problems of Social Psychology

Majumdar, D. N. — Races and Cultures of India

Medougall, William — Outlines of Abnormal Psychology

Medougall, William — The Energies of Men

Morgan, John J. B. — The Psychology of Abnormal People

Murdock, John — My Duties

Nagge, J. W. — Psychology of the child

Newcomb, Theodore N. — Social Psychology

Paul, M. D. — புதிய கல்வி உளவியல்

Tarde, G. — The Laws of Imitation (Translated by E.C. Parsous)

Trottler, Wilfred — Instincts of Herd in peace and war

Turner, Ralph — The great Cultural Traditions
Young, Kimbal — Handbook of Social Psychology
Encyclopaedia Britannica Volume 16
Introduction to Social Science, Volume I and II
The Hindu Readership Survey
சண்முகம், தா. ஏ. — உளவியல்
மீனாட்சி சுந்தரனார், தெ. பொ. — மானத சாத்திரம்
வையாபுரிப் பிள்ளை, எஸ். — தமிழர் பண்பாடு

மேலும் பயிலத் துணைபுரியும் நூல்கள்

Akolkar — Social Psychology-Asia Publishing House, Bombay.
Argyle, Michael — The Scientific Study of Social Behaviour - Mathueh & Co.., London (1957)
Bogardus, E. S. — Fundamentals of Social Psychology The Century & Co., Newyork (1924)
Brown, L. G. — Social Psychology Mcgraw Hill Book & Co., Newyork (1934)
Ginsberg, Morris — The Psychology of Society Mathuen, London (1916)
Klineberg, Otto — Social Psychology Henry Holt & Co., Newyork (1955)
La Piere, R. T. and Farnsworth, Paul, R. — Social Psychology Mcgraw Hill Book & Co., Newyork (1934)
Lippmann, Walter — Public Opinion Harcourt Bruce & Co., Newyork (1922)
Maccolz, E.E.. Newcomb T.M. and Hartly, E.L. (editors) — Readings in Social Psychology Henry Holt & Co., Newyork (1958)
Mcdougall, William — An Introduction to Social Psychology Methueh & Co., London (1956)
Rein Hardt, J. M. — Social Psychology J. P. Lippincott & Co., Newyork (1938)
Ross, E. A. — Social PsychologyaMcmillan, Newyork (1923)

கலைச்சொல் அகராதி

ஆங்கிலம் — தமிழ்

A

Abnormal Behaviour - பிறழ்வு நடத்தை
Abnormal Psychology - பிறழ்வு உளவியல்
Abstract Sentiment - அருவப் பற்று
Accidental Group - தற்செயலாகத் தோன்றும் குழு
Accidental Sampling - தற்செயலான மாதிரித் தேர்தல்
Accommodation - இணங்கிப் போதல்
Acquisitive Instinct - திரட்டுக்கம்
Action Crowd - செயலுறும் கூட்டம்
Adaptation - பொருத்தப் பாடு
Administrator - ஆட்சியாளர்
Adolescent - குமரப் பருவத்தினன்
Advertiser - விளம்பரதார்
Advertising Revenue - விளம்பர ஊதியம்
Aerial Sampling - பகுதியை ஒட்டிய மாதிரித்தேர்தல்
Agent - ஏஜெண்டு
Aggressive - ஆதிக்க
Agitator - கிளர்ச்சியாளர்
Air Conditioner - அறையைக குளிர்விக்கும் பெட்டி
All India Radio - அகில இந்திய வானொலி
Amoeba - அமீபா
Analyse - பகுத்தறிதல்
Animal Fat - விலங்குக் கொழுப்பு
Announcer - அறிவிப்பாளர்
Anorexia Nervosa - அனரக்சியா நெர்வோசா
Antagonism - மனக்கசப்பு
Anthropologist - மனித நூலறிஞர், மனித இயலறிஞர்
Ape - மனிதக் குரங்கு
Approval - ஏற்பு
Architecture - கட்டடக் கலை
Army - இராணுவம்
Army Coups - இராணுவப் புரட்சிகள்
Artificial Group - செயற்கையான குழு
Arts - கலைகள்
Assimilation - தன் வயப்படுத்தல்
Assumption - துணிபு
Astrology - ஜோசியம்
Atheist - நாத்திகர்
Attitude - மனப்பான்மை
Audience - அவையினர்
Audit Bureau of circulation - ஆடிட் பீரோ ஆப் சர்குலேசன்
Auditory Sense - செவிப் புலன்
Audio Visual Education - காட்சிக் கேள்வி கல்வி முறை
Author - நூலாசிரியர்
Autistic Gesture - தற்போக்கான சைகை
Autocratic Leader - எதேச்சதிகாரத் தலைவர்
Autocratic Leadership - எதேச்சதிகாரத் தலைமை
Auto-Suggestion - தன் கருத்தேற்றம்
Auxillary Air Force - துணை விமானப் படை

B

Bacteria - பாக்டீரியா
Ballot - குடவோலை
Band Wagon Effect - முரசறை முறை
Bank - பாங்கு
Barbaric - காட்டு மிராண்டித் தனம்
Bathing Suit - நீச்சல் உடை
Battery - மின்சார பாட்டரி

B. C. G. - பி. சி. ஜி.
Behaviour - நடத்தை
Belief - நம்பிக்கை
Belittling - பிறரைப் பழித்தல்
Beverages - பான வகைகள
Bharat natya - பரத நாட்டியம்
Biology - உயிரியல்
Board of Censors - தணிக்கைக் குழுவினர்
Book Review - புத்தக மீள்நோக்கு
Brain Cortex - மூளைப் புறணி
Bureaucrat - அதிகார வர்க்கத்தினர்
Bus - பஸ்
Bush Coat - புஷ் கோட்டு

C

Cabinet - அமைச்சரவை
Cannibal - நரமாமிசம் உண்போன்
Capitalistic Countries - முதலாளித்துவ நாடுகள்
Capitalistic Henchmen - முதலாளித்துவ கைக்கூலிகள்
Capsules of Propaganda - கொள்கை பரப்பு மாத்திரைகள்
Card Stacking - புரட்டல்
Carrying Tales - கோள் சொல்லுதல்
Cartoon - கேலிச் சித்திரம்
Case History Method - தனியாள் வரலாற்று முறை
Censor - தணிக்கை
Centre - மையம்
Ceremony - சடங்கு
Character - குணம்
Characteristic - சிறப்பியல்பு
Charismatic Leader - அருள்வலித் தலைவர்
Chemistry - இரசாயனம்
Childhood - குழந்தைப் பருவம்
Childish - குழந்தைத் தனம்
Chimpanzee - சிம்பன்சிக் குரங்கு
Christianity - கிறிஸ்துவ சமயம்
Cinema - திரைப்படம்
Citizenship Training - குடிமைப் பயிற்சி
Civilization - நாகரிகம்
Class - வகுப்பு
Climatic Changes - தட்ப வெட்ப நிலை மாறுபாடுகள்
Closed Group - பிறரை எளிதில் ஏற்றுக் கொள்ளாத குழு
Co-acting Group - தனித்தியங்கும் குழு
Code - குறியீடு
Coercive Leader - கொடுங்கோலர்
Cold War - வெருட்டற் போர்
Collective Sentiment - கூட்டுப் பற்று
College - கல்லூரி
Co-operation - கூட்டுறவு
Commentator - உரை கூறுவோர்
Commercial Firm - வர்த்தக நிலையம்
Commercial Service - வர்த்தக ஒழிபரப்பு
Communal - தொடர்பு
Communication - கருத்துப் பரிவர்த்தனை
Communism - பொதுவுடைமைக் கருத்து
Communist - பொதுவுடைமையர்
Community Development - சமுதாய அபிவிருத்தி
Company - நிறுவனம்
Compensation - ஈடுசெயல்
Competition - போட்டி
Compromise - இணங்கி வருதல்
Compulsion - கட்டாயச் செயல்
Concession - சலுகை
Concrete Sentiment - உருவப் பற்று
Conditioning - ஆக்க நிலையிறுத்தம் செய்தல்
Conditioned Reflex - ஆக்க நிலை ஏற்றிய மறிவினை
Conference - மாநாடு
Conflict - போராட்டம்
Conscience - மனச் சான்று
Conscious Imitation - நனவுப் பின்பற்றல்
Conscious Life - நனவு வாழ்வு

Conscious Mind - நனவு உள்ளம்
Consulate - வெளிநாட்டு அலுவலகம்
Contagious Disease - தொற்று நோய்
Continuity - தொடர்ந்தமைதல்
Contract Advertisement - ஒப்பந்த விளம்பரம்
Contra-Suggestion - எதிர் மறைக் கருத்தேற்றம்
Controlled Group - கட்டுப்படுத்தப்பட்ட குழு
Conversion - மாற்றம்
Conversionary Propaganda - மாற்றத்திற்கான கொள்கை பரப்பல்
Cricket - கிரிக்கெட்
Crisis - நெருக்கடி
Cross-word Puzzle - குறுக்கெழுத்துப் போட்டி
Crowd - கூட்டம்
Crowd Compeller - கூட்டத்தைக் கவர்ந்திழுப்பவர்
Crowd Exponent - கூட்டத்தின் கருத்து விளக்கி
Crowd Representative - கூட்டத்தின் பிரதிநிதி
Culture - பண்பாடு
Cultural Pattern - பண்பாட்டின் பகுப்பு
Cultural Relation - பண்பாட்டுத் தொடர்பு
Custom - வழக்கம்
Customer - வாடிக்கைக்காரர்

D

Data - விவரம்
Day Dream - பகற்கனவு
Definition - வரையறை
Deflection - திருப்புதல்
Democratic Leader - மக்கள் தலைவர்
Democratic Leadership - மக்கட் தலைமை
Demonstrative Gesture - மெய்ப்பிக்கும் சைகை
Development - வளர்ச்சி
Diagram - விளக்கப்படம்
Dictator - வல்லாட்சியாளர்
Diplomat - இராஜ தந்திரி
Direct Contact நேரடித் தொடர்பு
Director - இயக்குநர்
Direct Propaganda - நேரடிக் கொள்கை பரப்பல்
Direct Suggestion - நேரடிக் கருத்தேற்றம்
Disapproval - கண்டனம்
Discussion - விவாதம்
Disguise - வேற்றுரு
Disgust - அருவருப்பு
Disinfectant - கிருமி நாசினி
Distraction of Attention - கவனச் சிதைவு
District - மாவட்டம்
District Publicity Officer - மாவட்டச் செய்தி அலுவலர்
Dividend - பங்கு வீதம்
Division - பிரிவு ; பகுப்பு
Divisive Propaganda - பிரித்தாளும் கொள்கைப் பரப்பல்
Dominant Leader - ஆதிக்கம் செலுத்தும் தலைவர்
Drama - நாடகம்
Dream - கனவு
Driver - ஓட்டி ; ஓட்டுபவர்
Drives - உந்துக்கள்

E

Earth quake - நில நடுக்கம்
Economist - பொருளாதார நிபுணன்
Editor - பத்திரிகை ஆசிரியர்
Editorial - தலையங்கம்
Education - கல்வி
Election - தேர்தல்
Element - தனிமம்
Emotion - மன வெழுச்சி
Emotional Gestures - மன வெழுச்சிச் சைகைகள்
Empathy - ஒட்ட உணர்தல்
Empire - பேரரசு
Enthusiasm - உற்சாகம்
Environment - சூழ்நிலை
Equal Appearing Intervals - சம இடைவெளி கொண்ட பகுப்பு
Ethics of Journalism - பத்திரிகை தர்மம்

Evolutionary Growth - பரிணும வளர்ச்சி
Excitement - கிளர்ச்சி
Executive Leadership - செயல் தலைமை
Experience - அனுபவம்
Experimental Method - பரிசோதனை முறை
Expert - நிபுணர்
Extra Curricular Activities-பாடப் புறச் செயல்கள்
Extrovert - புறமுகத்தோன்

F

Facial Expression - முகத் தோற்றம்
Factors - ஏதுக்கள்; காரணிகள்
False Colour - வேற்றுரு
Family - குடும்பம்
Family Planning - குடும்பக் கட்டுப்பாடு
Fantasy - மனக்கோட்டை
Fatalism – ஊழ் நம்பிக்கை
Fate - ஊழ்
Father Image - தந்தை உரு
Fear - அச்சம்
Feeling - உணர்ச்சி
Field - களம்
Field Survey Method - கள ஆய்வு முறை
First-aid - முதலுதவி
Flood - வெள்ளப்பெருக்கு
Follower - பின் செல்பவர்
Food Seeking Instinct - உணவு தேடுக்கம்
Forced Choice - அடைபட்ட கொள்ளல் முறை
Forecast - குறி
Freedom of Speech - பேச்சுரிமை
Free India - சுதந்திர இந்தியா
Frustration - மன முறிவு
Funnel Type Questionnaire-புனல் வகைக் கேள்வி முறை

G

Ganja - கஞ்சா
Gene - உயிர்மின்
General Public - பொதுமக்கள்
Gesture - சைகை
Glittering Generality - பகட்டுப் பொதுமை
God - ஆண்டவன்
Gorilla - கொரில்லாக் குரங்கு
Gossip - வம்பளத்தல்
Government - அரசு; அரசினர்
Graduate - பட்டதாரி
Graphic Gesture - விளக்கும் சைகை
Great Powers - வல்லரசுகள்
Gregariousness - கூடி வாழும் இயல்பு
Gregarious Instinct - கூடிவாழும் ஊக்கம்
Group - குழு
Group Feeling - குழு உணர்ச்சி
Group Mind - குழு மனம்
Group Structure - குழுஅமைப்பு

H

Habit - பழக்கம்
Habitual Gesture - பழக்கமான சைகை
Headlines - தலைப்புச் செய்திகள்
Headman - பரம்பரைத் தலைவர்
Herd Instinct - மந்தை உணர்வு
Heredity - மரபு நிலை
Hindi - இந்தி
Hockey - ஹாக்கி
Home - இல்லம்
Hunger - பசி
Hypnotism - அறிதுயிற் கலை

I

Idea - கருத்து
Ideal - இலட்சியம்
Ideology - கொள்கை
Identification - ஒன்றுதல்
Imitation - பின்பற்றல்
Imperialism - பேரரசுக் கொள்கை
Impulse - உட்துடிப்பு
Indirect - மறைமுகம்
Indirect Question - மறைமுகக் கேள்வி
Indirect Suggestion - மறைமுகக் கருத்தேற்றம்
Individual Mind - தனி மனம்

Inductive Method - தொகுப்புவழி முறை
Industrial Dispute - தொழில் தகராறு
Infanticide - சிசுக் கொலை
Inferiority Complex - தாழ்வுச் சிக்கல்
Inferiority Feeling - தாழ்வு மனப் பான்மை
Informal - முறையணையா
Information Department - செய்திக்துறை
In Group - அகக்குழு
Innate Ideas - உடன் பிறந்த எண்ணைங்கள்
Insect - பூச்சி
Insecticide - பூச்சி நாசினி
Instinct - இயல்பூக்கம்
Instinct of Love - காதலூக்கம்
Instinct of Pugnacity - போரூக்கம்
Instinct of Self-assertion - தன்னெடுப்பூக்கம்
Institution - நிலையம்
Institutional Leader - நிலையத் தலைவர்
Insurance - இன்ஷ்யூரன்ஸ்
Intelligence - நுண்ணறிவு
Intensity - செறிவு
Interaction - இடைவினை
Interactive Group - தொகுத்தியங்கும் குழு
Inter-caste Marriage - கலப்பு மணம்
Interjection - வியப்பிடைச் சொல்
Intermediate Group - நடு நிலைக் குழுவினர்
Internationalism - பன்னாட்டுக் கொள்கை
Interpretation - திறங்கூறல்
Interview - கண்டு பேசுதல்
Intimate Group - நெருங்கிய தொடர்புடைய குழுவினர்
Introspection - அகக்காட்சி முறை
Invention - புதுவது புனைதல்
Investigation - ஆராய்ச்சி
Iron-Curtain Countries - இரும்புத் திரை நாடுகள்
Item – உருப்படி

J

Jealousy - பொறுமை
Jews - யூதர்கள்
Joint Defence Pact - கூட்டுப் பாதுகாப்பு ஒப்பந்தம்
Judge - நடுவணர்
Just Plain Folks - பொது நலம் சூட்டல்
Juvenile Delinquency - இளம் குற்ற வாளி

L

Laissez-Faie Leader - தலையிடாத் தலைவர்கள்
Landlord - நிலக்கிழார்
Language - மொழி
Language Development - மொழி வளர்ச்சி
Laughter - நகைப்பு
Law - சட்டம்; விதி
Laws of Imitation - பின்பற்றல் விதிகள்
Lawyer - வழக்கறிஞர்
Leader - தலைவர்
Legal Notice - வழக்கு அறிவிப்பு
Literary Creation - இலக்கியப் படைப்பு
Literature - இலக்கியம்
Local News - தலச் செய்திகள்
Loudspeaker - ஒலி பெருக்கி
Love - அன்பு; காதல்
Loyalty - பற்றுறுதி

M

Magazine - சஞ்சிகை
Magic - மாயம்
Magician - மந்திரவாதி
Major Group - சார்பற்ற குழு
Market Research - வர்த்தக ஆராய்ச்சி
Martial Law Administration - இராணுவ ஆட்சி
Masculinity - ஆண்மை
Mass Observation - திரள் ஆய்வு
Mass Suggestion - கும்பல் கருத்தேற்றம்
Master Scale - தலைமை அளவை

Master Sentiment - முதன்மைப் பற்று
Maternal Feeling - தாய்மை உணர்ச்சி
Maternal Instinct - தாய்மையூக்கம்; மகவூக்கம்
Matinee Show - பகல் காட்சி
Matriculate - பதிவுத் தேர்வினர்
Maturation - முதிர்ச்சி
Measurement by Rating-தரமிட்டு அளத்தல்
Measuring Public Opinion-பொது மக்கள் கருத்தினை அளத்தல்
Media - ஊடகம்
Mental Ability - மனத்திட்பம்
Mental Conflict - மனப்போராட்டம்
Mental Disease - உளநோய்
Mental Energy - உளச்சக்தி
Mental Leadership - அறிவுத் துறைத் தலைமை
Mentally Immature - மனப் பக்குவம் பெறுத
Mental Process - உளச்செயல்
Mental State - மனநிலை
Method of Paired Comparison - இணை ஒப்பு முறை
Minor Group - சார்புடைய குழு
Minority - சிறுபான்மை
Mob - கும்பல்
Model Test - முன்மாதிரித் தேர்வு
Monarchy - முடியரசு
Monogamy - ஒரு தார மணம்
Morale - மனவுறுதி
Motion Picture - திரைப்படம்
Motive - ஊக்கி
Mudra (Dancing) – நடன முத்திரை
Musical Comedy - இசையுடன் கூடிய இன்ப முடிவுக் கதை
Mutualism - ஒருமைப்பாடு
Myopia – மந்தப் பார்வை
Mystery - மர்மம்

N

Name Calling - பெயர் சூட்டல்
Narcotic - போதை யூட்டும் பொருள்
Nation - நாடு
National Anthem - நாட்டுப் பண்
National Cadet Corps - தேசிய மாணவர் படை
Nationalism - நாட்டுணர்ச்சி
Nationality - நாட்டுரிமை
Natural Group - இயல்பான குழு
Need - தேவை
Negative Suggestion - எதிர்மறைக் கருத்தேற்றம்
Negro - நீக்ரோ
Neurosis - உளவழி நரம்பு நோய்
News - செய்தி
News Paper - பத்திரிகை
Non-Violence - கொல்லாமை

O

Objective - புறவயம்
Objective Observation - புறக் காட்சி முறை
Occupation - தொழில்
Officer - அலுவலக அதிபர்
Open ended Question - வாய்ப் புடைய கேள்வி
Open Group - பிறரை எளிதில் உறுப்பினராக ஏற்றுக்கொள்ளும் குழு
Opium - அபினி
Opportunity - வாய்ப்பு
Ordinal Position - பிறப்பு நிலை
Organised Group - அமைப்புடைய குழு
Organism - உயிரி
Out Group - பிறக்குழு
Ovum - பெண்ணின் முட்டை
Oxygen - உயிர் வாயு

P

Panel Method - தெரிவர் உரை முறை
Parasitism - ஒட்டுதல்
Passive Crowd - செயலுருக் கூட்டம்
Paternalistic Leadership - மகவுத் தலைமை
Patriotism - நாட்டுப் பற்று
Perfume - வாசனைப் பொருள்
Permanent Group - நிலையான குழு

Personality - ஆளுமை
Personality Test - ஆளுமைச் சோதனை
Persuasive Leader - இணக்குவிக்கும் தலைவர்
Phobia - கிலி
Physically Handicapped - உடற் குறையுடையோர்
Physics - பௌதிகம்
Phyisque - உடற்கட்டு
Pilgrimage - தல யாத்திரை
Pilot-Study – முன் ஆராய்ச்சி
Pleasure Principle - மகிழ்வுக் கொள்கை
Police Department - காவல் துறை
Political Boss - அரசியல் அதிபர்
Political Game - அரசியல் சதுரங்கம்
Political Leader - அரசியல் தலைவர்
Political Party - அரசியல் கட்சி
Political Propaganda - அரசியல் கொள்கை பரப்பல்
Politician - அரசியல் வாதி
Poll - வாக்கெடுப்பு
Polyandry - பல பதியுடைமை
Polygamy - பலதார மணம்
Positive Suggestion - உடன்பாட்டுக் கருத்தேற்றம்; உடன்பாட்டு நேர் நிலைக் கருத்தேற்றம்
Posture - உடல்தோரணை
Poverty - வறுமை
Power - ஆதிக்கத்திறன்
Preference - மிகு விருப்பம்
Preliminary Investigation - முதல் ஆராய்ச்சி
Press Information Bureau - பத்திரிகைளுக்குச் செய்தி வழங்கும் செயலகம்
Prestege Suggestion - கீர்த்திக் கருத்தேற்றம்
Priest - குரு
Primary Disposition - முதனிலை மனநிலை
Primary Group - முதனிலைக் குழு
Prisoner - கைதி
Problem - சிக்கல்; புதிர்
Product - உற்பத்திப் பொருள்
Programme Analyser - நிகழ்ச்சி ஆய்வு முறை
Projection - புறத்தெறிதல்
Projective Test - புறத்தேற்றுச் சோதனை
Propaganda - கொள்கை பரப்பல்
Propaganda for Consolidation - திடமாக்கும் கொள்கை பரப்பல்
Prophecy - தீர்க்க தரிசனம்
Prostitute - விலைமகள்
Psychological Group - உளவியல் குழு
Psychological Test - உளவியல் தேர்வு
Psycho-Physical Method - மனப் பூத நூல் முறை
Publicity Department - விளம்பரத் துறை
Public Opinion - பொது மக்கள் கருத்து
Public Opinion Poll - பொதுமக்கள் வாக்கெடுப்பு
Public Realations Department - பொதுமக்கள் தொடர்புத் துறை
Puranic Picture - புராணப்படம்
Purposive - காரணத்தோடு
Purposive Group - நோக்கோடு அமையும் குழு
Pyramid - கோபுர வடிவு

Q

Questionnaire - வினாப்பட்டியல்
Questionnaire Method - கேள்வி முறை
Quiz - விடுகதை
Quota Sampling - பங்கு வீத மாதிரித் தேர்தல்

R

Race - இனம்
Race Appeal - இன ஈர்ப்பு
Radio - வானொலி
Radio-Listener - வானொலி கேட்போர்
Radio-Photo - ஒலி புகைப்படம்

Rage - கோபம்
Random Sampling - கலந்த மாதிரித் தேர்தல்
Rank order Scale - வரிசைக் கிரம அளவை
Rate of Development - வளர்ச்சியின் தரம்
Rationalisation - காரணம் கற்பித்தல்
Reaction - எதிர் வினை
Readership Survey - பத்திரிகை படிப்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சி
Reality Principle - உள் நிலைக் கொள்கை
Recommendation - சிபாரிசு
Record - இசைத்தட்டு
Reflex - மறிவினை
Reform - சீர்திருத்தம்
Reformer - சீர்திருத்தவாதி
Refrigerator - குளிர்ப்பெட்டி
Regression - பின்னேக்கம்
Rejection - விலக்கல்
Religion - சமயம்
Religious Body - சமயக் குழு
Religious Conversion - சமய மாற்றம்
Renaissance - மறுமலர்ச்சி
Repression - ஒடுக்குதல்
Reptiles - ஊர்வன
Republic - குடியரசு
Response - துலங்கல்
Revolution - புரட்சி
Rumour - வதந்தி

S

Sacrifice - தியாகம்
Sample - மாதிரி
Scale - அளவை
Scale Construction - அளவை அமைத்தல்
Scale Value - அளவை மதிப்பீடு
Science - அறிவியல்
Scope - பரப்பு
Sea Erosion - கடல் அரிப்பு
Secondary Group - வழிநிலைக்குழு
Secretary - செயலாளர்
Self-Conceit - தற்பெருமை
Self Confidence - தன்னம்பிக்கை
Self Rating Scale - சுய அளவீடு முறை
Self Regarding Sentiment - தன் மதிப்புப் பற்று
Sensation - புலன் உணர்வு
Sensitive Zone - உணர்ச்சிப்பகுதி
Serious Drama - ஆழ்ந்த கதை
Sex-Appeal - பால் ஈர்ப்பு
Sex Drive - பால் உந்து
Sex Theory - பால் கொள்கை
Sexual Intercoure - கலவி
Share - பங்கு
Shepherd - இடையன்; மேய்ப்பவன்
Short Story – சிறு கதை
Single Cellular Organism - ஓரணு உயிரி
Skill - செயல் திறன்
Slack Shirt - சிலாக் சட்டை
Slogan - கட்சிக் கூப்பாடு
Soap - சோப்பு
Social Animal - சமூக விலங்கு
Social Contact - சமூகத் தொடர்பு
Social Control - சமூகக் கட்டுப்பாடு
Social Distance Scale - சமூகத் தொலைவு அளவை
Social Environment - சமூகத் தூண்டு சூழ்நிலை
Social Group - சமூகக் குழு
Social Institution - சமூகத் தாபனம்
Social Integration - சமூக ஒருமைப்பாடு
Sociality - சமூக ஈடுபாடு
Social Leadership - சமூகத் தலைமை
Social Life -சமூக வாழ்வு
Social Picture - சமூகப் படம்
Social Psychology - சமூக உளநூல்
Social Research - சமூக ஆராய்ச்சி
Social Science - சமூக அறிவியல்
Social Sentiment - சமூகப் பற்று
Social Stimulus – சமூகத்தூண்டல்
Social Tension - சமூக விரைப்பு

Society - சமூகம்
Sociogram - சமூகச் சிக்கம்
Sociology - சமூகவியல்
Sour Grapism - எட்டாப் பழம் புளிக்கும்
Special Reporter - விசேட நிருபர்
Sperm - ஆண் கரு மூலம்; விந்தணு
Spoilt Child - அதீத அன்பினால் கெடுக்கப்பட்ட குழந்தை
Startling and Withdrawl-அதிர்ந்து பின் வாங்குதல்
Statistical Data - புள்ளி விவரம்
Statistics - புள்ளியியல்
Step - படி
Stratified Random Sampling - அடுக்கான, கலந்த மாதிரித் தேர்தல்
Strike - வேலை நிறுத்தம்
Subject - ஆட்படுபவர்
Subjective - அகவயம்
Submission - பணிவு ; அடங்கி நடத்தல்
Suggestibility - கருத்தேற்கும் தன்மை
Suggestion - கருத்தேற்றம்
Summation - கூட்டு முடிவு
Supernatural Ideas - இயற்கையிகந்த கருத்துக்கள்
Switch - விசை
Symbolic Gesture - குறியிட்டுச் சைகை
Symbolic Leader - பெயரளவில் தலைவர்
Sympathy - ஒத்துணர்வு

T

Tabulate - வரிசை செய்தல்
Telephone - தொலைபேசி
Teleprinter - டெலிபிரிண்டர்
Television - தொலைக் காட்சி
Temperement - மனப்பான்மை
Temporary Group - நிலையற்ற குழு
Tender - டெண்டர்
Tendency - உளப்போக்கு
Tennis - டென்னிஸ்
Territorial Army - பிராந்தியச் சேனை
Testimonial - நற்சான்று
Theist - ஆத்திகர்
Theorist - கொள்கையாளர்
Theory of Pre-potent Reflex - வலிமை மிகு மறிவினைக் கொள்கை
Todas - தோதுவர்
Tolerance - பொறுதி
Tooth Paste - பற்பசை
Trade - வணிகம்
Trade Union - தொழிற் சங்கம்
Tradition - மரபு
Tragedy - துன்ப முடிவு
Triangle - முக்கோணம்
Train - ரயில்
Transference - இடமாற்றம்
Truth - மெய்ப்பொருள்

U

Unconscious Imitation - நனவிலிப் பின்பற்றல்
Unconscious State - நனவிலிநிலை
Uncontrolled Group - கட்டுப்படுத்தப்படா குழு
Under-graduate - பட்டம் பெற இருப்போர்
United Nations Organisation - ஐக்கிய நாடுகள் சபை
University - பல்கலைக் கழகம்
Unorganised Group-அமைப்பற்ற குழு
Unrealistic - உண்மைக்குப் புறம்பான
Unwanted Child - அன்பை அனுபவித்தறியாக் குழந்தை

V

Value Laden Word - மதிப்பீடுடைய சொல்
Vanaspati - வனஸ்பதி
Veiled Propaganda - மறைவான கொள்கை பரப்பல்
Village - கிராமம்
Villain - கொடியவன்
Visual Sense - கட்புலன்
Vitalism - உயிர்க்கொள்கை

Vitamin - வைட்டமின்
Voice - குரல்

W

Wants - வேண்டப்படுபவை
War - போர்
Washing Machine - சலவை இயந்திரம்
Weather Forecast - காலநிலை முன்னறிவிப்பு
Weekly - வாராந்தர வெளியீடு
Western Thinker - மேலை நாட்டு அறிஞர்
Wishful Thinking - தன் விருப்பச் சிந்தனை
Work Minded - வேலை நோக்கு

Y

Yellow Journal - மஞ்சள் பத்திரிகை

Z

Zero Point - மையப் பகுதி

கலைச்சொல் அகராதி

தமிழ்—ஆங்கிலம்

அ

அகக்காட்சி முறை - Introspection
அகக்குழு - In group
அகவயம் - Subjective
அகில இந்திய வானொலி - All India Radio
அச்சம் - Fear
அடங்கி நடத்தல் - Submission
அடுக்காகக் கலந்த மாதிரித் தேர்தல் - Stratified Random Sampling
அதிகார வர்க்கத்தினர் - Bureaucrat
அதிர்ந்து பின் வாங்குதல்-Startling and withdrawl
அதீத அன்பினுல் கெடுக்கப் பட்ட குழந்தை - Spoilt Child
அமீபா - Amoeba
அமைச்சரவை - Cabinet
அமைப்பற்ற குழு - Unorganised Group
அமைப்புடைய குழு - Organised Group
அரசு (அரசினர்) - Government
அரசியல் அதிபர் - Political Boss
அரசியல் கட்சி - Political Party
அரசியல் கொள்கை பரப்பல் - Political Propaganda
அரசியல் சதுரங்கம் - Political Game
அரசியல் தலைவர் - Political Leader
அரசியல்வாதி - Politician
அருவப்பற்று - Abstract Sentiment
அருவருப்பு - Disgust
அருள்வழித் தலைவர்-Charismatic Leader
அலுவலக அதிபர் - Officer
அவையினர் - Audience
அளவை - Scale
அளவை அமைத்தல் - Scale Construction
அளவை மதிப்பீடு - Scale Value
அறிதுயிற் கலை - Hypnotism
அறிவிப்பாளர் - Announcer
அறிவியல் - Science
அறிவுத் துறைத் தலைமை - Mental Leadership
அனரக்ஸியா நெர்வோசா - Anorexia Nervosa
அனுபவம் - Experience
அன்பு (காதல்) - Love

ஆ

ஆக்கநிலையிறுத்தம் செய்தல் - Conditioning
ஆக்கநிலையேற்றிய மறிவினை - Conditioned Reflex
ஆடிட் பீரோ ஆப் சர்குலேஷன் - Audit Bureau of Circulation
ஆட்சியாளர் - Administrator
ஆட்படுபவர் - Subject
ஆண்மை - Masculinity
ஆண்கரு மூலம் (விந்தணு) - Sperm
ஆதிக்க - Aggressive
ஆதிக்கத் திறன் - Power
ஆதிக்கம் செலுத்தும் தலைவர் - Dominant Leader
ஆத்திகர் - Theist
ஆராய்பவர் - Investigator
ஆழ்ந்த கதை - Serious Drama
ஆளுமை - Personality
ஆளுமைச் சோதனைகள் - Personality Tests

இ

இசைத்தட்டு - Record
இசையோடுகூடிய இன்ப முடிவு - Musical Comedy

இடமாற்றம் - Transference
இடையன் (மேய்ப்பவன்) - Shepherd
இடைவினை - Interaction
இணக்குவிக்கும் தலைவர் - Persuasive Leader
இணங்கிப் போதல் - Accommodation
இணங்கி வருதல் - Compromise
இணை ஒப்பு முறை - Method of Paired Comparison
இந்தி - Hindi
இயக்குநர் - Director
இயல்பான குழு - Natural Group
இயல்பூக்கம் - Instinct
இயற்கை யிகந்தக் கருத்துக்கள் - Supernatural Ideas
இராணுவ ஆட்சி - Martial Law Administration
இராணுவப் புரட்சிகள் - Army Coups
இராணுவம் - Army
இராஜ தந்திரி - Diplomat
இரும்புத் திரை நாடுகள் - Iron Curtain Countries
இலக்கியப் படைப்பு - Literary Creation
இலக்கியம் - Literature
இலட்சியம் - Ideal
இல்லம் - Home
இளங் குற்றவாளி - Juvenile Delinquent
இன ஈர்ப்பு - Race Appeal
இனம் - Race
இன்ஷ்யூரன்ஸ் - Insurance

ஈ

ஈடு செயல் - Compensation

உ

உடல் தோரணை - Posture
உடற்கட்டு - Physique
உடற் குறையுடையோர் - Physically handicapped
உடன்பாட்டுக் கருத்தேற்றம் (உடன்பாட்டு நேர்நிலைக் கருத்தேற்றம்) - Positive Suggestion
உடன் பிறந்த எண்ணங்கள் - Innate Ideas
உட்துடிப்பு - Impulse
உணர்ச்சி - Feeling
உணர்ச்சிப் பகுதி - Sensitive Zone
உணவு தேடுக்கம் - Food-seeking Instinct
உண்மைக்குப் புறம்பான - Unrealistic
உந்துகள் - Drives
உயிரி - Organism
உயிரியல் - Biology
உயிர்க்கொள்கை - Vitalism
உயிர் மின் - Gene
உயிர் வாயு - Oxygen
உருப்படி - Item
உருவப் பற்று - Concrete Sentiment
உரை கூறுவோர் - Commentator
உள்நிலைக் கொள்கை - Reality Principle
உளச் சக்தி - Mental Energy
உளச் செயல் - Mental Process
உளப்போக்கு - Tendency
உள வழி நரம்பு நோய் - Neurosis
உளவியல் குழு - Psychological Group
உளவியல் தேர்வுகள் - Psychological Tests
உள் நிலைக் கொள்கை - Reality Principle
உற்சாகம் - Enthusiasm
உற்பத்திப் பொருள் - Product

ஊள

ஊக்கி - Motive
ஊடகம் - Media
ஊர்வன - Reptiles
ஊழ் - Fate
ஊழ் நம்பிக்கை - Fatalism

எ

எட்டாப் பழம் புளிக்கும் - Sour Graphism
எதிர்மறைக் கருத்தேற்றம் - Contrast Suggestion
எதிர்மறை நிலைக் கருத்தேற்றம் - Negative Suggestion

எதிர் வினை - Reaction
எதேச்சாதிகாரத்தலைமை - Autocratic Leadership
எதேச்சதிகாரத் தலைவர் - Autocratic Leader

ஏ

ஏதுக்கள் (காரணிகள்) - Factors
ஏற்பு - Approval
ஏஜன்டு - Agent

ஐ

ஐக்கிய நாடுகள் சபை - United Nations Organisation

ஒ

ஒடுக்குதல் - Repression
ஒட்ட உணர்தல் - Empthy
ஒட்டுதல் - Parasitism
ஒத்துணர்வு - Sympathy
ஒப்பந்த விளம்பரம் - Contract Advertisement
ஒருதார மணம் - Monogamy
ஒருமைப்பாடு - Mutualism
ஒலிபெருக்கி - Loudspeaker
ஒலிப் புகைப்படம் - Radio-Photo
ஒன்றுதல் - Identification

ஓ

ஓட்டி (ஓட்டுபவர்) - Driver
ஓரணு உயிரி - Single Cellular Organism

க

கஞ்சா - Ganja
கடல் அரிப்பு - Sea Erosion
கடவுள் (ஆண்டவன்) - God
கட்சிக் கூப்பாடு - Slogan
கட்டடக் கலை - Anchitecture
கட்டாயச் செயல்கள் - Compulsion
கட்டுப்பட்ட குழு - Controlled Group
கட்டுப்படாக் குழு - Uncontrolled Group
கட்புலன் - Visual Sense
கண்டனம் - Disapproval
கண்டு பேசுதல் - Interview
கருத்து - Idea
கருத்துப் பரிவர்த்தனை - Communication
கருத்தேற்கும் தன்மை - Suggestibility
கருத்தேற்றம் - Suggestion
கலந்த மாதிரித் தேர்தல்-Randon Sampling
கலவி - Sexual Intercourse
கலைகள் - Arts
கல்லூரி - College
கல்வி - Education
கவனச் சிதைவு - Distraction of Attention
கள ஆய்வு முறை - Field Survey Method
களம் - Field
கற்பழிப்பு - Rape
கனவுகள் - Dreams

கா

காட்சிக் கேள்விக் கல்வி முறை - Audio Visual Education
காட்டு மிராண்டித்தனம் - Barbaric
காதலூக்கம் - Instinct of Love
காரணத்தோடு - Purposive
காரணம் கற்பித்தல் - Rationalisation
கால நிலை முன்னறிவிப்பு - Weather Forecast
காவல் துறை - Police Department

கி

கிராமம் - Village
கிரிக்கெட் - Cricket
கிருமி நாசினி-Disinfectant
கிலி - Phobia
கிளர்ச்சி-Excitement
கிளர்ச்சியாளர் - Agitator

கீ

கீர்த்திக் கருத்தேற்றம் -Prestige Suggestion

கு

குடவோலை - Ballot
குடிமைப் பயிற்சி - Citizenship Training

குடியரசு - Republic
குடும்பக் கட்டுப்பாடு - Family Planning
குடும்பம் - Family
குணம் - Charactor
குமரப் பருவத்தினன்-Adolescent
கும்பல் - Mob
கும்பல் கருத்தேற்றம் - Mass Suggestion
குரல் - Voice
குரு - Priest
குழந்தைத் தனம் - Childish
குழந்தைப் பருவம் - Childhood
குழு - Group
குழு அமைப்பு - Group Structure
குழு உணர்ச்சி - Group Feeling
குளிர்ப் பெட்டி - Refrigerator
குறி - Forecast
குறியீட்டுச் சைகை - Symbolic Gesture
குறியீடு - Code
குறுக்கெழுத்துப் போட்டி - Cross word Puzzle

கூ

கூடி வாழும் ஊக்கம்-Gregarious Instinct
கூடி வாழும் தன்மை-gregarious ness
கூட்டத்தின் கருத்து விளக்கி - Crowd Exponent
கூட்டத்தைக் கவர்ந்திழுப்பவர்- Crowd Compeller
கூட்டத்தின் பிரதிநிதி - Crowd Representative
கூட்டம் - Crowd
கூட்டுப் பாதுகாப்பு ஒப்பந்தம் - Joint Defence Pact
கூட்டு முடிவு - Summation
கூட்டுறவு - Co-operation

கே

கேலிச் சித்திரம் - Cartoon
கேள்வி முறை - Questionnaire

கை

கைதி - Prisoner

கொ

கொடியவன் - Villain
கொடுங்கோலர் - Coercive Leader
கொரில்லாக் குரங்கு - Gorilla
கொல்லாமை - Non-Violence
கொள்கை - Ideology
கொள்கைப் பரப்பல்-Propaganda
கொள்கை பரப்பு மாத்திரைகள்- Capsules of Propaganda

கோ

கோபம் - Rage
கோபுர வடிவு - Pyramid
கோள் சொல்லுதல் - Carrying Tales

ச

சஞ்சிகை - Magazine
சடங்கு - Ceremony
சட்டம் (விதி) - Law
சம இடைவெளி கொண்ட பகுப்பு - Equal Appearing Interval
சமயக் குழு - Religious Body
சமய மாற்றம் - Religious Conversion
சமயம் -Religion
சமுதாய அபிவிருத்தி - Community Development
சமூக அறிவியல் - Social Science
சமூக ஆராய்ச்சி - Social Research
சமூக உளநூல் - Social Psychology
சமூக ஒருமைப்பாடு - Social Integration
சமூகக் கட்டுப்பாடு - Social control
சமூகக் குழு - Social Group
சமூகச் சிக்கம் - Sociogram
சமூகத் தலைமை - Social Leader-
சமூக நிலையம் - Social Institution
சமூகத் தூண்டல்-Social Stimulus
சமூகத் துாண்டு சூழ்நிலை - Social Environment
சமூகத் தொடர்பு - Social Contract

சமூகத் தொலைவு அளவை - Social Distance Scale
சமூகப்படம் - Social Picture
சமூகப் பற்று - Social Sentiment
சமூகம் - Society
சமூக வாழ்வு - Social Life
சமூக இயல் - Sociology
சமூக விரைப்பு - Social Tension
சமூக விலங்கு - Social Animal
சலவை இயந்திரம் - Washing Machine

சா

சார்பற்ற குழு - Major Group
சார்புடைய குழு - Minor Group

சி

சிக்கல் (புதிர்) - Problem
சிசுக்கொலை – Infanticide
சிபாரிசு - Recommendation
சிம்பன்சிக் குரங்கு - Chimpanzee
சிலாக் சட்டை - Slack Shirt
சிறப்பியல்பு - Characteristic
சிறு கதை - Short Story
சிறுபான்மை - Minority

சீ

சீர்திருத்தம் - Reform
சீர்திருத்தவாதி - Reformer

சு

சுதந்திர இந்தியா - Free India
சுய அளவீடு முறை - Self rating Scale

சூ

சூழ்நிலை - Environment

செ

செயல் தலைமை-Excutive Leadership
செயல் திறன் - Skill
செயலுருக் கூட்டம் – Passive Crowd
செயலுறும் கூட்டம் - Action Crowd
செயற்கையான குழு - Artificial Group
செய்தி - News
செய்தித் துறை - Information Department
செவிப்புலன் - Auditory Sense
செறிவு - Intensity

சை

சைகைகள் - Gestures

சோ

சோப்பு - Soap

டெ

டெண்டர் - Tender
டெலி பிரிண்டர் - Teleprinter
டென்னிஸ் - Tennis

த

தட்பவெப்ப நிலை மாறுபாடுகள் – Climatic Changes
தணிக்கை - Censor
தணிக்கைக் குழுவினர் - Board of Censors
தந்தை உரு - Father Image
தரமிட்டு அளத்தல் - Measurement by Rating
தலைச் செய்திகள் - Local News
தல யாத்திரை - Pilgrimage
தலைப்புச் செய்திகள் - Head lines
தலைமை அளவை - Master Scale
தலையங்கம் - Editorial
தலையிடாத் தலைவர்கள் - Lassey-Fair Leader
தலைவர் - Leader
தற்செயலாகத் தோன்றும் குழு – Accidental Group
தற்செயலான மாதிரித் தேர்தல்- Acccidental Sampling
தற்பெருமை - Self-conceit
தற்போக்கான சைகை - Autisti-Geshire
தன் கருத்தேற்றம் - Auto Suggestion
தன் மதிப்புப் பற்று - Self Regarding Sentiment
தன் வயப்படுத்தல் - Assimilation
தன் விருப்பச் சிந்தனை - Wishful Thinking

தன்னம்பிக்கை - Self-Confidence
தன்னெடுப்பூக்கம் - Instinct of Self-Assertion
தனித்தியங்கும் குழு - Coacting Group
தனிமம் - Element
தனி மனம் - Individual Mind
தனியாள் வரலாற்று முறை - Case History Method

தா

தாய்மை உணர்ச்சி - Maternal Feeling
தாய்மை ஊக்கம் (மகவூக்கம்) - Maternal Instinct
தாழ்வுச் சிக்கல் - Inferiority Complex
தாழ்வு மனப்பான்மை-Inferiority Feeling

தி

திடமாக்கும் கொள்கை பரப்பல் - Propaganda for Consolidation
தியாகம் - Sacrifice
திரட்டுக்கம் - Acquisitive Instinct
திரள் ஆய்வு – Mass Observation
திருப்புதல் - Deflection
திரைப்படம் - Cinema; Motion Picture
திறங்கூறல் - Interpretation

தீ

தீர்க்க தரிசனம் - Prophecy

து

துணிபு - Assumption
துணை விமானப் படை-Auxillary Air Force
துன்ப முடிவு - Tragedy

தெ

தெரிவர் உரை முறை - Panel Method

தே

தேசிய மாணவர் படை - National Cadet Corps
தேர்தல் - Election
தேவை - Need

தொ

தொகுத்தியங்கும் குழு - Interacting Group
தொகுப்பு வழி முறை - Inductive Method
தொடர்ந்தமைதல் - Continuity
தொடர்பு - Communal
தொலைக்காட்சி - Television
தொலைபேசி - Telephone
தொழில் - Occupation
தொழிற்சங்கம் - Trade Union
தொழில் தகராறு - Industrial Dispute
தொற்று நோய் - Contagious Disease

தோ

தோதுவர் - Todas

ந

நகைப்பு - Laughter
நடத்தை - Behaviour
நடன முத்திரை - Mudra (Dance)
நடுநிலைக் குழுவினர் - Intermediate Group
நடுவணர் - Judge
நம்பிக்கை - Belief
நரமாமிசம் உண்போர் - Cannibals
நவீனம் - Novel
நற்சான்று - Testimony
நனவிலி நிலை - Unconscious State
நனவிலிப் பின்பற்றல் - Unconscious Imitation
நனவு உள்ளம் – Conscious Mind
நனவுப் பின்பற்றல் - Conscious Imitation
நனவு வாழ்வு - Conscious Life

நா

நாகரிகம் – Civilization
நாடகம் - Drama
நாடு - Nation
நாட்டுணர்ச்சி - Nationalism
நாட்டுப் பண் - National Anthem
நாட்டுப் பற்று - Patriotism
நாட்டுரிமை - Nationality
நாத்திகர் - Atheist

நி

நிபுணர் -Expert
நிலக்கிழார் - Londlord

நில நடுக்கம் - Earthquake
நிலையத் தலைவர் - Institutional Leader
நிலையம் - Instituion
நிலையற்ற குழு - Temporary Group
நிலையான குழு - Permanent Group
நிறுவனம் - Company

நீ

நீக்ரோ - Negro
நீச்சலுடை - Bathing Suit

நு

நுண்ணறிவு - Intelligence

நூ

நூலாசிரியர் - Author

நெ

நெருக்கடி - Crisis

நே

நேரடிக் கருத்தேற்றம் - Direct Suggestion
நேரடிக் கொள்கைப் பரப்பல் - Direct Propaganda
நேரடித் தொடர்பு - Direct Contract

நோ

நோக்கோடு அமையும் குழு - Purposive Group

ப

பகட்டுப் பொதுமை - Glittering Generality
பகல் காட்சி - Matinee Show
பகற்கனவு - Day Dream
பகுதியை ஒட்டிய மாதிரித் தேர்வு - Aerial Sampling
பகுத்தறிதல் - Analyse
பங்கு - Share
பங்கு வீதம் -Dividend
பங்கு வீத மாதிரித் தேர்தல் - Quota Sampling
பசி - Hunger
படி - Step
பட்டதாரி - Graduate
பட்டம் பெற இருப்போர் - Under Graduate
பணிவு – Submission
பண்பாடு - Culture
பண்பாட்டின் பகுப்பு - Cultural Pattern
பண்பாட்டுத் தொடர்பு - Cultural Relation
பதிவுத் தேர்வினர் - Matriculate
பத்திரிகை - Newspaper
பத்திரிகை ஆசிரியர் - Editor
பத்திரிகைகளுக்குச் செய்தி வழங்கும் செயலகம் - Press Information Bureau
பத்திரிகை தர்மம் Ethicks of Journalism
பத்திரிகை படிப்போரைப் பற்றிய ஆராய்ச்சி - Readership Survey
பரத நாட்டியம் - Bharat natya
பரப்பு - Scope
பரம்பரைத் தலைவர் - Headman
பரிசோதனை முறை - Experimental Method
பரிணும வளர்ச்சி - Evolutionary Growth
பலதார மணம் - Polygamy
பலபதி யுடைமை - Polyandry
பல்கலைக் கழகம் – University
பழக்கமான சைகை - Habitual Gesture
பழக்கம் - Habit
பற்பசை - Tooth Paste
பற்றுறுதி - Loyalty
பன்னாட்டுக் கொள்கை - Internationalism
பஸ் - Bus

பா

பாக்டீரியா - Bacteio
பாங்கு - Bank
பாடப்புறச் செயல்கள் - Extra-Carricular Activities
பால் ஈர்ப்பு - Sex Appeal
பால் உந்து - Sex Drive
பால் கொள்கை - Sex Theory

பான வகைகள் - Beverages

பி

பி. ஸி. ஜி. - B. C. G.
பிராந்தியச் சேனை - Territorial Army
பிரித்தாளும் கொள்கைப் பரப்பல் - Divisive Propaganda
பிரிவு (பகுப்பு) - Division
பிறப்பு நிலை - Ordinal Position
பிறரை எளிதில் உறுப்பினராக ஏற்றுக்கொள்ளும் குழு - Gpen Group
பிறரை எளிதில் உறுப்பினராக ஏற்றுக்கொள்ளாக் குழு - Cloused Group
பிறரைப் பழித்தல் - Blittling
பிறழ்வு உளவியல் - Abnormal Psychology
பிறழ்வு நடத்தை - Abnormal Behaviour
பின் செல்பவர் - Follower
பின்பற்றல் விதிகள் - Laws of Imitation
பின்பற்றுதல் - Imitation
பின்னேக்கம் - Regression

பு

புதிர் (சிக்கல்) - Problem
புதுவது புனைதல் - Invention
புத்தக மீள் நோக்கு - Book Review
புரட்சி - Revolution
புரட்டல் - Card Stacking
புராணப் படம் - Puranic Picture
புலன் உணர்வு - Sensation
புள்ளியியல் - Statistics
புள்ளி விவரம் - Statistical Data
புறக்காட்சி முறை - Objective Observation
புறக் குழு - Out Group
புறத்தெறிதல் - Projection
புறத்தேற்றுச் சோதனை - Projective Test
புறமுகத்தோன் - Extrovert
புறவயம் - Objective
புனல்வகைக் கேள்வி முறை - Funnel Type Questionnaire
புஷ்கோட் – Bush Coat

பூ

பூச்சி - Insect
பூச்சி நாசினி - Insecticide

பெ

பெண்ணின் முட்டை - Ovum
பெயரளவில் தலைவர் - Symbolic Leader
பெயர் சூட்டல் - Name calling

பே

பேச்சுரிமை - Freedom of Speech
பேரரசு - Empire
பேரரசுக் கொள்கை - Imperialism

பொ

பொதுநலம் சுட்டல் - Just Plain Folks
பொதுமக்கள் - General Public
பொதுமக்கள் கருத்து - Public Opinion
பொதுமக்கள் கருத்து வாக்கெடுப்பு - Public Opinion Poll
பொது மக்கள் கருத்தினை அளத்தல் - Measuring Public Opinion
பொதுமக்கள் தொடர்புத் துறை - Public Relation Department
பொதுவுடைக் கருத்து - Communism
பொதுவுடைமையர் - Communist
பொருத்தப்பாடு - Adaptation
பொருளாதார நிபுணர் - Economist
பொறுமை - Jealousy
பொறுதி - Tolerance

போ

போர் - War
போதையூட்டும் - Narcotic
போருக்கம் - Instinct of Pugnacity
போராட்டம் - Conflict
போட்டி - Competition

பௌ

பௌதிகம் - Physics

ம

மகவுத் தலைமை - Paternalistic Leadership

மகிழ்வுக் கொள்கை - Pleasure Principle
மக்கள் தலைவர் - Democratic Leader
மஞ்சள் பத்திரிகை - Yellow Magazine
மதிப்பீடுடைய சொல் - Value Laden Word
மந்தப் பார்வை - Myopia
மந்திரவாதி - Magician
மந்தை உணர்வு - Herd Instinct
மரபு - Tradition
மரபு நிலை - Heredity
மர்மம் - Mystery
மறிவினை - Reflex
மறுமலர்ச்சி - Renaissance
மறைமுகக் கருத்தேற்றம் - In direct Suggestion
மறைமுகக் கேள்வி - Indirect Question
மறைமுகம் - Indirect
மறைவான கொள்கை பரப்பல் veiled - Propaganda
மனக்கசப்பு - Antagonism
மனச்சான்று - Conscience
மனத்திட்டம் - Mental Ability
மனநிலை - Mental State
மனப்பக்குவம்பெறுத - Mentally Immature
மனப்பான்மை - Attitude
மனப் பூதநூல் முறை - Psycho-Physical Method
மனப்போராட்டம் - Mental Conflict
மன முறிவு - Frustration
மனவுறுதி - Morale
மனவெழுச்சி - Emotion
மனவெழுச்சிச் சைகைகள் - Emotional Gestures
மனிதக் குரங்கு - Ape
மனித நூலறிஞர் (மனித இயலறிஞர்) - Anthropologist

மா

மாதிரி - Sample
மாநாடு - Conference
மாயம் - Magic
மாவட்டச் செய்தி அலுவலர் - District Publicity officer
மாவட்டம் - District
மாற்றம் - Conversion

மி

மிகு விருப்பம் - Preference
மின்சார பாட்டரி - Battery

மு

முகத்தோற்றம் - Facial Expression
முக்கோணம் - Triangle
முடியரசு - Monarchy
முதலாளித்துவக் கைக்கூலிகள் - Capitalistic Henchmen
முதலாளித்துவ நாடுகள் - Capitalistic Countries
முதலுதவி - First Aid
முதல் ஆராய்ச்சி - Preliminary Investigation
முதனிலைக் குழு - Primary Group
முதனிலை மனநிலை - Primary Disposition
முதன்மைப் பற்று - Master Sentiment
முதிர்ச்சி - Maturation
முரசறை முறை - Band Wagon Effect
முறையணையா - Informal
முன் ஆராய்ச்சி - Pilot Study
முன் மாதிரித் தேர்வு - Model Test

மூ

மூளைப்புறணி - Brain Cortex

மெ

மெய்ப்பிக்கும் சைகை - Demonstrative Gesture
மெய்ப்பொருள் - Truth

மே

மேலை நாட்டு அறிஞர் - Western Thinker

மை

மையப் பகுதி - Zero Point
மையம் - Centre

மொ

மொழி - Language
மொழி வளர்ச்சி - Language Development

யூ

யூதர்கள் - Jews

ர

ரசாயனம் - Chemistry
ரயில் - Train

வ

வகுப்பு - Class
வணிகம் - Trade
வதந்தி - Rumour
வம்பளத்தல் - Gossip
வரிசைக் கிரம அளவை - Rank Order Scale
வரிசை செய்தல் - Tabulate
வரையறை - Definition
வர்த்தக ஆராய்ச்சி - Market Research
வர்த்தக ஒலிபரப்பு - Commercial Service
வர்த்தக நிலையங்கள் - Commercial Firms
வலிமை மிகு ம றி வி னை க் கொள்கை - Theory of Prepotent Reflex
வல்லரசுகள் - Great Powers
வல்லாட்சியாளர் - Dictator
வழக்கம் - Custom
வழக்கறிஞர் - Lawyer
வழக்கு அறிவிப்பு - Legal Notice
வழிநிலைக்குழு - Secondary Group
வளர்ச்சி - Development
வளர்ச்சியின் தரம் - Rate of Development
வறுமை - Poverty
வனஸ்பதி - Vanaspati

வா

வாக்கெடுப்பு - Poll
வாசனைப் பொருள் - Perfume
வாடிக்கையாளர் - Customer
வாய்ப்பு - Opportunity
வாய்ப்புடைய கேள்வி - Open Ended Question
வாராந்திர வெளியீடு - Weekly
வானொலி - Radio
வானொலி கேட்போர் - Radio-Listener

வி

விசேட நிருபர் - Special Reporter
விசை - Switch
விடுகதை - Quiz
வியப்புடைச் சொல் - Interjection
விலக்கல் - Rejection
விலங்குக்கொழுப்பு - Animal Fat
விலைமகள் - Prostitute
விவரம் - Date
விவாதம் - Discussion
விளக்கப்படம் - Diagram
விளக்கும் சைகை - Graphic Gesture
விளம்பர ஊதியம் - Advertisement Revenue
விளம்பரதாரர் - Advertiser
விளம்பரத் துறை - Publicity Department
வினுப்பட்டியல் - Questionnaire

வெ

வெருட்டற்போர் - Cold War
வெளிநாட்டு அ லு வ ல க ம் - Consulate
வெள்ளப் பெருக்கு - Flood

வே

வேண்டப்படுபவை - Wants
வேலை நிறுத்தம் - Strike
வேலை நோக்கு - Work-Minded
வேற்றுரு - False Colour; Disguise

ஜோ

ஜோசியம் - Astrology

அகர வரிசை : பெயர்

அந்தோனி 15, 82
அயூப்கான் 128
அல்வேர்டஸ் 97
ஆடா எர்க்ஸ் 24
ஆப்ரஹாம் லிங்கன் 117, 131
ஆல்பிரட் ஆட்லர் 117, 250
ஆல்போர்ட், F. H. 4, 11, 40. 42 44, 62, 83, 86, 98
ஆல்போர்ட், G. W. 11, 246
இயேசு 65
ஈடன் 141
எப்பிங்காஸ் 11
எமிலி குவே 71, 75
எஸ்கிமோ 249

க

கசவூபூ 167
கர்ட் லூயின் 126, 129
கன்னிங்ஹாம் 241
காக்ஸ்டன் 161
காட்வின் E. D. 114
காரல் மார்க்ஸ் 138, 161, 260
கார்ட்ஸ் 136, 253
கார்பெண்டர் C. R. 24
காலிக்காக் 32
கால்டன் 32, 133
கானன் 45
கிம்பால்யூங் 3, 28, 33, 124, 138 139, 197
கிரச்மர் 114
கிரட்ச் 41, 93, 94, 126
கிரயிக், W. 22
கிரவுட் 103
குட் எனப் 117
குருட்சு பீல்டு 41, 93, 94, 121
குருச்சேவ் 82, 116, 117
கூச், G. P. 225
கூலி 95
கெல்லாக் 25
கேலப் 223
கோலர் 26, 28

ச

சாமுவேல் ரென்ஷா 196
சார்லஸ் டார்வின் 19, 124, 133
சார்லஸ் பர்ட்டு 202
சார்ஜென்ட் 124
சிக்மன் பிராய்ட் 34, 35, 39,41, 42, 99
சிங்மன் ரீ 225
சிதம்பரம் பிள்ளை, வ. உ. 254
சித்தார்த்தர் 131
சிரிராமோ பண்டார நாயகா, 158
சும்னர், N. G. 97
சூனி 243, 244, 245
சேஜல் டெரப் எபே, T. 22

ட

டன்னர் S. H. 234
டாக்டர் கோபல்ஸ் 211
டார்டே, G. 66
டார்ஸான் 28
டாயின்பி 124
டிகாலே 116
டி. கே. சி. 238
டிலல் பர்ன்ஸ் 257
டுர்க்கீம் 106
டுபு, L. W. 201, 202
டோபு 243, 244, 245
ட்ராட்டர் 34, 35

த

தர்ஸ்டோன், L. L. 228, 229, 232
தாகூர் 123
தாமஸ் ஜெபர்ஸன் 254
தார்ன் டைக் 11, 231
தியோடர் என். நியூ கோம்ப 246
தோதர்கள் 3

ந

நாகே 248
நியூடன் 124, 133
நெப்போலியன் 115
நைட் டன்லப் 213

ப

பக்கனன், R. E. 20
பாசு, B. D. 242
பார்ட் லட் 122
பாரடே 133

பாரதி 39, 123, 254,255, 260
பால் லாசர் பெல்டு 176, 188
பிரடரிக் ஏன்சல்ஸ் 138, 161
பிரௌன் 136
பீடர் கிராப்டோகின் 19
புத்தர் 65, 107, 131
பூலர் 248
பெட்ரன் ரஸ்ஸல் 124
பெர்க்ஸன் 86
பெர்னட்ஷா 107
போகார்டஸ் 14, 123, 231
போர்டு 117
போவாஸ், G. D. 63

ம

மகாத்மா காந்தி 65, 131, 254
டி. என். மதூம் தார் 241
மார்ட்டன் பிரின்ஸ் 34
மார்க்கன், J. B. 55
மார்ட்டின் கான்வே 121
மாஸ்லோ, A. H. 26
முல்லிக் 182
மொரேனே 104
மோதிலால் நேரு 254

ர

ரஞ்சன் 63
ரவி வர்மா 123
ராக் பெல்லர் 117
ராதா கிருஷ்ணன், எஸ். 123
ராபர்ட் எர்க்ஸ் 24
ராமன், சி. வி. 123
ராய்ட்டர் 163
ராஜாஜி 72, 118, 212
ராஸ் 14
ரியின் ஹார்ட் 14
ரூசோ 82, 107, 152, 161, 254, 260
ரூத் பெனிடிக்ட் 243, 245
ரூஸ் வெல்ட் 117
ரோபர் 223

ல

லாஷ்லி 11
லிக்கர்ட் 228, 230
லிப்பிட் 129
லிண்டன் ப்ரீமன் 219, 221
லின்சே ரோஜர்ஸ் 224
லீயாகி 117
லுமும்பா 167
லெபான் 106
லெனின் 107
லோகமான்ய திலகர் 254

வ

வள்ளுவர் 39, 83, 85, 86, 111, 113, 120, 123, 141
வாட்சன், J. B 160
வால்டேர் 82, 161, 254, 260
விக்டோரியா ராணி 151
வில்லியம் மக்டுகல் 34, 37, 38, 40, 45, 55, 99, 102, 107, 255, 256
வின்ஸ்டன் சர்ச்சில் 82, 116
வூல்ப், J. B. 28
வெஸ்டர் மார்க் 241
வையாபுரிப் பிள்ளை 238

ஜ

ஜவகர்லால் நேரு 6, 72, 82, 116 138
ஜான் மர்டாக் 261
ஜான் லாக் 152
ஜூலியஸ் சீசர் 15, 119

ஸ

ஸ்டாலின் 117, 122
ஸ்டான்டன் 188

ஷ

ஷாங்க் 136, 253
ஷான்ட் 255
ஷோம்பே 167
ஷெரீப் 12
ஷேக்ஸ்பியர் 15

ஹ

ஹாட்லீ கான்டிரில் 184
ஹான்ஸ் டிரையக் 40
ஹிட்லர் 117, 119, 211, 259
ஹிந்து 163, 171, 176, 180
ஹிந்துஸ்தான் லிவர் லிமிடெட், 234
ஹெர்பர்ட் புளுமர் 196

அகர வரிசை - பொருள்

அ

அச்ச உணர்ச்சி 55, 63, 263
அச்ச உணர்வு 62
அதிகார வர்க்கத்தினர் 125
அதிர்ந்து பின்வாங்குதல் 43
அமீபா 19
அரசியல் அதிபர் 124
அரசியல் தலைவர் 15, 75, 119, 132, 133, 208, 211, 212, 260, 264
அவையினர் 101, 102
அளவை
—அமைத்தல் 228
—நம்பகம் 228
—மதிப்பீடு 229, 230
—முறைகள் 227, 232, 234
—தரமிட்டு அளத்தல் 232
—தர்ஸ்டோன் அளவை 228-230, 231
—தார்ன்டைக் ,, 231, 232
—போகார்டஸ் ,, 231
—லிக்கர்ட் ,, 230, 231
—வரிசைக் கிரம ,, 232
அறிதுயில் கலை 70, 73
அனோரெக்ஸியா நெர்வோசா 56

ஆ

ஆக்க நிலையேற்றிய மறிவினை 43
ஆக்க நிலையிருத்தம் 93, 140, 160, 196, 214
ஆச்சரிய உணர்ச்சி 63
ஆதிக்கம் 21, 25, 117, 118, 128, 204, 242, 260
ஆளுமை 2, 6, 12, 13, 51, 68, 75, 82, 95, 106, 114, 117, 222, 232, 239, 246, 248, 250-253.
ஆளுமை வழிபாட்டு மரபு 122

இ

இட மாற்றம் 209, 212
இடைவினை 5, 6, 79, 133, 147, 242, 248, 264
இணங்கிப் போதல் 88, 89, 125
இணை ஒப்பு முறை 232
இயக்கங்கள் 209
இயல் பிறழ்வு நடத்தை 58
இயல் பூக்கம் 33, 34, 39, 40, 256
இல்லம் 75
இளங்குற்றவாளிகள் 7, 54, 197
இன ஈர்ப்பு 156
இனம் 98, 231, 256
இனக் கட்டுப்பாடு 122
இனக் காப்பூக்கம் 34
இனப் பற்று 88, 156

ஈ

ஈடு செயல் 5, 54

உ

உடன் பிறந்த உளப்போக்கு 62
உட் துடிப்புகள் 33
உணர்ச்சி 51, 57. 154, 205
உணர்ச்சிச் செறிவு 63
உணர்ச்சிப் பகுதி எதிர்வினை 43
உணவு சேகரித்தல் 20
உணவு தேடுக்கம் 34, 39
உந்துகள் 33, 35
உயிரி 19, 93
உயிர்க் கொள்கை 40
உயிர் மின் 31
உலக சமாதானம் 4, 7, 15, 263
உலக நெருக்கடி 262-267
உள நோய் 7
உளவழி நரம்பு நோய் 45

ஊ

ஊக்கி 34, 51
ஊடகம் 217

எ

எட்டாப் பழம் புளிக்கும் கொள்கை 54

எதிர்வினை 5, 11, 33, 55, 189
எதேச்சாதிகாரக் குழு 130
எதேச்சாதிகாரத் தலைவர் 129
"எமது குழு" என்னும் உணர்வு 129

ஒ

ஒடுக்குதல் 56
ஒட்ட உணர்தல் 191
ஒத்துணர்வு 61, 63, 64, 76
ஒற்றுமை உணர்ச்சி 258
ஒன்றுதல் 51, 156

க

கட்சிக் கூப்பாடு 208
கட்டாயச் செயல் 56
கண்டு பேசல் 73, 164, 219, 222, 227, 232, 234
கருத்தேற்றம் 61, 68, 69, 73, 74, 75, 101, 138, 159, 196, 203-205
கருத்தேற்ற வகைகள் 70
—உடன்பாட்டு நேர் நிலை 70, 204
—எதிர் மறை 70, 71
—எதிர் மறை நிலை 70
—கீர்த்தி 70-73, 156, 206, 209
—கும்பல் 70, 71
—தன் 70, 71
—நேரடி 70
—மறைமுக 70
கருத்தேற்கும் தன்மை 160
கருத்தேற்றத்தின் பயன் 74
கருத்தேற்கும் பருவம் 166
கருத்தேற்ற விதிகள் 73
கருத்துப் பரிவர்த்தனை 27, 82 83, 149, 252, 162
கவனச் சிதைவு 73
காட்சிக் கேள்வி கல்வி முறை 196
காதல் ஊக்கம் 35, 39
காரணம் கற்பித்தல் 54, 154

கி

கிளி 56
கிளர்ச்சிக்காரர் 159

கு

குடிப் பிறப்பு 248
குடிமைப் பயிற்சி 142
குடும்பம் 13. 14, 96, 97, 98, 117, 139, 140 204, 247, 250, 256
குடும்பக் கட்டுப்பாடு 148, 149, 153, 157, 240
குமரப் பருவத்தினன் 73, 196, 248, 251
குமரப் பருவம் 251
கும்பல் 75, 93, 102
குழந்தைச் சமூகம் 160
குழந்தைத் தனம் 248
குழவிப் பருவம் 81
குழு 4, 8, 11, 13, 47, 75, 79, 80, 93-108, 115, 117, 132-138, 149, 155, 159, 238, 253
குழு அமைப்பு 102, 103
—உணர்வு 255
—உறுப்பினர் 95, 103, 129, 132, 133, 136
—ஊக்கம் 35
—ஏற்படும் விதம் 93, 94
—ஒற்றுமை 135
—குணங்கள் 94, 95
—பாகுபாடுகள் 103
—ஒட்டுதல் 103
—ஒருமைப் பாடு 103
—சமூக ஈடுபாடு 103
—தொடர்பு 103
—பிரதி நிதி 134
—மனம் 13, 102, 105-108, 184
—வகைகள் 95-100

கூ

கூடிவாழ் ஊக்கம்-35
கூடிவாழும் தன்மை-25, 27, 28
கூட்டத்தின் தன்மை 100-102
கூட்டம் 75, 100, 101
—செயலுரு 101
—செயலுறும் 101

கொ

கொள்கை பரப்பல் 70, 75, 147, 159, 160, 185, 201-214
கொள்கைப் பரப்பலின் நோக்கம் 203

—மாற்றத்திற்கான 203, 205
—பிரித்தாளும் 204
—திடமாக்கும் 204, 205
கொள்கைப் பரப்பல் முறைகள் 205-212
கொள்கைப் பரப்பு மாத்திரைகள் 208
,, வரையறை 197
கொள்கை பரப்பும் விதங்கள்
—அரசியல் 209
—நேரிடை 203
மறைவான 203
—வேற்றுரு 210
கொள்கை பரப்பு விதிகள் 213

கோ

கோபுர முறை விளக்கம் 165, 169

ச

சகோதரத்துவம் 66, 80, 210
சட்டங்கள் 66, 243, 244
சம இடைவெளி கொண்ட பகுப்பு 229
சமத்துவம் 80, 210
சமயம் 6, 8, 98, 139, 155, 156, 229, 231, 233, 251, 260
சமய மாற்றம் 243
சமாதானம் 204, 263
சமுதாயம் 256
சமூக அமைப்பு 4
சமூக அறிவியல் 197
சமூக அறிவியல் ஆராய்ச்சி மன்றம் 227
சமூக ஆராய்ச்சிகள் 227
சமூக இடைவினைகள் 19, 79, 80, 87, 93, 105
—இணங்கிப் போதல்
—இணங்கி வருதல்
—கூட்டுறவு
—சமூக ஒருமைப்பாடு
—செய்திப் பரிவர்த்தனை
—தன் வயப்படுத்தல்
—போட்டி
—போராட்டம்
சமூக இயக்கங்கள் 20
சமூக உளவியல் 93, 102, 218, 246, 267
சமூக உளவியல் முறைகள் 8, 9, 10, 11-14
—அகக்காட்சி முறை 8, 9, 10
—அரசியல் வாக் கெடுப்பு 12
—உற்று நோக்கல் முறை 9
—கள ஆய்வு முறை 12
—கேள்வி முறை 11, 12
—சமூக ஆராய்ச்சி 9, 10
—சுய அளவீடு முறை 9
—சோதனை முறை 10
—தனியாள் வரலாற்று முறை 10
—தொகுப்பு வழி 9
—பரிசோதனை முறை 11
—புறக் காட்சி முறை 9, 10
—புறத் தேற்றச் சோதனை 13, 14
சமூக ஊக்கங்கள் 34
சமூக எதிர்வினைகள் 19, 61, 93
சமூக ஒற்றுமை 76, 87, 108
சமூகக் கற்றல் 238
சமூகச் சிக்கம் 103, 104
சமூகத் தூண்டுதல் 5
சமூகத் தூண்டு சூழ்நிலை 5, 13, 14
சமூகத் தேவை 3, 7, 13, 111
சமூகத் தொடர்பு 3, 4, 20, 86, 88, 150, 246, 248
சமூக நடத்தை 4, 79, 86
சமூக நிலையம் 239, 250-252
சமூகப் பண்பு 4
சமூகம் 13, 14, 69, 75, 80, 81, 108, 159, 166, 206, 247, 248, 257
சமூக வளர்ச்சி 76
சமூகவியல் 14, 80
சமூக விரோதிகள் 7

சமூக விறைப்புக்கள் 41

சா

சாடை காட்டுதல் 83
சாதி 69, 80
—பூசல் 8, 9

சி

சிறுவரும் திரைப்படமும் 197

சீ

சீர்திருத்தம் 150, 260
சீர்திருத்தவாதி 107, 124

சூ

சூழ்நிலைக் காரணங்கள் 246, 248

செ

செய்தி 162, 163, 168, 172
— அரசியல் செய்திகள் 168
— உள்நாட்டு 168
— தல 168
— வெளி நாட்டு 168
— விளையாட்டு 172
செய்தித் தன்மை 164
செய்தித் துறை 164
செய்திப் பத்திரிகை 162
செய்தி வழங்கும் செயலகம் 164

சை

சைகைகள் 83-85
— குறியீட்டு 84
— தற்போக்கான 85
— மனவெழுச்சி 83
— மெய்ப்பிக்கும் 83
— வழக்கமான 84
— விளக்கும் 84

த

தணிக்கை 157
தணிக்கைக் குழுவினர் 188, 197
தமிழ்த் திரைப்படங்கள் 192, 194
தரமிடல் 234
தலைமைப் பதவி 111, 131, 139 141, 142.
தலைவர் 6, 7, 14, 15, 21, 22, 25 95, 96, 111, 125, 132, 136, 138 150-159, 166, 173, 182, 204, 209, 211, 213, 266.
தலைப்புச் செய்தி 165
தலையங்கள் 169
தலைமை அளவை 229
தலைவரின் கடமைகள் 131, 135
தலைவர் கடன் 134
தலைவர் சிறப்பியல்புகள் 113-120
தலைவர் செயல்கள் 130
தலைவர் தோன்றும் சூழ்நிலை 111
தலைவர் பண்பு 130
தலைவர் பதவிக்கென பயிற்சி 139, 142
தலைவர்கள் பல்வகை 121-128
தலைவர்களும் பின் செல்பவர்களும் 136
தற்காப்பு ஊக்கம் 34
தன் கருத்தேற்ற விதி 71, 75
தன்னெடுப்பூக்கம் 35, 38
தன் வயப்படுதல் 89
தன் விருப்பச் சிந்தனை 186

தா

தாய் மொழிப்பற்று 88
தாய்மொழியில் கல்வி 82
தாய்மை உணர்ச்சி 24
தாய்மை ஊக்கம் 37
தாழ்வுச் சிக்கல் 57, 58
தாழ்வு மனப்பான்மை 57, 58

தி

திரள் ஆய்வு முறை 221
திருமணம் 104, 105, 239, 241, 249
திருப்புதல் 57
திரட்டுக்கம் 36
திரைக் காட்சி 151
திரைப்படம் 67, 71, 75, 80, 149, 155, 157, 186, 193-197, 201, 207, 234, 259
திரைப் படத்தின் வெற்றி 187
திரைப் படமும் பத்திரிகையும் 187
,, ,, மக்கள் பண்பும் 192
,, ,, மீள் நோக்கும் 175, 187, 208
திறங்கூறல் 226

தூ

தூண்டு சக்தி 51
தூண்டுதல்கள் 35

தெ

தெரிவர் உரை முறை 222

தே

தேசீய உணர்ச்சி 253
தேசீயப் பாடல் 253
தேசீய மாணவர் படை 111, 113 142
தேவைகள் 33

தொ

தொடர்ந்தமைதல் 102
தொலைக் காட்சி 67, 71, 74, 75, 149, 186
தொலை பேசி 67, 80.
தொழில் 156, 252, 256

தோ

தோல்வி மனப்பான்மை 253

ந

நகைத்தல் 86
நடத்தை 47, 61
நம்பிக்கை 61, 217, 238
நரம்பு மண்டலம் 12
நற்சான்று 209
நனவு பின்பற்றல் 65
நனவு மனம் 56
நனவு வாழ்வு 201
நனவிலி நிகழ்ச்சி 56
நனவிலி பின்பற்றல் 65

நா

நாகரிகம் 67
நாட்டுணர்ச்சி 254, 257-260
நாட்டுப் பற்று 82, 142, 210, 229 254, 255, 258, 261, 262, 264
நாட்டுரிமை 231

நி

நிகழ்ச்சி ஆய்வு முறை 188, 189
நிலையங்கள் 94, 105

நு

நுண்ணறிவு 12, 32, 118

ப

பகற்கனவு 56, 186, 193
பசி 43, 69
பண்பு 3, 8, 13, 67, 186, 194
பணிவுக்கம் 38
பண்பாடு 80, 95, 233, 238, 240, 241, 258
— ஆளுமைவளர்ச்சி 245-250
— சூழ்நிலைக் காரணங்கள் 243
— பகுதி 245
பத்திரிகை 67, 71, 74, 75, 149 151 157, 158, 164, 186, 201, 259
— சமூகமும் 181
— பகுதிகள் 168
— ஆராய்ச்சி 171, 176
பழக்கம் 47, 66, 81, 107, 108, 204, 233, 245
பழங்குடி மக்கள் 243, 245
பற்றுக்கள் 256, 257
— வகைகள் 256, 257
பற்றுறுதி 94, 97, 182, 254

பா

பாடப் புறச் செயல் 142
பாலுணர்ச்சி 56
பால் ஈர்ப்பு 188
— கொள்கை 99
— சுரப்பி 44
— துண்டல் 43

பி

பிறப்பு நிலை 117
பிறரைப் பழித்தல் 53
பிறழ்வு உளவியல் 45, 156,
— நடத்தை 53
பின் செல்பவர் 119, 120, 137, 209
பின்பற்றல் 28, 61, 64, 67, 68, 76 101, 138, 140
பின்பற்றுவர் 14, 15, 72
பின்பற்றல் விதி 66
பின்னோக்கம் 54, 55

பு

புரட்சி 82, 107, 158, 242, 243 259
புறத்தெறிதல் 56, 57
புற முகத்தோர் 114

பெ

பெற்றோர் 74, 140, 202, 245, 247, 250

பொ

பொதுமக்கள் கருத்து 145-198 218, 223, 224, 233
— உருவாக்கல் 75, 152
— ஊடகங்கள் 161
பொருத்தப்பாடு 19
பொறுதி 89

போ

போட்டி 87, 88
— மனப்பான்மை 7, 87, 88, 244, 245
போர் 7, 12, 15, 63, 74, 155, 161, 182, 190, 204, 259, 263, 265, 266
போராட்டம் 7, 88, 240
போருக்கம் 37

ம

மகவுக்கம் 37
மகிழ்வுக் கொள்கை 41
மக்கள் குழு 130
மக்கள் தலைவர் 129
மஞ்சள் பத்திரிகை 166
மந்தை உணர்வு 35
மரபு 103, 107, 108, 122, 150, 238, 258.
மறிவினைகள் 42, 43
மறிவினைக் கொள்கை (வலிமிகு) 42
மறுமலர்ச்சி 124, 152
மனக்கோட்டை 193
மன நிலை 51, 68, 94, 156, 213
— காரணங்கள் 69
மனமுறிவு 7, 136, 264-266
மனவெழுச்சி 45, 51, 57, 73, 74, 83, 84, 101, 106, 111, 119, 153, 154, 162, 189, 196, 205, 208, 214, 255.

மா

மாதிரித் தேர்வுகள் 220-225
— கேள்வி முறைகள் 221-225

மு

முகத்தோற்ற வகைகள் 86
முதல் ஆராய்ச்சி 153
முதிர்ச்சி 31, 44, 52, 55, 58, 65, 250
— பருவம் 140
முரசறை முறை 209, 211
முன் ஆராய்ச்சி 219, 225

மொ

மொழி 67, 81, 98, 239, 258
— வளர்ச்சி 26, 81, 82

வ

வதந்தி 62, 101, 161, 162
வர்த்தக ஆராய்ச்சி 218, 232-235
—விளம்பரம் 206

வா

வாக்கெடுப்பு முறை 9, 222, 224-227
வானொலி—கேட்போர் 183-185
— வர்த்தக விளம்பரம் 184, 185
— குரல் 185
— ஒலி பரப்பல் 185, 186
— ஆராய்ச்சி 183

வி

விளக்கப் படம் 104
விளம்பரம் 70, 74, 158, 170 187, 202, 203, 205-208, 210, 211, 233, 234.
— நேரடி 159
— மறைமுகம் 159
வினாப் பட்டியல் 177, 180
— ஹிந்து 178, 179

வெ

வெருட்டற் போர் 204, 209, 211 263, 264, 266

வே

வேலை நிறுத்தம் 7, 154, 158
வேற்றுரு 209, 210

பிழைத் திருத்தம்

பக்கம்	பத்தி	வரி	பிழை	திருத்தம்
27	6	1	ஆதிக்கும்	ஆதிக்கம்
32	1	2	தவறும்	தவறு.
32	3	11	Golton	Galton
35	1	3	Salf Assertion	Self Assertion
36	2	1	Acquistiveness	Acquisitiveness
38	2	19	சின்னமாகச்	சீன்னமாகக்
40	4	5	முழுவதுப்	முழுவதும்
41	3	1	உளவியலா	உளவியலார்
43	1	6	Starting	Startling
66	2	5	பின்பற்றறுதல்	பின்பற்றுதல்
73	6	3	இருப்ப	இருப்பார்
86	3	4	நிகிழ்ச்சிகளை	நிகழ்ச்சிகளை
102	3	1	Continiuity	Continuity
111	3	7	மனவெழுச்சிகள	மனவெழுச்சிகளால்
119	2	17	அவரும் கூட	அவரிடமும் கூட
123	2	1	போகர்ட்ஸ்	போகார்டஸ்
126	2	6	Demociratic	Democratic
126	2	6	Laissey	Laissez
127	2	20	எத்தயை	எத்தகைய
127	2	36	Monale	Morale
129	3	2	முருட்டு	முரட்டு
142	2	7	ஆண்மை யையும்	ஆண்மையையும்
149	3	1	சக்தியா	சக்தியாக
154	3	1	ஒரு சிலர்	ஒரு சில
161	2	3	Meda	Media
161	4	3	Julus Ceasar	Julius Caeser
167	1	15	Conog	Congo
175	4	1	Crossord	Cross Word
175	5	4	துணை	துணை
217	1	22	இடருகின்றனர்	இடருறுகின்றனர்
241	1	14	D. N. Mojumdar	D. N. Majumdar
241	1	24	Polygomy	Polygamy
244	2	5	காணப்படும்	காணப்படுவ
253	2	6	வகைகளும்	வகைகளும்
254	2	17	கொண்டே	கொண்ட
2	5	2	மக்களிடைே	மக்களிடையே
268	3	7	தம்மது	தம் மீது