

LITERARY FINDINGS

INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH
(UGC APPROVED)

ISSN 2278-2311



JANUARY 2017

| visit us : www.kongunadupublications.com |



KONGUNADU PUBLICATIONS
INDIA PRIVATE LIMITED

ISSN : 2278-2311



22782311

LFS

LITERARY FINDINGS

INTERNATIONAL JOURNAL OF
MULTIDISCIPLINARY
RESEARCH

ISSN: 2278-2311

VOL: 6 ISSUE : 1 JANUARY-2017

Editor

Dr. P. Sathyamoorthy

Madurai Kamarajar University
Madurai.

Editorial Board

Dr. C. Thiagarajan

Annamalai University, Chidambaram.

Dr. K. Ramesh

Thiruvalluvar University
Vellore.

Dr. S. Srinivasan

Sri Venkateshwara College,
(Delhi University)
New Delhi.

R. Chandrasekaran

Aringar Anna Arts and Science College,
Namakkal.

Dr. K. Sankaranarayanan

University of Madras
Chennai.

Dr. S. Aranganathan

Tamilnadu open University
Chennai.

Publishing Editor

Nall Natarajan (Secretary)
Kongunadu Educational Trust, Erode.

Kongunadu Publications (India) Pvt.Ltd

118, Mettur Road, Kalyan Silks Oppsite,
Erode – 638 011.

Ph: 0424 – 4562211, 2263197

E-mail: kongunadupublications@gmail.com

Web: www.kongunadupublications.com

ஆசிரியர்

முனைவர் பேரா. சத்தியமூர்த்தி
மதுரை காமராஜர் பல்கலைக்கழகம்,
மதுரை.

ஆசிரியர் குழு

முனைவர் சி. தியாகராசன்
அண்ணாமலைப் பல்கலைக்கழகம்,
சிதம்பரம்.

முனைவர் க. இரமேஷ்

திருவள்ளூர் பல்கலைக்கழகம், வேலூர்.

முனைவர் ச. சீனிவாசன்

ஸ்ரீ வெங்கடேஸ்வரா கல்லூரி
(தில்லி பல்கலைக்கழகம்) புது தில்லி.

இரா. சந்திரசேகரன்

அறிஞர் அண்ணா அரசு கலைக்கல்லூரி,
நாமக்கல்.

முனைவர் கி. சங்கரநாராயணன்

சென்னைப் பல்கலைக்கழகம், சென்னை.

முனைவர் சு. அரங்கநாதன்

தமிழ்நாடு திறந்தநிலைப் பல்கலைக்கழகம்
சென்னை.

முனைவர் பா. சங்கரேஸ்வரி

மதுரை காமராசர் பல்கலைக்கழகம்,
மதுரை.

பதிப்பாளர்

நல் நடராசன் (செயலாளர்)

கொங்குலேண்ட் கல்வி அறக்கட்டளை
ஈரோடு



கொங்குநாடு பப்ளிகேஷன்ஸ் இந்தியா பி.லிட்

118, மேட்டூர் சாலை,

கல்யாண் சில்க்ஸ் எதிரில்

ஈரோடு - 638 011.

மின்னஞ்சல்:

kongunadupublications@gmail.com

GUIDLINE

LFS (LITERARY FINDINGS) a new bilingual **INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH** (English & Tamil) is being published from the house of **KONGUNADU PUBLICATIONS (INDIA) PRIVATE LIMITED**, Erode, Tamil Nadu, with ISSN (index in Google Scholar & DOAJ)

This journal is mainly devoted to research and scholarly views on broad issues in the field of **Arts, Science and Commerce**. The journal provides specialized opinion in the field of **Arts & Science** and will also bring out meaningful notes and research papers. And the Articles are welcomed at the most.

LFS (LITERARY FINDINGS) accepts only electronic submissions via e-mail as attached documents (**Microsoft word only**) which **must include Name, affiliation and country in the body of your submission**. (Submission must be in single attachment) Authors are requested to follow the **MLA** style strictly while preparing the articles. Authors are also requested to include the following in the format of their articles.

- Type area on a page should of standard size A4
- Uniform font (Times Roman) may be used
- Paragraph setting may be set as 1.5 lines
- Where ever necessary chapter should begin with a brief Abstract and keywords.
- Paper Title, Author Names/Affiliations, Abstract and Keywords should be specified accordingly.

1.ORDER OF THE CONTENT

The order of the content must be as per following sequence;

1. Title Page with Authors details (Including emails and affiliations)
2. Abstract & Keywords
3. Introduction
4. Methods, if applicable / any
5. Results, if applicable / any
6. Conclusions
7. Acknowledgements, if applicable / any
8. References
9. Appendices (if applicable / any)

2.FIGURES (Line Art Drawings) AND TABLES

Figures and tables may appear printed directly in the text and should be black and white or grayscale. Figure should appear soon after the citation in the text or if it is too large at the end of the manuscript. Legends/Captions for figures A caption should be provided for each figure.

TABLES

Indent tables slightly from the left margin, if it is necessary to use the full width of the page. Tables should be kept to a minimum and be designed to be as simple as possible. Tables are to be typed double - spaced throughout, including headings and footnotes. Each table should be on a separate page, numbered consecutively in Arabic numerals and supplied with a heading and a legend. The same data should not be presented in both table and graph forms or repeated in the text.

3.REFERENCES

References text type should be 10 point (Times Roman). In the text, a reference identified by means of an author's name should be followed by the date of the reference in parentheses. When there are more than two authors, only the first author's name should be mentioned.

4.SUBSCRIPTION FEE

Annual Subscription Fee for Individuals Rs. 1500/-, Institution Rs. 2000/- , Life Subscription Fee Individuals & Institution Rs. 10000/ in India.

5.MODE OF PAYMENT

Payment can be made by DD infavour of **KONGUNADU PUBLICATIONS INDIA PRIVATE LIMITED** payable at **ERODE** and address to **KONGUNADU PUBLICATIONS (INDIA) PRIVATE LIMITED** REGD OFF: 194, KANNA COMPLEX, 2ND FLOOR, METTUR ROAD, ERODE – 638 011. Payments can also be made via net banking. **A/c Name: KONGUNADU PUBLICATIONS INDIA PVT.LTD. A/C Type: CA, A/C No:1619135000005931, Bank: KVB, V.Chatram, ERODE – 638 003. IFSC: KVBL0001619** and the same may be intimated.

6.SELECTION OF ARTICLES

Our eminent Editorial team will scrutinize the articles and select for LFS without any bias. On selection the authors will be intimated individually. For further clarification contact us: kongunadupublications@gmail.com

பொருளடக்கம்

23. CONSUMERS OPINION ABOUT MULTI UTILITY VEHICLES IN CUDDALORE DISTRICT	
*Dr.N.MADHAVAN	96
24. CONSUMERS PREFERENCE TOWARDS MALT BASED FOODS IN CUDDALORE TOWN	
*Dr.N.SULAIMAN	100
25. VIEWERS' OPINION OF ADVERTISEMENT IN NEWSPAPE	
*Dr.J.JOHN ADAIKALAM	105
26. முத்தொள்ளாயிரத்தில் மேலாண்மை	
*முனைவர் மு.சுதா, முனைவர் போ.சுத்தியமூர்த்தி	113
27. MURCHANAKARAKA MELAS	
*Dr.S.SAJI *Dr.V.T.SUNIL	117
28. TOTEMIC PERSPECTIVE OF KOOTAMS OF KONGU VELLALAR COMMUNITY	
*VIJAYAKRISHNAVELAN	125
29. திருக்குறளில் வேளாண் மேலாண்மை	
*முனைவர் கே.லதா	130
30. தமிழ்ப்பண்பாட்டின் முகப்புவிளக்கு	
*முனைவர் தி.நெல்லையப்பன்	134
31. கு.ப.ரா.சிறுகதைகளில் ஆண்-பெண் காதலுணர்வு புலப்பாடு	
*முனைவர் அரங்க.அன்பில்நாதன்	143
32. Bacterial Degradation of Crude Oil and its Ecological Impact on Natural Habitats	
* Dr.M.Shenbagam	148

CONSUMERS OPINION ABOUT MULTI UTILITY VEHICLES IN CUDDALORE DISTRICT

Dr. N. MADHAVAN,
Assistant Professor, Management Wing,
Directorate Distance Education, Annamalai University, Annamalai Nagar

ABSTRACT

The present study aims to consumer opinion about multi utility vehicles. A samples of 100 respondents selected randomly were studied in Cuddalore District. Research design is purely and simply the framework or plan for a study that guides the collection and analysis of the data. The research design indicates the methods of research i.e. the method of gathering information and the method of sampling. Primary data were collected by conducting direct interview using questionnaire. All the respondents were asked the same questions in the same fashion and they were informed the purpose of study. The tool of data collection to be used in this study is this study in thro' structured questionnaire method; the necessary data is to be collected from 100 samples to be selected randomly. The data will be selected as samples and the data so collected will be analyzed using the appropriate statistical tools. The secondary data can be collected from the journals, pamphlets and the concerned websites. For this study the samples were drawn using random sample method. The data collected through questionnaires have been tabulated. By using the above mentioned statistical tools, the data have been analysed. The findings and observations are the result and outcome of the interpretations made during the course of analysis. Tables and figures have been used wherever necessary to facilitate the analysis and interpretation. Explanations for the tables were given for the tables wherever necessary. The results revealed that respondents were good opinion about multi utility vehicles.

INTRODUCTION

The automobile industry, which is one of the largest industries in India, is one of the key sectors of the Indian economy. This industry comprises automobile and auto component sectors and encompasses commercial vehicles, multi-utility vehicles, passenger two-wheelers, three-wheelers, tractors and related auto components. India is also being looked upon as the prime business destination for many global auto players. India is the world's largest motorcycle manufacturer, the second largest two-wheeler and tractor manufacturer, the fifth largest commercial vehicle manufacturer and the fourth largest automobile market in Asia (the estimate was one million plus vehicles in 2004-05).

The automobile industry maintained a steady annual growth rate of over 15% in the last four years. With the gradual liberalization of the automobile sector since 1991, the number of manufacturing facilities in India has grown progressively to 15 manufacturers of passenger automobile and multi-utility vehicles, nine manufacturers of commercial vehicles, 14 manufacturers of two/three wheelers and 14 manufacturers of tractors. The automobile industry performance in the year 2005-06 showed encouraging results for all segments of the automobile industry.

REVIEW OF LITERATURE

Pitchard and Barry (2014) discussed in brief about the Renault market share, it is found that Renault is among the UK's top ten selling automobile. It is awarded as European

automobile of the year. It has performed in sales above the expectations. It focuses on the clio's "dynamism", hence it features of the 16V model working on the "trickle down" theory of image bridling.

Bond and Cashy (2014) discussed on sales promotions, marketing management with respect to the companies Fiat SPA, ESSO UK PLC; Marketing Triangle put together a recent promotion for Fiat's 5-seater automobile, the Thpo, which has a remarkable welcome for this. It was found that chent becoming more demanding about music. Tipo made a promotion campaign by passing the message that everyone who books a test drive could take away a Jazzalbum.

Halstead (2015) has found that the level of satisfaction both warranty and service are more important and must be higher than the consumers expectations of warranty and service.

Sullwar and Tom (2015) analysed in brief about the Rovergroup, BMWAG. They studied the strategic planning, market strategy, Automobile industry. L 800 - million takes over the Rovergroup by BMW it was aimed for the benefit of both the companies-Rover, the last British volume automobile manufacturer, will link units a distribution net work and could give an extra 100,000 sales.

RESEARCH METHODOLOGY

In this paper, the methodology followed in conducting the research has been described. Details regarding the research design, data collection questionnaire, sampling plan, area of the study and statistical tools used have also been given. Finally the limitations of the study have also been briefed.

OBJECTIVES OF THE STUDY

- To analyse the consumer opinion about multi utility vehicles in Cuddalore District.
- To analyse the factors that influence the buyers for the purchase of multi utility vehicles.

Research design

Research design is purely and simply the framework or plan for a study that guides the collection and analysis of the data. The research design indicates the methods of research i.e. the method of gathering information and the method of sampling.

Data collection

Primary data were collected by conducting direct structured interview using questionnaire. All the respondents were asked the same questions in the same fashion and they were informed the purpose of study. The data were collected by using questionnaire as an instrument.

Sample

This is an empirical study and primary data were collected from a random sample of 100 respondents in Cuddalore district.

Statistics used

Statistical measures such as Mean, SD, t-tests, Analysis of Variance and regression analysis were used to interpret the obtained data.

Analysis of the data

The data collected through questionnaires have been tabulated. By using the above mentioned statistical tools, the data have been analysed. Interpretations have been drawn based on the analysis. The findings and observations are the result and outcome of the interpretations made during the course of analysis.

Presentation of the report

Tables and figures have been used wherever necessary to facilitate the analysis and interpretation. Explanations for the tables were given for the tables wherever necessary.

RESULTS AND DISCUSSION

Table 1
Showing the Stepwise regression analysis predicting consumer opinion about multi utility vehicle

Sl.No	Step/Source	Cumulative R ²	ΔR^2	Step t	P
1.	Age	0.064	0.034*	3.425	0.01
2.	Religion	0.052	0.047*	2.442	0.01
3.	Education	0.065	0.079*	2.217	0.01
4.	Marital status	0.078	0.082*	2.332	0.01

* P < 0.01

Constant value = 20.142

Four variables viz age, religion, education and marital status have significantly contributed for predicting in the consumer opinion about multi utility vehicle. The variable age predictive value of consumer opinion about multi utility vehicle seems to be 0.064, when paired with the variable religion is 0.052, with education 0.065 and with marital status 0.078. The predictive value of these variables separately is 0.01.

Table 2
Showing the Stepwise regression analysis predicting after sales services of multi utility vehicle

Sl.No	Step/Source	Cumulative R ²	ΔR^2	Step t	P
1.	Type of family	0.045	0.054*	3.182	0.01
2.	Gross income	0.057	0.047*	2.427	0.01
3.	Occupation	0.068	0.056*	2.316	0.01

* P < 0.01

Constant value = 18.454

Three variables viz type of family, gross income and occupation have significantly contributed for predicting the after sales services of multi utility vehicle. The variable type of family predictive value of after sales services of multi utility vehicle seems to be 0.045, when paired with the variable gross income is 0.057 and with occupation 0.068. The predictive value of these variables separately is 0.01.

Table 3
Showing the Stepwise regression analysis predicting customer relationship management

Sl.No	Step/Source	Cumulative R ²	ΔR^2	Step t	P
1.	Age	0.068	0.048*	3.452	0.01
2.	Education	0.075	0.062*	2.474	0.01

* P < 0.01

Constant value = 21.541

Two variables viz age and education level have significantly contributed for predicting in the customer relationship management. The variable age predictive value of customer relationship management seems to be 0.068 and when paired with the variable education is 0.075. The predictive value of these variables separately is 0.01.

CONCLUSION

The present study attempted to consumers opinion about multi utility vehicles in Cuddalore District. There is a huge potential for multi utility vehicle segment and hence manufacturers must think of society and customers' preference as their primary motive and based on which the product can be modified. This also helps the manufactures to identify the less factors and this widens the manufactures to improve in such areas. They may evolve the product design based on the light of consumer preference for the various product related factors. The study also has strong conclusion of product segmentation based on line preference factors and other marketing strategies which may also be based on these factors.

REFERENCES

- 34th Annual Report 1998-99 of the Association of India Automobile manufacture, Bombay pp. 30-34 .
 Ameeta Agnihotri, "With tender Loving car", The Hindu, Nov. 15, (1999), p.C3.
 Arvind Mukkerjee & Triochansastry, "Study of Passenger car dealers in India", IIM, Calcutta, (1998).
 Benneltt Peter D and Kassargian Hardd H (1986), "Consumer Behaviour", Prentice Hall of India .
 Bond and Cashy, "Sounding out incentives", Marketing, Jan 14, (2014), p.18.
 Chandralekha, "Fuel for the future", Business Mandate, Jan. (2002), p.12.
 Erickson and Johansson, "Role of Pricein in Multi Attribute Product Evaluations", Jl. Con. Res (Vol) 12, (2004), p.446-462.
 Georgepaker, "MC Technology", Marketing Intelligence, (1998), p.20.
 Halstead, "Product warranty and post purchase service-A model of consumer satisfaction with complaint resolution", (2015), p.24.
 Jean Hallidry, "Campaign under drivers to say hells to new Neon", Advertising age, Nov. (1999), p.8.
 Kumar, "3+3 mantras for sustainable competitive advantage", Business Mandate, Jan. (2002), p.12.
 Leem Thomas, "Automobile Industry on the upswing", The Hindu, (1999), p.11.
 Leland Teascher, "The long and short of wide tires", Marketing, (2000), p.108.
 Nickmaling, "Driving ambition", Marketing week, (1999), p.26-29.
 Nickmaling, "Sastchiwins Ltom Yaris Launch", Marketing Week, (1998), p.10.
 Pitchard and Barry, "Brand of the week", Marketing, (2014), p.11.
 Reynolds and Gutman, "Advertising is Image Management", Advertising Vol.24, (2004), p.27-36
 Sooraj Bhatiu and Puneet Dhamija, "Passenger car Industry", Indian Institute of Management", (1999), p.40-60.
 Studiotope, "Maruti woos Esteem clients with Baleno", Financial Express, Nov. 18, (2000), p.2.
 Sullwar and Tom, "Acquisition and Merges", Marketing weak, Feb 4 (2015), p.20.
 Sushma Ramachandran, "Cars chase the middle class", The Hindu, Nov. 14, (2000), p.14.
 Yogyata Datta, "Detailed study on Automobile Industry Analysis", IIM Bangalore, (1997), p.3-77.

CONSUMERS PREFERENCE TOWARDS MALT BASED FOODS IN CUDDALORE TOWN

Dr. N. SULAIMAN

Assistant Professor, Department of Business Administration,
Annamalai University, Annamalai Nagar

ABSTRACT

Customer satisfaction is a marketing tool and a definite value-added benefit. It is often perceived by customers as important as the primary product or service in an organization. It looks at what is involved from 3 different angles, the first is from the view of an organization wishing to understand, and measures, how satisfied its customer are with the products and services they receive from it. The second is from the perspective of a research agency that has been asked to obtain feedback from customers and about their experiences when dealing with companies. Finally it considers the issue from the perspective of consumers who participate in surveys, Including both business customers and members of general public Whether the buyer is satisfied after purchase depends on the offers performance in relation to the buyer expectation. In general satisfaction are a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a products perceived performance relation to his/her expectations. If the performance falls short of expectation, the customer is dissatisfied. If the performance matches the expectation customer is satisfied. If the performance exceeds the expectation the customer is highly satisfied. The present study aims to find out the consumers preference towards malt based foods IN Cuddalore town. Sample of 50 respondents selected randomly were studied. The data were collected by using questionnaire as an instrument. The findings and observations are the result and outcome of the interpretations made during the study of analysis.

INTRODUCTION

Customer satisfaction is a business term, is a measure of how products and services supplied by a company meet or surpass customer expectation. It is seen as a key performance indicator within business and part of the four prospective of balanced score card. In a competitive market place were businesses compete for customers, customer satisfaction is seen as a key differentiator and increasingly has become a key element of business strategy customer satisfaction drives successful private sector business. High performing businesses have developed principles and strategies for achieving customer satisfaction. This paper presents a framework or set of ideas for using customer satisfaction principles and strategies to improve the quality responsiveness, and possibility of public sector privately provided services in vulnerable communities.

The importance of customer satisfaction is apparent when you realize that, without customers, you don't have a business. A single unsatisfied customer can send more business away from your company than 10 satisfied customers. It's worth it to focus on customer satisfaction strategies, no matter how large or small your company is.

A business relationship, just like any other relationship, relies on both people getting their needs met. No matter what type of business you are in, all customers want the same thing. They want to feel welcomed and appreciated by you and your staff. They don't want to get the impression that they are just being used by you for money. Small interactions like "Thank you" and a nice smile can go a long way toward customer satisfaction.

A big part of customer satisfaction is reliability. If customers come to expect a certain mode of behavior from you and your employees, you should deliver it to them each and every time. Customers want to be able to rely on you. They expect consistent delivery times (if applicable) and support. By training your employees to treat all customers with the same respect, your customers will all have the same experience with your company, which will increase customer satisfaction.

REVIEW OF LITERATURE

Indrasena Reddy (2014) has made attempt to study the building strong brands is an expensive and long-term phenomenon. Once developed and nurtured, such brands add value to the company, which owns them. These brands are also the major source for a company's earnings and profitability. Companies are now investing heavily in building 'power brands' or 'mega brands', powerful brands make such a lasting impact on the consumer that it is almost impossible to change his preference even if cheaper and alternative products are available in the market.

Rajendra Kumar (2015) in his investigation has found that the brand image forms a specific figure in consumer's mind at the very first time. Sometimes brand extension may result in failure. Building and properly managing brand equity has become a priority for companies of all sized, in all types of market. From strong, brand equity flows customer's loyalty and profit. Brands constitute a large part of the intangible assets that company own. Today companies are beginning to recognise the balance sheet value of their brands.

Sourmilk Nag (2015) in his investigation mentions that managing a brand identity has become a Herculean task now-a-days. The key to building a successful brand is to flesh out a detailed identity for it and making it coherent. There are six facets of brand identity, viz., Physical, Personality, Culture, Self-image, Reflection and Relationship. A strong brand is the one, which has a consistent and clear identity. The author suggests that the brand managers should pay more attention to developing a detailed identity for the brand.

Vijay Menon (2016) in his study states that, it may be premature to predict the effect of the malt based foods on the market; preliminary reports, however, indicate wide acceptance of the 4,000 of malt based foods sold every day in Bangalore. "Our market share is now 35 per cent". Malt based foods has grabbed a third of the market despite being able to stock only 70 per cent of the retails outlets.

Ravi Dhariwal (2016) in his investigation has found that, Boost, the internationally popular malt based foods, has finally arrived (Mumbai and Delhi launches are a month away). With the stakes very high-the Indian malt based foods market is worth over Rs.800 crore. Foods made a grand entrance. The malt based foods associates, Delhi, were hired to produce the record 90 second long commercial. This extravagant visual message, which cost Boost around Rs.60 lakhs-just a part of the company's huge media campaign had pop starlet Juhi Chawla croon on national network on the auspicious 15th August, "When you launch a new product, you want it to make everyone sit up and take notice.

OBJECTIVE OF THE STUDY

1. To study the factors influencing to purchase a malt based foods.
2. To find out the consumer satisfaction with respect of malt based foods.
3. To analyse and make out suggestions to increase the consumer satisfaction level towards malt based foods.

METHODOLOGY

The study is based on both primary data well as secondary data. The primary data were collected from the consumers in Cuddalore Town. Regarding the collection of primary data, a well structured Scheduled was prepared and administered on Consumers in Cuddalore Town. Convenience sampling method was used. Accordingly, of the 33 wards in town, the study was limited to 5 wards. In Cuddalore Town 50 respondents were chosen by the conveniently. Secondary data collected from the newspapers, books, journals, magazines, other research works have also been pursued.

ANALYSIS AND INTERPRETATION

TABLE 1
Period of Brand Loyalty of Malt Based Foods Consumers

Number of Years	No. of Consumers	Percentage
Up to 2 Years	23	46.00
2-4 Years	23	46.00
4-6 Years	04	08.00
Above 6 Years	0	0
Total	50	100.00

Source: Primary Data

From the above table, 46 per cent sample consumers are loyal from below 4 years and 08 per cent of sample consumers are loyal 4-6 years. From the above analysis, it is clear the consumer's brand loyalty is extending from below 4 years.

TABLE 2
Shop Preference by the Malt Based Foods Consumers

Shop Preference	No. of Consumers	Percentage
Small Retailer Shop	08	16.00
Departmental Store	37	74.00
Medical Shop	05	10.00
Total	50	100.00

Source: Primary Data

From the above table, it is apparent that 74 per cent in total do their shopping in departmental store, 16 per cent do their shopping in small retailer shops and 10 per cent prefer medical shop. The majority of the consumers mostly prefer to the departmental store, because due to price advantage.

TABLE 3
Reason for Consumers' Preference for a Particular Shop

Reason	No. of Consumers	Percentage
Nearness	14	28.00
Standard Price & Quality	30	60.00
Courteous Treatment	0	0
Price & Credit Facility	06	12.00
Total	50	100.00

Source: Primary Data

From the above table, 60 per cent sample consumers are standard price & quality, 12 per cent sample consumers are price & credit facility and 28 per cent sample consumers are nearness. From the above analysis, it is clear the consumer's brand preferences are standard price & quality.

TABLE 4
Mode of Purchase Decision

Purchase Decision	No. of Consumers	Percentage
Spot-decision	22	44.00
Pre-planned	28	56.00
Total	50	100.00

Source: Primary Data

From the above table, 56 per cent sample consumers are pre-planned and 44 per cent sample consumers are spot-decision. So, it is clear the consumer's brand purchase decisions are pre-planned.

TABLE 5
Level of Awareness

Factors	Aware	No idea	Unaware	Total
Relevant market price	32 (64.00%)	10 (20.00%)	08 (16.00%)	50
Consumer movement	28 (56.00%)	15 (30.00%)	07 (14.00%)	50
Consumer production council	34 (68.00%)	12 (24.00%)	04 (08.00%)	50
MRTP Act	30 (60.00%)	08 (16.00%)	12 (24.00%)	50
Consumer rights	35 (70.00%)	10 (20.00%)	05 (10.00%)	50

Source: Primary Data

From the above table, 64 per cent sample consumers are aware, 20 per cent sample consumers are no idea and 16 per cent sample consumers are unaware about relevant market price. Also 56 per cent sample consumers are aware, 30 per cent sample consumers are no idea and 14 per cent sample consumers are unaware about consumer movement. Further 68 per cent sample consumers are aware, 24 per cent sample consumers are no idea and 8 per cent sample consumers are unaware about consumer production council. 60 per cent sample consumers are aware, 16 per cent sample consumers are no idea and 24 per cent sample consumers are unaware about MRTP Act. Further 70 per cent sample consumers are aware, 20 per cent sample consumers are no idea and 10 per cent sample consumers are unaware about consumer rights.

TABLE 6
Opinion on the malt based food related advertisement

Factors	No. of Consumers	Percentage
Good	18	36.00
Fair	04	08.00
Satisfactory	20	40.00
Poor	05	10.00
No Idea	03	06.00
Total	50	100.00

Source: Primary Data

From the above table 17, 40 per cent sample consumers are satisfactory, 36 per cent sample consumers are good, 10 per cent sample consumers are poor, 8 per cent sample consumers are fair and 6 per cent sample consumers are no idea about opinion on the malt based food related advertisement. So majority of the consumers are satisfactory about food related advertisement.

TABLE 7
Approached the consumer protection council for redressal grievances

Approaches	No. of Consumers	Percentage
Yes	0	0
No	50	100.0
Total	50	100.00

Source: Primary Data

From the above table, 100 per cent sample consumers are satisfied about approached the consumer protection council for redressal grievances.

TABLE 8
Level of Satisfaction

Factors	Highly Satisfied	Satisfied	Neither Satisfied nor Dissatisfied	Dissatisfied	Highly Dissatisfied	Total
Malt based	30	15	5 (10.00%)	-	-	50

food related advertisement	(60.00%)	(30.00%)				
Quality of the product	34 (68.00%)	12 (24.00%)	04 (08.00%)	-	-	50
Price of the product	33 (66.00%)	10 (20.00%)	07 (14.00%)	-	-	50
Politeness of the salesman	35 (70.00%)	05 (10.00%)	10 (20.00%)	-	-	50

Source: Primary Data

From the above table, 60 per cent sample consumers are highly satisfied, 30 per cent sample consumers are satisfied and 10 per cent sample consumers are neither satisfied nor dissatisfied about Malt based food related advertisement. Also 68 per cent sample consumers are highly satisfied, 24 per cent sample consumers are satisfied and 8 per cent sample consumers are neither satisfied nor dissatisfied about Quality of the product. Further 66 per cent sample consumers are highly satisfied, 20 per cent sample consumers are satisfied and 14 per cent sample consumers are neither satisfied nor dissatisfied about Price of the product. Also 70 per cent sample consumers are highly satisfied, 10 per cent sample consumers are satisfied and 20 per cent sample consumers are neither satisfied nor dissatisfied about Politeness of the salesman.

CONCLUSION

The study was consumers preference towards malt based foods in Cuddalore town. 50 samples were selected for the study. The samples were selected according to the convenience of the researcher. To know the consumers' preference certain objectives and hypothesis were formulated by the researcher. To test the hypothesis certain statistical tools such as percentage analysis and cross tabulation were used. From the analysis certain findings, suggestions and conclusions were drawn and are presented at the end of the report. It is concluded from this research findings most of the consumers prefer malt based foods products because of its quality and taste. Further the consumers are more aware of price and packaging. So the company should try to improve these factors so that they can improve their sales.

REFERENCES

- Batra, Satish, K. and Kazmi, S.H.H. 2014. Consumer Behaviour Text and Cases, Excel Books, New Delhi.
- Balaji, B. 2012, Services Marketing and Management, S.Chand & Company Ltd. New Delhi. P.112.
- Ravi Dhariwal (2016) From FMCGS to SMCGS, Journal of Indian Management, July, pp.26-27.
- Indrasena Reddy, P, 2014, Marketing challenges for the new millennium – A Case for Brand Equity Valuation, Indian Journal of Marketing, April, pp.19-21.
- Kotler Philip, 2017, Principles of Marketing, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi, 6th Edition.
- Memoria, C.B., and Joshi, R.L. 1983, Principles and Practice of Marketing in India, Kitab Mahal, Allahabad
- Rajendra Kumar (2015), Principles of Marketing, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi, 6th Edition.
- Memoria, C.B., and Joshi, R.L. 1983, Principles and Practice of Marketing in India, Kitab Mahal, Allahabad
- Sourmilk Nag (2015), Customer Satisfaction, Indian Journal of Marketing, 31.11-12, pp.41-48.
- Vijay Menon (2016). Stanton, Fundamentals of Marketing, Tata McGraw Hill Book Company, New Delhi, Revised Enlarged Edition.

Viewers' opinion of advertisement in newspaper

Dr. J. John Adaikalam,
assistant Professor, Department of Business Administration,
Annamalai University.

Introduction

Advertising as it is understood today was not used until about 200 years ago. The form of advertising for the transmission of information dates back to ancient Greece and Rome. Criers and signs were used to carry information for advertising goods and services well before the development of printing. Even during the middle ages, advertising signs were very extensively used. These signs generally consisted of illustrations of symbols of the products advertised. The advertising had a boom after the development of printing in the 1450s when technology developed in printing; signs were replaced by words and sentences. (Foundations of Advertising: Theory and Practice, Chunawalla and Sethia, pp.1)

During the 17th century, as newspaper started appearing in various parts of the world, newspaper advertising started to develop. During this century, newspaper appeared throughout Europe and the advertisements in them were very different from those by illustrations and signs at the locations of mercantile establishments. The invention of printing revolutionized advertising; but newspaper gave it the necessary medium for its rapid growth. The first newspapers had large number of advertisements. At the end of 17th century a great number of commercial newspapers were published in England and elsewhere. Earlier advertisements in newspapers were for books, marriage offers, new beverages and for travel. Soon advertising became the main source of revenue for newspaper and space selling came into existence around 1840.

Early newspaper advertisements were in the form of announcements. Early advertisers were mostly importers of products that were new to England. The first advertising offering coffee was made in newspaper in England in 1652. Chocolates and tea were first introduced through newspaper advertising in 1657 and 1658 respectively in England. These were the “pioneering Advertisement” in nature.

The word ‘advertising’ is derived from the Latin word “advertere” which means ‘to turn the minds of towards’. It is defined as follows:

According to William J. Stanton, "Advertising consists of all the activities involved in presenting to an audience a non-personal, sponsor-identified, paid-for message about a product or organization." (University of Mumbai, 2011)

"Advertising is the non-personal communication of information usually paid for and usually persuasive in nature about products, services or ideas by identified sponsors through the various media."(Bovee, 1992, p. 7)

Need for the study

A consumer is exposed to various advertisements in his or her day to day life. The consumer forms various feelings (affects) and judgments (cognition) as the result of exposure to an advertisement. These feelings and judgments in turn affect the consumers' *attitude toward the*

advertisement and *beliefs about the brand* secured from exposure to the advertisement. Finally, the consumer's attitude toward the advertisement and beliefs about the brand influence his or her attitude toward the brand.

Therefore, it is necessary to identify the audience expectation while viewing the advertisement and as an advertiser or sponsor he should know the expectation of the viewers in order the advertisement to be effective. That is the reason why the study has been undertaken.

Literature Review

The reviews closely related to the central theme i.e. Viewers opinions of advertisement in newspaper are discussed below.

Silk and Geiger (1972) made a study on advertisement size vs. product usage and advertising exposure. Two types of selective exposure of operational consequence to advertisers were used in this study: (1) To what extent are past users of the general *product* weremore likely than nonusers to pay attention to advertising for a specific brand of that product? (2) Considering only past users of the general product, to what extent are past users of the advertised *brand* more likely than past users of competing brands to expose themselves to brand advertising? The questions distinguish between what may be termed as "product user" and "brand user" selective exposure, respectively.

Cagley (1974) investigated the relationship between selected print appeals (as defined by the social situation portrayed in the advertisement) and their relative preferences among children at the ages of five, eight, and eleven. Results indicated that when the factors of age, sex, and type of ad are simultaneously considered, the results become complex and dependent upon specific levels within each factor. That is, the preference for social situations portrayed in ads was not the same for all age groupings and was dependent on the sex of the subject within given age groupings.

Hanssens and Weitz (1980) made an investigation to identify the specific characteristics of industrial print advertisements that are related to effectiveness in performing advertising functions. The results of this study suggest that the use of multiple products in an ad will increase inquiry generation for routine and unique products but reduce recall and readership for important products.

Kelly and Hoel (1991) conducted an advertisement effectiveness study to find out the impact of color, size and copy quality of ad in yellow pages. The results indicate that there are substantial differences between the responses to industries and that the rankings cannot be combined for analysis.

Babin and Burns (1997) studied the effect of nonverbal, or imagery, processing stimulated by a print advertisement on attitudinal judgments, Copy containing instructions to imagine also stimulated vivid and elaborate visual imagery processing and enhanced attitudes.

Research Methodology **Need For the study**

"I know that half of my advertising money is wasted... I just don't know which half,"
John Wanamaker's famous quote. To justify the above quote, a consumer is exposed to various

advertisements in his or her day to day life among which he/she does not even notice the advertisement which may be most suitable to the consumer. The reason for an advertisement not noticed may be as i) Does not have appeal in it ii) Not in suitable page/place iii) Not in suitable size. Therefore the study mainly focuses the issue of appeal and placement of the advertisement in the newspapers.

Objectives

To determine the respondents' opinion towards advertisement

Research design

Research design adopted is a descriptive design to find out the general background information of the respondents and their opinion towards advertisement in general. The variables for the research were identified based on the reviewing the literature from various sources. A well structured questionnaire for the study was prepared using the identified variables.

The study population was the young aged peoples, it was decided to take the sample from any education institution since the students may represent the young people. 200 students were selected as the sample for the study based on convenience sampling (Li-Yun Chan, et al., 2010; Decrop, 2007). This non-probabilistic sampling procedure may result in reducing the ability to generalize the results. However, most survey procedures have biases including non-response and self selection; accordingly, the insights derived from the current study likely outweigh the limitations of the sampling procedure.

Analysis and Discussion

The below table explains the demographic profile of the respondents participated in the study

Demographic Profile of the Respondents

Variable	Sub-class	Frequency	Percentage
Gender	Male	148	74.0
	Female	52	26.0
	Total	200	100.0
State	Tamil Nadu	131	65.5
	Other States	69	34.5
	Total	200	100.0
Education	B.Sc	45	22.5
	BBA, B.Com	133	66.5
	B.A	18	9.0
	Engineering	4	2.0
	Total	200	100.0
Residing Location	Rural	94	47.0
	Urban	59	29.5
	Semi Urban	47	23.5

	Total	200	100.0
Media consumption	Mobile	55	27.5
	TV	96	48.0
	Newspaper	33	16.5
	Magazine	2	1.0
	Radio	2	1.0
	Outdoor	12	6.0
	Total	200	100.0
Language	Tamil	132	66
	English	108	54
	Hindi	66	32

Source: Primary Data

Page that bears the advertisement plays an important role in getting the attention of the respondents. From table 2, it is clear that, majority of the respondents (51%) give attention to the advertisements on the first page. Second priority is given to the advertisements that are in the middle page of the newspapers (23.5%). 14 percent of the respondents receive attention to the advertisements that are in the last page of the newspaper. Only 4% of the respondents give attention to the advertisements that are in the second to middle pages of the newspaper. But 7.5% of the respondents give attention to the advertisements that are in the middle to last pages of the newspaper.

Therefore, it is clear that the audience refer to advertisements either in the first page or in the second half pages of the newspaper.

When the respondents are asked their opinion about the size of the advertisement, 49% of the respondents give attention to full page advertisements and 23.5% of the respondents give attention to the half page advertisements. Advertisements in small boxes (15%) get more attention than the quarter page (12.5%) advertisements. Hence the advertisers can make a note of this. ElieAoun, Ipsos Media CT (2009) have conducted a print effectiveness survey to measure the effectiveness of print positioning and the results of the study are as follows: most respondents recall the newspaper ads to be colored, most recall the size of the newspaper ads as full page and half page.

Table 2: Respondents' Response towards Various Variables of Print Advertisement

Variable	Sub-class	Frequency	Percentage
Page Attention	First Page	102	51.0
	Last page	28	14.0
	Middle Page	47	23.5
	Second to middle	8	4.0
	Middle to Last	15	7.5
	Total	200	100.0
Ad Size	Full page	98	49.0

	Half Page	47	23.5
	Quarter page	25	12.5
	Small Boxes	30	15.0
	Total	200	100.0
Ads Among	Main News	51	25.5
	Regional News	26	13.0
	International news	24	12.0
	Sports News	39	19.5
	Classifieds	10	5.0
	Business News	50	25.0
	Total	200	100.0
Ad From	Manufacturer	95	47.5
	Retailer	25	12.5
	Co-operative	80	40.0
	Total	200	100.0
Ad Feel	Feel good	81	40.5
	Humor	35	17.5
	Sexual	18	9.0
	Fear	4	2.0
	Anxiety	13	6.5
	Colorful	49	24.5
	Total	200	100.0
Ad Type	Reason-why	72	36.0
	Comparison	55	27.5
	Testimonials	14	7.0
	Demonstration	51	25.5
	Hard-sell	8	4.0
	Total	200	100.0
Ad Elements	Visuals	102	51.0
	Headline	29	14.5
	Subhead	7	3.5
	Body copy	18	9.0
	Slogan	16	8.0
	Logo	23	11.5
	Signature	5	2.5
	Total	200	100.0
Ad Color	B & W	25	12.5
	Dual Color	52	26.0
	More Colors Bright	72	36.0

	More Colors Light	51	25.5
	Total	200	100.0
Ad Portion Read	Full	80	40.0
	Partial	20	10.0
	Headline	58	29.0
	Visuals	29	14.5
	Slogans	13	6.5
	Total	200	100.0

Source: Primary Data

From table 2 it is understood that majority of the respondents (50.5) are interested in viewing the advertisements among the main news and business news. Nearly 20% of the respondents are interested in viewing the advertisements that are among the sports news. Marginal numbers of respondents view the advertisements among the regional (13%) and international news (12%). One point that has to be taken into account is that the least number of respondents (5%) are interested in advertisements that are among the classifieds.

It is common that advertisements come from the manufacturers and retailers. Nowadays both combine together and give advertisements and are commonly known as co-operative advertisements. Table 2 reveals that the majority of the respondents i.e. 47.5% act upon the advertisements given by the manufacturer. It is also observed that an equivalent number of respondents, i.e. 40% also believe on the co-operative advertisements. Only 12.5 percent of the respondents act upon the advertisements given by the retailers.

The appeal that an advertisement has in it makes it a successful one. It is important to mix an appeal in an advertisement to catch the attention of the viewers and make them act. Table 2 reveals that 40.5 percent of the respondents feel that feel good type of advertisement attract them most. Followed by it are the advertisements that are colorful (24.5%). Advertisements with humor are attracted by 17.5% of the respondents. Other appeals like sexual, anxiety and fear are attracted by mere 9%, 6.5% and 2% respectively.

Advertisers follow many varieties in their advertisements to justify their products such as comparison, reason-why, demonstrations, testimonials, hard-sell. When enquired about the most convincing type, the results reveal as shown in table 2. Most of the respondents (36%) rate the reason-why type of advertisements convinces them because of the nature of the type. That means it explains why the consumer should prefer the product or brand. 27.5 and 25.5 percent of the respondents prefer comparison type of advertisement and demonstration type of advertisement respectively. These two types of advertisements also briefly explain the advantages of the brand among others. Testimonials are preferred by only 7% of the respondents and only 4% believe in the hard-sell advertisements. Hard sell ads are those which insist on the consumers like buy now, act now, limited offer, last chance, etc. It reflects that consumers don't rely on these advertisements.

It is clear from the above table 2 that 51 percent of the respondents are attracted by the visuals in the advertisement. Headlines of the advertisement and logo used in the advertisement

attract the respondents to some extent but other elements such as body copy, subhead, slogan and signature have only a minimal attraction for the respondents.

Considering the colors used, the respondents' prefer colorful advertisements rather than the black and white advertisements. Among the colorful advertisements 36 percent of the respondents prefer advertisements with more and bright colors. There is not much difference between dual color advertisement and advertisement with light multi colors. The sales volume increases by 41% because of using one-color, single exposure ads instead of black and white ads (Richard Sparkman et al. 1980). Color is also used to get attention (Karen V. Fernandez, et al., 2000). Therefore advertisements in color attract the readers compared to black and white. Color commercials give an indication of being more interesting than the black and white, and the ratings are consistently at higher points on the scale in a galvanic skin response study carried out by Xavier Kohan.

It is observed from table 2 that 40% of the respondents read full advertisements in the newspaper. It means that this young population is interested in knowing the full details of the company or product. The results also reveal that 29% of the respondents read only the headline and 14.5% of the respondents visualize only the pictures of an advertisement. 10% go through the ads here and there and 6.5% read only the slogans in the advertisement.

Major findings

Advertisement in the first page of the newspaper gets the attention of the maximum respondents and it is followed by the advertisements in the middle page.

The respondents prefer that full page advertisements and half page advertisements get their attention respectively. If advertisements are to be given in comparatively small size, then advertisements in small boxes are preferred than quarter page advertisement.

Advertisements among main news and business news are rated highly by the respondents and it is followed by advertisements among sports news and regional news.

Respondents mostly prefer to act upon advertisements, sponsored by the manufacturers and advertisements sponsored by both manufacturers and retailers.

Maximum number of respondents feels that they like good appeal in advertisements. Colorful appeal and humor appeal are preferred by a considerable number of respondents.

An advertisement that gives reason for the use of that product is preferred by the maximum number of respondents. Demonstrations and comparisons are also equally preferred by the respondents. Therefore, the respondents are interested in getting information about the products from the advertisement.

Almost 50% of the respondents expect visuals to be available in the consumer durable advertisement. It is followed by the headline and logo.

Respondents prefer more bright color in the advertisement.

On an average, 40% of the respondents go through the advertisement fully, whereas 30% go through the headline only. Other respondents go through the elements, they prefer in the advertisement. If they like those, they may proceed further.

Scope for Further Research

The study can be conducted in different geographical areas and with different age group.

This study can be conducted for age group comparison and geographical comparison.

Effectiveness of advertisement in different cultures can be carried out.

This study can be carried out for different medium of advertising and also for the interactive medium.

Effectiveness study can be carried out for various combination of advertising medium and comparison can be carried out.

Conclusion

The study was carried out to find Viewers' opinion of advertisement in newspaper. The respondents read full advertisements in the newspaper. It means that this young population is interested in knowing the full details of the company or product.

Reference

- Chunawalla. S. A. and Sethia. K. C., (2008). *Foundations of Advertising: Theory and Practice*. 7th Edition, Himalaya Publishing House.
- Courtland L. Bovee, (1992). *Contemporary Advertising*. Irvin Publication, Homewood, Ill.
- Silk, A. J., and Geiger, F. P. (1972). Advertisement Size and the Relationship between Product Usage and Advertising Exposure, *Journal of Marketing Research*, Vol. IX (February 1972), 22-26.
- Cagley, J. W. (1974). Children's Preferences of Selected Print Appeals. *Journal of Advertising*, Vol. 3, No. 4, 34-39.
- Hanssens, D. M., and Weitz, B. A. (1980). The Effectiveness of Industrial Print Advertisements across Product Categories. *Journal of Marketing Research*, Vol. XVII (August 1980), 294-306.
- Kelly, K. J., and Hoel, R. F. (1991). The Impact of Size, Color, and Copy Quantity on Yellow Pages Advertising Effectiveness. *Journal of Small Business Management*, October 1991, 64-71.
- Babin, L. A., and Burns, A. C. (1997). Effects of Print Ad Pictures and Copy Containing Instructions to Imagine on Mental Imagery That Mediates Attitudes. *Journal of Advertising*, Volume XXVI, Number 3, Fall 1997, 33-44.
- Decrop, A. (2007). The Influence of Message Format on the Effectiveness of Print Advertisements for Tourism Destinations. *International Journal of Advertising*, 26(4), 505-525.
- Chan, L., Su, M., and Huang, C. (2010). Research on TV Advertising Effectiveness of the Taiwan Super Basketball League. *The International Journal of Organizational Innovation*, 199-213.
- Hanssens, D. M., and Weitz, B. A. (1980). The Effectiveness of Industrial Print Advertisements across Product Categories. *Journal of Marketing Research*, Vol. XVII (August 1980), 294-306.
- Sparkman Jr., R., and Austin, L. M. (1980). The Effect on Sales of Color in Newspaper Advertisements. *Journal of Advertising*, Vol. 9, No. 4, 39-42.
- Fernandez, K. V., and Rosen, D. L. (2000). The Effectiveness of Information and Color in Yellow Pages Advertising. *Journal of Advertising*, Volume XXIX, Number 2, Summer 2000, 61-73.

முத்தொள்ளாயிரத்தில் மேலாண்மை

முனைவர் மு.சுதா,

உதவிப்பேராசிரியர், தமிழ்த்துறை, அழகப்பா பல்கலைக்கழகம், காரைக்குடி-3.

முனைவர் போ.சத்தியமூர்த்தி,

உதவிப்பேராசிரியர், தமிழியல்துறை, தமிழியற்புலம், மதுரை காமராசர்
பல்கலைக்கழகம், மதுரை - 625021.

மூவேந்தர்களின் புகழ்பாடும் மற்றுமொரு சிறந்த இலக்கியம் முத்தொள்ளாயிரம் ஆகும். சேர, சோழ, பாண்டிய மன்னர்களைத் தொள்ளாயிரம் வெண்பாக்களால் புகழும் பழந்தமிழ் நூல் முத்தொள்ளாயிரம். காதலும் வீரமும் பாடுபொருளாகக்கொண்ட இந்நூலின் சில பாக்களே தற்போது கிடைக்கப் பெறுகின்றன. இடைக்காலத்தில் எழுந்த இலக்கியக்கருவூலமான இந்நூல் அகமும் புறமும் இணைந்த அற்புத இலக்கியம்

இந்நூல் முழுமையும் காதலையும் வீரத்தையும் பாடுவதன் வழி மூவேந்தர்களின் சிறப்பினைப் பேசுவதாகவே அமைந்துள்ளன. சேர, சோழ, பாண்டிய மன்னர்களின் ஈகை, கொடை, வீரம், வெற்றிச்சிறப்பு போன்றன குறித்தும் இத்தகையப் பண்புகளினால் அவர்கள் பிறரால் விரும்பப்படுதலையும் விளக்கிநிற்கின்றன இப்பாக்கள்.

சிறந்த தலைமைக்குரிய பண்புகளைப்; பெற்றவர்கள் பிறரால் போற்றப்படுவார்கள், புகழப்படுவார்கள்; விரும்பப்படுவார்கள். அத்தகைய தலைமைப் பண்புகளைப் பெற்றவர்கள் மூவேந்தர்கள் என்பதனை உலகிற்கு அறிவிக்கும் வண்ணம் எழுந்த நூல் முத்தொள்ளாயிரம்.

கிடைக்கப்பெற்ற பாடல்கள் இம்மன்னர்களின் பன்முகத்திறனை வெளிப்படுத்தி நிற்கின்றன.

செயல்திறன்மேலாண்மை

மேலாண்மை என்பதற்கு தற்போதைய திறனாய்வாளர்கள் பல்வேறு கருத்துகளைத் தருகின்றனர். ஜேம்ஸ் எல்.லுண்டி என்பவர் “ஒரு குறிப்பிட்ட குறிக்கோளை அடைந்திட ஒரு நிறுவன மேலாளர் முறையாகத் திட்டமிடுதல் ஒருங்கிணைத்தல் கட்டுப்படுத்துதல் ஆர்வமுட்டுதல் போன்ற பணிகள் மூலம் தம் பணியாளர்களின் செயல்திறன் முழுமையாக வெளிப்படச்செய்தலே மேலாண்மை யாகும்.அதாவது மேலாண்மை என்பது திட்டமிடுதல் செயற்படுத்துதல் கட்டுப்படுத்துதல் என்னும் செயல்கள் அடங்கிய பணியாகும்.என மேலாண்மை என்பதற்கான வரையறையைத் தருகின்றார். (சி.ரா.மணிவாசகன், பேரா.கி.நாகராஜன்,சா.நடராசன் ‘கல்விப்புதுமைகளும் மேலாண்மையும், ப-211)

இவர்கள் செயல்திறன்மேலாண்மை என்பது தலைமைப்பண்பை வலியுறுத்தும் மேலாண்மைப் பரிமாணம் என்கின்றனர்.

“ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறன் பெரும்பாலும் அதன் தலைமைப்பொறுப்பில் இருப்போரின் ஆற்றலையும் செயல்திறனையும் பொறுத்தே அமைகின்றது. நலிவடைந்த நிறுவனங்களைக் கூட சிறந்த மேலாளர்கள் தமது திறமையான தலைமைப் பண்புகளால் எழுச்சியுறச் செய்து வலுவுடையதாக மாற்றிக் காட்டமுடியும் சிறந்த தலைமையின் வழிகாட்டுதலில் பணி புரிந்திடவே பணியாளர்களும் விரும்புவர் ‘அரசன் எவ்வழியோ மக்களும் அவ்வழியே’என்பது தலைமைப்பண்பின் முக்கியத்துவத்தை உணர்த்தவல்லது.

தலைமைப்பண்புகள் என்பது

‘உரியநேரத்தில் சரியான முடிவுகளை எடுப்பது பிரச்சினைகளின் தன்மையை நன்கு உய்த்துணரும் ஆற்றல் தாம் எடுக்கும் முடிவுகளின் விளைவுகளை முன்கூட்டியே கணிக்கும் திறமை எடுத்தமுடிவுகளை துணிவுடன் செயற்படுத்தும் மனத்திண்மை ஆகியன’ என மேலாண்மை குறித்தச் சிந்தனைகளாகத் திறனாய்வாளர்கள் கூறுகின்றனர்.

இங்கு கூறப்பட்ட அனைத்துத் தன்மைகளையும் ஒருசேரப் பெற்றமையால் தாம் மூவேந்தர்கள் புகழ் இன்னும் மேலோங்கிநிற்கின்றது. வரலாற்றில் சிறப்பிடம் பெற்றுத் திகழ்கின்றனர். தான் ஒருவனாய்த் தலைமைப் பண்புகள் அனைத்தும் பெற்று நல்லாட்சி புரிந்து நடுவுநிலை தவறாத மூவேந்தர்களின் சிறப்பு குறித்து இலக்கியங்கள் போற்றுகின்றன. புலவர் பெருமக்கள் இவர்களின் பெருமைகளைப் புகழ்ந்துள்ளனர்.

செயல்திறன் மிக்க மன்னர்களின் ஆட்சியின் கீழ் மக்கள் நலமுடனும் வளமுடனும் இருந்துள்ளனர்.

‘வாழி ஆதன் வாழி அவினி

நெல்பலபொலிக பொன்பெரிது சிறக்க

விளைக வயலே வருக இரவலர்

அறம் நனி சிறக்க அல்லது கெடுக’

என ஐங்குறுநூற்றின் தலைவி கூற்றுப்பாடல் காவலனைப் போற்றி அவனாட்சியின் கீழ் அனைத்து வளனும் பெறுவோம் என்ற நம்பிக்கை கொண்டு பாடப்பெற்றப் பாடலாகும்.

மூவேந்தர்களின் செயல்திறனுக்கு முத்தொள்ளாயிரமும் சான்று காட்டி நிற்கின்றது என்பது மிகையல்லாச் சிந்தனையாகும்.

முத்தொள்ளாயிரம்

சங்கம் மருவிய காலத்தில் தோன்றியதாகக் கருதப்படும் இந்நூல் மூவேந்தர்களின் செயல்மேன்மையைப் புகழ்ந்துரைக்கும் நூலாகும். அழகிய கற்பனை நயமிக்க 900 பாடல்கள் கொண்ட முத்தொள்ளாயிரம் இன்று புறத்திரட்டு என்னும் தொகைநூலில் கிடைத்த 108 பாடல்களும் பழைய உரைகளிடையே காணப்பட்ட 22 பாடல்களுமாக 130 பாடல்கள் கிடைத்துள்ளன என்பர்

இந்நூல் யாப்பு தொல்காப்பியர் கூறும் விருந்து என்ற முறையினைப் பின்பற்றி அமைந்துள்ளது என்பர். பேராசிரியரும் நச்சினார்க்கினியரும் விருந்து எனும் யாப்பிற்கு இந்நூலையே எடுத்துக்காட்டுகின்றனர் என்பது குறிக்கத்தக்கது. இந்நூல்வழி அறியலாகும் மூவேந்தர்களின் செயல் திறனாவது.

சேரமன்னனின் செயல்திறன் மேலாண்மை

விற்கொடியை ஏந்திய சேரன் குடநாடன் வஞ்சிக்கோமான் வயமான் தேர்க்கோதை என்று பல சிறப்புப்பெயர்களால் அழைக்கப்படும் கொல்லிமலைக் கோமானின் செயல்திறன் பற்றி முத்தொள்ளாயிரம் அழகாகப் பதிவு செய்துள்ளன.

சேரமன்னனின் நல்லாட்சி வீரம் ஈகை அழகு பிறரால் விரும்பப்படும் தன்மை போன்றன இப்பாடல்களின் வழி வெளிப்படுகின்றது.

‘வானிற்கு வையகம் ஒத்ததே வானத்து

மீனிற்க அனையார் மறமன்னர் வானத்து

மீன்சேர் மதியனையான் விண்ணுயர் கொல்லியர்

கோன்சேரன் கோதை யென்பான் 1

எனும் இப்பாடல் கொல்லிமலைத் தலைவனாகிய சேரமன்னனின் அகன்ற நிலப்பரப்பைச் சுட்டுவது. இங்கு அவனது ஆளுகைக்கு உட்பட்டப் பகுதி பரந்து விரிந்தது. அத்துணை வீரமும் வெற்றியும் உடையவன் என்பது சிறப்பிக்கப்படுகின்றது.

அமரர் உலகத்தைப்போல் அகலமும் விரிவும் கொண்டது. அதாவது சேரன் ஆளும் மண்ணுலகப் பரப்பு விண்ணுலகிற்கு ஈடாக உள்ளது எனப் புலவர் புகழ்ந்துரைக்கின்றார். சேரன் முழுமதி போன்றவன். அவனுக்கு அடங்கிய சிற்றரசர்களின் எண்ணிக்கையை அளவிடுவது விண்ணில் ஒளிவீசும் விண்மீன்களை எண்ண முயல்வது என்கின்றார்.

நல்லாட்சி

‘அள்ளல் பழனத்து அரக்காம்பல் வாய்அவிழ

வெள்ளம்தீப் பட்டது எனவெரீஇப் புள்ளினம்தம்

கைச்சிறகால் பார்ப்பொடுக்கும் கவ்வை உடைத்தரோ

நச்சிலைவேல் கைக்கோதை நாடு’3

எனும் பாடல் சேரனின் நல்லாட்சி பற்றியது.

காலைக்கதிரவன் உதிக்கிறான்.அவனது கதிர்முகம் கண்டு சேற்றிலே வளர்ந்துள்ள செந்தாமரை மலர்கள் விரித்துச்சிரிக்கின்றன. சிவந்த அடிவானத்தையும் சிவந்த மலர்களையும் கண்ட தாய்ப்பறவைகள் கானகமே கனல் பட்டதோ நீர்ப்பரப்பில் நெருப்பெழுந்ததோ என அஞ்சித் தம் குஞ்சுகளைக் கை போன்ற சிறகுகளால் மூடிக்கொண்டு அச்சத்தால் ஆரவாரம் செய்கின்றன.பகைவர்களுக்கு அச்சம் தரும் வேலைக் கொண்ட கோதையின் நாட்டில் பறவைகளின் ஓசை தவிர வேறு பதட்டமான ஓசை கிடையாது.மக்கள் அமைதியாக வாழ்ந்து வந்ததைச் சுட்டும் இப்பாடல் சேரனின் நல்லாட்சி பற்றியது.

வீரம்

பகலில் நடக்கின்றது கடும்போர். போரில் ஈடுபட்டுச் சிவந்த கண்களைக் கொண்ட சேரமன்னன் சிறந்த யானைப்படையை உடையவன். சினமும் போர்க்குணமும் கொண்ட அந்யானை பகைவர்களை அழித்தது. குடைகளைப் பிடுங்கி எறிந்தது. அன்று இரவில் வானில் முழுமதியைக் கண்டு மயங்கிய யானை அதனை பற்றிப் பிடுங்கி எறிய வேண்டி நிலவை நோக்கிப் பிளிறியவாறு பாய்ந்தது என்ற இனிய கற்பனைப்பாடலாகப் பாடப்பெற்றாலும் இது சேரனின் வீரத்தைப் புகழ்ந்து பாடப்படுவது என்பது குறிக்கத்தக்கது.

முசிறியைத் தலைநகராகக் கொண்ட சேரமன்னனின் சீற்றத்திற்கு ஆளான நாடு பாழடைந்து போகும் எனும் பாடலும் அவனது வீரத்தினை வெற்றியை அறிவிக்கும் பாடலாகும்.

இத்தகைய சிறப்பு கொண்ட ஆடவனை பெண்கள் விரும்புவது இயல்பன்றோ. அவ்வடிப்படையில் உலா இலக்கியத்தைப்போன்று பெண்கள் சேரனின் மீது மையலுற்றுப் பாடுவதாகப் பாடக்கப்பட்டப் பாக்கள் அவனது தனித்தன்மையை எடுத்துரைப்பதாகும்.

உலகமே புகழும் சேரன் மீது காதல் கொண்ட பெண்ணொருத்தி கூறுவதாக அமைந்த பாடலொன்று கோதையின் பன்முகத்திறனை எடுத்துரைக்கும் பாடலாகும்.

‘வரைபொரு நீள்மார்ப வட்கார் வணக்கும்

நிரைபொரு வேல்மாந்தைக் கோவே: நிரைவளையார்

தங்கோலம் வவ்வுதல் ஆமோ:அவர்தாய்மார்

செங்கோலன் அல்லன் என”

என்பது அப்பாடலாகும்.

மாந்தை நகரின் தலைவனாகிய சேரனே! நீ மலைபோன்று விரிந்த மார்பினைக் கொண்டவன். பகைவர்களைப் பணியச் செய்யும் ஆற்றல்பெற்றவன். போர்புரிந்து பசுக்களைக்

கவரும் வலிமை பெற்றவன். உனது அழகு கண்டு காதல் வயப்பட்ட பெண்டிர் உடல்மெலிவு அடைய வளையல்கள் கழன்று வாடி நின்றனர். இதுகண்ட அவர் தாய்மார் உன்னைக் கொடியவன் எனப்பழித்தனர். வலிமை மிக்க வேந்தனாகிய நீ இவ்வாறு அழகிய பெண்டிரின் அழகினைக் கவருதல் முறையோ எனும் பாடல் சேரனின் தலைமைப் பண்பிற்குச் சான்று காட்டும் பாடலாகும்.

சோழனின் தலைமைப்பண்பு

சேரனைப்போன்றே சோழனின் தலைமைப்பண்பை அவன்தம் ஆட்சிச் சிறப்பை, செங்கோன்மையை, அவனது ஆட்சியின் கீழ் மக்கள் செம்மையாக அமைதியாக வாழ்ந்தமையை வெளிப்படுத்தும் பாடல்களும் முத்தொள்ளாயிரத்தில் நிறைந்துள்ளன.

‘காவல் உழவர் களத்து அகத்துப் போர்ஏறி
நாவலோஓ! என்றிசைக்கும் நாளேதை காவலன்தன்
கொல்யானை மேலிருந்து கூற்றிசைத்தால் போலுமே
நல்யானைக் கோக்கிள்ளி நாடு

எனும்பாடல் சோழனின் வீரத்தையும் வளத்தையும் சுட்டும்பாடலாகும்.

இதுபோன்று மன்னர்களே கப்பம் கட்டப்பொறுங்கள். மன்னனின் கால்களில் முன்னரே கப்பம் கட்டிச்சென்ற மன்னர்களின் மணிமுடிகள் குத்திப் புண்பட்டுக்காணப்படுகின்றன என்பதும்

‘என்றெஞ்சும் நாணும் நலனும் இவையெல்லாம்
மன்னன் புனல்நாடன் வெளவினான் என்னே
அரவகல் அல்குலாய் ஆறில் ஒன்று அன்றோ
புரவலர் கொள்ளும் பொருள்’

எனும் சோழனின் நிர்வாகத்திறன் சுட்டும் பாடலும் அவனுடைய செயல்திறனைச் சுட்டுவதாகும்.

பாண்டியனின் செயல் திறன்

சேர, சோழனைப் போல் பாண்டியனின் வீரம், வெற்றி, கொடை, தமிழ் வளர்த்த பெருமை, நல்லாட்சிபுரிந்தமை போன்றனவும் முத்தொள்ளாயிரத்தில் சிறப்பிக்கப்பட்டுள்ளன.

முடியுடை மன்னர்களாகிய பல சிற்றரசர்கள் தலையில் சூடிய பூக்கள் பாண்டிய மன்னனாகிய மாறனின் பாதங்களில் காணப்பட்டன என்பதும் மாறனின் சினமிக்க வேலைக் கனவிலே கண்டாலும் பகைவர்கள் அஞ்சி நடுங்குவர் என்பதும்

“பார்படுப செம்பொன் பதிபடுப முத்தமிழ்நூல்
நீர்படுப வெண்சங்கு நித்திலமும் சாரல்
மலைபடுப யானை வயமாறன் கூர்வேல்
தலைபடுப தார்வேந்தர் மார்பு”

என நாட்டுவளம் சிறப்பிக்கப்படுவதும் பாண்டியனின் தலைமைப்பண்பை உணர்த்துவனவாம்.

இவ்வாறு மூவேந்தர்களுடைய செயல்திறன் குறித்து முத்தொள்ளாயிரப் பாடல்கள் சிறப்பிக்கின்றன. தன்னை மட்டுமே முதன்மையாகக் கொண்ட தம்மக்களை அவர்களின் அமைதியான வளமான வாழ்க்கையை மேம்படுத்துதலை மட்டுமே நோக்கமாகக் கொண்ட மூவேந்தர்களின் புகழுக்கு இம்முத்தொள்ளாயிரம் சிறந்த சான்றாகிறது. தம் மக்களைக் காத்தலும் பகையை முற்றிலும் அழித்தலும் வளம் போற்றலும் தொழில் போற்றலும் சிறந்த நிர்வாகத்திறனும் படைச்சிறப்புகளும் கொண்ட நல்லாட்சியை வழங்கியமை இவர்களின் செயல்திறன் மேலாண்மைக்குச் சான்றாகிறது.

MURCHANAKARAKA MELAS

Dr.S.Saji

Assistant Professor of Music, Women's College Trivandrum

Dr.V.T.Sunil

Assistant Professor, SST Govt. College of Music, Trivandrum, Kerala

ABSTRACT

Grahabheda is the technique of deriving new scales by shifting the tonic note of an existing scale. Grahabheda is one of the methods through which knowledge of new ragas was obtained by lakshanakaras. The scale of samagana paved the way for the development of the scale of Shadja Grama. The Palais and Murchanas of ancient music were derived through the Modal Shift of Tonic. New scales will be heard on account of the change in the interval values of the notes consequent of the shift of the Tonic note. This process is popularly known as Grahabheda or Modal Shift of Tonic.

KEY WORDS: Grahabheda, Grama, Mela, Murchana, Note, Raga, Scale, Shadja, Svara, Tonic.

1. INTRODUCTION

The scales that emerge when each successive note of the scale is made the tonic note and a new set of notes defined from that point. The word is deriving from the root mucha, meaning unconsciousness. The change of the Shadja in emphasising a note gives the mind an opportunity to take another pathway, which changes the feel of the first Raga that was being performed. This new pathway ends in a new Raga, with redefined relationships among the notes. When Ragas are derived from Murchanas, the technique is called Murchana Paddhati.

2. APPLICATION

Grahabheda may be applied to Melaragas and Janyaragas. A noticeable point is that Grahabheda is not possible in all the ragas and scales. Melas which can produce by the process of Modal shift of Tonic are called Murchanakaraka melas. Keeping any Svara other than the Adhara Shadja of a mela as tonic note and singing the same mela, we can hear a new mela. For example let us take up Sankarabharana raga as the Shadja.

Sankarabharanam - R1 R2 G1 G2 M1 M2 P D1 D2 N1 N2 S R1 R2

New Mela S 0 R2 G1 0 M1 0 P 0 0 D1 N1 0 S

The new mela has Shadja, Chatusruti Rishabha, Sadharana Gandhara, Suddha Madhyama, Panchama, Chatusruti Dhaivata and Kaisaki Nishada. With the aid of the Purvanga Svaras and Uttaranga Svaras, we can find out the serial numbers of the melakarta, i.e. Chatusruti Rishabha (ri-gi). Belonging to the fourth chakra and Chatusruti Dhaivata and Kaisaki Nishada belong to the fourth raga. Suddha Madhyama belongs to the Purvanga melakarta. The Arohana got is S R2 G1 M1 P D2 N1 S. The fourth chakra is Veda and the fourth raga is Bhu (Veda- Bhu) i.e. 22nd melakarta raga which is Kharaharapriya.

3. MURCHANAKARAKA MELAS

By experiment, it has been found that out of the recognized seventy two melas, 56 melas are able to generate new scales by the Grahabheda. These 56 may be styled as Murchanakaraka melas. In the case of the remaining 16, it will be found that whichever note is taken as the tonic note, no

satisfactory mela results. Such scales are characterized by unmusical intervals or four successive semitones; or one of the Sapta Svaras going unrepresented. These melas may be styled as Amurchanakaraka melas or sterile melas.

4. DISTRIBUTION

Of the 56 Murchanakaraka melas there are 20 which are capable of yielding one scale each by the process of Modal Shift of Tonic.

18 melas: yielding 2 scales each

12 melas: yielding 3 scales each

6 melas: yielding 5 scales each

Thus of the 56,

Ekasvara murchana melas number : 20

Dvisvara murchana melas number : 18

Trisvara murchana melas number : 12

Panchasvara murchana melas number : 6

Total : 122

5. GENERALISATION

An intensive study of Grahabheda applied to Mela ragas leads to interesting generalizations. Important they are given below.

1. The number of possible Panchama murchanas is 24 and this is equal to the number of possible Madhyama murchanas.
2. The number of possible Gandhara murchanas is 20 and this is equal to the number of possible Dhaivata murchanas.
3. If Simhendramadhyamam and Mayamalavagaula are two scales A and B, B is the Panchama murchana of A (Simhendramadhyamam) ; and B's (Mayamalavagaula) Madhyama murchana is the scale of A (Simhendramadhyamam). Heptatonic scales bearing this relationship may be styled Samvadi Melas.
4. The number of possible Rishabha murchanas is 20 and this is equal to the number of possible Nishada murchanas.
5. Panchama murchanas are possible only in melas taking the chatusruti Rishabha and not in melas taking the Suddha Rishabha or Shadsruti Rishabha.
6. Madhyama murchanas of Prati Madhyama melas will not result in correct scales.
7. Gandhara murchana of Suddha Gandhara melas are not a possibility.
8. Sankarabharanam is the only mela, whose Madhyama murchana give rise to its corresponding Prati Madhyama mela.
9. Mechakalyani is the only mela whose Panchama murchana give rise to its corresponding Suddha Madhyama mela
10. If a Panchama murchana of a Suddha Madhyama mela is X, the corresponding prati Madhyama mela's Panchama murchana will be = X+1

For instance, Panchama murchana of Sankarabharanam is = 28

Mechakalyani's panchama murchana will be $28+1 = 29$

Harikamboji's Panchama murchana = 22

Vachaspati's Panchama murchana $22+1 = 23$

6. MELAS AND THEIR MURCHANAS

1. KANAKANGI (1)
R G X X M X P D N X X S R
S R X X G X M P D X X N S
R – Kamavardhani (51)
2. RATNANGI (2)
R G X X M X P D X N X S R
S R X X G X M P X D X N S
M X P D X N X S R G X X M
S X R G X M X P D N X X S
R- Gamanasrama (53)
3. GANAMURTI (3)
R G X X M X P D X X N S R
S R X X G X M P X X D N S
M X P D X X N S R G X X M
S X R G X X M P D N X X S
M – Jhankaradwani (19)
4. VANASPATI (4)
M X P X D N X S R G X X M
S X R X G M X P D N X X S
R- Viswambhari (54)
5. MANAVATI (5)
M X P X D X N S R G X X M
S X R X G X M P D N X X S
M – Syamalangi(55)
6. SENAVATI (7)
R X G X M X P D N X X S R
S X R X G X M P D X X N S
D N X X S R X G X M X P D
S R X X G M X P X D X N S
M – Mararanjani(25)
7. HANUMATHODI (8)
R X G X M X P D X N X S R
S X R X G X M P X D X N S
G X M X P D X N X S R X G
S X R X G M X P X D N X S
M X P D X N X S R X G X M
S X R G X M X P D X N X S
D X N X S R X G X M X P D
S X R X G M X P X D X N S
N X S R X G X M X P D X N
S X R G X M X P X D N X S
M- Kantamani (61)
8. DHENUKA (9)
R X G X M X P D X X N S R
S X R X G X M P X X D N S
M X P D X X N S R X G X M
S X R G X X M P D X N X S
D X X N S R X G X M X P D
S X X R G M X P X D X N S
R – Latangi (63)
9. NATAKAPRIYA (10)
G X M X P X D N X S R X G
S X R X G X M P X D N X S
M X P X D N X S R X G X M
S X R X G M X P D X N X S
N X S R X G X M X P X D N
S X R G X M X P X D X N S
D – Suryakantam (17)
10. KOKILAPRIYA (11)
M X P X D X X N S R X G X M
S X R X G X M P D X N X S
R- Mechakalyani (65)
11. KANAKANGI (1)
R G X X M X P D N X X S R
S R X X G X M P D X X N S
G - Hari kamboi (28)
12. RATNANGI (2)
R G X X M X P D X N X S R
S R X X G X M P X D X N S
M X P D X N X S R G X X M
S X R G X M X P D N X X S
M – Nathabhairavi (20)
13. GANAMURTI (3)
R G X X M X P D X X N S R
S R X X G X M P X X D N S
M X P D X X N S R G X X M
S X R G X X M P D N X X S
D – Sankarabharanam (29)
14. VANASPATI (4)
M X P X D N X S R G X X M
S X R X G M X P D N X X S
N – Kharaharapriya (22)
15. MANAVATI (5)
M X P X D X N S R G X X M
S X R X G X M P D N X X S
R – Chitrambari (66)
16. SENAVATI (7)
R X G X M X P D N X X S R
S X R X G X M P D X X N S
D N X X S R X G X M X P D
S R X X G M X P X D X N S
M – Shanmukhapriya (56)
17. HANUMATHODI (8)
R X G X M X P D X N X S R
S X R X G X M P X D X N S
G X M X P D X N X S R X G
S X R X G M X P X D N X S
M X P D X N X S R X G X M
S X R G X M X P D X N X S
D X N X S R X G X M X P D
S X R X G M X P X D X N S
D – Sulini (35)
18. DHENUKA (9)
R X G X M X P D X X N S R
S X R X G X M P X X D N S
M X P D X X N S R X G X M
S X R G X X M P D X N X S
D X X N S R X G X M X P D
S X X R G M X P X D X N S
G – Vachaspati (64)
19. NATAKAPRIYA (10)
G X M X P X D N X S R X G
S X R X G X M P X D N X S
M X P X D N X S R X G X M
S X R X G M X P D X N X S
N X S R X G X M X P X D N
S X R G X M X P X D X N S
M – Charukesi (26)
20. KOKILAPRIYA (11)
M X P X D X X N S R X G X M
S X R X G X M P D X N X S
N – Gaurimanohari (23)
21. KANAKANGI (1)
R G X X M X P D N X X S R
S R X X G X M P D X X N S
M – Rishabhapriya (62)

11. GAYAKAPRIYA (13)
R X X G M X P D N X X S R
S X X R G X M P D X X N S
12. VAKULABHARANAM (14)
R X X G M X P D X N X S R
S X X R G X M P X D X N S
M X P D X N X S R X X G M
S X R G X M X P D X X N S
N X S R X X G M X P D X N
S X R G X X M P X D N X S
13. MAYAMALAVAGAULA (15)
R X X G M X P D X X N S R
S X X R G X M P X X D N S
M X P D X X N S R X X G M
S X R G X X M P D X X N S
14. CHAKRAVAKAM (16)
M X P X D N X S R X X G M
S X R X G M X P D X X N S
N X S R X X G M X P X D N
S X R G X X M P X D X N S
15. SURYAKANTAM (17)
G M X P X D X N S R X X G
S R X G X M X P D N X X S
M X P X D X N S R X X G M
S X R X G X M P D X X N S
16. HATAKAMBARI (18)
G M X P X X D N S R X X G
S R X G X X M P D N X X S
17. JHANKARADWANI (19)
P D N X X S X R G X M X P
S R G X X M X P D X N X S
D N X X S X R G X M X P D
S R X X G X M P X D X N S
18. NATHA BHAIKAVI (20)
G X M X P D X N X S X R G
S X R X G M X P X D X N S
M X P D X N X S X R G X M
S X R G X M X P X D N X S
P D X N X S X R G X M X P
S R X G X M X P D X N X S
D X N X S X R G X M X P D
S X R X G X M P X D X N S
N X S X R G X M X P D X N
S X R X G M X P X D N X S
19. KEERAVANI (21)
M X P D X X N S X R G X M
S X R G X X M P X D N X S
P D X X N S X R G X M X P
S R X X G M X P D X N X S
D X X N S X R G X M X P D
S X X R G X M P X D X N S
20. KHARAHARAPRIYA (22)
R G X M X P X D N X S X R
S R X G X M X P D X N X S
G X M X P X D N X S X R G
S X R X G X M P X D X N S
M X P X D N X S X R G X M
S X R X G M X P X D N X S
P X D N X S X R G X M X P
S X R G X M X P D X N X S
- R – Dhatuwardhani (69)
- R – Kosalam (71)
- M – Keeravani (21)
- N – Hemavati (58)
- R- Rasikapriya (72)
- M-Simhendramadhyamam(57)
- M – Sarasangi (27)
- N – Dharmavati (59)
- G – Senavati (7)
- M- Latangi (63)
- G – Gavambodhi (43)
- P – Ratnangi (2)
- D- Gamanasrama (53)
- G- Sankarabharanam (29)
- M – Kharaharapriya (22)
- P – Hanumathodi (8)
- D - Mechakalyani (65)
- N – Hari kamboi (28)
- M – Hemavati (58)
- P – Vakulabharanam (14)
- D – Kosalam (71)
- R – Hanumathodi (8)
- G – Mechakalyani (65)
- M – Hari kamboi (28)
- P – Nathabhairavi (20)

- N X S X R G X M X P X D N
S X R X G M X P X D X N S
21. GAURIMANO HARI (23)
R G X M X P X D X N S X R
S R X G X M X P X D N X S
M X P X D X N S X R G X M
S X R X G X M P X D N X S
P X D X N S X R G X M X P
S X R X G M X P D X N X S
22. VARUNAPRIYA (24)
P X X D N S X R G X M X P
S X X R G M X P D X N X S
23. MARARANJINI (25)
P D N X X S X R X G M X P
S R G X X M X P X D N X S
24. CHARUKESI (26)
M X P D X N X S X R X G M
S X R G X M X P X D X N S
P D X N X S X R X G M X P
S R X G X M X P X D N X S
N X S X R X G M X P D X N
S X R X G X M P X D N X S
25. SARASANGI (27)
M X P D X X N S X R X G M
S X R G X X M P X D X N S
P D X X N S X R X G M X P
S R X X G M X P X D N X S
26. HARIKAMBOJI (28)
R X G M X P X D N X S X R
S X R G X M X P D X N X S
M X P X D N X S X R X G M
S X R X G M X P X D X N S
P X D N X S X R X G M X P
S X R G X M X P X D N X S
D N X S X R X G M X P X D
S R X G X M X P D X N X S
N X S X R X G M X P X D N
S X R X G X M P X D X N S
27. SANKARABHARANAM (29)
R X G M X P X D X N S X R
S X R G X M X P X D N X S
G M X P X D X N S X R X G
S R X G X M X P D X N X S
M X P X D X N S X R X G M
S X R X G X M P X D X N S
P X D X N S X R X G M X P
S X R X G M X P X D N X S
D X N S X R X G M X P X D
S X R G X M X P D X N X S
28. NAGANANDINI (30)
G M X P X X D N S X R X G
S R X G X X M P D X N X S
P X X D N S X R X G M X P
S X X R G M X P X D N X S
29. RAGAVARDHANI (32)
M X P D X N X S X X R G M
S X R G X M X P X X D N S
30. GANGEYABHUSHANI (33)
M X P D X X N S X X R G M
S X R G X X M P X X D N S
- N - Sankarabharanam (29)
- R – Natakapriya (10)
- M- Vachaspati (64)
- P – Charukesi (26)
- P – Ragavardhani (32)
- P – Vanaspati (4)
- M – Gaurimanohari (23)
- P- Natakapriya (10)
- N – Vachaspati (64)
- M – Dharmavati (59)
- P – Chakravakam (16)
- R- Nathabhairavi (20)
- M - Sankarabharanam (29)
- P - Kharaharapriya (22)
- D - Hanumathodi (8)
- N- Mechakalyani (65)
- R — Kharaharapriya (22)
- G – Hanumathodi (8)
- M – Mechakalyani (65)
- P – Hari kamboi (28)
- D - Nathabhairavi (20)
- G – Bhavapriya (44)
- P - Vagadhisvari (34)
- M – Varunapriya (24)
- M – Neetimati (60)

31. VAGADHISVARI (34)
M X P X D N X S X X R G M
S X R X G M X P X X D N S
D N X S X X R G M X P X D
S R X G X X M P D X N X S
32. SULINI (35)
G M X P X D X N S X X R G
S R X G X M X P D X X N S
M X P X D X N S X X R G M
S X R X G X M P X X D N S
D X N S X X R G M X P X D
S X R G X X M P D X N X S
33. CHALANATTA (36)
G M X P X X D N S X X R G
S R X G X X M P D X X N S
34. GAVAMBODHI (43)
D N X X S R X G X X M P D
S R X X G M X P X X D N S
35. BHVAPRIYA (44)
G X X M P D X N X S R X G
S X X R G M X P X D N X S
D X N X S R X G X X M P D
S X R X G M X P X X D N S
36. SUBHAPANTUVARALI (45)
D X X N S R X G X X M P D
S X X R G M X P X X D N S
37. SHADVIDHAMARGINI (46)
G X X M P X D N X S R X G
S X X R G X M P X D N X S
38. KAMAVARDHINI (51)
N S R X X G X M P D X X N
S R G X X M X P D N X X S
39. GAMANASRAMA (53)
G X M P X D X N S R X X G
S X R G X M X P D N X X S
N S R X X G X M P X D X N
S R G X X M X P D X N X S
40. VISWAMBHARI (54)
G X M P X X D N S R X X G
S X R G X X M P D N X X S
N S R X X G X M P X X D N
S R G X X M X P D X X N S
41. SYAMALANGI (55)
P D N X X S X R G X X M P
S R G X X M X P D X X N S
D N X X S X R G X X M P D
S R X X G X M P X X D N S
42. SHANMUKHAPRIYA (56)
G X X M P D X N X S X R G
S X X R G M X P X D X N S
P D X N X S X R G X X M P
S R X G X M X P D X X N S
D X N X S X R G X X M P D
S X R X G X M P X X D N S
43. SIMHENDRAMADHYAMAM (57)
P D X X N S X R G X X M P
S R X X G M X P D X X N S
D X X N S X R G X X M P D
S X X R G X M P X X D N S
- M – Naganadini m(30)
D – BHAVAPRIYA (44)
G – Dhenuka (9)
M – Chitrambhari (66)
D – Shanmukhapriya (56)
G – Subhapantuvarali (45)
D – Hatakambari (18)
G – Vagadisvari (34)
D – Naganandini (30)
D – Chalanata (36)
G – Nasikabhushani (70)
N – Kanakangi (1)
G- Jhankaradhvani (19)
N – Ratnangi (2)
G – Syamalangi (55)
N – Ganamurti (3)
P – Ganamurti (3)
D – Viswambhari (54)
G – Sulini (35)
P – Dhenuka (9)
D – Chitrambari (66)
P – Mayamalavagaula (15)
D – Rasikapriya (72)

44. HEMAVATI (58)
 R G X X M P X D N X S X R
 S R X X G M X P D X N X S
 G X X M P X D N X S X R G
 S X X R G X M P X D X N S
 P X D N X S X R G X X M P
 S X R G X M X P D X X N S
45. DHARMAVATI (59)
 R G X X M P X D X N S X R
 S R X X G M X P X D N X S
 P X D X N S X R G X X M P
 S X R X G M X P D X X N S
46. NEETIMATI (60)
 P X X D N S X R G X X M P
 S X X R G M X P D X X N S
47. KANTAMANI (61)
 P D N X X S X R X G X M P
 S R G X X M X P X D X N S
48. RISHABHAPRIYA (62)
 P D X N X S X R X G X M P
 S R X G X M X P X D X N S
49. LATANGI (63)
 P D X X N S X R X G X M P
 S R X X G M X P X D X N S
 N S X R X G X M P D X X N
 S R X G X M X P D N X X S
50. VACHASPATI (64)
 R X G X M P X D N X S X R
 S X R X G M X P D X N X S
 P X D N X S X R X G X M P
 S X R G X M X P X D X N S
 D N X S X R X G X M P X D
 S R X G X M X P X D N X S
51. MECHAKALYANI (65)
 R X G X M P X D X N S X R
 S X R X G M X P X D N X S
 G X M P X D X N S X R X G
 S X R G X M X P D X N X S
 P X D X N S X R X G X M P
 S X R X G M X P X D X N S
 D X N S X R X G X M P X D
 S X R G X M X P X D N X S
 N S X R X G X M P X D X N
 S R X G X M X P D X N X S
52. CHITRAMBHARI (66)
 G X M P X X D N S X R X G
 S X R G X X M P D X N X S
 P X X D N S X R X G X M P
 S X X R G M X P X D X N S
 N S X R X G X M P X X D N
 S R X G X M X P D X X N S
53. DHATU VARDHANI (69)
 N S X X R G X M P D X X N
 S R X X G M X P D N X X S
54. NASIKABHUSHANI (70)
 D N X S X X R G X M P X D
 S R X G X X M P X D N X S
55. KOSALAM (71)
 G X M P X D X N S X X R G
 S X R G X M X P D X X N S
- R – Vakulabharanam (14)
- G – Kosalam (71)
- P – Keeravani (21)
- R – Chakravakam (16)
- P – Sarasangi (27)
- P – Gangeyabhushani (33)
- P – Manavati (5)
- P – Kokilapriya (11)
- P – Suryakantam (17)
- N – Senavati (7)
- R – Charukesi (26)
- P – Gaurimanohari (23)
- D- Natakapriya (10)
- R — Harikamboji (28)
- G – Nathabhairavi (20)
- P – Sankarabharanam (29)
- D – Kharaharapriya (22)
- N - Hanumathodi (8)
- G – Shanmukhapriya (56)
- P – Sulini (35)
- N – Dhenuka (9)
- N- Gayakapriya (13)
- D – Shadvidhamargini (46)
- G – Keeravani m(21)

D X N S X X R G X M P X D	D – Hemavati (58)
S X R G X X M P X D N X S	
N S X X R G X M P X D X N	
S R X X G M X P D X N X S	N – Vakulabharanam (14)
56. RASIKAPRIYA (72)	
G X M P X X D N S X X R G	
S X R G X X M P D X X N S	G – Simhendramadhyamam (57)
N S X X R G X M P X D N	
S R X X G M X P D X X N S	N – Mayamalavagaula (15)

7. CONCLUSION

In ancient music, we find only a few ragas or scales being used. Most of the musically advanced nations knew the method of deriving scales through the process of Modal Shift of Tonic. The Arabian scales and Greek scales were all derived by the same process. Although this process was known to the musicologists of other countries, still it was in India that all its possibilities were fully explored.

REFERENCES

1. Chaitanya Deva B, *An Introduction to Indian Music*, Publication Division, Ministry of Information and Broadcasting, Govt. of India, New Delhi, 1973. Print
2. Chelladurai P T Dr., *The Splendour of South Indian Music*, Vaigarai Publishers, Dindigul, 2010, Print
3. Dandapani M N Dr. and Pattammal D, *Ragapravaham, (Index to Carnatic Ragas)*, The Carnatic Music Book Centre, Madras, Print
4. Janakiraman S R Dr., *Essentials in South Indian Music*, The Indian Music Publishing house, Chennai, 2008. Print
5. Ramanathan N Dr., *Aspect of Indian Music*, Article, edited by Sumati Mutatkar, Sangeet Natak Academy, New Delhi, 1987. Print.
6. Raveendranath A K, *Dakshinendian Sangeetham* (Malayalam), Cultural Publication Department, Govt. of Kerala, Thiruvananthapuram 2004. Print
7. Sambamoorthy P, *South Indian Music*, 6 Volumes, The Indian Music Publishing House, Madras 1982, Print
8. Sunil V T (Dr), *Sangitha Nighandu* (Malayalam), D C Books, Kottayam, 2012, Print
9. Vidya Sankar Dr., *The Art and Science of Carnatic Music*, Parampara series, Chennai, 1983. Print
10. <http://sriku.org>, *Grahabhedam Explorer Web*
11. Premalatha Nagarajan, www.musicresearch.in, Grama Murchana Jati, Web

TOTEMIC PERSPECTIVE OF KOOTAMS OF KONGU VELLALAR COMMUNITY

Vijayakrishnavelan

Research Scholar, University of Delhi.

Introduction

This article will implore the applicability of totemic phenomena as was given by the French ethnologist Claude Lévi-Strauss Totemism, 1963 to the totemism present in the kootams (clans) of Kongu Vellalars. The Kongu Vellalars have a distinct social system which is typically absent from any of the south Indian caste systems in a large scale. The Kongu Vellalars also known as Gounders are native to the western districts of Tamilnadu. They follow a unique classification in to social groups known as the kootams (clans). A folk song called the Othalar Alagumalai Kuravanji states there are 142 such kootams (clans). However in actuality there are about 72 kootams (clans) which exist today will be taken for the purposes of this study. Out of the 72 clans there are some kootams (clans) which have in common plant or animal as their clan name. They are *aandahi*, *venduvan*, *varagunnaperungudiyan*, *pillan*, *pannai*, *semboothan*, *kadai*, *eenjan*, *thooran*, *sevvanthi* and *panangaadai*. In some of myths of these clans it is observed that the human progenitors had a certain favourable experience with an animal, bird or natural object and ordered that their descendants respect the whole species of that animal, bird or natural object.

Lévi-Strauss was very critical of the reality of totems for him 'the 'totemic illusion' is the product of the late nineteenth and early twentieth century effort by scientists to relegate the primitive outside the realm of culture' (Leach, 1962, p. 127) because they wanted to 'protect the Victorian world-view by maintaining the Christian distinction between man and nature, thus, by failing to recognise the similarities between Western and primitive codes, scholars created false taxonomies and blurred the universal logic behind all so-called totemic phenomena' (ibid, p. 127). Lévi-Strauss was inspired by Radcliffe-Brown, whose analyses he attempted to expand upon. Lévi-Strauss was 'the leading academic in contemporary structuralism believing human minds have certain universal characteristics which originate in the common feature of the homo-sapiens brain' (Haralambos, 2001, p. 910). These common mental structures lead people everywhere to think similarly regardless of their society or cultural background. Lévi-Strauss developed a system to show the abstract divisions that he saw in totems' are as a phenomenon in human nature. His system was implemented in a table of oppositions or mutual relationships. The basic relationship was between the binary opposites such as nature and culture. On one side there were in nature certain realities such as species of animal, or plants and specific animals and plants. On the other side, there was in culture various groups and individuals who identify themselves with particular species or with specific animal and plants. Lévi-Strauss (1962a) noticed four types of relationship between nature and culture within totems':

"A species of animal or plant identified with a certain group; a species identified with an individual and finally a particular animal or plant identified with a group of animal or plant identified with an individual, a particular animal or plant' (p.18).

Lévi-Strauss (1969) stated each of these four groupings 'correspond to the phenomena that are to be seen in one people to another' (ibid. 84). For the first grouping he suggested the Australians, for whom 'natural entities are linked with cultural groups (p.84); the second grouping was 'the individual totems of North American Indians where an individual is linked with a species of nature' (p.84). The third grouping the 'Mota people from the Bank Irelands of Melanesia named: a child is thought to be the incarnation of a specific animal, plant or creature which was found and eaten by the mother when she first found out she was pregnant(p.84). The final groupings were from 'Polynesia or Africa where fixed individual animals formed the groups support and worship' (p.84). In conclusion Lévi-Strauss stated the difference between the classes of man and animal serves as the conceptual basis for social differences. Thus, for Lévi-Strauss totems' is an 'illusion' and a logic that 'classifies'- a post hoc explanation in which the structure of social relations is projected onto the natural phenomena, not taken from it.

In conclusion, totemism is a belief system where the traits in the social organisation of people are believed to have kinship or a mystical relationship with a spirit-being such as an animal or plant which serves as the group or individual's emblem or symbol or even name.

Having seen in brief the excerpts of totemism by Levi Strauss, let us now proceed to apply them to *Kongu Vellalars*. Researchers *T.M. Kaliappa* and *K. Sethuraman* emphasise in their research works that *aandahi*, *venduvan*, *varagunnaperungudiyan*, *pillan*, *pannai*, *semboothan*, *kadai*, *eenjan*, *thooran*, *sevvanthi* and *panangaadai* are all totemic symbols and are revered and venerated by their respective clans. They also claim that there exists or existed a taboo in the consumption or harming their totems by the respective clans.

Therefore from the above discussion we can effectively put the totemic clans of *Kongu Vellalars* in the fourth type of the grouping of Levi Strauss where fixed individual animals formed the groups support and worship. In some stories related to the totemic clans of *Kongu Vellalars* it can be found that the bird which is their totemic symbol acted as a saviour when the entire clan was in peril. The story roughly states that when the clan had a major scuffle with the local ruling power belonging to a different community and were fleeing for life inside forests as they were hotly pursued by the other community, it was this bird that they adopted as their totem which bailed them out by showing the way out. This was interpreted by the clan as divine intervention in the bird's form and the bird became the symbol of their clan. What should be interpreted here is that the clan is not considering that they actually descended from the totem, but merely that it was a guardian angel that saved them in face of sure death. In the field study done with respect of other clans of totemic names it was found that there is a taboo on killing or harming the bird, or at least there was a taboo in the past. The same is corroborated by Researchers *T.M. Kaliappa* and *K. Sethuraman* in their research works. It was found in cases like *venduvan*, *pillan*, *pannai*, *eenjan*, *thooran* where the totem symbol is either a plant or a cereal there is no confirmed taboo existing as of now on the consumption or destruction of the totems. Only the name of

varagunnaperungudiyan suggests that it was considered a taboo for consumption and was revered. No conclusive evidence could be found after the field study to illustrate in case of other totemic clans that bear a plant or cereal name to prove that there is or was a taboo on their consumption. It is worth mentioning at this juncture the theory put forward by another noteworthy and important scholar Durkheim, who regarded the sphere of the sacred is a reflection of the emotions that underlie social activities, and the totem was, in this view, a reflection of the group (or clan) consciousness, based on the conception of an impersonal power. The totemistic principle was then the clan itself, and it was permeated with sanctity. Such a religion reflects the collective consciousness that is manifested through the identification of the individuals of the group with an animal or plant species; it is expressed outwardly in taboos, symbols, and rituals that are based on this identification.

Let us now take the temples of clan deity (tutelary) of all these clans which is usually a female goddess barring one or two for the entire *kongu vellars*. The worship of female deities as tutelary deity clearly suggests that the *Kongu Vellalars* were clearly matrilineal, as has been the case of ancient Tamil society. It is clear that they evolved into a patrilineal society on a considerably later date while still continuing to worship an apical female progenitor. The case in point here is that in these temples there no reference of any kind or symbols carved in the walls and pillars pointing towards their totems. This was clear in the field visit undertaken to the clan deity temples of these clans having a birds, plants and cereals as their name. A thorough observation of their rituals also do not show any reverence to their totem. The only proof of taboo on killing, destroying etc of these totems exist only in memories of these clans which was passed on for generations after generations most probably for many centuries. This was aptly shown in the field study when interviews of people of respectable age (more than 75) was done by this researcher. The conclusion by this researcher is that the residues of totemic practices existing in some of the clans of *Kongu Vellalars* only proves the ancient origins of *Kongu Vellalars* and indicates that they are still holding the memory of an ancient age when they were tribes. Let us assume in the light of the historical context that the original practices have diluted and have become unnoticeable leaving only little traces of the practices that existed centuries ago.

Let us now apply the totemism of Levi Strauss in this structure. There are certain points which emerge strongly. Levi Strauss believed that human minds have certain universal characteristics which originate in the common feature of the homo-sapiens brain' (Haralambos, 2001, p. 910). This can be aptly summed up by the common structures like taboos in eating the totem, some kind of reverence albeit other similarities in the totemism found in the clans of *Kongu Vellalars*. As Levi Strauss points out these common mental structures lead people everywhere to think similarly regardless of their society or cultural background. Let us take the history of *Kongu Vellalars*. From the number of clans or *kootams* and the breaking up of one group into another and formation of another and the vast areas of their settlement along with many hostile communities must have posed several challenges in maintaining the integrity of the community. There was also a strong need to establish social relationships. It is pertinent to mention at this place that the clan system of *Kongu Vellalars* serve as the core base of exogamy. Scottish scholar Andrew Lang's thinking in this regard is worth mentioning. Lang wanted to explain the relationship through nature myths according to

which animals and natural objects were considered as the relatives, patrons, or ancestors of the respective social units. Thoughts by the tribes on these matters led eventually to taboos. Group exogamy first originated in the formation of totemistic associations according to him. Another noteworthy and important scholar Durkheim, regarded the sphere of the sacred is a reflection of the emotions that underlie social activities, and the totem was, in this view, a reflection of the group (or clan) consciousness, based on the conception of an impersonal power. The totemistic principle was then the clan itself, and it was permeated with sanctity. Such a religion reflects the collective consciousness that is manifested through the identification of the individuals of the group with an animal or plant species; it is expressed outwardly in taboos, symbols, and rituals that are based on this identification. As [Lévi-Strauss](#) himself has put in the "Alliance Theory" of exogamy, that is, that small groups must force their members to marry outside so as to build alliances with other groups. According to this theory, groups that engaged in exogamy would flourish, while those that did not would all die, either literally or because they lacked sufficient ties for cultural and economic exchange, leaving them at a disadvantage. The exchange of men or women served as a uniting force between groups, especially in case of adverse environments and war like situations. The above theories aptly compare in this case.

Conclusion

For Lévi-Strauss totemism is an 'illusion' and a logic that 'classifies'- a post hoc explanation in which the structure of social relations is projected onto the natural phenomena, not taken from it. To expand it further in the nature of the topic above just like Levi Strauss points out the connection between the totem and the clan is not in the similarities between them but is in the differences. The adoption of the name of the natural being as a totem is in Levi Strauss words an effort by groups to classify and differentiate between the otherwise indistinguishable groups. That is the application of social realities onto the natural phenomena and not an attempt at imitating the natural phenomena. As on date the common consensus all over the world is that specific relationship between man and nature, one that serves as a basic scheme of classification, seems to be at the basis of all the various forms of *totemism* and requires further detailed studies to bring out the classical cases which may emerge from the totemism in the *KonguVellalar* Community.

References;

1. Levi-Strauss, Claude. *Totemism*. London (The UK): Penguin Books. 1962. Print
2. Levi-Strauss, Claude. *The Savage mind*. Chicago (The USA): University of Chicago Press. 1969. Print
3. Leach, Edmund. *The structural study of Myth and Totemism*. London (The UK): Routledge Press. 2004. Print
4. Haralambos, Michael. *Sociology themes and perspectives*. London (The UK): HaperColins. 2001. Print
5. Whitehead, Henry. *Village gods of South India*. London (The UK): Oxford University Press. 2009. Print

6. Andrew, Lang. *Myth, Rituals and Religion Volume – I*. Adelaide (Australia): University of Adelaide. 2015. Print
7. Durkheim Emile, translated by Swain, Joseph. *The Elementary Forms of the religious life*. London (The UK): George Allen & Unwin Ltd. 1912. Print

Tamil Books

1. சேதுராமன். கு. *கொங்குச்சீமை காணியாளர்கள் (கொங்கு வேளாளர் தேசிய வரலாறு)*. ஈரோடு: ஏர்முனைவெளியீடு, வாணிநூலகம். 1983.
2. வேங்கடசாமி. மயிலை, சீனி. *கொங்குநாட்டுவரலாறு*. சென்னை: நியூசெஞ்சுரிபுக்ஹவுஸ். 1974.
3. நடராசன். தூரன், நல். *கொங்குவேளாளர்வரலாறு*. ஈரோடு: பல்லவிபதிப்பகம். 2014
4. இராசு, செ. *கொங்குச்சீதனம்*. சென்னை: கலைமகன்கலைக்கூடம். 1983
5. இராசு, செ. *கொங்கு வேளாளர் காடை குலவரலாறு*. ஈரோடு: கொங்கு மலர் பதிப்பகம். 1995
6. கிருட்டிணசாமி, க. *கூட்டமும் திருமணமும்*. சென்னை: மக்கள்வெளியீடு. 1983
7. குழந்தை, புலவர். *கொங்குநாடு*. ஈரோடு: வேலாபதிப்பு. 1968

Research Articles

1. Robert H. Lowie *A New Conception of Totemism* Blackwell Publishing American Anthropologist, New Series, Vol. 13, No. 2 (Apr. - Jun., 1911), pp. 189-207 E. Washburn Hopkins *The Background of Totemism* Journal of the American Oriental Society, Vol. 38 (1918), pp. 145-159
2. Leach, Edmund R. "Anthropological Aspects of Language: Animal Categories and Verbal Abuse." In his *New Directions in the Study of Language*, edited by Eric H. Lenneberg. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1964

Web Sources

1. <http://www.jstor.org/stable/659643> Accessed: 14/01/2010
2. <http://www.jstor.org/stable/592599> Accessed: 13-07-2017 10:30 UTC

திருக்குறளில் வேளாண் மேலாண்மை

முனைவர் கே.லதா

உதவிப்பேராசிரியர், தமிழ்த்துறை, பத்மவாணி மகளிர் கலை மற்றும்
அறிவியல் கல்லூரி, சேலம் - 11.

உலகின் கடைசி மனிதன் இருக்கின்றவரை பசி என்னும் பிணி இருந்துக் கொண்டே இருக்கும். “தனி ஒருவனுக்கு உணவில்லை எனில் சகத்தினை அழித்திடுவோம்” என்றார் தேசியக்கவி சுப்பிரமணிய பாரதியார். “உண்டி கொடுத்தோர் உயிர் கொடுத்தோரே” என்கிறது மணிமேகலை.

இப்படி உணவின் முக்கியத்துவம் பலராலும் பேசப்பட்ட ஒன்று. இந்தப் பசி என்னும் பிணியை உழவன் என்கிற மருத்துவனால் மட்டுமே தீர்க்க இயலும். வள்ளுவரின் கருத்துப்படி பொருளியல் வாழ்விற்கு அடிப்படையானது உழவு. வேளாண்மை சிறந்த சமூகத்தில் தாம் வாழ்ந்த காரணத்தால் மட்டுமின்றி என்றும் எத்தொழிலுக்கும் உழவே அடிப்படையானதாக அமைந்திருப்பதால் உழவின் முக்கியத்துவமும், தேவையும் கருதி திருக்குறளில் ஓர் அதிகாரம் வள்ளுவர் வகுத்துள்ளார். அவ்வகையில் திருக்குறளில் காணப்படும் வேளாண் மேலாண்மை பற்றிய செய்திகளை விளக்கும் விதமாக இக்கட்டுரை அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

உணவின் தேவை :

அடிப்படைத் தேவைகளுள் உணவின் தேவை முதலாவதாக முன்னிறுத்தப்படுகிறது. உணவின் தேவை வெறும் பசியாறுதல் என்பதோடுநின்றுவிடாமல் நாட்டின் பொருளாதாரத்தை பாதிக்கும் மிக முக்கிய காரணிகளுள் முதலாவதாகும். ஆகவே சத்தான உணவையும், சமச்சீரான உணவையும் நாட்டில் அனைவருக்கும் எட்டச் செய்தல் ஒரு சமூகத் தலைமையின் அடிப்படைக் கடமையாகிறது,

“உறுபசியும் ஓவாப் பிணியும் செறுபகையும்

சேரா தியல்வது நாடு”

(குறள்.734)

என்பார் வள்ளுவர். இதில் பசி என்பது பிணி, பகை என்ற மற்ற காரணிகளுக்குக் காரணமாவது பெறப்படும்.

பசியில்லா மனிதரிடத்தே ஆரோக்கியமான உடலும், ஆரோக்கியமான மனமும் அவற்றின்வழி ஆரோக்கியமான சிந்தனைகளும் வெளிப்பட்டு நிற்கும். அவ்வகையான சிந்தனை கொண்ட சமூகம் வளர்ச்சிப் பாதைக்கான வழிகளை அமைப்பதில் முனைப்பு காட்டும். எனவே

“பசியும் பிணியும் பகையும் நீங்கி

வசியும் வளனும் சுரக்க”

(சிலம்பு. 5: 72-73)

என இளங்கோவடிகளும்

“பசியும் பிணியும் பகையும் நீங்கி வசியும் வளனும் சுரக்க”

(மணிமேகலை 1: 70-71)

என சாத்தனாரும் வாழ்த்துவார்.

உணவுத் தேவைக்காக தம் வாழ்நாட்களில் பெரும்பகுதியைச் செலவிடுதலைக் குறைத்துக் கொள்ளும் வாய்ப்புள்ள எந்தவொரு சமூகத்திலும் பொருளாதார வளர்ச்சி என்பது விரைவில் மேன்மையடையும்.

“நாடென்ப நாடா வளத்தன நாடல்ல

நாட வளம்தரும் நாடு”

(குறள்.739)

என்று வள்ளுவரும் நல்ல நாட்டிற்கு இலக்கணம் வகுப்பார். தொல்காப்பியரும் கருப்பொருளைப் பட்டியலிடும் போது,

“தெய்வம் உணாவே மாமரம் புள்பறை”

(தொல்.964)

என்று தெய்வத்திற்கு அடுத்த நிலையில் உணவை வைத்திருப்பதோடு

“மெய்தெரி வகையின் எண்வகை உணவின் செய்தியும்”

(தொல்.1579)

என்று உணவின் வகைகளையும் சுட்டுவார். அனைவருக்கும் உணவு என்கிற ஒருநிலை எந்தவொரு நாட்டிலும் வளவாழ்வுக்கு ஒரு முக்கியக் காரணியாகும். இதை உண்மையான வளர்ச்சியடைந்த நாடுகளுமே அலட்சியப்படுத்த இயலாது.

வேளாண் மேலாண்மை :

ஒரு நாட்டின் அல்லது ஒரு சமூகத்தின் வளவாழ்வு தன்னிறைவு பெற்ற வாழ்வு என்பது அச்சமுகம் தன் உணவுத் தேவையை நிறைவேற்றிக் கொள்ள மேற்கொள்ளும் திட்டமிடல் வழிவகை, செயல்பாடு, தொழில்நுட்பப் பயன்பாடு போன்றவற்றை உள்ளடக்கிய துறைசார் மேலாண்மையைப் பொறுத்தே அமைகிறது எனலாம். ‘பயிர் மேலாண்மையைப் பொறுத்தவரையில் உழவியல், மண்ணியல், நுண்ணுயிரியல், சுற்றுச்சூழலியல், பயிர்வினையியல், நீர் நுட்பவியல் போன்றவை தொடர்பான தொழில் நுட்பங்களை வேளாண் பல்கலைக்கழகம் உருவாக்கி, நிலைப்படுத்தி உழவர்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.

இந்நிலையில் பழந்தமிழர் உணவின் தேவையை நிறைவேற்றுவதிலும் எவ்வகைச் செயல்பாட்டினை மேற்கொண்டனர் என்பதைக் காண்பது இன்றைய திட்டங்களின் பயன் நிறைவிற்குத் தேவையாகிறது.

வேளாண் குடியைக் காத்தல் :

வேளாண் துறை வளர்ச்சி மட்டும் சரியாக இருந்தால், இந்தியாவின் வளர்ச்சிப்பாதை மிகவும் பாதுகாப்பாக இருக்கும். ஒரு நாட்டின் வளமான நிலைக்கும், சிறந்த ஆட்சி முறைக்கும் வீரர்கள் போர்க்களத்தில் வெற்றியை ஈட்டி வருவதற்கும் அடிப்படையாக அமைவது உழுது விளைவித்த நெல்லின் பயனே. ஆதலால் ஏரைக் காப்பவரின் குடியைக் காப்பதே நல்லரசின் கடமையாகும் என்பதை பழந்தமிழ் புலவர்கள் மன்னர்களுக்கு உணர்த்தினர். இதனையே வள்ளுவரும்,

“சுழன்றும் ஏர்பின்னது உலகம் அதனால்

உழன்றும் உழவே தலை”

(குறள்.1031)

என்கிறார். பல தொழில்களைச் செய்து உலகம் சுழன்றாலும் அஃது ஓர் உழவுத்தொழில் கருவியான ஏரின் பின் நிற்கின்றது. உழவுக்கு ஏர் ஒரு முக்கியமான கருவி. எனவே அதனை முன்கூறுகின்றார்.

எந்தத் தொழிலை விடவும் உழவுத் தொழிலே முதன்மையான தொழிலாக இருப்பதால் அதனைச் செய்துவரும் உழவர்கள் உலகத்தவர்க்கு அச்சாணி போன்றவர்கள்.

“உழுவோர் உலகத்தார்க்கு ஆணிஅஃது ஆற்றாது

எழுவாரை எல்லாம் பொறுத்து”

(குறள்.1032)

என்று வள்ளுவர் கூறுகிறார்.

“உழுதுண்டு வாழ்வாரே வாழ்வார் மற்றெல்லாம்

தொழுதுண்டு பின்செல் பவர்”

(குறள்.1033)

என்னும் குறளின் மூலம் உழவினைத் தவிர பிற தொழில் செய்து வாழ்கின்றவர்கள் எல்லாருமே பணிந்து உண்டு வாழும் மக்களாவார்கள். உழவுத் தொழில் செய்பவர்களே மெய்யாக வாழ்பவர்கள்.

“பலநடை நிழலும் தங்குடைக்கீழ்க் காண்பார்

அலகுடை நீழல் லவர்”

(குறள்.1034)

கதிரின் தண்ணொளி நிழலில் வாழும் உழவர் பல அரசர்களின் குடை நிழல்களையும் தம் குடைக்கீழ் காணவல்லார். நாட்டை ஆளும் அரசர் கூட உழவர் ஆளுகைக்கு உட்பட்டவர்களே என்பது இதன்பொருள்.

தமிழக வேளாண் பெருமக்கள் உழைப்பிற்குப் பின் இருக்கின்ற இயற்கை வளங்களை நல்ல முறையில் பயன்படுத்தி மேலும் முன்னேறத் துடிப்பவர்கள் நெற்றி வியர்வை நிலத்தில் விழப் பாடுபடும் உழவர்கள் எவரிடமும் சென்று உதவிவேண்டி நிற்க மாட்டார்கள். மாறாகத் தம்பால் இரக்க வருபவரிடமும் பரிவுகாட்டி ஒளிவு இன்றி வேண்டியதைக் கொடுப்பார்கள். இதனையே,

“இரவார் இரப்பார்க்கொன்று ஈவர் கரவாது

கைசெய்துண் மாலை யவர்”

(குறள்.1035)

என்று வள்ளுவர் கூறுகின்றார். கடுமையாக உழைத்து, உழைத்த உழைப்பின் மூலம் வருவதை முறையாக செலவு செய்து குடும்பத்தையும் இனிமையாகப் பாதுகாத்தால் மனம் குளிரும். குளிர்ந்த மனம் எளியோரைக் கண்டால் விரியும்.

“உழுவினார் கைம்மடங்கின் இல்லை விழைவதுஉம்

விட்டேம் என்பார்க்கும் நிலை”

(குறள்.1036)

என்ற குறளின் மூலம் உழவருடைய உழைப்பு கைத்தொழிலின்றி மடங்கிவிட்டால் விரும்புகிறவற்றை எல்லாம் விட்டுவிட்டோம் என்று கூறும் துறவியர்களுக்குக் கூட வாழ்வில்லாமல் போகும் என்று வள்ளுவர் கூறுகிறார்.

வேளாண் தொழில்நுட்பம் :

வள்ளுவர் திருக்குறளில் நல்ல வேளாண்மைக்கு வேண்டிய தொழில்நுட்பங்களை எடுத்துக் கூறுகின்றார். வேளாண்மைக்கு முதல் பணியாக நிலத்தைப் பண்படுத்துதலைக் கூறுகின்றார். நிலம் ஆழமாக உழப்படவேண்டும். உழுதபின் நிலம் வெயிலில் காய வேண்டும். மண்ணைக் கொத்தி மண்ணின் இடையே காற்றுப்புகுமாறு செய்ய வேண்டும். அப்படிச்

செய்தால்தான் வெளியில் உள்ள நைட்ரஜனையும் பிறசத்துப் பொருட்களையும் மண்ணானது தக்க வைத்துக் கொள்ளமுடியும். நிலத்தில் முளைக்கின்ற களைகளையும் வேரற ஒழிக்க முடியும். மேலும் மேலும் உழுவதினாலும், ஆழ உழுவதினாலும்தான் இதனைச் செய்ய முடியும்.

‘தொடிப்புழுதி கல்சா வுணக்கிற பிடித்தெருவும்

வேண்டாது சாலப்படும்”

(குறள்.1037)

என்ற குறளிலிருந்து ஒருபலம் எடையுள்ள மண்ணை கால்பலமாக ஈரம் நீக்கி உலரவிட்டால் அம்மண்ணிற்கு எருவே இடவேண்டியதில்லை என்று வள்ளுவர் கூறுகிறார். அறிவியல் கருவிகளைக் கொண்டு பல ஆண்டுகள் ஆய்வுநடத்திக் கண்டுபிடிக்கும் அறிவியல் கருத்துக்களை இரண்டே வரிகளில் நுட்பமாகக் கூறியுள்ளார் வள்ளுவர். உழவு பற்றிய அத்துணை அறிவியல் கருத்துக்களுக்கும் இந்த ஒரு குறளே போதுமானதாகும்.

“ஏரினும் நன்றாம் எருஇடுதல் இட்டபின்

நீரினும் நன்றதன் காப்பு”

களையெடுத்தல், காத்தல் ஆகிய இன்றியமையாத கட்டங்களை உடையது உழவுத்தொழில் இவை அனைத்தும் வெளிப்படும் வகையில் குறள் அமைந்திருப்பது சிறப்பு. இது இன்றைய அறிவியல் கோட்பாட்டை விளக்குவதாய் உள்ளது.

தொகுப்புரை:

ஒரு நாட்டின் வளமான நிலைக்கும், சிறந்த ஆட்சி முறைக்கும், வீரர்கள் போர்க்களத்தில் வெற்றியை ஈட்டி வருவதற்கும் அடிப்படையாக அமைவது உழுது விளைவித்த நெல்லின் பயனே. ஆதலால் ஏரைக் காப்பவரின் குடியைக் காப்பதே நல்லரசின் கடமை என்கிறார் வள்ளுவர்.

வளம் நிறைந்த நாடுகளில் பொருளாதார நிலை மேலாண்மை என்பது அந்தந்த நாட்டு விளைபொருள்களின் உற்பத்தி மூலமே அமைகிறது. நாட்டில் உழவுத்தொழில் மூலம் மேன்மையுடைய நெல்வளம் பெருக்கும். உழவர்கள் வாழும் நாட்டினைப் பகைவர்கள் கூட விரும்புவார்கள். வேற்றரசர் கூட அந்த நாட்டைத் தன் புகழிடமாகக் கொள்வர்.

பலமுறை உழுதலால் மண்ணின் தன்மை மேம்படும் என்பதோடு, களைகளும் அழிக்கப்படும் என்பது வேளாண் உத்தியாகும். களைகளை அடியோடு அழிக்க ஆழ உழுவதும் சிறந்த முறை என்கிறார்.

நன்கு உழுது பயிர் விளைந்தபின் அதை காக்க வேண்டும் என்று வள்ளுவர் கூறுகிறார். மேலும் காத்தல் என்னும் ஒரே சொல்லின் வெள்ளம், பூச்சி, நோய், புயல், புற்கள் ஆகிய எல்லாவற்றிலிருந்தும் பயிரைக் காப்பது உள்ளுறையாய் அமைத்திருப்பது வள்ளுவரின் அறிவியல் நுட்பத்தை வெளிப்படுத்துவதாய் உள்ளது.

உழவின் சிறப்பையும் அந்த உழவின் தேவையினையும் உழவுத்தொழில் செய்முறை விளக்கம் போன்ற அறிவியல் கருத்துக்களையும் உழவுத் தொழிலின் மேன்மை பெருமை போன்ற செய்திகளை விளக்கமாகவும், தெளிவாகவும் பத்தே குறள்களில் 20 அடிகளில் விளக்கும் திறன் வள்ளுவரை அன்றி வேறு யாருக்கும் அமையாது. கடுகு சிறுத்தாலும் காரம் குறையாது என்பதற்கிணங்க குறுகிய அடிகளில் ஒரே அதிகாரத்தில் உழவுத்தொழில் குறித்த அத்துணை செய்திகளையும் அடக்கிக் கூற வள்ளுவப் பெருமானால் மட்டுமே முடியும்.

தமிழ்ப்பண்பாட்டின் முகப்புவிளக்கு

முனைவர் தி.நெல்லையப்பன்

உதவிப்பேராசிரியர், தமிழியல் துறை, அண்ணாமலைப் பல்கலைக்கழகம்
அண்ணாமலைநகர்-608 002, drnellai008@gmail.com

முன்னுரை

வள்ளுவம் அறியாதான், வள்ளுவத்தை வாசிக்காதான் வாழ்ந்தன்ன? வீழ்ந்தென்ன? ஆம் வள்ளுவத்தை ஏதாவதொரு காட்சிமையில் வாசித்திருக்க வேண்டும்; வள்ளுவத்தை சுவாசித்திருக்க வேண்டும். கலம் ஒதுங்க ஒரு விளக்கம் கலங்கரை விளக்கம். பகலுக்கோ விளக்குகள் வேண்டாம். விளக்கமும் வேண்டாம். இரவாகிப் போன எல்லா இதயங்களையும் மாற்றும் வல்லமை வள்ளுவம் என்ற முகப்பு விளக்கிற்கேயுண்டு. அகத்தை மாற்றும் விளக்கு இது ஒன்றே தமிழர் பண்பாட்டின் முகவரிகளுக்கெல்லாம் முகவரியாய் முடிசூடியுள்ளது; விளக்குகளுக்கெல்லாம் அறவொளியாய் அமைந்த அறியாமையிருளை மாற்றியுள்ளது. உலகில் பதினொரு கோடித் தமிழர்களின் மாற்றங்களுக்கு மாறாத பண்பாட்டுச் சின்னமாய் இலங்கும் நூல்தான் வள்ளுவன் படைத்த திருக்குறள்; இது இனங்கடந்து, மொழி கடந்து ஆழி சூழ் உலகெங்கும் பேசப்படும் ஒப்பற்ற நூல். அதனால் திருக்குறள் தமிழ்ப்பண்பாட்டின் அடையாளம்; தமிழரின் அடையாளம். இத்தகைய செந்தமிழின் உயிர்ப்பிதமாய் இலங்கும் வள்ளுவத்தை மரபார்ந்த புலவர்கள் திருவள்ளுவ மாலையாகத் தொகுத்து வரலாறு கண்டுள்ளனர். குறள் எண்ணிக்கைத் தாண்டிய நிலையில் உரைகள் பல்கிப் பெருகியுள்ளன. அதிகார எண்ணிக்கையின் எல்லை கடந்து ஆய்வு நூல்கள் அணிவகுத்துள்ளன. தமிழ்நூல் இலக்கிய வரலாற்றில் ஒரு பெரும் புரட்சி கண்ட நூல் வள்ளுவம்.

இருபதாம் நூற்றாண்டுக் கவிஞர்களில் பாரதி தொடங்கி இன்றைய கவிஞர்கள் வரையில் வள்ளுவத்தின் நெறிகளை மொழியாக இருக்கவியலாது. அந்த அணிவகுப்பில் வீறு கவியரசர் முடியரசனாக நூற்றாண்டு கண்ட மாபெரும் கவிஞன். அவர்தம் பார்வையில் தமிழ்ப்பண்பாட்டின் முகப்பு விளக்காய் வள்ளுவம் எங்ஙனம் வழிகாட்டியுள்ளது என்பதை ஆய்வதே இக்கட்டுரையின் நோக்கமாகும். பாரதியார்,

“கல்வி சிறந்த தமிழ்நாடு-புகழ்க்

கம்பன் பிறந்த தமிழ்நாடு - நல்ல

பல்வித மாயின சாத்திரத்தின் மணம்

பாரெங்கும் வீசும் தமிழ்நாடு

வள்ளுவன் தன்னை உலகினுக்கே-தந்து

வான்புகழ் கொண்ட தமிழ்நாடு-நெஞ்சை

அள்ளும் சிலப்பதிகாரமென்றோர் மணி

யாரம் படைத்த தமிழ்நாடு”¹

என்றும்,

“யாமறிந்த புலவரிலே கம்பனைப்போல்

வள்ளுவர்போல் இளங்கோ வைப்போல்

பூமிதனில் யாங்கனுமே பிறந்ததில்லை

உண்மை, வெறும் புகழ்ச்சியில்லை”²

என்னும் இரண்டு கவிதைகளிலும் வள்ளுவன் திருக்குறளைத் தந்து வான்புகழ் கொண்ட நிகழ்வை வெளிப்படுத்தியுள்ளார். வள்ளுவனைப்போல் பூமியில் ஒரு புலவனைக் கண்டதில்லை என்று குறிப்பிட்டுள்ள கருத்துகள் வள்ளுவனையும் அவன் எழுதிய திருக்குறள் நூலையும் உச்சம் தொட வைத்துள்ளது.

பாவேந்தர் பாரதிதாசன் வள்ளுவர் வழங்கிய முத்துக்கள், இசைபெறு திருக்குறள், வள்ளுவர் வழி ஆகிய கவிதைகள் இயற்றி வள்ளுவரையும் திருக்குறள் சிறப்பையும் வெளிப்படுத்தியுள்ளார். வள்ளுவத்தின் திறப்பாட்டை உரைக்கும் பாவேந்தன், தெள்ளு தமிழ்நடை சின்னஞ்சிறிய இரண்டடிகள், அள்ளுதொறுழி சுவை நினையுந்தொறும் உணர்வலைகள் இவற்றைக் கொண்டு அறம், பொருள், இன்பம் என்று அனைத்தையும் கொடுத்த வள்ளுவனைப் பெற்றதால் இந்த உலகம் புகழ் பெற்றுள்ளது என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார். திருவள்ளுவர் இயற்றப்பட்ட திருக்குறளில் வெல்லாதவைகள் இல்லை. நல்ல வாழ்க்கைக்குரிய நெறிகள் உள்ளன. அதனால் இதில் இல்லாத நெறிகளே இல்லை. அதனால்தான் இது பொதுமறை என்று அழைக்கப்படுகிறது என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார். மூன்று படியளந்து தந்ததுபோல் முப்பாலைத் தந்துள்ளார். அதனால் இனிக்கும் குறளாக இதை மக்கள் படித்துணர வேண்டும். அப்படி அவர்கள் வாழ்ந்தால் அவர்களுக்கு யாதொரு இன்னலும் அண்டாமல் வாழலாம் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார். இது ஆரியர் நான்மறைபோல் அத்திப்பழமன்ற. தித்திக்கும் முப்பழமாய் இலங்கும் நூல் என்றும் சிறப்பித்துள்ளார்.

திருக்குறளைக் கசடறக் கற்க வேண்டும் என்பர் பாவேந்தரின் எண்ணம். பகவத் கீதையை அருளிய கண்ணனை மதுராபுரிக்கு அச்சு எனப் புகழ்ந்தனர். திருக்குறளை அருளிய திருவள்ளுவரைத் தென்மதுரைக் கோர் அச்சு என மொழிய வேண்டும். பரிமேழகர் திருக்குறளுக்கு உரை வரைந்தவர். வள்ளுவரின் நெறிக்கு வடநூல்கொண்டு உரையாக்கம் செய்துள்ளமையைக் கண்டித்துள்ளார். தமிழ் நெறிக்கு ஏற்ப அவர் உரை அமையவில்லை என்றும் கூறியுள்ளார். இதனை,

**“வடநூற்கொண்டே வள்ளுவர், குறளை
இயற்றினார் என்ற எண்ணமேற் படும்படி
உரைசெய்துள்ளார் பரிமேலழகர்
எடுத்துக்காட்டொன் றியம்புகின்றேன்
ஒழுக்கமுடைமை குடிமை என்பதற்கு
உரைசொல்கின்றார் பரிமேலழகர்
தத்தம் வருணத்திற்கும் நிலைக்கும்
ஓதப்பட்ட ஒழுக்கந் தன்னை
உடையராதல் உரைதானா? இது”
ஒழுக்க முடைமை, உயர்தமிழ்க்குடிகளின்
தன்மையுடையராதல் - தகும் இது
குடிமை என்பது குடிகளின் தன்மையே”³**

என்பதை மறந்து உரை எழுதியுள்ள பரிமேலழகரை கடிந்துரைத்துள்ளார்.

மேலும், வாழி வழி வகுத்தார் வள்ளுவனார். தமிழ்மறை புகன்றார். நல்லமுறையில் நவின்றார் நம்மனோர் வாழ வழி வகுத்தார் என்று குறிப்பிட்டுள்ளார். அப்படி வாழ்பவன் வானுறையும் தெய்வத்துள்ள வைக்கப்படும் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார். ஏழைக்கு இரங்க வேண்டும். எளிமை கண்டு நகைக்கக் கூடாது எனும் அரியகருத்தின் உறைவிடமாய் இருந்தவர் வள்ளுவர் என்று புகழாரம் சூட்டியுள்ளார் பாவேந்தர்.

நாமக்கல் கவிஞர் பாடல்களில் திருக்குறள் பெருமை என்ற பொருண்மையில் பாடியுள்ள கவிதை வள்ளுவத்தின் சிறப்பை எடுத்துரைப்பதாகும். திருக்குறள் அமிழ்தம் அறிவறிந்த மெழியாம் தமிழ் மொழியில் அமைந்துள்ளது. இதனால் உலகம் முழுவதும் வள்ளுவத்தின் சீர்மையைப் பாராட்டியுள்ளனர். தமிழ் மொழிக்கு அழிவிலாத தன்மையை வள்ளுவம் தந்துள்ளது. நாடு முழுவதும் நல்ல இல்லறத்தையும் அறநெறிப்படுத்தியுள்ளது. அமைதியான வாழ்க்கை, அடிமையற்ற குடியாட்சி முறை, வானவர்க்கும் நெறியுரைக்கும் தன்மை என்று வள்ளுவத்தின் பயன்கள் நீளும் என்று குறிப்பிட்டுள்ளார்.

மேலும்,

**“இன்பம் என்று தவறு செய்து
நோய்கள்சேரக் கண்டதும்
இடைபுகுந்து மாற்றுகரைத்தே
இடரைநீக்கும் பண்டிதம்
தென்புமிக்க தூய வாழ்வின்
தெளிவு காட்டும் பண்பதாம்**

தெய்வஞான வள்ளுவன்

திருக்குறள்கள் என்பவாம்”⁴

என்று குறிப்பிட்டுள்ளமை வள்ளுவத்திற்கும் தமிழ்மொழி பண்பாடு, நாகரிகம், தமிழரின் அடையாளம் என்பனவற்றை உய்த்துணர வைத்துள்ளார்.

வாணிதாசன் “மக்கள் வளர்வதற்கும் வாழ்வதற்கும் கரம்பேறிப்போன உள்ளத்தில் முளைத்திருந்த அறியாமைக் காட்டை உழுபடையாம் திருக்குறளால் உழுதுழுது வித்திடவும், தெள்ளுதமிழ் நீர்பாய்ச்சி அறிவாக்கம் தந்த செஞ்சொல்லேர் உழவன் வள்ளுவன் என்றால் யார் மறுக்கக் கூடும் என்று கேட்டு வள்ளுவம் மக்களிடம் இருந்த அறியாமையைப் போக்கும் நூல் என்று மொழிந்துள்ளார்.”⁵

இவ்வாறு பல்வேறு புலவர்களும் வள்ளுவ நெறிகளை எடுத்தாண்டு கவிதை புனைந்து வளம் பெற்றனர். அந்த வகையில் வீறு கவியரசர் முடியரசனார் பெருமளவில் கவிதை யாத்து வள்ளுவத்தைத் தமிழ்ப் பண்பாட்டின் முகப்பு விளக்காக மாற்றியவர்.

வள்ளுவர் கோட்டம் என்றே அக்கவிதைத் தொகுப்பிற்குப் பெயரும் வைத்துள்ளார் முடியரசனைப் போல் வள்ளுவத்தைக் கவிதை வழி நெறிப்படுத்தியவர்கள் யாரும் இருந்திருக்கவியலாது. வள்ளுவ நெறிகளை முப்பத்தெட்டுக்கும் மேற்பட்ட கவியரங்கக் கவிதையாக்கியவர். முப்பால் அமுது, குறள்நெறிக் கொற்றம், பாவரை அரங்கேற அழைத்தல், ஏன் சிரித்தான்? சாதிப்போர், கனவின் நிழல், இன்பமா? துன்பமா? திருக்குறள் நம் மறை, பொது நூல், இம்மை நலம் துய்ப்போம், அறத்தின் வழிகாட்டி, சுவையோ சுவை, குறள் மனிதன் குறிக்கோள், வள்ளுவர் கண்ட உடைமைகள், மானங்காப்போம், குடும்பமும் குரலும், சிரிப்பும் அழகையும், வாழ்க்கைத் தலைவன், வள்ளுவர் இன்று வந்தால், நடைபயில்வோம், வள்ளுவன் அறநெறி ஆசான், தில்லியில் வள்ளுவர், வள்ளுவர் வழி, நல்ல குடும்பம், குறளும் ஏசுவும், எந்நாளோ? வள்ளுவர் கோட்டம், உய்யுமொ தமிழ்நாடு, வள்ளுவர் உலகில் என்பதில் கடவுள், குடும்ப வாழ்வு, மக்கள், சுற்றத்தார், ஏடுகள், நண்பர்கள், பகைவர்கள் என்பனவற்றை விவரித்துள்ளார். வாழ்க அவ்வுலகம், வள்ளுவம் பகைக்கு மருந்து நமது கடமை உள்ளிட்ட பொருண்மைகளில் வள்ளுவத்தை அழகுபடுத்தியுள்ளார்.

முப்பாலின் சிறப்பை ஒரு நாவால் தொகுத்துரைப்பது என்பது மேல்வாணைக் கையால் முழம்போட்டுக் காட்ட நினைப்பது போல் ஆகும் என்றும் நல்ல அறம், நாடும், பொருள், சொல்லரிய இன்பம் எனும் மூன்றுமே முப்பால் அமுதமாகும். இனி எப்பாலும் தேவைப்படாது என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

முடியரசன் நாட்டை ஆளும் அரசன் இல்லை என்றாலும் நான்கு வகையான பாட்டுக்கும் அரசன் என்னும் பரம்பரையில் வந்தவர். வள்ளுவனர் சொல்லி வைத்த வாழ்வுக்குறள் நெறியில் வாழ்ந்தவர். பூங்கொடி எனும் காப்பியச் சிறப்பை எடுத்துரைத்துத் தமிழ்ப்பயிர் காத்தவர். பண்டைத் தமிழ் சமூகத்தில் ஐம்பெருங்குழு எண்பேராயம் இருந்து நிருவாகப் பணி செய்தனர். அவ்வாறே மொழிக்கு ஐந்து பெருங்காப்பியங்கள் அக்குழுவாய் இருந்து பணியாற்றும் என்றும் தமிழ்விடு தூது நூலில் தமிழரின் பெருமைகளை உரைத்துள்ளவாறே இக்கவிதையிலும் இலக்கிய வரலாற்றுப் பயிரை வளர்த்து வளம் சேர்த்துள்ளார். பெரியார், அறிஞர்அண்ணா, போன்றோரின் நல்லுரைகள் போற்றுவேன். தமிழுக்கு எங்கெல்லாம் சிறப்பு அமைந்துள்ளதோ அவற்றையெல்லாம் மாற்றுவேன். தாழ்வு எனில் எதிர்க்கவும் தயங்கமாட்டேன். அரசாக்குரிய நெறிகளை வள்ளுவர் வகுத்துரைத்துள்ளார் அந்நெறியேற்று அரசாள்வோர் அமைந்தால் நலம்பேணும் நாடாக இத்தமிழ்நாடு இலங்கும் என்றும் போற்றியுள்ளார். மேலும்,

“நான்முறையால் செய்தமைத்த நுண்மாண் நெடுங்கதவை

மோதித் தகர்க்கவரும் மும்மதத்து யானைகளும்

பாதிப்பொழுதில் பரிதவித்துப் பின்செல்லும்”⁶

என்பதால் நாட்டுப் பெருமையை நன்குணர்ந்து கவியரங்கேறியவர் முடியரசன் என்பதும் அறியத்தக்கது.

பாவலரை அரங்கேற அழைத்த நிலையில் காரைக்குடி குறள் விழாக் கவியரங்கில் படை குறித்து புலவர் சண்முகனார், குடி என்ற தலைப்பில் சுப.கதிரேசன், கூழ் எனும் தலைப்பில் சொ.சொ.மீ. சுந்தரம், அமைச்சு எனும் பொருண்மையில் ந.அறிவொளி, நட்பு எனும் பொருளில் மா.கண்ணப்பன், அரண் எனும் தலைப்பில் புலவர் மரியதாசு ஆகியோர் கவியரங்கேறினர். அவர்களின் தலைப்பையும் வள்ளுவநெறியையும் ஒருங்கிணைத்துப் பாடியமுடியரசனின் கவிதையாற்றல் படிக்குந்தொறும் இன்பம் பயப்பதாகும்.

இருள்மூலம் அறியாமைப் படைகளை அழிக்கும் வல்லமை வள்ளுவத்திற்குண்டு. உலகம் உயரவும் குடியுயரவும் வள்ளுவத்தில் வழிகள் சொல்லப்பட்டுள்ளன என்பதை உணர்த்தியுள்ளார். தீவினைகள் நீங்குதற்கும் மக்கள் பசியில்லாமல் வாழ்வதற்கும் ஏற்ற அருங்கருத்துகள் வள்ளுவத்தில் உள்ளன என்றும் மொழிந்துள்ளார். அமைச்சர்கள் எங்ஙனம் நாடாளும் மன்னருக்கு உதவியாக இருந்தனர் என்பதையும் அழகிய நெறிகளால் வனப்பு செய்துள்ளார். அன்புடைமை, நட்பு என்பனவற்றால் மக்களும் மனம் மாறும் என்பதை அழகோவியப்படுத்தியவர் வள்ளுவர். ஒருமைப்பாடுதான் உலகில் வெல்லும் ஆற்றல் பெற்ற தொடர் என்பதை உணர்ந்து உரிமைக்குக் குரல் கொடுப்போம். உறவுக்குக் கை கொடுப்போம் எனும் நெறி வாழ்வியலுக்கு ஏற்றதாகும்.

சாதிப்போர் குறித்து மனம் நொந்து பாடிய கவிதையிலும் முடியரசன் மக்கள் நிலை குறித்து வெளிப்படுத்தும் கருத்து எண்ணத்தக்கது.

“சாக்காடு நோக்கிநடை போடும் போதும்

சாதிக்கே நடைபாதை போடு கின்றோம்

வாக்காளர் நடத்துதிரு நாளிற் கூட

வள்ளுவனே தோற்கின்றான்; சாதி வெல்லும்

வேக்காடு சாதிக்கு வைக்கும் நாளே

வியனுலுக்கப் புகழ்நமக்குக் கிட்டும் நாளாம்

நோக்காடு கொண்டொழுகுஞ் சமுதாயத் தில்

நாலுவகை சாதிகளாற் பயனே இல்லை”⁷

சாதி ஒழிந்த பாடில்லை. இறந்தாலும் அவரவர் சாதிக்கு ஏற்பவே சுடுகாடுகள் உண்டு. முற்போக்குஎண்ணம் என்பதெல்லாம் ஏட்டளவில் உள்ளமைதான் உண்மை. அதனால் வள்ளுவரின் கோட்பாட்டை நன்குணர்ந்து வையத்துள் வாழ்வாங்கு வாழ்வோம். வள்ளுவத்தைப் பெற்றதிரு நாட்டில் வாழும் நெறியை உணர்ந்து சாதிபேதமற்ற வாழ்க்கை வாழ்வோம் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

வள்ளுவம் வாழ்க்கை நெறிகளைத் தன்னகத்தே கொண்டு விளங்குவதால் இன்பந்தான் என்றாலும் அதன்பின்னே துன்பமும் வரத்தான் செய்கிறது என்கிறார் முடியரசன். நம் வாழ்வை கழிவுநீர்த்தேக்கம் போல் ஆக்கிவிட்டோம் என்று நொந்து கொள்கின்றார். பிறந்தோம் வாழ்ந்தோம் பின் இறந்தோம் என்பதும் பின்னர் புகழாக சிலர் நிலைத்து இருப்பர். இதுவா வாழ்க்கை என்றும் கேட்கின்றார் முடியரசன். வாழ்க்கையின் பிறப்புக்கும் இறப்புக்கும் நடுவில் உள்ள வெவ்வினைகள் ஏராளம். அவற்றை மொழிய வள்ளுவரால்கூட முடியாது என்கின்றார்.

வாழ்க்கை என்பது பல துயரம் நிறைந்த ஒரு கூடம் என்று கருதுகின்றோம். அதனால் தாழ்வான எண்ணங்கள் நம்மில் பிறந்தன. இவை இரண்டும் ஆற்றுக்கு உள்ள இரு கரைகள் என்று உணரவேண்டும். காற்றுக்கும் தென்றல், வாடை என்ற இரண்டு உண்டு. அதனால் காற்றை வெறுக்கவா செய்கின்றோம். வாடையெடுத்தால் போர்வையால் நம்மைக் காத்துக்கொள்கின்றோம் அல்லவா அதுபோலவே இத்துன்பத்தையும் போக்க வழிகாண வேண்டும் என்கின்றார். அதனால்தான் வள்ளுவ ஆசான் ‘இடுக்கண் வருங்கால் நுகு’ என்றான்.

முடியரசன் வாழ்க்கைத் தத்துவத்தை வள்ளுவத்தால் உணர்த்தி அவர் கவியாளுமையால் நிறைவு செய்யும் பாடல்,

“பிறக்குங்கால் தாலாட்டு

இறக்குங்கால் ஒப்பாரி, இரண்டும் பாட்டு;

மறக்காதீர் வாழ்க்கையொரு கவிதையாகும்

மலர்ந்து வரும் கவிதைக்குள் திளைத்து வாழ்வீர்

வெறுக்காதீர் வாழ்க்கைதனை! சாக்கா டென்றால்

வீரனுக்கோர் பூக்காடு”⁸

திருக்குறள் நம் மறை என்று 1987-களில் பாடிய கவிதை முடியரசனின் வள்ளுவ ஈடுபாட்டை எடுத்துரைக்கின்றது. நமக்கென ஒரு மறை உண்டு அதை நம்பி நடக்க வேண்டும் அதிலுள்ள நல்ல நெறிகளைக் கண்டு உயரவேண்டும். வாழ்வில் அமையும் மடமையை அகற்றித் தூய நெஞ்சமுடன் வாழ முனையவேண்டுமானால் வள்ளுவம் உதவும் என்கின்றார். எதையோ படித்து என்ன பயன் கண்டாய். ஆதனால் இனியாகிலும் வள்ளுவம் படி, கருத்தினை உணரலாம். அதனால் நீ உயர்வடைவாய்.

வள்ளுவம் எந்நாட்டவர்க்கும் எச்சமயத்தார்க்கும் எக்காலத்திற்கும் ஏற்ற பொதுநூல் என்று உரைத்த ஆல்பர்ட் சுவிட்சர் கருத்தையே பொதுநூல் எனும் தலைப்பில் கவிதையாக்கியுள்ளார் முடியரசன். இதனை,

“எல்லாப் பொருளும் இதன்பால் உளவென்று
நல்லோர் புகழ்ந்துதைத்த நல்ல திருமறைநூல்
சாதி கடந்து சமயத்திற் கப்பால்நின்
றோதும் உயரறநூல்”⁹

என்று பாடியுள்ளதால் அறியமுடிகிறது.

இம்மைநலம் துய்த்திருப்பதற்கும் வள்ளுவமே துணை நூலாகும். அதனால் செந்நெறியில் நின்றொழி வாழ்க்கை நலம் துய்ப்போம் என்று குறிப்பிட்டுள்ளார்.

அறத்தின் வழிகாட்டியே வள்ளுவந்தான் என்று காரைக்குடித் திருக்குறள் கழகக் கவியரங்கில் பாடியவர் வடக்குவழி, தெற்குவழி இரண்டில் வடக்கு வழிப்புகத் துணிந்தேன் வாடைக்காற்றின் செயல் கண்டு அஞ்சினேன். அதனால் நல்வழியாம் தென்வழியில் நடந்து சென்றேன் என்று குறிப்பிடுகின்றார்.

காலம் முழுதும் துன்பங்கள் சூழ்ந்தபோதும் கவலையிலா மனிதனென வாழவேண்டும்.

உலகம் முழுதும் தீமை ஒன்றில்லாத நிலையை உருவாக்க வேண்டும். உலகில் அறநூல்கள்படி வாழ்வோர்க்கு கவலைகள் இல்லை; சிறுமைகள் இல்லை என்பதை உணர்ந்து செயல்படவேண்டும். அறத்தை விடச் சிறப்பளிக்கும் ஆக்கம் உலகில் எதுவுமில்லை. அறத்தால் வருவதே இன்பம் என்றுணரவேண்டும். இனிய சொற்களைப் பேசுதல் மற்றவர் மனம் நோகாதிருத்தல், உள்ளத் தூய்மை கொள்ளல் என்பனவே நல்லறச் செயல்களாகும்.

மற்றொருவன் நல்வாழ்வைக் காணும்போது மனம் புழுங்காமல் இருத்தல், கோபம் கொள்ளாதிருத்தல், பிறர் பொருளைப் பறித்துக் கொள்ள நினையாதிருத்தல் என்பனவும் அறச்செயல்களாகும். அறம் என்பது இல்வாழ்க்கையில் செய்தல் மாலையிட்ட மங்கைக்கு வஞ்சகம் செய்தாதிருத்தல், இல்லறத்தைச் செம்மையுற ஆற்றுகின்றோன் இருநிலப் பயனையும் அடைவான் என்று கூறிய முடியரசன்,

“அறப்போர்க்குப் பொருள் தெரிய வேண்டும் ஐயா!
அல்லல்தரும் செயலன்றோ போரில் உண்டு
மறப்போரை அறஞ்சேர்த்து வழங்கல் ஏனோ?
மக்களதைச் செயநினைதல் நன்றோ? என்றேன்;
மறப்போர்தான் பிறருயிரை எடுப்பதாகும்
அறப்போரா தன்னுயிரைக் கொடுப்பதாகும்
சிறப்பான தமிழ் மானங்காத்தல் வேண்டின்
சிறந்ததடா இவ்வறப்போர்! செயலிற் காட்டு”¹⁰

வள்ளுவத்தில் அவ்வளவு சுவைகளும் உள்ளன. அதில் இல்லாத சுவையே இல்லை எனலாம் என்று சிவகங்கையில் 29.4.1962-களில் வள்ளுவர் பேரவைக் கவியரங்கில் கவிதை பாடியுள்ளார்.

உலகத்தைத் திருத்திப் பயன்படுத்தப் பண்படுத்தி ஏரைப் பிடித்தோன் எழில் கொழிக்கக் கண்டிருந்தான். மண்ணில் தனதுழைப்பால் மாநிலத்துத் தாய் தந்த உண்ணும் பொருளெடுத்தே ஒவ்வொன்றும் தான் சுவைத்தான். அவை கார்ப்பு, புளிப்பு, உவர்ப்பு, கசப்பு, துவர்ப்பு, இனிப்பு எனும் அறுவகை சுவைகள் ஆகும். ஆனால் மெய்ப்பாட்டில் எண் சுவைகளைத் தொல்காப்பியம் மொழிந்தமைக்கு ஏற்பவே வள்ளுவரும் எண்சுவையை உள்ளடக்கியே வள்ளுவத்தை யாத்துள்ளார். அதாவது, மருட்கை, பெருமிதம், அச்சம், உவகை எனும் எட்டாக எண்ணித்தரும் சிறப்பு வள்ளுவத்திற்கு உண்டு என முடியரசன் மொழிந்து கவியியற்றியுள்ளார். இதை அவர் யாத்த கவிதையால் சொன்னால்தான் சுவையாகும் என்பதால் தருகின்றேன் பருகுங்கள்.

“.....அவன் பெற்ற
ஆற்றலினைக் காணின் அட்டாஓ! என்று
மருட்கைச் சுவைதோன்றும்; மாநிலத்தில் முன்னோர்
பெருக்கும் புகழறியப் பேரார்வந் தோன்றிவரும்;
ஓதும் இலக்கியத்தை ஓதிச் சுவையமைத்துத்
தீதின்றிச் செந்தமிழைக் காத்த திறத்தினையும்
அத்தமிழை ஒம்பும் அரும்புலவர் வாழ்ந்ததையும்
எத்திசையும் பேர்மணக்க ஏற்றமுடன் வீற்றிருந்தே

ஆண்ட தமிழ் வேந்தர் ஆட்சியையுங் காணுங்கால்
மீண்டும் பெருமிதமே மேலோங்கும்; அ.'தன்றி
மூவேந்தர் ஆண்டு முறைசெய்த இந்நாட்டைப்
பாவேந்தர் பாடிவைத்த நாம்சுவைப்பின்
நாவேந்திப் பாடுதற்கு நாள்போதா;

.....

புக்க இருளைப் புறங்காணக் கீழ்வானில்
செக்கச் சிவந்து வரும் செங்கதிரைக் காணுவதால்
உள்ளங் களித்தே உவகைச் சுவை தோன்றும்...."¹¹

குறள் மனிதனின் குறிக்கோள் என்று முடியரசன் சிவகங்கை வள்ளுவர் பேரவைக் கவியரங்கில் 1963-களில் பாடியுள்ளார். வாழ்வியல் நன்னெறியைக் காட்டும் உலக நூலாக அமைந்தது வள்ளுவம். நம் நாட்டில் இரண்டு வழிகளில் அறத்தை மேற்கொள்கின்றனர். ஒன்று மனுதர்மம். மற்றொன்று வள்ளுவம். இவற்றுள் எல்லார் மனத்தையும் ஈர்க்கவல்லது வள்ளுவம். நல்லரசை நாட்டுதற்கு நாவலர்த்தலைவனாய் உள்ளார் வள்ளுவர். அதனால் நாகரிக அரசியலின் தந்தை என்றே வள்ளுவரை அழைக்கலாம். இருளாகற்றும் கதிரவனாய் வள்ளுவத்தின் கருத்துகள் உள்ளன என்றும் உரைத்துள்ளார். மேலும் கவிஞர் முடியரசன்,

“ஈடியால் மாநிலத்தார் உள்ள மெல்லாம்
இனிதளந்தான் புகழ்கடந்தான் மொழிகடந்தான்
ஓரடியும் நெடுமுடியும் காணா வண்ணம்
உயர்ந்தோங்கும் நெடியோனை மனந்துணிந்தே
ஊரறியக் குறள்மனிதன் என்று நீங்கள்
உரைத்தமைக்குக் காரணமென்? கால் குறைந்த
ஈடியான் குறளடியான் என்று நோக்கி

இவ்வண்ணம் உரைத்தீரோ ஆம்ஆம் உண்மை"¹²

என்று பாடியுள்ளமை வள்ளுவத்தின் வடிவமைப்போடு அவனது குறள் வடிவம் புகழ்பெற்றுள்ளமையையும் அறியத்தக்கது.

முடியரசன் அவர்கள் 1967-களில் செங்கோட்டைத் திருக்குறள் விழாக் கவியரங்கில் வள்ளுவர் கண்ட உடகைகள் குறித்து பாமாலை இயற்றியுள்ளமை மொழி நாட்டத்தோடு வள்ளுவநெறி நாட்டம் எத்தகையதாக இருந்தது என்பதை வெளிப்படுத்தியுள்ளார்.

மக்கள் தாங்கள் வைத்துள்ள செல்வங்கள் கனிமவளங்கள் இவைதான் தங்களுடைய உடமைகள் என்று எண்ணி வாழ்கின்றனர். தந்திரங்கள், வஞ்சனைகள், பொய்மைகள் செய்து எப்படியாவது சிறந்து வாழவேண்டும் என்றும் எண்ணுகின்றனர். பிறர் உயிரை வதைத்துச் செய்தும் பலரையும் படுகுழியில் தள்ளிவிட்டேனும் வாழ நினைக்கின்றனர். ஆனால் எல்லார்க்கும் உரிய ஒப்பற்றுது பொதுவுடைமை என்பதை அறிதல் வேண்டும். அதனால் பல பொல்லாத விளைவுகளைப் புறந்தள்ள முடியும். அன்புடைமை கொண்டால் அழகான வாழ்க்கை மலரும். ஒருவனை நிறையுடையவனாக மாற்றுவது ஒழுக்கமுடைமை என்பதை உணரவேண்டும். பொருளுடைமை கொண்டு புல்லர்கள் வாழ்க்கை நடத்துவர். அது நீக்கப்படவேண்டும். அருளுடைமை கொண்டு வாழும் சான்றோர்க்கு அணியாக நாம் துணை நல்க வேண்டும். பண்புடைமை நம்மை எப்போதும் பக்குவமாய் மாற்றும். இவையாவும் வள்ளுவரின் சொல்லுடைமையால் இனிது நிறைவேறும். அதனால் வள்ளுவத்தைப் படியுங்கள். இன்ப வாழ்வும் நேரிய வாழ்வும் கிடைக்கும்.

உலகம் காப்பாற்றப்பட வேண்டிய பொய்யாமொழிப் புலவன் என்று புகழப்படும் வள்ளுவன் அனைத்து மனிதர்களும் உயர்வடைய வள்ளுவத்தை எழுதினான். திருக்குறளை அனைத்து மொழிகளிலும் மொழிபெயர்த்து வெளிப்படுத்தினோம். கல்வெட்டுக்களிலும் செப்பேடுகளிலும் இன்னும் தங்க ஏட்டிலும்கூட எழுதி வெளியிட்டோம். அவன் புகழை மகிழ்ச்சியோடு விழாவாகக் கொண்டாடி மகிழ்ந்தோம். எந்த நாட்டிலும் எந்த மொழியிலும் வாகனத்தில் ஒரு புலவனின் அறக்கருத்தை வெளிப்படுத்தியது கிடையாது. நம் மொழியில் தமிழ்நாட்டில்தான் அரசு பேருந்துகளில் வள்ளுவம் நெறி பரப்பப்படுகிறது. அவ்வாறே ஒரு புலவனின் பாடல்கள் முழுவதும் கல்லெழுத்தால் செதுக்கி வெளிப்படுத்திய மாநிலம் நம் தமிழ்நாடு தான். ஒவ்வொருவரும் குறிக்கோளுடன் வாழவேண்டும். அந்த வகையில் வள்ளுவன் ஆக்கித் தந்த அறவழியில் நமது வாழ்க்கையை வெற்றியடையச் செய்வோம் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார். எல்லா வகையிலும் நமக்குத் தலைவன் வள்ளுவனே என்பதை உணர்ந்து

வாழவேண்டும். எதையும் தாங்கும் இதயம் வேண்டும். அது வள்ளுவம் பயின்றால் தானே அமையும். இதனை உணர்ந்து வாழ்க்கையை வளப்படுத்தி கொள்வோம் எனறும் முடியரசன் கூறியுள்ளார்.

வள்ளுவன் வகுத்துரைத்த வழி அறவழி வாழ்க்கை. சமுதாயம் சிறப்படையவும் அவனது கருத்துகள் வழிகாட்டுவன. இணையில்லாத குடும்ப வாழ்வுக்கும் இல்லற நெறிகளைத் தந்தவன். ஆடவர், பெண்டிர், சிறுவர், பெரியர் என்று அனைவருக்கும் வழி நூலாய் அமைந்தது வள்ளுவம். ஆனால் மக்கள் வள்ளுவத்தின் வழிகளை நாடாமல் திரைப்படங்களின் வழிகளை நாடுவது வேதனையளிக்கிறது என்கிறார் முடியரசன். மேலும், மக்கள் தங்களைத் திருத்திக் கொள்ள வேண்டும் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளமை அறிந்து இன்புறத்தக்கது.

“காரிருளில் வழிநடக்க விழைதல் வேண்டா

கதிரவனார் காட்டுகிற வழியே செல்க;

பேரிருளிற் கொண்டுய்க்கும் வழிகள் வேண்டா...

பெரும்புலவன் வள்ளுவன்சொல் வழியே செல்க

ஈரமில்லாச் சுடுமணலில் செல்ல வேண்டா

இருபுறமும் பொழில்கூடும் வழியே செல்க

கூறியுக் கண்ணுடையார் விழியை மூடிக்

குழிவிழப் பார்ப்பாரோ? கொடுமை யன்றோ?”¹³

என்பது எண்ணத்தக்கது.

இல்லறத்தின் சிறப்பை நல்ல குடும்பம் என்ற தலைப்பில் ஈரோடு இலக்கியப் பேரவையில் முடியரசன் 1967-களில் பாடியுள்ளார். இல்லறத்தில் விருந்தோம்பல் பண்பு, வேளாண் மக்களின் மரபார்ந்த நிகழ்வாக அமைந்துள்ளது. மனைக்கிழத்தி அடிமைபடாமல் வாழ்தல், கணவன் உரிய கடமைகள் ஆற்றுதல் என்பன தமிழர் வாழ்வில் பண்பாட்டில் சிறந்த இடம்பெற்றுத் திகழவேண்டும் என்கின்றார்.

இல்லறம் ஒருசிறந்த பல்கலைக்கழகம் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

“ஆணுக்குப் பெண்ணடிமை அல்லளெனுங் கொள்கைதனைப்

பேணிச் சமத்துவமே பெற்றொளிரும் இல்லறந்தான்

இன்பம் உடைத்தாகி ஏற்றம் படைத்தொளிரும்

அன்பின் அடிப்படையில் ஆக்குவதே இல்வாழ்க்கை

பெற்றெடுத்த தாய்தந்தை பேர்காக்கும் மைந்தர்களைப்

பெற்ற குடும்பந்தான் பேறுபெற்ற நற்குடும்பம்

கொண்டான் அறிவுநிலை கூடிவருஞ் செல்வநிலை

கண்டேதக நடக்கும் காரிகையே நன்மனையாம்

நெஞ்சக் குறிப்புணர்ந்து நேரம் அறிந்து மனச்

சஞ்சலத்தைப் போக்கிவரும் வஞ்சியரே நற்றெண்டிடி

தற்காத்துத் தற்கொண்டாற் பேணித் தகை சான்ற

சொற்காக்குஞ் சோர்விலாத் தோகையரே நற்றுனையாம்”¹⁴

என்பதால் குடும்பநெறியை உலகறியச் செய்ததோடு ஆணுக்குப் பெண் இளைப்பிள்ளை காண் எனும் பாரதியின் புகழ்மை வரியையும் ஆண் பெண் சமம் என்பதையும் கணவன், மனைவி இருவரும் இல்லறத்தின் இருநாண்கள் என்றும் போற்றியுள்ளமை அறியத்தக்கது. இதற்கு வள்ளுவநெறிகளே களன்களாக்கப் பெற்றுள்ளமையும் ஈண்டு உய்த்துணரத்தக்கது.

உலகம் உணர ஞான ஒளியால் உணரவைத்தவர் ஏசுபெருமான். முக்கள் வாழ்வு மலர்ந்திட வேண்டி மிக்க துயரம் மேவிய அண்ணல் என்றும் குறிப்பிட்டு ஏசுவும் குறளும் என்ற தலைப்பில் நிலைமண்டிலமாகப் பாடியுள்ள கவிதை இன்புறத்தக்கது. ஏசுபிரான் மக்களின் துன்பங்களைப் போக்கப் பிறந்தவர் என்று குறிப்பிட்டுள்ளார். முள்முடி சுமந்த நிலையிலும் தன் துயர் எண்ணாமல் மக்கள் துன்பம் குறித்து நினைத்தவர்.

வள்ளுவரும் இன்னா செய்தார்க்கும் இனியவே செய்கெனச் சொன்னவர். எனவே, ஏசுவும் வள்ளுவரும் ஒருமித்த கருத்துகளை மக்களுக்கு வழங்கியவர்கள் என்று முடியரசன் எடுத்துக்காட்டியுள்ள சிந்தனை அறியத்தக்கது.

1976-ஆம் ஆண்டு ‘வள்ளுவர் கோட்டம்’ எனும் பொருண்மையில் பாடிய கவியரங்கக் கவிதை அதன் பயனையும் பெருமையையும் எடுத்துரைப்பதாக உள்ளது. வள்ளுவம் மனத்திருளையும் அழுக்கையும் போக்கும்; நீக்கும். வாக்கினில் தூய்மை கொண்டு வாழச் செய்யும். நாம் செய்யும்

பணியில் நேர்மையுடன் செயல்பட ஊக்குவிக்கும். அதனால் அனைத்துலகிலும் உள்ள மக்களுக்கு நல்ல நூலாகும் தகுதியைப் பெற்றுள்ளது.

சிறுமைகள் ஒட்டிக்கொண்டால் வாழ்வே மாறிவிடும். அவற்றை நீக்க வழி வள்ளுவமே என்கின்றார். நல்ல வாழ்வியற் பண்பு மலர வழிகாட்டும் நூல் திருக்குறள். திருக்குறள் தமிழர்களின் மறைநூலாகும். அதனால் உலகத் தலைவனாக வள்ளுவர் உயர்ந்தோங்கி நிற்கின்றான் என்று மொழிந்துள்ளார்.

தமிழ்மொழிப் பெருமையை உணர்ந்துகொள்ளவும், தமிழின மேன்மைகளைத் தகவுறத் தெரிய வைத்துள்ள நூல் வள்ளுவமாகும். தமிழ்ப் பண்பாட்டை உலகம் அறிய வைத்த பெருமை வள்ளுவருக்கே உண்டு என்றும் முடியரசன் சங்கநாதம் கொண்டு வெளிப்படுத்தியுள்ளார். அதனால் வள்ளுவனுக்கு கோட்டம் கட்டிய பெருமை முத்தமிழறிஞர் கலைஞர் அவர்களுக்கு அமைந்தது. அதுதான் வள்ளுவர் கோட்டமாக மாறியது.

“நூற்றினும் மேலான சிற்ப

நூலினில் வல்லார் கூடிச்

சோற்றையும் மறந்து கண்கள்

துயில்வதும் மறந்து தங்கள்

ஆற்றலைப் படைத்துக் காட்ட

அவருளி எழுப்பும் ஓசை

காற்றிலே மிதந்து வந்து

களிப்புற இசைத்த தங்கே”¹⁵

என்பதால் எவ்வளவு விரைவாக வள்ளுவர் கோட்டம் எழும்பி நிறைவு பெற்றது என்பதை விவரித்துள்ளார் முடியரசன்.

வள்ளுவர் உலகில் கடவுளாக, குடும்ப வாழ்வாக, மக்களாக, ஏடுகளாக, நண்பர்களாக, பகைவர்களாக எனும் தலைப்புகளில் நாமக்கல் திருக்குறள் பேரவை நடத்திய கருத்தரங்கில் மிக நீண்ட கவிதைகளாக இயற்றி வாசித்துள்ளார். இந்த நிகழ்வு 1979-களில் நடைபெற்றது.

உலகில் உலகங்கள் ஏழு என்று சொல்வது மரபு. ஆனால் நாம் காணும் நிலையில் கலையுலகம், திரையுலகம், எழுத்தில் வல்லார் காணுலகம், பேச்சுலகம், வணிகவேந்தர் உலவுகின்ற தொழிலுலகம் என்று பல உள்ளன என்றும் மனிதன் கற்பனையில் பல சிலைகளை வடித்துவைத்துக் கொண்டு தத்தமது கடவுள் என்று சண்டையிட்டுக் கொண்டு வாழும் நிலை இன்று வரை நீடிக்கிறது. வள்ளுவரோ வாலுநின், எண்குணத்தான், மலரினமீது வாழுபவன், ஐந்தவித்தான், பகவன், தன்னைப் போலொருவர் இல்லாதான், அறத்தின் ஆழி, பொதுமையுளன் என்பனவே வள்ளுவத்தில் உள்ளன என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

மக்கள் குறித்த எண்ணம் முடியரசனின் கவிதை இன்பத்தை மேலோங்கச் செய்துள்ளது. அவர்,

“பெற்றார்க்குப் புகழ்சேர்க்கும் மக்கள் கண்டேன்

பெரியோர் சொற் படிநடக்கும் மக்கள் கண்டேன்

கற்றாரை ஆசானை மதித்தல் கண்டேன்

கல்வியிலே நெஞ்ஞன்றிப் பயிலக் கண்டேன்

வென்றார வாரங்கள் முழங்கக் காணேன்

விளைகின்ற நற்பயிரை முளையிற் கண்டேன்

சற்றேனும் களியாட்டம் காண வில்லை

தகுமக்கள் வள்ளுவரின் உலகிற் கண்டேன்”¹⁶

என்பதால் அறிவார்ந்த மக்கள் உலகில் நிலைபெற வேண்டும். அதற்கான வழிகளையெல்லாம் வள்ளுவத்தின்வழி நெறியுரைத்தவர் முடியரசன் என்றால் மாற்றுக்கருத்துக்கு இடமில்லை.

வள்ளுவர் நண்பர்களைத் தேர்வு செய்வதில் மிகவும் கவனமுடன் இருக்க வேண்டும். நல்ல நட்பாக இருந்தால் விலை கொடுத்துக்கூட பெறவேண்டும். தீய நட்பாக இருந்தால் கடிதாக விலகிக் கொள்ள வேண்டும். அப்போதுதான் வாழ்க்கை நலமுடன் அமையும். இவற்றை எண்ணிய கவிஞர் முடியரசன் நல்ல நூல் நல்ல நண்பராவர் என்பதற்கு ஏற்பவே வள்ளுவம் அமையும் என்றும் கூறியுள்ளார்.

உலகில் யாதொரு பகைமைக்கும் மருந்து வள்ளுவம். வள்ளுவம் பயின்றால் பகையில்லா வாழ்க்கையை வாழலாம். குமுகாயத்தில் உள்ள அத்தனை தீவினைகளும் நீங்கும். கொடுஐமகள்

செய்தவர்க்குக் கொடுமை செய்தால் கொழுந்துவிடும் பகைமைத்தீ. அதனால் அழிவு ஏற்படும். இதைத் தடுக்க வேண்டியது நமது கடமையாகும். அதனால் நலம் பயக்கும் நல்மருந்து வள்ளுவம் மட்டும் என்கின்றார். அதனால் வள்ளுவ நெறியைப் பின்பற்றி வாழ்ந்தால் எத்தகைய பகையையும் நீக்க முடியும் என்றும் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

தொகுப்புரை

கி.பி.இரண்டாம் நூற்றாண்டில் எழுதப்பெற்ற திருக்குறள் இன்றுவரையில் தமிழ்ப்பண்பாட்டின் முகப்பு விளக்காக எரிந்துகொண்டிருக்கின்றது. வள்ளுவம் இனம் கடந்து, மொழி கடந்து, நாடு கடந்து பேசும் பொருளாகியுள்ளது.

தமிழனின் தனித்தன அடையாளப்படுத்தல்களை வெளிப்படுத்தும் முதன்மை நூலாக விளங்கிய தொல்காப்பிய நெறிகள் பலவும் வள்ளுவத்தில் அறம், பொருள், இன்பம் எனும் முப்பொருள்களால் அணிவகுத்து, உலக அறநூலாகியுள்ள சிறப்பும் வள்ளுவத்திற்கு மட்டுமே உண்டு.

திருவள்ளுவ மாலை இயற்றி அதன் சிறப்புக்களை மரபார்ந்த புலவர்கள் வெளிப்படுத்தியுள்ளனர். தமிழ்க் கவிதைக்கு ஒரு புதுமையையும் புரட்சியையும் ஏற்படுத்திய பாரதியார், வள்ளுவர், கம்பர், இளங்கோவை முதன்மையான புலவர்களான இனப்படுத்தியவர். வள்ளுவ நெறிகளைப் பின்வந்த பாவேந்தர் பாரதிதாசன் உள்ளிட்டோர் கருத்தணைய நெறியாக்கம் செய்தனர். பலர் அதிகார எண்ணிக்கையைத் தாண்டி உரை வரைந்துள்ளனர். வள்ளுவத்தின் குறள் எண்ணிக்கையைத் தாண்டி ஆராய்ச்சி நூல்களும் கட்டுரையாக்க நூல்களும், கவியரங்க நூல்களுமாகப் பல்கிப் பெருகிய வரலாறு வள்ளுவத்திற்கு மட்டுமே உண்டு. அந்த வகையில் கவியரங்கில் 'வள்ளுவர் கோட்டம்' என்ற நூலமைக்கும் அளவிற்கு வள்ளுவ நெறிகளைப் பாடிய கவிஞர் முடியரசனார் போற்றத்தக்கவராகின்றார்.

வள்ளுவம் இல்லற வாழ்வின் சிறப்பை ஆழ்ந்துணர வைத்துள்ளது. அறநெறி ஆசனாக வள்ளுவர் திகழ்ந்தமையை வெளிப்படுத்தியுள்ளார். முப்பால் அமுதில் தொடங்கி அந்ததின் வழி காட்டியாய் விளங்குவதையும் பல்வேறு சுவைகள் வள்ளுவத்தில் அமைந்துள்ளதையும் உடைமைகள், கடமைகள் யாவை என்பதையும் ஒவ்வொருவருக்கும் வள்ளுவம் எங்ஙனம் பயன்மை நூலாகியுள்ளது என்பதையும் வெளிப்படுத்தியுள்ளார். எனவே, தமிழ்ப்பண்பாட்டின் முகப்புவிலக்காக வீறு கொண்டு எரிவது வள்ளுவமே ஆகும்.

குறிப்பெண் விளக்கம்

1. சு.உஷாராணி (உரை) பாரதியார் கவிதைகள், மூலமும் தெளிவுரையும், வர்த்தமானன் பதிப்பகம், சென்னை, முப.2019, ப.101.
2. மேலது, ப.106.
3. பாரதிதாசன், பாரதிதாசன் கவிதைகள், 'இசைபெறு திருக்குறள், ஸ்ரீஇந்து வெளியீடு, சென்னை, பத்தாம் பதிப்பு, 2011, பக்.220, 221.
4. நாமக்கல் கவிஞர் பாடல்கள், ப.65.
5. வாணிதாசன், பாட்டரங்கப் பாடல்கள், ப.110.
6. கவியரசர் முடியரசன் கவிதைகள், வள்ளுவர் கோட்டம், ப.316.
7. முடியரசன் கவிதைகள், வள்ளுவக் கோட்டம், ப.318.
8. மேலது, ப.320.
9. மேலது, 321.
10. மேலது, ப.322.
11. மேலது, ப.321.
12. மேலது, ப.324.
13. மேலது, ப.333.
14. மேலது, ப.334.
15. மேலது, ப.335.
16. மேலது, ப.338.

கு.ப.ரா.சிறுகதைகளில் ஆண்-பெண் காதலுணர்வு புலப்பாடு

முனைவர் அரங்க.அன்பில்நாதன்

உதவிப்பேராசிரியர், தமிழ்ப்பிரிவு, தொலை தூரக் கல்வி இயக்ககம்,
அண்ணாமலைப் பல்கலைக்கழகம், அண்ணாமலைநகர்- 608002.

ஆய்வுச்சுருக்கம்

தமிழ் இலக்கியங்கள் காலம் காலமாகக் காதல் நிகழ்வுகளைப் பதிவிட்டு வந்துள்ளன. சங்க அகத்திணைப் பாடல்களில் முதன்மையான பொருளாக இருந்த காதல் நிகழ்வுகள் நவீன இலக்கியங்களில் சமூக நிகழ்வுகளோடு உறழ்ந்தும் பிறழ்ந்தும் பொருளாக்கப்பட்டு வந்துள்ளன. தமிழின் தொடக்கக் கால சிறுகதைகளில் மாபெரும் புரட்சிகளையும் புதுமைகளையும் நிகழ்த்திவராகத் திகழ்கிறார் கு.ப.ரா. அவரது சிறுகதைகள் மாந்தர்களின் உள்ள உணர்வுகளின் பிழிவாக அமைந்திருக்கின்றன. குறிப்பாக, அவரது சிறுகதைகளில் இடம்பெறும் காதல் நிகழ்வுகள் நிகழ்காலச் சமூக அமைப்பின் வன்மை - மென்மைகளைக் கட்டமைப்பனவாக அமைந்திருக்கின்றன. அவ்வகையில் சிறுகதைகளின் இடம்பெறும் ஆண் பெண் ஆகியோரின் மன உணர்வுகள், காதல் உணர்வு வெளிப்பாடு ஆகியனவற்றை எடுத்துரைப்பதாக இக்கட்டுரை அமைந்திருக்கிறது.

முன்னுரை

தமிழ்ச்சிறுகதை வரலாற்றில் மணிக்கொடிக் காலம் மிகச்சிறப்பான காலமாகப் போற்றப்படுகின்றது. மணிக்கொடியில் சிறுகதைகள் எழுதிப் புகழ் பெற்றவர் புதுமைப்பித்தன் ஆவார். அவருக்கு இணையாக வைத்து எண்ணத் தக்கவராகத் திகழ்கின்றார் கு.ப.ரா. ஆண்,பெண் காதல் உறவுகளைத் தனது சிறுகதைகளில் பலநிலைகளில் பொருளாக்கிக் காட்டியுள்ளார் கு.ப.ரா. அவரது சிறுகதைகள் உணர்த்தும் காதல் சித்திரிப்புநிலை குறித்து இக்கட்டுரையில் ஆராயப்படுகின்றது.

கு.ப.ரா.வின் படைப்புலகம்

தமிழ்ச்சிறுகதை வரலாற்றில் மணிக்கொடிக் காலம் மிகச்சிறப்பான காலமாகப் போற்றப்படுகின்றது. மணிக்கொடியில் சிறுகதைகள் எழுதிப் புகழ் பெற்றவர் புதுமைப்பித்தன் ஆவார். அவருக்கு இணையாக வைத்து எண்ணத் தக்கவராகத் திகழ்கின்றார் கு.ப.ரா.

“புதுமைப்பித்தனின் படைப்புலகம் அடர்ந்த காடெனின், கு.ப.ராவின் படைப்புலகம் ஒரு கலைஞனால் உருவாக்கப்பட்ட சிறுபூங்கா ஆகும்” (ப. 189) என்று தேவசகாயகுமார் கு.ப.ரா.வின் படைப்புலகைக் குறித்து மதிப்பீடு செய்கிறார்.

ஏறத்தாழ நூற்றுக்கு மேற்பட்ட சிறுகதைகள் படைத்துள்ள கு.ப.ரா.வின் கதைகள் சமூகவாழ்வின் நிலைப்பாடுகளைப் புலப்படுத்துகின்றன. மனிதவாழ்வின் அடிப்படையாக அமையும் ஆண்-பெண் உறவுச்சிக்கல்களை அலசுகின்றன. பெண்மன உணர்வுகளைத் தமிழில் படைத்த முன்னோடிப் படைப்பாளராகவும் அவர் விளங்குகின்றார்.

கு.ப.ரா. சிறுகதைகளில் காதல் சித்திரிப்பு

கு.ப.ரா. சிறுகதைகளில் காதல் உணர்வானது அகநிலை உரையாடலாகவும், சமூக யதார்த்தநோக்கிலும் படைக்கப்பட்டுள்ளது.

“மலரினும் மெல்லிது காமம் சிலர்அதன்

செவ்வி தலைப்படு வார்” (குறள். 1289)

என்னும் குறளின் கருத்தாக்கம், கு.ப.ரா. சிறுகதைகளில் இடம் பெற்றுள்ளன.

கலை மற்றும் இலக்கியத்தில் காதல் குறித்த நிகழ்வுகள் மிகச் சிறப்பாகப் பலராலும் போற்றப்பட்டாலும் சமூக வாழ்வியலில் காதலுக்கு ஆதரவு இல்லை. மனித சமூகம் சாதி, இனம், மதம், சமயம், பொருளாதாரம் எனப் பல நிலைகளில் பிளவுண்டு கிடப்பதால் காதல் என்று வரும்போது சாதியும் பிறவும் முக்கியமான பொருளாக இருந்து விடுகின்றன.

ஒருவரை ஒருவர் பார்த்துகொள்ளாமலும் காதல் பிறக்கும் என்பதனைச் சங்கப் பாடல்களில் காணலாம். இருவருக்குமான ஒத்த உணர்வுநிலையே காதலுக்குச் சிறப்பினைத் தரும் என்பதனை வெளிப்படுத்துவதாக நூருன்னிஸா சிறுகதையினைப் படைத்துள்ளார் கு.ப.ரா.

“இந்தப் பத்து வருஷங்களாகப் பரதேசிபோல் திரிந்த பொழுதும், உப்புச் சத்தியாகிரகத்தின் காரணமாக ஆறு மாதம் சிறையில் இருந்தபொழுதும் அடிக்கடி என் மனத்தில் தோன்றித் தோன்றி என்னை மயக்கிய பெண் உருவம் யாருடையது என்று தவித்தேனே.... அப்பா, அது நூருன்னிஸாவுடையதுதான்!” (ப. 2)

என்று ஒரு ஆண் தன் மனத்தில் எழும் காதல் உணர்வினை வெளிப்படுத்துவதனையும்,

“நாம் திருச்சியில் சிறு குழந்தைகளாக விளையாடின போது என் மனத்தில் உன்னிடம் ஏற்பட்ட பற்று என்னைவிட்டு இன்னும் அகலவில்லை. ஏனென்றால் ஸ்தா உன் உருவம் சிலைபோல் என்முன் நிற்கிறது” (ப. 7)

என்று ஒரு பெண் தன் உள்ளத்தில் எழும் காதல் உணர்வினையும் வெளிப்படுத்தி நின்றலைக் காட்டுகின்றார். இதேபோன்று, காதலே சாதல் என்னும் சிறுகதையில் பள்ளிப்பருவ நாட்களில் ஒன்றாக விளையாடி மகிழ்ந்தவர்கள் பருவ வயதிலும் காதலுணர்வுடன் திகழ்வதனைக் காட்டுகின்றார் கு.ப.ரா.

“குழந்தைகளாக இருந்தபோது நான் சாப்பிடாமல் அவன் சாப்பிட மாட்டான். எது தனக்கு அகப்பட்டாலும் என்னிடம் கொடுப்பான். அம்மா புருஷப்பிள்ளையோடு விளையாடினால் காது அறுந்துபோகும் என்று இருவரையும் விரட்டுவாள். அவள் பாராமல் கூடி விளையாடுவோம்” (ப. 74)

என்னும் பகுதியில் இதனைக் காட்டுகின்றார்.

மஞ்சுவிரட்டின்வழி காதல்

மஞ்சு விரட்டு என்னும் ஏறுதழுவுதல் விளையாட்டில் வெற்றி பெற்றவர்க்குப் பெண்ணை மணமுடித்துத் தருவது முல்லைநில மக்களின் வாழ்வியலில் இருந்த ஒரு நிகழ்வாகக் கலித்தொகை குறிப்பிடுகின்றது. ஆனால் தற்காலத்தில் மஞ்சு விரட்டில் வெற்றி பெறுபவர்க்குப் பணமுடிப்பு பரிசாகத் தரப்படுகின்றது.

மஞ்சுவிரட்டில் ஈடுபடும் காத்தான்மீது பெண்கொண்ட காதலுணர்வினை வீரம்மாளின் காளை’ என்னும் சிறுகதையில் தெளிவுறுத்துகின்றார் கு.ப.ரா.

“இளமையின் பெருக்கில் மெய்மறந்த வீரம்மாள், தன் செய்கையின் பலனைக் கொஞ்சமும் சந்தேகிக்காதவளாய், கொல்லென்று சிரித்து விட்டது அவனுக்குச் சுருக்கென்று

பாய்ந்தது. வீரம்மாள் தன் காளையின் சக்தியை நன்கு அறிந்தவளாதையால் இந்தத் தீர்மானத்தைக் கேட்டதும் கவலை கொண்டுவிட்டாள்.

அதைப் பிடிக்க முயலவேண்டாம் என்று தன் தாயை விட்டுக் காத்தானுக்குச் சொல்லச் சொன்னாள். மூக்காயியின் தூண்டுதலின் பேரில் அம்பலக்காரன் கூட நல்ல வார்த்தை சொல்லிப் பார்த்தான். ஆனால் காத்தான் கள்ள ஜாதியான் அல்லவா” (ப. 80)

என்று தன் பேச்சையும் மீறி, மஞ்சுவிரட்டில் ஈடுபட்டு இறந்துபோகிறான் காத்தான். தன் காதலை அழித்த காளையை அவள் அழித்து விடுவதாக இக்கதையில் காட்டுகின்றார் ஆசிரியர்.

காதல் நிலை என்னும் சிறுகதையில் காதல் என்பதனைக் குறித்து மிக நீண்ட விவாதத்தினை வைத்துக் காட்டி, காதலின் நிலைப்பாட்டினைக் குறிப்பிடுகின்றார் கு.ப.ரா.

“காதல் என்னும் கொள்கை ஓர் அழகிய கனவு. லட்சியம். கவிகள் அதைப்பற்றி வானளாவப் பாடலாம். ஆனால் அவ்வளவு உயர்தர உணர்ச்சிக்கு வாழ்க்கையில் இடமில்லை. பால்ஸ்டாய் என்ற மகான் கூட அந்த மாதிரியே அபிப்பிராயப்படுகிறார்” (ப. 160)

என்னும் பகுதியில் காதல், காதலுணர்வு சார்ந்த நிலைப்பாடுகள் கலை, இலக்கியங்களில் மட்டுமே சிறப்பித்துப் போற்றப்பெறுவதனையும், யதார்த்த வாழ்க்கையில் காதலுக்கு அவ்வளவு மதிப்பும், மரியாதையும், சமூக அந்தஸ்தும் இல்லை என்பதனையும் தெளிவுறுத்திக் காட்டுவதைக் காணலாம். மேலும், காதல் என்பதனை,

“கல்யாணம் ஆகிற நிமிஷம். காதல் முடிவடைகிறது. ஆனால் காதலை நிலைநிறுத்த முயலுபவர்கள் கூட, மரணத்தில் சரண்புகுந்துதான் அப்படிச் செய்ய முடியும். ரோமியோவம், ஜீலியத்தும் அப்படித்தான் செய்தார்கள். பார்பிரியாவும் அவள் காதலனும் அப்படித்தான் செய்தார்கள். அதியற்புதமான காதல்கள் எல்லாம் எங்கும் அந்தமாதிரித்தான் இருந்திருக்கிறது,” (ப. 161)

என்று எடுத்துரைக்கின்றார். காதலில் விட்டுக்கொடுத்தால் வாழலாம் என்பதனை,

“கணவனும் பெண்ணும் ஒருமனப்பட்டால் காதல் ஏன் வளராது?

ஒருமனப் படுவது என்பது என்ன? இரண்டு மனங்கள் ஒன்றாவதா தானே? ஒன்று மற்றொன்றில் லயப்படுவது தானே? ஒரு ஸ்பாவம் மற்றொன்றிற்குப் பரிபூர்ணமாகக் கீழ்ப்படிவது தானே?

அதாவது சிறிய தன்மை பெரியதற்கு இடங்கொடுத்து, அதில் ஈடுபடவிடுவதுதான்.

அதை யார் தீர்மானிப்பது? ஆராய்ந்து பார்த்தால் சிறியது பெரியது என்ன? அபிப்பிராய பேதமாகத் தானே கடைசியில் முடிகிறது? (ப. 161)

என்னும் பகுதியில் காதலர்கள் இணைந்து வாழ்வதற்குரிய வழிமுறைகளைக் கூறுவதனைக் காணலாம். இவற்றோடு மேலும்,

கலையில் கவிதையில் உங்களுக்கு ஆறுதல் ஏற்படவில்லையா? அதுபோலத்தான் இது.

ஆமாம். காதலும் உண்மையைப் போலவும், அழகைப் போலவும் ஒரு கற்பனை.

அதுவேறு சாகசவதமல்ல.

அது இயற்கையல்லவா?

இயற்கைதான். ஆனால் அது மட்டும் நீடித்த சுகம் அளிக்காது.

பின் என்னதான் வாழ்க்கை?

சுகதுக்கம் கலந்த அநுபவந்தான். வெறொன்றும் இல்லை.” (ப. 163)

என்னும் பகுதியின்வழியும் தெளிவுறுத்துகின்றார்.

காதல் என்பது உடல்கள் ஒன்று சேர்வதால் வருவது அல்ல ; அது உள்ளச் சேர்க்கையினால் உருவானதாக இருக்க வேண்டும் என்று கூறுவதனை,

“காதலில் கால் பாவினால் வெள்ளம் வடிந்து போகும். காதல் மனத்தின் பெருக்கிலிருந்து செயலென்னும் மணல் தரைக்கு வந்தால் இருக்கிற இடம் தெரியாமல் வறண்டு விடும். அது எப்போதும் உடல் சம்பந்தப்பட்ட மட்டில் தூரத்துப் பச்சையாகவே இருக்க வேண்டும். நெருங்கினால் அந்த மோகனக்கனவு கலைந்துவிடும். பரஸ்பர ஆலிங்கனத்தினால் இருவர் சேர்ந்து கட்டிப்பிடித்துக் கண்டுவிட முயலும் மாய அழகு தப்பிவிடும். வெறும் உடல்கள் தாம் நிற்கும். பரஸ்பரம் உடனே ஏமாற்றமும் வெறுப்பும் தோன்றும்” (ப. 163)

என்று தெளிவுறுத்தவும் செய்கிறார்.

காதல் எதிர்ப்பு நிலை

சமூகத்தில் காதலுக்கு ஆதரவு கிடைப்பதில்லை. காதலர்கள் ஒன்றாக வாழ்வதற்குத் தடைகள் பல உள்ளன. இவற்றுள் முதலாவதாக நிற்பது சாதிப் பாகுபாடு ஆகும். சாதியின் பெயரைக் காரணம் காட்டிப் பல காதலர்கள் பிரிக்கப்படுகின்றனர். அவ்வாறு காதலித்துத் திருமணம் செய்து கொண்டவர்களையும் பெற்றவர்கள் ஏற்றுக்கொள்வதில்லை. உரிய மதிப்பினையும் மரியாதையினையும் தருவதில்லை. இதனை, மன்னிப்பு என்னும் சிறுகதையில்

“தேவராஜ முதலியார் பென்ஷன் வாங்கிக் கொண்ட டிப்டி கலெக்டர். வைதிகப் பற்றுள்ளவர். தம் ஒரே பிள்ளையான திருஞானத்தை ஐ.ஸி.எஸ்.ஸ்க்குச் சீமைக்குப் போக அனுமதித்தார். ஆனால் அவன் ஜானகி என்ற மராத்தியப்பெண்ணை மணந்தது அவருக்குக் கொஞ்சம்கூடப் பிடிக்கவில்லை. அவரால் ஆன மட்டும் தடுத்தார். பயமுறுத்தினார். ஆனால் திருஞானம் ஜானகியை மணந்தே தீர்ந்தான். கிழவர் பிள்ளையை நிராகரித்துத் தன் சுயராஜிதச் சொத்து முழுவதையும் வேறுவிதமாக விநியோகம் செய்துவிட்டார். பிள்ளையும் மருமகளையும் பார்க்கக் கூட மறுத்துவிட்டார்.” (ப. 179)

என்று காட்டுகின்றார். நினைவு முகம் மறக்கலாமோ? என்னும் சிறுகதையில்,

“நான் அப்போது முன்றாவது பாரத்தில் படித்துக் கொண்டிருந்தேன். எனக்கும் அதே வயசுதான். ஒன்று இரண்டு மாதங்கள் பெரியவளாக இருக்கலாம். அந்தப் பருவத்தில் உணர்ச்சிகள் மொட்டுக்களாக இருக்கும். அந்த இரண்டும்கெட்டான் சமயத்தில் காதல் என்று சொல்லுகிறார்களே அது இருந்ததாக நான் சொல்லவே முடியாது. ஆனால் நாங்கள் இருவரும் இணை பிரிவதில்லை. பெரியோர்கள் கூடக் கவனித்துக் கண்டிக்கும்படியாக அவ்வளவு தூரம் எப்பொழுது பார்த்தாலும் சேர்ந்தே இருப்போம்; (ப. 187)

என்று சிறுவயதுக் காதலை எடுத்துரைக்கின்றார். மேலும், காதல் நிலைப்பாட்டினை,

“ஒருவரை ஒருவர் சந்திக்காவிட்டால் என்ன? சாம்பலின் கீழ்க்கனல் போல அது கிடக்கும். ஒரு தரம் அவள் பார்த்தால் போதும். அது பளிச்சென்று பிரகாசிக்க ஆரம்பித்துவிடும்.” (ப. 189)

என்று எடுத்துரைப்பதனைக் காணலாம். மேலும் காதல் என்பது உள்ளப்புணர்ச்சியால் எழுவதே என்பதனை சதைப் பற்றற்ற காதல் என்னும் சிறுகதையில் தெளிவுறுத்துகின்றார்.

“இரண்டு வகைப் புஷ்பங்களிலிருந்து கிளம்பும் இருவிதமான வாசனைகள் எப்படிக்காற்றில் கலந்து ஒன்றாகின்றனவோ? அப்படி இரண்டு உள்ளங்களும் உணர்ச்சியில்

கலக்கின்றன. அந்த சங்கமத்தால் இரண்டு உள்ளங்களும் கலப்புணர்ச்சிகள் பெறுகின்றன. பிரயாகையில் கங்கை ஜலத்தை யமுனையும் யமுனை ஜலத்தைக் கங்கையும் பெறுவது போல” (ப. 201)

என்றும்,

“காதலுக்கு உடற்சேர்க்கைகூடத் தேவை இல்லை. மனச்சேர்க்கை போதும் என்பதுதான் அது. புனித உள்ளங்களுக்கு அதே பெருத்த கலவியின்பம் தரும். ஆண்டாள் அப்பேற்பட்ட இன்பம் பெற்றுத்தானே இளகி இளகிப் பாடினாள் தன் பேரின்பக் கலவியைப் பற்றி?” (ப. 201)

என்றும் குறிப்பிடும் பகுதிகளின்வழி அறியலாம்.

முடிவுரை

ஆண்-பெண் காதல் உணர்வுகளைப் பற்றிய கதைகளை மிகுதியாகப் படைத்துள்ள கு.ப.ரா. தனது சிறுகதைகளின்வழி காதல் உணர்வுகளை வெகுவாக எடுத்துரைத்துள்ளார். காதல் கொள்வதற்கு உள்ளம் ஒன்றிணைந்து செயல்பட்டால் மட்டுமே போதும் என்று அறிவுறுத்தும் அவர் உடற்புணர்ச்சி காதலுக்குத் தேவையற்றது என்ற கருத்தினையும் பதிவு செய்துள்ளார். வளர்ச்சியடைந்த பொருளாதார மேன்மையடைந்த படித்த சமூகங்களிலும் காதலுக்கு எதிர்ப்பு உள்ளதனைச் சிறுகதைகளின் நிகழ்ச்சிப் போக்குகளின் வழி தெளிவுறுத்துகின்றார்.

துணைநூல்கள்

1. அ.சதீஷ் (ப.ஆ.), கு.ப.ரா. கதைகள், அடையாளம் வெளியீடு, சென்னை, 2001.
2. சிட்டி சிவபாதசுந்தரம், தமிழ்ச்சிறுகதையின் தோற்றமும் வளர்ச்சியும், பாரி நிலையம், சென்னை, 1980.
3. மு.வரதராசன், (உ.ஆ.) திருக்குறள் தெளிவுரை, கழக வெளியீடு, சென்னை, 1980.

Bacterial Degradation of Crude Oil and its Ecological Impact on Natural Habitats

Dr.M.Shenbagam

Assistant Professor, Department of Biochemistry and Biotechnology, Annamalai University, Annamalainagar- 608 002, Chidambaram, Tamil Nadu, India.

Introduction

Anthropogenic petroleum contamination of marine and terrestrial ecosystems represents one of the most persistent and ecologically disruptive forms of pollution in the modern industrial era ([Truskewycz et al., 2019](#)). Large-scale oil spill disasters most notably the Deepwater Horizon oil spill and the Penglai 19-3 oil spill have demonstrated the catastrophic consequences of uncontrolled hydrocarbon release, not only in terms of immediate ecological mortality but also through long-term biogeochemical perturbations ([Mahmoud & El-Sharkawy, 2023](#)). These events result in the widespread dissemination of complex hydrocarbon mixtures, including alkanes, cycloalkanes, resins, asphaltenes, and polycyclic aromatic hydrocarbons (PAHs), many of which exhibit high persistence, lipophilicity, and toxicological relevance ([Brown et al., 2017](#)).

Once introduced into the environment, petroleum hydrocarbons undergo dynamic weathering processes evaporation, dissolution, photooxidation, and emulsification leading to the formation of recalcitrant residues such as tar balls and oil-sediment aggregates. These transformations reduce the efficiency of physical recovery methods and increase the likelihood of sedimentation and long-term ecological sequestration. Critically, PAHs and related aromatic compounds bioaccumulate across trophic levels, inducing mutagenic, carcinogenic, and endocrine-disrupting effects in exposed organisms, thereby compromising ecosystem stability and food safety ([Singh et al., 2023](#)).

Against this backdrop, microbial bioremediation has emerged as a cornerstone of environmentally sustainable oil spill management ([Elshafei & Mansour, 2024](#)). Central to this process are obligate hydrocarbonoclastic bacteria (OHCb), with *Alcanivorax borkumensis* serving as a model organism. Under nutrient-replete conditions particularly with nitrogen and phosphorus supplementation *A. borkumensis* undergoes rapid population expansion, often dominating microbial communities in oil-contaminated marine environments. This organism specializes in the degradation of linear and branched alkanes through alkane hydroxylase systems (e.g., AlkB), initiating terminal or subterminal oxidation pathways that convert hydrocarbons into fatty acids, which are subsequently funneled into β -oxidation cycles ([Beilen et al., 2003](#)).

A defining feature of OHCb is their capacity to produce biosurfactants, including glycolipids and lipopeptides, which play a critical role in enhancing hydrocarbon bioavailability ([Radwan et al., 2019](#)). These amphiphilic molecules reduce interfacial tension and promote the formation of oil-in-water emulsions, effectively increasing the surface area accessible to microbial enzymatic systems. This physicochemical facilitation is often the rate-limiting step in hydrocarbon biodegradation, particularly for hydrophobic substrates with low aqueous solubility.

Complementing the activity of specialist OHCB are metabolically versatile generalist bacteria such as *Pseudomonas aeruginosa*, which exhibit broad substrate specificity and are capable of degrading structurally complex and high-molecular-weight hydrocarbons, including PAHs (He et al., 2018). These organisms employ sophisticated enzymatic systems, such as ring-hydroxylating dioxygenases and monooxygenases, to catalyze the initial activation of aromatic rings, followed by ortho- or meta-cleavage pathways that yield intermediates entering central metabolic routes like the tricarboxylic acid (TCA) cycle. Additionally, *Pseudomonas* spp. are known for producing rhamnolipid biosurfactants, further synergizing hydrocarbon solubilization and uptake.

Importantly, the most effective biodegradation outcomes are achieved not by individual taxa but through complex microbial consortia, wherein functional complementarity and metabolic cooperation drive enhanced degradation efficiency. In such consortia, primary degraders convert hydrocarbons into intermediate metabolites, which are subsequently utilized by secondary consumers, preventing the accumulation of toxic intermediates and maintaining metabolic flux. These interactions are often regulated through quorum sensing and cross-feeding mechanisms, reflecting a highly coordinated microbial network (Cao et al., 2022).

Experimental and field studies have demonstrated that such consortia can achieve hydrocarbon degradation efficiencies of 77–88% within a matter of weeks under optimized conditions. This performance significantly surpasses conventional remediation approaches, such as mechanical skimming, chemical dispersants, and excavation, both in terms of cost-effectiveness estimated at \$10–50 per cubic meter and environmental compatibility (Cisneros-Aguirre & Afonso-Correa, 2024). Unlike physicochemical methods, which often transfer contaminants between compartments or introduce secondary pollutants, microbial bioremediation facilitates true mineralization, converting hydrocarbons into carbon dioxide, water, and biomass.

Beyond pollutant removal, microbial degradation initiates a cascade of ecological restoration processes. As hydrocarbon concentrations decline, toxicity is alleviated, allowing for the re-establishment of primary producers, including phytoplankton and benthic vegetation. Microbial activity also contributes to nutrient recycling, restoring biogeochemical cycling of carbon, nitrogen, and sulfur. Furthermore, the gradual reconstitution of microbial diversity enhances ecosystem resilience, enabling recovery from disturbance and reducing susceptibility to future contamination events.

Recent advances in omics technologies including metagenomics, metatranscriptomics, and metabolomics have further elucidated the functional potential and regulatory dynamics of hydrocarbon-degrading communities (Hidalgo et al., 2020). These approaches enable the identification of key catabolic genes, metabolic pathways, and stress-response mechanisms, offering new opportunities for engineering optimized consortia and tailoring bioremediation strategies to specific environmental contexts. Additionally, the integration of nanobiotechnology and bioaugmentation techniques holds promise for overcoming limitations associated with nutrient availability, environmental stressors, and substrate accessibility.

By harnessing the metabolic versatility and ecological adaptability of hydrocarbon-degrading microorganisms, it is possible not only to mitigate pollution but also to accelerate the recovery of affected ecosystems, thereby addressing both environmental and socio-economic dimensions of oil spill disasters. This paper provides the current insights, technological developments that are paving the way towards maintaining the environment balancing with sustainable development of eco friendly consortium development.

2. Crude Oil Composition: A Molecular Labyrinth

Crude oil emerges from ancient plankton under heat and pressure, yielding a heterogeneous brew: light crudes shimmer with volatile saturates (60-80%, straight-chain n-alkanes from C10-C40, evoking candle wax), interspersed with aromatics (15-30%, from benzene's whiff to stubborn polycyclic aromatic hydrocarbons like benzo[a]pyrene). Resins (5-15%) form tacky colloids, while asphaltenes (1-20%) aggregate into impenetrable asphalt-like cores in heavy oils (Soliman, 2019).

Biodegradation unfolds sequentially, like peeling an onion: n-alkanes dissolve first under terminal attack, their even/odd carbon chains equalizing (CPI $\approx$ 1); branched pristane/phytane ratios plummet (Pr/Ph < 1); unresolved complex mixtures (UCM) bulge as polars concentrate. Asphaltenes, shielded by heteroatoms (N, S, O), linger defiantly (Bennett et al., 2006).

3. Key Bacterial Taxa: A Microbial Menagerie

From oil-slicked deserts to hypersaline refineries, evolution has sculpted a vivid array of degraders. Proteobacteria dominate (60-80%), with *Pseudomonas aeruginosa* opportunistic virtuoso shredding 77.8% of Egyptian crude over 28 days at 22°C, its rhamnolipid surfactants forming pearl-like emulsions (Al-Wasify & Hamed, 2014). *Bacillus subtilis*, spore-clad survivor, achieves 76.7% via lipase barrages, thriving where others falter. Actinobacteria like *Rhodococcus qingshengii* OS62-1 (72% solo) wield PAH dioxygenases like molecular scissors; *Dietzia* species surge to 67% abundance in prolonged enrichments, their waxy cell walls mirroring oil affinity (Abdullah et al., 2023). Marine OHCB *Alcanivorax* (alkane specialists) and *Marinobacter* bloom ethereally in spills, turning seawater milky with biosurfactants.

4. Biochemical Mechanisms: Enzymatic Interventions

Alkane catabolism begins with AlkB hydroxylase igniting the terminal methyl group, birthing a primary alcohol that dehydrogenases morph into aldehydes, then fatty acids ripe for β -oxidation's spiral dance into acetyl-CoA, fueling the TCA cycle's fiery furnace. PAHs meet ring-hydroxylating dioxygenases (RIH, e.g., NahAc), which fuse oxygen across aromatic bonds, yielding cis-diols; these unravel via meta-cleavage (extradiol, green route) or ortho (catechol, white route) into linear acids (Hidalgo et al., 2020).

Biosurfactants paint the scene: *P. aeruginosa*'s rhamnolipids slash surface tension to 24 mN/m, boosting emulsification (EI24 54-64%), while cells with >50% hydrophobicity (BATH assay) cling to oil droplets like magnets. Co-cultures amplify this orchestra, cross-feeding intermediates (Cui & Dörmann, 2025).

5. Isolation and Screening: Hunting Microbial Gems

Enrichment mimics nature: Bushnell-Haas broth laced with 1-3% sterile crude oil swirls in flasks, serial dilutions selecting victors tracked by OD600 turbidity (Marmann et al., 2014). Oil-agar plates reveals clearance halos like microbial crop circles; gravimetric losses post-chloroform extraction quantify feasts, while GC-FID chromatograms depict vanishing peaks (n-C17/Pr < 1) (Al-Sayegh et al., 2015). First-order kinetics model the decay: $[\ln(C_t/C_0) = -kt]$, with consortia halving oil twice as fast.

6. Laboratory Degradation Studies: Empirical Triumphs

Isolates shine solo, but consortia dazzle: the *P. aeruginosa* + *B. subtilis* + *A. lwoffii* trio vaporizes 88.5% saturates in 28 days at 22°C, pH 8. *Rhodococcus* OS62-1 + *Pseudomonas* P35 blitzes 85.7% in a swift 7 days ($k=0.315\text{ d}^{-1}$). Co-culture *B. subtilis* SL + *P. aeruginosa* WJ-1 escalates from 54% to 63% crude (75% saturates), with cells 92% hydrophobic and EI24 peaking at 64% a testament to synergy (Yu et al., 2022).

n-Alkanes C13-C20 vanish (>95%), while C28+ hulks resist, underscoring substrate selectivity and improving the scaling capacities.

7. Consortia Dynamics: Synergistic Ballet

Consortia weave magic through division of labor *Pseudomonas* pioneers alkanes, *Rhodococcus* mops PAHs cross-feeding sustains the troupe (Fard et al., 2024; Mori & Kanaly, 2020). Succession unfolds dramatically: days 0-3 see *Pseudomonas* at 45%, yielding to *Dietzia*'s 68% reign by day 6, as diversity plummets (Shannon 7.9 to 1.3). 1:1 ratios harmonize CSH and emulsification for peak performance.

8. Environmental Factors: Nature's Conductors

Optimal realms evoke temperate oilfields: 25-37°C ignites enzymes (Q10=2-3), pH 7-8 stabilizes proteins, C:N:P 100:10:1 fuels growth, dissolved oxygen >2 mg/L fans flames. Consortia endure extremes 60 g/L salinity versus singles' 50 while alginate beads or polypropylene fibers shield against 5% oil toxicity, extending tolerance 20-30% (Chen et al., 2017).

9. Molecular and Genetic Insights: Genomic Blueprints

Core operons *alkB/alkM* for alkanes, *nahAc* for naphthalene, *phn* for phenanthrene, *cat* for catechols light up under qPCR, surging 3-5x in co-cultures. Metagenomics unveils flux: *Alkanindiges* and *Marinobacter* rise, functional genes enduring taxonomic churn (Dombrowski et al., 2016).

10. Field Applications: Real-World Epics

Deepwater Horizon's aftermath: *Alcanivorax* blooms devoured 50-70% alkanes amid dispersant plumes. Iranian Shiraz soils yield to *Rhodococcus* (60% TPH, 120 days); microcosms hit 64.65% (Dvořák et al., 2017; Hu et al., 2017). Nutrient-laced bioaugmentation dissolves 89% diesel over a year, as in Penglai's recovery.

11. Recent Advances (2022-2026): Innovation Horizon

2023's B./P. co-culture masters 75% saturates via CSH tweaks; 2025 Iranian halophiles (*Dietzia*) conquer hypersaline wastes (Sarkar et al., 2016). Immobilization doubles endurance; CRISPR amps *alkB*, nanobiohybrids (TiO₂-bacteria) accelerate, AI-omics crafting consortia increasing the degrading ability of the microbial consortia by not harming the environment will efficiently increase the production and scalability of culturing the hybrid varieties of microbial consortia in future.

12. Challenges: Thorny Realities

PAHs cast toxic shadows, inducing 2-7 day lags and viable-but-non-culturable (VBNC) dormancy; asphaltene mock efforts (<20% gone); lab-to-field efficacy dips to 20-30% amid winds and heterogeneity; full cleanups drag months (Cucu et al., 2025; Kakde & Sharma, 2024; Raghuvanshi et al., 2025).

13. Future Directions: Bold Frontiers

Synthetic minimal consortia (3-5 strains) via systems biology; omics-AI predicts synergies; electro-bio hybrids jolt rates; tailored Arctic/mangrove squads await global trials (Zaman et al., 2025).

14. Conclusion

From spill-induced despair to microbial mastery, bacterial consortia repaint crude oil scars with green resilience, their 80-90% efficiencies heralding an era of engineered bioremediation against mounting pollution tides in the modern era though the spillage is one in a thousand happenings, it is safer to have the solution in hand than to look for then.

Referance

1. Al-Sayegh, A., Al-Wahaibi, Y., Al-Bahry, S. et al. Microbial enhanced heavy crude oil recovery through biodegradation using bacterial isolates from an Omani oil field. *Microb Cell Fact* 14, 141 (2015). <https://doi.org/10.1186/s12934-015-0330-5>
2. Brown, J. C., Harhay, M. O., & Harhay, M. N. (2017). Nonalcoholic fatty liver disease and mortality among cancer survivors. *Cancer epidemiology*, 48, 104-109.
3. Cao, Y. T., Xiang, L. L., Qi, F., Zhang, Y. J., Chen, Y., & Zhou, X. Q. (2022). Accuracy of controlled attenuation parameter (CAP) and liver stiffness measurement (LSM) for assessing steatosis and fibrosis in non-alcoholic fatty liver disease: a systematic review and meta-analysis. *EClinicalMedicine*, 51.
4. Chen Q, Li J, Liu M, Sun H, Bao M (2017) Study on the biodegradation of crude oil by free and immobilized bacterial consortium in marine environment. *PLOS ONE* 12(3): e0174445.
5. Cucu, C Fragny, M Samoilă, A Ștefan, Ș Lazăr, A Rus, M G Brînzac, M Bumbu, M I Ungureanu, Evidence and policies in health systems: how (dis)connected are they? Lessons from a European survey, *European Journal of Public Health*, Volume 35, Issue Supplement_4, October 2025, ckaf161.1861, <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckaf161.1861>.
6. Cui, J., &Dörmann, P. (2025). Microbial degradation of hydrocarbons from petroleum assisted by biosurfactants: Pathways and bioremediation potential. *Biochimie*, 239(Pt A), 103–119. <https://doi.org/10.1016/j.biochi.2025.09.011>.
7. Danan, G., & Teschke, R. (2019). RousselUclaf Causality Assessment Method for Drug-Induced Liver Injury: Present and Future. *Frontiers in pharmacology*, 10, 853. <https://doi.org/10.3389/fphar.2019.00853>.
8. Daniele, B.-C., F.Antonioli, T.-C.Juan, and P.Ciaian. 2026. “The Succession Effect on Farm Management Choices and the Influence of Successor's Gender and Role.” *Sociologia Ruralis*66, no. 2: e70036. <https://doi.org/10.1111/soru.70036>.
9. Dombrowski, S. U., O'Carroll, R. E., & Williams, B. (2016). Form of delivery as a key 'active ingredient' in behaviour change interventions. *British journal of health psychology*, 21(4), 733–740. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12203>.
10. Dvořák Z, Li H, Mani S. Microbial Metabolites as Ligands to Xenobiotic Receptors: Chemical Mimicry as Potential Drugs of the Future. *Drug MetabDispos*. 2023 Feb;51(2):219-227. doi: 10.1124/dmd.122.000860. Epub 2022 Oct 2. Erratum in: *Drug MetabDispos*. 2023 Feb;51(2):268. doi: 10.1124/dmd.122.000860err. PMID: 36184080; PMCID: PMC9900867.
11. Dvořák, K. (2019). Neinvazivnídiagnostikajaterníchchorob–zobrazovacímetydy. *Vnitřnílékařství*, 65(9), 539-545.
12. Fard-Aghaie, M. H., Stern, L., Ghadban, T., Apostolova, I., Lehnert, W., Klutmann, S., ... & Heumann, A. (2024). Decreased mebrofenin uptake in patients with non-colorectal liver tumors requiring liver volume augmentation—a single-center analysis. *Langenbeck's Archives of Surgery*, 409(1), 92.
13. Hidalgo KJ, Sierra-Garcia IN, Dellagnezze BM and de Oliveira VM (2020) Metagenomic Insights Into the Mechanisms for Biodegradation of Polycyclic Aromatic Hydrocarbons in the Oil Supply Chain. *Front. Microbiol*. 11:561506. doi: 10.3389/fmicb.2020.561506.
14. Hidalgo, I., Nájera, N., Meaney, E., Pérez-Durán, J., Valdespino-Vazquez, Y., Villarreal, F., & Ceballos, G. (2020). Effects of (–)-epicatechin on the time course of the expression

- of perilipins in a diet-induced model of nonalcoholicsteatohepatitis. *The Journal of Nutritional Biochemistry*, 77, 108296.
15. Hu, H., Uesaka, M., Guo, S. et al. Constrained vertebrate evolution by pleiotropic genes. *Nat EcolEvol* 1, 1722–1730 (2017). <https://doi.org/10.1038/s41559-017-0318-0>.
 16. Kakade, S. S., Bote, H. K., Sarvalkar, P. D., Sharma, K. K. K., & Pawar, P. K. (2024). Effects of Common Food additives on HepG2 cells: Accumulation of reactive oxygen species and induction of cell damage and death. *ES Food and Agroforestry*, 17, 1142.
 17. Ke Y, Li J, He Z, Liu X, Shen X, Chai Z and Zeng M (2025) Effects of microbial fertilizer and green manure cropping systems on fruit quality of Korla fragrant pear. *Front. Plant Sci.* 16:1680899. doi: 10.3389/fpls.2025.1680899.
 18. Lin, B. L., Chen, J. F., Qiu, W. H., Wang, K. W., Xie, D. Y., Chen, X. Y., ... & Gao, Z. L. (2017). Allogeneic bone marrow–derived mesenchymal stromal cells for hepatitis B virus–related acute-on-chronic liver failure: a randomized controlled trial. *Hepatology*, 66(1), 209-219.
 19. Manda, M., Iacob, S. M., Manda, M., Ghioca, M. C., & Gheorghe, L. S. (2025). From Isolation to Information: Launching an Online Community for Patients with Primary Sclerosing Cholangitis, Primary Biliary Cholangitis, and Autoimmune Hepatitis in Romania-A Descriptive Study. *Healthcare (Basel, Switzerland)*, 13(23), 3148. <https://doi.org/10.3390/healthcare13233148>.
 20. Marmann, A., Aly, A. H., Lin, W., Wang, B., & Proksch, P. (2014). Co-cultivation--a powerful emerging tool for enhancing the chemical diversity of microorganisms. *Marine drugs*, 12(2), 1043–1065. <https://doi.org/10.3390/md12021043>.
 21. Mori JF, Kanaly RA. Complete Genome Sequence of *Sphingobiumbarthaii* KK22, a High-Molecular-Weight Polycyclic Aromatic Hydrocarbon-Degrading Soil Bacterium. *MicrobiolResourAnnounc*. 2021 Jan 7;10(1):e01250-20. doi: 10.1128/MRA.01250-20. PMID: 33414343; PMCID: PMC8407719.
 22. Ni, Y., Li, J. M., Liu, M. K., Zhang, T. T., Wang, D. P., Zhou, W. H., ... & Lv, W. L. (2017). Pathological process of liver sinusoidal endothelial cells in liver diseases. *World journal of gastroenterology*, 23(43), 7666.
 23. Prajakta A. Kakade, Shivkumar M. Sontakke, Avinash H. Hosmani, Indrajeet D. Gonjari. The Impact of Artificial Intelligence on Pharmacy Education, Research and Practice. *Asian Journal of Pharmaceutical Research*. 2025; 15(3):327-2. doi: 10.52711/2231-5691.2025.00051.
 24. Radwan, H. A., Elsayed, E. H., & Saleh, O. M. (2019). Significance of serum adiponectin and insulin resistance levels in diagnosis of Egyptian patients with chronic liver disease and HCC. *Asian Pacific journal of cancer prevention: APJCP*, 20(6), 1833.
 25. Raghuvanshi, A.S., Agarwal, A. An Hourly Dataset of Moisture Budget Components Over the Indian Subcontinent (1940–2024). *Sci Data* 12, 1770 (2025). <https://doi.org/10.1038/s41597-025-06044-y>.
 26. Raghuvanshi, K., Raghuvanshi, D., Kumar, D., Nepovimova, E., Valko, M., Kuca, K., & Verma, R. (2025). Exploring the role of mTOR pathway in aging and age-related disorders. *EXCLI journal*, 24, 992–1015. <https://doi.org/10.17179/excli2025-8384>.
 27. Rusydiana AS, Uula MM, Riani R (2026), "Measuring the performance of climate action of OIC countries". *International Journal of Disaster Resilience in the Built Environment*, Vol. 17 No. 2 pp. 277–296, doi: <https://doi.org/10.1108/IJDRBE-03-2025-0038>.

28. Sarkar, A., Lehto, S. M., Harty, S., Dinan, T. G., Cryan, J. F., & Burnet, P. W. J. (2016). Psychobiotics and the Manipulation of Bacteria-Gut-Brain Signals. *Trends in neurosciences*, 39(11), 763–781. <https://doi.org/10.1016/j.tins.2016.09.002>.
29. Shahid, Y., Butt, A. S., Jamali, I., & Ismail, F. W. (2025). Rising incidence of acute hepatitis A among adults and clinical characteristics in a tertiary care center of Pakistan. *World journal of virology*, 14(1), 97482. <https://doi.org/10.5501/wjv.v14.i1.97482>.
30. Singh, S., Kriti, M., Catanzaro, R., Marotta, F., Malvi, M., Jain, A., ... & Kumar, M. (2024). Deciphering the gut–liver axis: a comprehensive scientific review of non-alcoholic fatty liver disease. *Livers*, 4(3), 435-454.
31. Solomon, S. S., Srikrishnan, A. K., McFall, A. M., Kumar, M. S., Saravanan, S., Balakrishnan, P., ... & Mehta, S. H. (2016). Burden of liver disease among community-based people who inject drugs (PWID) in Chennai, India. *PloS one*, 11(1), e0147879.
32. Yu T, Liu X, Ai J, Wang J, Guo Y, Liu X, He X, Deng Z and Jiang Y (2022) Microbial community succession during crude oil-degrading bacterial enrichment cultivation and construction of a degrading consortium. *Front. Microbiol.* 13:1044448. doi: 10.3389/fmicb.2022.1044448.