



# கனவுகளை வணிகப்படுத்துதல்

சிங்கப்பூரின் ஆரம்பகால விளம்பரங்கள்

பிப்ரவரி 24, 2019 வரை

கண்காட்சிக்கான வழிகாட்டி

 NLB | National Library  
Singapore



# கனவுகளை வணிகப்படுத்துதல்

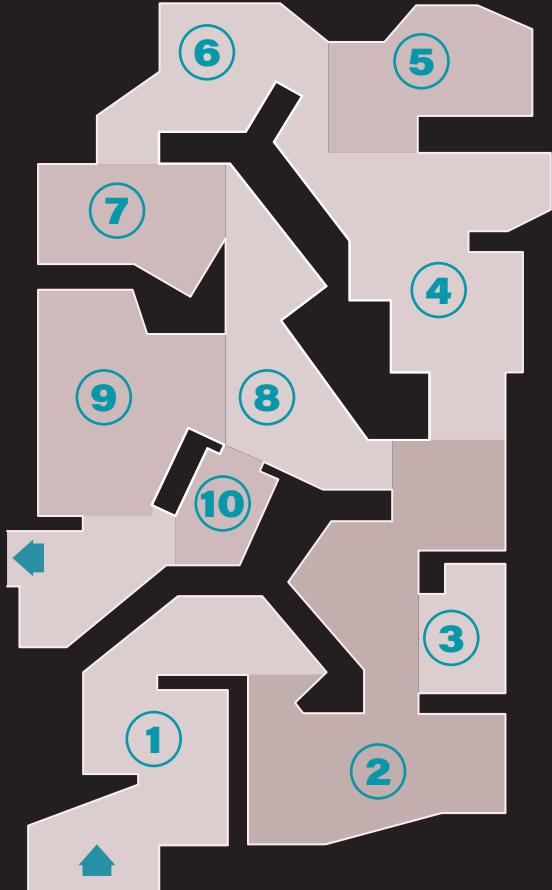
சிங்கப்பூரின் ஆரம்பகால விளம்பரங்கள்

பொருட்களையும் சேவைகளையும் விளம்பரப்படுத்துவதோடு, விளம்பரங்கள் பெரும்பாலான சமயங்களில் நமது நம்பிக்கைகள், அச்சங்கள், தேவைகள், விருப்பங்கள், இலட்சியங்கள், எதிர்பார்ப்புகள் ஆகியவற்றைத் தட்டியெழுப்புவதன் மூலம் நமது அடிமனதில் அதன்மீது ஆசையை ஏற்படுத்துகின்றன -- அதாவது, நமது கனவுகள் நனவாகலாம் என்ற கருத்தை அவை நம்மிடம் திணிக்கின்றன.

சிங்கப்பூரின் ஆரம்பகால விளம்பரங்களில் வெளிப்படுத்தப்பட்டுள்ள அன்றைய மக்களின் ஆசைகளையும் விருப்பங்களையும் வெளிக்கொண்டு வருவது இந்தக் கண்காட்சியின் நோக்கமாகும். தேசிய நூலகத்தின் செழுமையான தொகுப்புகளில், 1830 முதல் 1960 வரையிலான காலப்பகுதியில், பத்திரிகைகள், இதழ்கள், பருவ இதழ்கள், குறுகிய கால வெளியீடுகள் போன்ற பதிப்புகளில் இடம்பெற்றுள்ள விளம்பரங்கள் காட்சிப்படுத்துவதற்காகத் தருவிக்கப்பட்டுள்ளன.

இந்தக் கண்காட்சியானது பகுதிவாரிக் கடையை மாதிரியாகக்கொண்டு வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. இதிலுள்ள 10 பிரிவுகளின் மூலம் பல்வேறு பொருட்கள், சேவைகளுக்கான விளம்பரங்களைப் பார்வையாளர்கள் காணலாம்.

குதாகலத்தோடு 'ஷாப்பிங்' செய்ய வாழ்த்துக்கள்!



## கண்காட்சியின் அமைப்பு

- 1 அறிமுகம்
- 2 உணவு
- 3 மருந்து
- 4 வீட்டு உபயோகப் பொருட்கள்
- 5 வாகனம்
- 6 பயணம்
- 7 தங்கும் விடுதிகள்
- 8 பொழுதுபோக்கு
- 9 ஆடை அலங்காரம்
- 10 சில்லறை விற்பனை

# 1 அறிமுகம்: வளமையான விளம்பரப் பாரம்பரியம்

19 ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்திலிருந்து 1960கள் வரை சிங்கப்பூரில் பத்திரிகைகளும் அச்சிடப்பட்ட வெளியீடுகளும் மிகவும் பிரபலமான விளம்பர ஊடகங்களாகத் திகழ்ந்தன. இந்தக் காலத்தில் அச்சிடப்பட்டு பல்வேறு மொழிகளில் வெளியிடப்பட்ட இவை, செழுமை மிக்க விளம்பர உள்ளடக்கங்களைக் கொண்டுள்ளன.

சிங்கப்பூருக்குச் செழுமையான விளம்பர வரலாறு உள்ளது. சிங்கப்பூரில், 1910கள் வாக்கில் முதலில் விளம்பரப்படுத்தும் முகவர்கள் தோன்றினர். 1920களில் ஏற்பட்ட மிகப்பெரிய பொருளாதார வளர்ச்சி, விளம்பரத் தொழிலை வெற்றிக்கரமான ஒன்றாக உருவாக்கியது. இரண்டாம் உலகப் போருக்கு முன்பு, சிங்கப்பூரிலும் மலாயாவிலும் குறைந்தபட்சம் 20 விளம்பர நிறுவனங்கள் இருந்தன, 1932ல் வில்லியம் ஜோசஃப் வாரின் அவர்களால் நிறுவப்பட்ட வாரின் பப்ளிஸிட்டி சர்வீசஸ் போன்றவை முழு அளவிலான விளம்பர நிறுவனங்களாக விளங்கின.



## சிங்கப்பூர் குரோனிக்கல் அண்ட் கமர்ஷியல் ரெஜிஸ்டர் 21 மார்ச் 1833

சிங்கப்பூர்: சிங்கப்பூர் குரோனிக்கல் பிரஸ்

வர்த்தகத் தகவல்களையும் செய்திகளையும் வழங்கும் நோக்கத்துடன் சிங்கப்பூர் குரோனிக்கல் முதன்முதலில் 1824ம் ஆண்டில் வெளியிடப்பட்டது. அதில் அரசாங்க அறிவிப்புகள், விளம்பரங்கள், உள்ளூர் நிகழ்வுகள் பற்றிய அறிக்கைகள், அனைத்துலக செய்திகள், இறக்குமதி, ஏற்றுமதி பற்றிய விவரப் பட்டியல்கள் ஆகியவை அடங்கியிருந்தன. 1835ம் ஆண்டு வரை சிங்கப்பூரில் வெளிவந்த முதலாவதும் ஒரே செய்தித்தாளான சிங்கப்பூர் குரோனிக்கல் இருந்ததால் அது விளம்பரங்களை வெளியிடுவதில் தனியுரிமை பெற்றிருந்தது.

‘நாடகம் சார்ந்த பொழுதுபோக்குகள்’ பற்றிய அறிவிப்பு ஒன்றைத் தவிர இதன் பெரும்பாலான விளம்பரங்கள் கப்பல் வணிகப் போக்குவரத்து தொடர்பான அறிவிப்புகளாக உள்ளன. இதில் இருந்த நாடகங்கள், பாடல் நிகழ்வுகள், கவிதை வாசிப்புகள் பற்றிய விரிவான நிகழ்ச்சித் திட்டங்கள், 1830களில் சிங்கப்பூரில் வாழ்ந்த ஐரோப்பியர்களின் மாலை நேரப் பொழுதுபோக்குகள் பற்றிய கண்ணோட்டத்தை வழங்குகின்றன.

## ‘பேஜ் பாய்’ சிகரெட்டு அட்டைகளின் ஆல்பம்

வெளியீட்டாளர் அறியப்படவில்லை,

காலம்: 1930கள்

ஹென்றி ஏருடைய சேகரிப்பு

சிகரெட்டு பெட்டிகளைத் தின்மையாக்கப் பயன்பட்ட சிகரெட்டு அட்டைகளின் ஆல்பம் போன்ற குறுகியகால வெளியீடுகள், தனித்துவம் வாய்ந்த விளம்பரப் பொருட்களாக உள்ளன. இவற்றில் வண்ணமயமான படங்கள் அச்சிடப்பட்டிருந்தன. மேலும் இவை பிரபல வர்த்தகச்சின்னங்களைச் சேகரிப்பவர்களுக்கு அரிய பொருட்களாகவும் இருந்தன.

இந்த ஆல்பத்தில் 1930 முதல் ஹாலிவுட்டில் நடித்த திரைப்பட நட்சத்திரங்களின் படங்களைக்கொண்ட 97 அட்டைகள் உள்ளன. ஆல்பத்தின் இடது பக்கத்தில், பிரிட்டனின் போர் முயற்சிகளுக்கு நிதி திரட்டுவதற்காக 1940 முதல் 1941 வரை சிங்கப்பூரிலும் மலாயாவிலும் விற்கப்பட்ட ‘மலாயாவின் தேசப்பற்றாளர் நிதி’ தொடர்பான இரண்டு தபால்தலைகள் உள்ளன.



## வாரின் பப்ளிஸிட்டி சர்வீசஸ்

ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1939

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

1930களில் சிங்கப்பூரின் முன்னணி விளம்பர நிறுவனமாக வாரின் ஸ்டூடியோஸ் இருந்தது. இதன் ஆங்கிலேய நிறுவனரான வில்லியம் ஜோசஃப் வாரின் (1894-1950), 1915ல் மலாயாவின் ரப்பர் தோட்டத்தில் பணிபுரிய முதலில் வந்தார். 1932ல் அவர் வாரின் ஸ்டூடியோவை நிறுவினார். இந்த விளம்பர வணிகம் சூடுபிடிக்கத் தொடங்கியதால், 1937ல் வாரின் பப்ளிஸிட்டி சர்வீசஸ் (WPS) என தனது நிறுவனத்தின் பெயரை மாற்றினார். மலாயாவின் முக்கிய தொழில் நிறுவனங்களும் இறக்குமதி நிறுவனங்களும் இதன் வாடிக்கையாளர்களாக இருந்தன.

WPS நிறுவனத்தின் விளம்பரங்கள் பத்திரிகைகளிலும் இதழ்களிலும் பெருமளவில் வெளியிடப்பட்டன. அவற்றில் பொதுவாக வண்ணமயமான, கவர்ச்சிகரமான விளக்கப்படங்கள் வெளிவந்தன. நிறுவனத்தின் வணிக முத்திரைகளான ‘Warins’ அல்லது ‘WPS’ ஆகியவை எப்போதும் அதன் விளம்பரங்களில் இடம்பெற்று, விளம்பரத்தை வெளியிட்ட நிறுவனத்தை மக்களுக்குப் பெருமிதத்துடன் அறிவித்தன.

## 2 உணவுப் பிரிவு: மலாயாவில் உணவை நவீனப்படுத்துதல்

19ம் நூற்றாண்டு முழுவதிலும் சிங்கப்பூரில் உட்கொள்ளப்பட்ட இறைச்சியும் காய்கறிகளும் உள்ளூரிலிருந்தும் சுற்று வட்டாரப் பகுதிகளிலிருந்தும் தருவிக்கப்பட்டன. இருப்பினும், 20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில், காற்றாட்டப்பட்ட நீர், உணவைப் பதப்படுத்தும் பொருட்கள், குளிப்பதன் செய்தல், டின்களில் உணவை அடைத்தல் ஆகிய உணவு தொடர்பான தொழில்நுட்பங்கள் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவையாக மாறின. இந்த நூற்றாண்டின் இறுதிக்குள், முன்னர் உள்ளூரில் கிடைக்காத இறைச்சிகள், பழங்கள், பால் பொருட்கள், காய்கறிகள் ஆகியவற்றைச் சிங்கப்பூர் வாழ் மக்கள் இப்போது வெளிநாடுகளிலிருந்து வாங்க முடிந்தது. சந்தையில் புதிய உணவுகள் வெகுவாக வர ஆரம்பித்தவுடன், உள்ளூர் உணவுவகைகள் இறக்குமதியான புதிய பொருட்களையும் சேர்த்து தயாரிக்கப்பட்டன.

உணவுப் பொருட்களுக்கான விளம்பரங்கள் செய்வது பொதுவானதாக மாறியது. குறிப்பாக, 'ஹெர் வேர்ல்டு' போன்ற பெண்களுக்கான வெளியீடுகள், பாரம்பரியமாக வீட்டு சமையலுக்குப் பொறுப்பாக இருந்த பெண்களுக்குத் தேவையானவற்றை வழங்கின. பெரும்பாலான விளம்பரங்கள் வாடிக்கையாளர்களை விடாமல் வைத்திருக்கவும், அவர்களின் அன்றாட வீட்டு உபயோகத்தில் தங்கள் பொருட்கள் முக்கிய அங்கம் வகிக்கவும், சிக்கனம், எளிமை, ஆரோக்கியம் ஆகிய பண்புகளை முன்நிறுத்தி விளம்பரம் செய்தன.



### பிளாண்டா

ஹெர் வேர்ல்டு, டிசம்பர் 1969

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

1870களில் நெதர்லாந்திலிருந்து வந்த மார்ஜரினின் வர்த்தகச்சின்னமான பிளாண்டா இப்போதும் சிங்கப்பூர் மக்களிடையே பிரபலமாக விளங்குகிறது. மலாயாவுக்கு முதன்முதலாக இறக்குமதி செய்யப்பட்ட மார்ஜரின் இதுவேயாகும், இது விரைவில் நாட்டின் பிரபலமான வர்த்தகச்சின்னமாக மாறியது. இது அனைத்து வகையான சமையல்களிலும் தடவையாகவும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இன்றைய தேதி வரையிலும் மலேசியாவும் சிங்கப்பூரும் இந்த வர்த்தகச்சின்னத்திற்கு மிகப்பெரிய சந்தைகளாக உள்ளன.

பிளாண்டாவிற்கான இந்த விளம்பரம், அறுசுவையுள்ள குடும்ப விருந்து ஒன்றைக் காட்டுகிறது. இதன் மூலம் பிளாண்டாவைப் பயன்படுத்தி நுகர்வோர்களும் இதுபோன்ற அருமையான உணவுகளைச் சமைக்க முடியும் என விளம்பரம் உறுதியளிக்கிறது.

### கோல்டு ஸ்டோரேஜ்

ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1970

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

சிங்கப்பூர் தீவில் வாழும் மேற்கத்திய நாட்டினருக்கு வெளிநாடுகளிலிருந்து தருவிக்கப்படும் புதிய, பதப்படுத்தப்பட்ட உணவுத் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்காக இங்கு முதன்முதலாக பேரங்காடிகள் தோன்றின. ஏனெனில், அவர்கள் உள்ளூரில் வாங்கப்படும் உணவுகளுக்குப் பழக்கமில்லாமல் இருந்தனர். 19ம் நூற்றாண்டின் பெரும்பாலான ஆண்டுகளில் அவர்களுக்குக் கிடைக்காமல் போன புதிய ஆட்டிறைச்சி, மாட்டிறைச்சி ஆகியவற்றுக்காக அவர்கள் ஏங்கினர். குளிப்பதன் முறையும் பேரங்காடிகளின் உருவாக்கமும் அவர்களது தேவைகளைப் பூர்த்திச் செய்தன.

சிங்கப்பூரின் முதல் பேரங்காடியான கோல்டு ஸ்டோரேஜ், சிங்கப்பூரில் வாழ்ந்த ஐரோப்பியர்களின் தேவைகளைப் பிரதானமாக விற்றபோதும், விரைவிலேயே உள்ளூர் மக்களும் அதன் வாடிக்கையாளர்களாக மாறும்படி விரிவுப்படுத்தப்பட்டது. இந்த விளம்பரத்தில் காட்டியுள்ளபடி, 1970களில் கூட, பேரங்காடிகளில் பொருட்கள் வாங்குவது என்பது பெரும்பாலும் நடுத்தர, மேல்தட்டு மக்களுக்கான செயல்பாடாகவே இருந்தது. கோல்டு ஸ்டோரேஜில் பொருட்களை வாங்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்களது பணத்திற்குரிய தரம் வழங்கப்படுவதை இந்த விளம்பரம் உறுதிசெய்கிறது.





## லாக்டோஜென்

ஹெர் வேர்ல்டு, ஏப்ரல் 1966

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

ஆரோக்கியம் சார்ந்த விழிப்புணர்வு அதிகரிக்கத் தொடங்கியது முதல், பிறந்த குழந்தைகளைப் பராமரிப்பதும் அவர்களின் ஆரோக்கியத்தைப் பேணிக் காப்பதும் மக்களிடையே முக்கிய அம்சங்களாக இணைந்துவிட்டன. 20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதி முழுவதிலும் வந்த விளம்பரங்களில் பெரும்பகுதி, கேனில் அடைக்கப்பட்ட, பால் பொடிக்காக வெளியிடப்பட்டவைகளாகும், இதன் மூலம் தங்கள் குழந்தைகளின் ஊட்டச்சத்து மீது மக்கள் காட்டிய அதிக அக்கறை தெரியவருகிறது. தங்கள் குழந்தைகள் மீது பெற்றோர்களுக்கு இருக்கும் அன்பையும் அக்கறையையும், குழந்தைகளுக்கு முறையான ஊட்டச்சத்தை வழங்குவதில் அவர்களுக்கு இருந்த கவலைகளையும் பாதுகாப்பின்மையையும் பல விளம்பரங்கள் சாதகமாகப் பயன்படுத்திக்கொண்டன.

லாக்டோஜென் போன்ற வர்த்தகச்சின்னங்கள், குடும்பத்தினரின் ஆரோக்கியத்தில் அக்கறை காட்டுவதை விளம்பரங்களில் விவரித்து, தங்கள் நிறுவனம் மீதும் தயாரிப்புகள் மீதும் பொதுமக்களின் நம்பிக்கையை அதிகரிக்க முயன்றன.

### 3 மருத்துவம் சார்ந்த விளம்பரங்கள்: மருத்துவரை விட்டு விலகியிருங்கள்

மருத்துவ வசதிகள் குறைவாக இருந்தபோது, பாரம்பரிய மருந்து வகைகள், வீட்டு மருத்துவம், சுயமாகச் செய்துகொள்ளும் மருத்துவம் ஆகியவை 19 மற்றும் 20ம் நூற்றாண்டுகளில் சிங்கப்பூரில் வழக்கமாக இருந்தன. 1950கள் வரை, விளம்பரத் துறையில் எந்தக் கட்டுப்பாடுகளும் இல்லாமல் இருந்ததால், விளம்பரதாரர்கள் தங்களது மருந்துகளின் செயல்திறனைப் பற்றி தைரியமாகவும், சில நேரங்களில் அதிர்ச்சிக்குள்ளாக்கும் வகையிலும் உறுதிமொழிகளை வழங்க முடிந்தது. பொது சுகாதார எச்சரிக்கைகளோடு விளம்பரங்களில், தங்கள் மருந்துகள் விரைவாக நோயைத் தீர்ப்பதாகவும், அனைத்துப் பிரச்சனைகளையும் குணப்படுத்துவதாகவும் சில வர்த்தகச்சின்னங்கள் உறுதியளித்தன. இந்த விளம்பரங்கள் பொதுமக்களின் ஆரோக்கிய வாழ்விற்கான ஆசையையும், நோய்கள் தொடர்பாக பயத்தையும் பயன்படுத்திக் கொண்டன.

நோய்களைக் குணப்படுத்துவதற்கும் மேலாக, மக்கள் ஆரோக்கியமாக வாழ்வதற்கான வாழ்க்கைமுறையை மருத்துவத் தொழிற்சாலைகளில் இருந்தவர்கள் ஊக்குவித்தனர். மக்களின் உடலை நலமாகச் செயல்பட வைக்கும் இணை உணவுகள், சத்து மருந்துகள், மாத்திரைகள் ஆகியவற்றின் விளம்பரங்கள் எப்போதும் குறைவில்லாமல் வெளியிடப்பட்டன. இளமை, உடலுறுதி, உற்சாகம் போன்ற உறுதியளிக்கப்பட்ட பிற நன்மைகளும் விளம்பரங்கள் மூலம் பொதுமக்களிடையே கூறப்பட்டன. இதன்மூலம் தங்கள் இணை உணவுகளைப் பயன்படுத்திக் கூடுதல் நலன்களைப் பெறாதவர்கள், சிறந்த வாழ்க்கையைத் தவறவிடுவதாகவும் அந்த விளம்பரங்கள் கூறின.



## விகெல்ப்

ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1937

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

விகெல்ப் நிறுவனத்தின் 'ஆரோக்கியம், உடல் கட்டுமானத்துக்கான மாத்திரைகள்' பற்றிய இந்த விளம்பரம், சுரப்பிகளைக் கட்டுப்படுத்துவதே நல்ல ஆரோக்கியத்திற்கும் உடல் எடை பராமரிப்பிற்கும் உதவக்கூடிய முக்கிய அம்சமாகும் என்பதைச் சித்தரிக்கிறது. ஊட்டச்சத்துக்களையும் தாதுப்பொருட்களையும் உள்ளடக்கிய அதன் மாத்திரைகளை உட்கொள்வதன்மூலம், அதிக ஒல்லியான அல்லது பெருந்த உடல்வாகைக் கொண்டுள்ளோர்களின் பிரச்சினைகள், மிக பலவீனமாக உள்ளோர்களின் பிரச்சினைகள் போன்றவற்றைத் தீர்ப்பதாக இந்த விளம்பரம் உறுதியளிக்கிறது.



## எங் ஆன் டோங் புலி வர்த்தகச்சின்ன மருந்துகள்

மலாயா மெர்டெகா ஆல்பம், 1957

சிங்கப்பூர்: சின் சீவ் ஜிட் போ பிரஸ்

எங் ஆன் டோங் நிறுவனத்தின் புலி வர்த்தகச்சின்னம், இப்போது இந்த வட்டாரத்தின் புழங்கும் பெயராக உள்ளது. இந்த வர்த்தகச்சின்னத்திற்கான விளம்பரங்கள் அனைத்து வகையான வெளியீடுகளிலும் பெரிய அளவில் வந்தன. இந்தக் குறிப்பிட்ட விளம்பரம், பிரிட்டிஷ் ஆட்சியிலிருந்து மலாயா கூட்டமைப்பு சுதந்திரம் பெற்றபோது 'நினைவு மலராக' வெளியிடப்பட்ட மலாயா மெர்டெக்கா ஆல்பத்தின் பின்புற அட்டையில் அச்சிடப்பட்டிருந்தது. அதில் 'மெர்டெக்கா! மலாயாவிற்குச் சுதந்திரமும் விடுதலையும் தருகிறோம்' என்றும், 'எங் ஆன் டோங் புலி வர்த்தகச்சின்னத்தின் ஐந்து முக்கிய மருந்துகள் மக்களின் பல நோய்களை நீக்கி, அவர்களுக்கு ஆரோக்கியத்தையும் மகிழ்ச்சியையும் கொண்டு வருகின்றன!' என்றும் எழுதப்பட்டிருந்தது. எங் ஆன் டோங்கை மலாய் நாட்டின் வர்த்தகச்சின்னமாகச் சித்தரிக்கும் இந்த விளம்பரம், புலி வர்த்தகச்சின்னப் பொருட்களைப் பயன்படுத்துவது நாட்டு மக்களின் மகிழ்ச்சிக்கும் ஆரோக்கியத்திற்கும் அவசியம் என்பதையும் அழுத்தமாகக் கூறுகிறது.

## மெடிக்கல் ஆஃபீஸ் சுவரொட்டி

காலம்: 1930கள்

1866ல் ஜெர்மன் நாட்டைச் சேர்ந்தவர்களால் நார்த் பிரிட்ஜ் சாலையில் 'மெடிக்கல் ஆஃபீஸ்' நிறுவப்பட்டது. பின்னர், 1916ல் சிங்கப்பூரின் முதல் உள்ளூர் சீன மருந்தாளனான ஃபூ ஹீ ஹாவ்வும் அவரது நண்பர்களுமே இந்த அலுவலகத்தை வாங்கினர். ஃபூ இந்த இடத்தில் மேற்கத்திய பாணியிலான மருந்துகடையை நடத்தியதோடு மருத்துவ ஆலோசனைகள் போன்ற சேவைகளையும் வழங்கி வந்தார். மேலும் அவர் இணை ஊட்டச்சத்துப் பொருட்களும் தயாரித்து விற்றார். இவை சிங்கப்பூரிலும் இதர பகுதிகளிலும் இன்றும் விற்கப்படுகின்றன.

1920களிலிருந்து 1940கள் வரை சீனாவிலும் வெளிநாடுகளில் வசித்துவந்த சீன சமூகத்தினர் இடையேயும் பிரபலமாக இருந்த ஷாங்காயின் பட நாள்காட்டி பாணியில் இந்தச் சுவரொட்டி உள்ளது.



## 4 வீட்டு உபயோகப் பொருட்களுக்கான விளம்பரங்கள்: மலாயாவின் வீடுகளை நவீனப்படுத்துதல்

19ம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியிலும் 20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியிலும், எரிவாயு, மின்சாரம், குழாய் நீர் போன்ற நவீனப் பயன்பாடுகளும் வசதிகளும் உலகெங்கிலும் உள்ள வீடுகளில் வாழ்க்கையை மாற்றியமைத்தன. சிங்கப்பூர் அதற்கு விதிவிலக்கல்ல. இது போன்ற நவீன வசதிகளோடு ஏராளமான வகைகளிலான பயன்பாட்டு சாதனங்கள் சந்தைக்கு வந்து, மக்களின் சமைக்கும் முறைகளிலும், சுத்தம் செய்யும் முறைகளிலும், அவர்களது பொழுதுபோக்குகளிலும் மாற்றத்தைக் கொண்டுவந்தன.

வீடுகளுக்கு மின்சாரம் அறிமுகமான பிறகு, வீட்டு உபயோகப் பொருட்களுக்கும் பொழுதுபோக்கிற்கும் நுகர்வோர் சந்தை உருவானது. இதன் விளைவாக, அமெரிக்கா, ஐரோப்பா ஆகிய நாடுகளிலிருந்தும் அதன்பிறகு ஐப்பானிலிருந்தும் புதிய சாதனங்கள் பெருமளவில் இங்கு வந்து குவிந்தன. 20ம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்திலிருந்து இவை மிக அதிகமாக விளம்பரப்படுத்தப்பட்டன.

வீட்டு சாதனங்கள் 'நவீன இல்லத்திற்கு' மிகவும் அவசியம் என்பதாகச் சந்தைப்படுத்தப்பட்டன. 'உகந்த வீடு' என்ற கருத்து வீட்டு உபயோக சாதனங்கள் வருவதற்கு வெகுகாலத்திற்கு முன்னரே இருந்து வந்தது என்றாலும், 20ம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பகால விளம்பரங்கள் மூலம், நவீன வசதிகளையும், பொழுதுபோக்குகளையும் கொண்ட வீடு என்று அது கருத்து உருமாற்றம் பெற்றது.



### ஆஸ்ரம்

ஜெனரல் இலக்ட்ரிக் கம்பெனி லிமிடெட் ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1941  
சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

ஃப்ளோரசன்ட் விளக்குகள் பற்றிய இந்த ஓஸ்ராம் விளம்பரம் 1940களில் வெளியிடப்பட்டபோது, அது ஓர் எதிர்கால மாயாஜாலமாகத் தோற்றமளித்திருக்க வேண்டும். இந்த விளக்கப்படம், நவீன வீட்டையும் அலுவலகத்தையும் சித்திரிப்பதோடு, ஃப்ளோரசன்ட் பல்புகளே எதிர்காலத்தில் ஒளியூட்டுபவையாக அமையும் என்பதையும் குறிக்கிறது. ஓஸ்ரத்தின் இந்தக் கருத்து பொய்யாகவில்லை. அதன்பிறகு, உலகெங்கிலும் உள்ள வீடுகளிலும் அலுவலகங்களிலும் ஃப்ளோரசன்ட் விளக்குகள் முக்கிய அம்சமாக மாறிவிட்டதை நாம் அறிவோம்.

### கெல்வினேட்டர் குளிர்சாதனப் பெட்டிகள்

ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1940  
சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

கெல்வினேட்டர் நிறுவனம் அதன் குளிர்சாதனப்பெட்டிகளை 'ஒரு பெண்களின் கனவு' என விவரித்தது. இந்தக் கண்கவரும் விளக்கப்படம், வியக்கத்தகு விளம்பரக் கலைப்படைப்புகளுக்கு நன்கு அறியப்பட்டிருந்த விளம்பர நிறுவனமான சிங்கப்பூரின் வாரின் ஸ்டுடியோஸால் உருவாக்கப்பட்டது.



## கெல்வினேட்டர்

ஈஸ்ட் ஏஷியாடிக் கம்பெனி லிமிடெட்  
ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1956  
சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

பெரும்பாலான வீட்டு உபயோகப் பொருட்களுக்கான விளம்பரங்கள், வீட்டு வேலைகளைச் செய்யும் நேரத்திலும் பெண்களைக் கூட அழகாகவும் நாகரீகமாகவும் தோன்றச் செய்தன. இந்தக் குறிப்பிட்ட விளம்பரம் புதிய, சுவையான உணவுப் பொருட்கள் நிறைந்த குளிர்சாதனப் பெட்டியையும், விசாலமாகவும் சுத்தமாகவும் இருக்கும் நிறைவான வீட்டுச் சமையலறையையும் காண்பிக்கிறது.



## கிரண்டிக் இசைவட்டு இயந்திரம்

நன்யாங் மாதாந்திர இதழ், தொகுதி 37,  
ஜூலை 1960  
சிங்கப்பூர்: நன்யாங் பிரிண்டர்ஸ்

உள்ளூர் மற்றும் உலகளாவிய செய்திகளையும் பொழுதுபோக்குகளையும் அணுகுவதற்கான புதிய திறன்கள், வீட்டு பொழுதுபோக்குத் தயாரிப்புகளின் வளர்ச்சியை அதிகரித்தன. இதன் நீட்சியாக, அவற்றின் விற்பனையை அதிகரிப்பதற்கான விளம்பரங்களும் பெருகின. அப்போது வானொலிப்பெட்டிகளும் இசைவட்டு இயந்திரங்களும் ஓரளவுக்கு விலையுயர்ந்த ஆடம்பரப் பொருட்களாகக் கருதப்பட்டன. மேலும் பல விளம்பரங்கள், வானொலிப்பெட்டியைச் சொந்தமாக வைத்திருப்பதைப் பெருமையான விஷயமாகவும் செல்வத்தின் அடையாளமாகவும் விளம்பரப்படுத்தின.

இந்த விளம்பரத்தில், முழுமையாக குளிர்சாதன வசதி செய்யப்பட்டு, புதுப்பாணியிலான மத்திய நூற்றாண்டின் அறைகலன்களைக் கொண்டு அலங்கரிக்கப்பட்ட நவீன வீட்டில், கிரண்டிக் நிறுவனத்தின் இசைவட்டு இயந்திரமும் இசைவட்டுகளும் இருப்பதாகச் சித்திரிக்கப்பட்டுள்ளது. இதில் படம் பிடிக்கப்பட்டுள்ள மாடல் நடிகைகள், உயர்தரமான பாரம்பரிய ஆடைகளையும் மேற்கத்திய ஆடைகளையும் அணிந்துள்ளனர். இந்தப் புகைப்படத்தின் அனைத்துப் பொருட்களுமே வீட்டின் ஆடம்பரத்தை வெளிப்படுத்துவதாக உள்ளன. ஆடம்பரமான வீட்டில் கிரண்டிக் நிறுவனத்தின் இசைவட்டு இயந்திரமும் அவசியம் இருக்க வேண்டும் என்ற கருத்தை இந்த விளம்பரம் கொண்டுள்ளது.

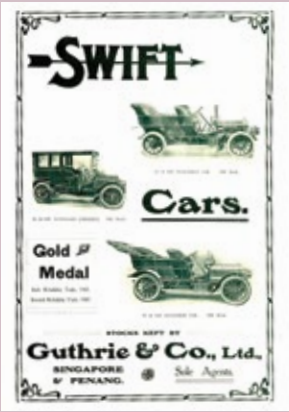


5

## வாகனங்கள் பற்றிய விளம்பரங்கள்: காரை வாங்குங்கள், பயணங்களை மேற்கொள்ளுங்கள்

சிங்கப்பூருக்கு வந்த முதல் மோட்டார் காரானது ஒரு சிலிண்டரும், 5 குதிரைத்திறனையும் கொண்ட பென்ஸ் கார் ஆகும். 1894ம் ஆண்டில் ஈஸ்டர்ன் எக்ஸ்தென்ஷன் டெலகிராஃப் நிறுவனத்தின் திரு. பி. ஃப்ராஸ்ட் அவர்களுக்காக, பொதுச் சரக்குகளை இறக்குமதி செய்யும் காட்ஸ் பிரதர்ஸ் நிறுவனத்தால் இந்தக் கார் இறக்குமதி செய்யப்பட்டது. அந்த நேரத்தில், கார்கள் மிகச் சமீபத்திய தொழில்நுட்பத்தைக் கொண்டவையாகக் கருதப்பட்டன. அவற்றின் உற்பத்தி மிகவும் குறைவாகவும், விலைகள் மிகவும் அதிகமாகவும் இருந்ததால், சமுதாயத்தில் உள்ள செல்வந்தர்களால் மட்டுமே அவற்றை வாங்க முடிந்தது.

1920களில் அதிக அளவில் வாகனங்களை உற்பத்தி செய்யும் திறன்களைக்கொண்ட தொழிற்சாலைகள் அறிமுகமான பிறகு, கார்களின் உற்பத்திச் செலவு பெருமளவில் குறைவாக ஆரம்பித்தது. இதனால், பொதுமக்களுக்கான நுகர்வோர் சந்தையில் கார்களும் நுழைய ஆரம்பித்தன.



### ஸ்விஃப்ட் கார்கள்

குத்ரி & கோ. லிமிடெட்

ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1907

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில் சிங்கப்பூரில் வசிக்கும் மக்களுக்குத் தனிப்பட்ட முறையில் கார் வாங்குவது அடைய முடியாத இலட்சியமாகவே இருந்தது. 20ம் நூற்றாண்டின் மத்திய காலப்பகுதி வரை வாகனங்களை இறக்குமதி செய்யும் நிறுவனங்கள் சிங்கப்பூரில் இல்லை. அது வரை குத்ரி என்ட் கோ போன்ற பொது இறக்குமதி நிறுவனங்கள் மூலமே கார்கள் சிங்கப்பூருக்கு இறக்குமதி செய்யப்பட்டன.

இந்த விளம்பரம், வெளிநாட்டு இறக்குமதியாளர்களுக்கு ஸ்விஃப்ட் நிறுவனத்தால் வழங்கப்பட்டதாகும். இதில் கார்கள் பற்றிய அழகான, விரிவான விளக்கப்படங்கள் உள்ளன.

### மோரிஸ் கார்கள்

மலாயன் மோட்டார்ஸ்

ஹெர் வேர்ல்டு, நவம்பர் 1960

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

காரைச் சொந்தமாக வைத்திருப்பதே மகிழ்ச்சியான குடும்பத்திற்கான அடையாளமாக மோரிஸ் நிறுவனத்தின் இந்த விளம்பரம் சித்தரிக்கிறது. கச்சிதமாகப் படம் பிடிக்கப்பட்ட நவீன குடும்பம் ஒன்று, புதிய மோரிஸ் மோட்டார் காரைச் சுற்றி நிற்பதாக இதில் சித்தரிக்கப்பட்டுள்ளது. மோரிஸ் கார்கள் பாதுகாப்பானவையாகவும், இடவசதி கொண்டவையாகவும், மலிவு விலையில் கிடைப்பவையாகவும், எளிப்பொருளைக் குறைவாகப் பயன்படுத்துபவையாகவும் இதன் சிறப்பம்சங்கள் பெருமிதத்துடன் இதில் கூறப்படுகின்றன.



### பென்ஸ் & கோ. ஹார்ஸ்லெஸ் கேரேஜெஸ்

காட்ஸ் பிரதர்ஸ்

தி ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ், 29 ஆகஸ்ட் 1896

சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்

இந்த விளம்பரம், சிங்கப்பூருக்கு இறக்குமதி செய்யப்பட்ட முதல் காரான பென்ஸ் & கோ நிறுவனத்தின் இரண்டு சிலிண்டர்களைக் கொண்ட காரைச் சித்தரிக்கிறது. பென்ஸ் காரை 'குதிரையில்லாத வண்டி' எனக் குறிப்பிடும் இந்த விளம்பரம், அதன் நன்மைகளைப் பற்றியும் விவரிக்கிறது. பாதுகாப்பாகத் துவங்கலாம் எனவும், பிரேக் பிடிக்கலாம் எனவும் உறுதியளிப்பதுபோல, இந்தக் காரின் எண்ணெய் செலவு ஒரு மைலுக்கு அரை பென்னி மட்டுமே என விவரமளிக்கிறது. ஒரு மணி நேரத்திற்கு 10-லிருந்து 15 மைல்கள் வரை (15-லிருந்து 25 கிலோமீட்டர்கள் வரை) பயணிக்கலாம் எனப் பெருமையாகக் குறிப்பிடும் இந்த விளம்பரம், காரில் "சப்தமில்லாமல் இயங்கும் இயந்திரம்" இருப்பதாக அறிவித்தாலும், இந்த அறிவிப்பு சிறிது மிகைப்படுத்தப்பட்டதாக அப்போது இருந்திருக்கலாம்.

## 6 சுற்றுலா சார்ந்த விளம்பரங்கள்: மகத்தான பயணங்கள்

1869ல் சூவஸ் கால்வாய் திறக்கப்பட்டது. இதனால் ஐரோப்பாவிற்கும் ஆசியாவிற்கும் இடையே கப்பல் பயணத்திற்கான நேரம் பாதியாகக் குறைந்தது. இதன்மூலம் உலகச் சுற்றுலா தொடங்கியது. 19ம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதி முதல் இரண்டாம் உலகப்போர் வரை, பல்வேறு நாடுகளின் கப்பல்கள் வந்து நிலக்கரி நிரப்பிச் செல்லும் துறைமுகமாக சிங்கப்பூர் விளங்கியது. அத்துடன், உலகலாவிய சுற்றுலாவிற்கான முக்கியத் தொடர்பு மையமாகவும் அது திகழ்ந்தது. பிரிட்டிஷ் மலாயாவிற்குச் சுற்றுலாவை மேம்படுத்துவதற்காக விளம்பரங்கள் இங்கு பயன்படுத்தப்பட்டன. அவற்றில், இயற்கை வளங்களும் வணிக வாய்ப்புகளும் நிறைந்த கவர்ச்சிகரமான, வெப்பமண்டல நாடாக பிரிட்டிஷ் மலாயா சித்திரிக்கப்பட்டிருந்தது.

விடுமுறை கால சுற்றுலாப் பயணமானது மிகவும் பிரபலமடைந்ததால், சுற்றுலா தொடர்பான விளம்பரங்கள் அச்சு ஊடகங்களில் அதிகரித்து, அவை அந்தக் காலத்தின் சுற்றுலாப் பயணத்திற்கான தேர்வுகளையும் முக்கிய சுற்றுலாத் தளங்களையும் வெளிப்படுத்தின. இவை சுற்றுலாவின்போது உள்ள நிலைமைகளையும் பிரதிபலித்தன. உதாரணமாக, பயணக் கப்பல்களைப் பற்றிய விளம்பரங்கள் சுற்றுப்பயணி ஒருவர் எப்படி ஒரு துறைமுகத்திலிருந்து இன்னொரு துறைமுகத்திற்கு வசதியாகப் பயணிக்கலாம் என்பதைச் சித்திரித்தன.

(வலம்)

### ஃபெடரேட் மலாய் ஸ்டேட்ஸ் ரயில்வேஸின் வரைபடம்

சிங்கப்பூர்: டோலோர்ஸ் ஜாக்சன், 1917

(கீழ்)

### ஃபெடரேட் மலாய் ஸ்டேட்ஸ் ரயில்வேஸ் சயாமீஸ் ஸ்டேட் ரயில்வேஸ்

தி அன்னுவல் ஆஃப் தி ஈஸ்ட் (1932-33)

லண்டன்: அலபாஸ்டர், பாஸ்மோர் & சன்ஸ்

மலாயாவின் முதல் ரயில் பாதை, 1885ல் சுரங்கத் தொழிலுக்குச் சேவை செய்ய முதலிலும், பின்னர், ரப்பர் தொழிலுக்காகவும் கட்டமைக்கப்பட்டது. மலாயாவிலுள்ள பல்வேறு ரயில் பாதைகளை ஒன்றிணைக்கவும் சிங்கப்பூரில் ஒரு ரயில் அமைப்பை உருவாக்குவதற்காகவும் 1901ல் ஃபெடரேட் மலாய் ஸ்டேட்ஸ் ரயில்வேஸ் (FMSR) நிறுவப்பட்டது. மலாயாவின் பல சுற்றுலாத் தளங்களைப் பார்க்கும் அருமையான வாய்ப்பு இதன்மூலம் கிடைத்ததால், சுற்றுலாப்பயணிகளுக்கு இது வரப்பிரசாதமாக அமைந்தது.

இந்த மடிக்கப்பட்ட வரைபடத்தின் மேல் அட்டையிலும் பின்புறத்திலும் பல்வேறு தயாரிப்புகளின் விளம்பரங்கள் நிரம்பியுள்ளன. உணவுகள், பானங்கள், கட்டிடப் பொருட்கள், கார் பாகங்கள், வீட்டு உபயோகப் பொருட்களென பல பொருட்களுக்கான விளம்பரங்கள் இதில் வெளியாகியுள்ளன. வரைபடத்தின் வலது பக்கத்திலும் விளம்பரங்கள் உள்ளன. ரயில் பயணிகளுக்கு மிகவும் பயனுள்ள இந்த வரைபடத்தை அச்சிடுவதற்கு இதன் விளம்பரதாரர்கள் நிதியுதவி செய்துள்ளதாகத் தெரிகிறது. தற்காலத்தில் இலவசமாக விநியோகிக்கப்படும் சுற்றுலா வரைபடங்களைப் போல இதுவும் உள்ளது.

1918ல், FMSR சயாமீஸ் ஸ்டேட் ரயில்வேஸின் வழித்தடத்துடன் இணைக்கப்பட்டது. இதன் மூலம், சிங்கப்பூரிலிருந்து பினாங்கு, பாடாங் பெலர் வழியாக எல்லையோரமாக பேங்காக்கிற்குப் பயணிக்க முடிந்தது. இங்கேதான் இரண்டு ரயில்வேஸின் வழித்தடங்களும் இணைக்கப்பட்டன. இந்த இரு நிறுவனங்களின் விளம்பரங்கள், மலாயா, சயாம் (இப்போது தாய்லாந்து) ஆகிய நாடுகளின் அபூர்வமான, கவர்ச்சிகரமான படங்களை வெளியிட்டு, சுற்றுலாப் பயணிகளைத் தங்கள் ரயில்களுக்கு ஈர்த்தன.

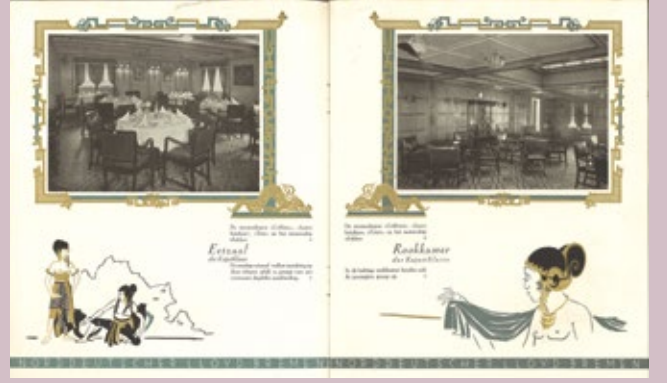


## என் ரெய்ஸ் நார் ஓஸ்ட்-ஆசீ (கிழக்கு ஆசியாவிற்கு ஒரு பயணம்)

ப்ரமென்: நோர்டெட்சர் லாய்ட், தேதி அறியப்படவில்லை  
நன்கொடை அளித்தவர் ஜான் கோ

1857ல் நிறுவப்பட்ட நோர்டெட்சர் லாய்ட் (வடக்கு ஜெர்மன் லாய்ட்) நிறுவனம், 19ம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியிலும் 20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியிலும் உலகளாவிய அளவில் பிரபலமான கப்பல் நிறுவனங்களில் ஒன்றாகத் திகழ்ந்தது. 1900களின் ஆரம்பத்தில், அதன் கப்பல் வழித்தடங்கள் ஆசியாவிற்கும் விரிவாக்கப்பட்டன.

இந்த டச்சு மொழிச் சிற்றேடு, கிழக்காசிய நாடுகளுக்கு லாய்ட் கப்பல் நிறுவனத்தின் பயணிகள் போக்குவரத்தைப் பற்றியும் சரக்குச் சேவைகளைப் பற்றியும் விளம்பரப்படுத்தியது. கப்பல்களில் உள்ள உணவருந்தும் அறைகளையும் புகைப்பிடிக்கும் அறைகளையும் விளக்கிக்காட்டும் இந்தச் சிற்றேட்டின் பக்கங்கள், இந்த நிறுவனத்தின் கப்பல்களிலுள்ள ஆடம்பர வசதிகளைத் தெரிவிக்கின்றன. சிறப்பான வகையில் அச்சடிக்கப்பட்ட இந்தச் சிற்றேட்டிலுள்ள கவர்ச்சிகரமான கிழக்கத்திய காட்சிகள் பயணிகளைத் தங்கள் வசம் இழுக்கின்றன.



## 7 தங்கும் விடுதி சார்ந்த விளம்பரங்கள்: சிங்கப்பூரில் நிறைவாக வாழ்தல்

20ம் நூற்றாண்டின் இறுதிக்குள், ஹோட்டல் டி ஐயூரோப், அடெல்ஃபி தங்கும் விடுதி, ராஃபில்ஸ் தங்கும் விடுதி, போன்ற அனைத்துலக புகழ்பெற்ற ஆடம்பர தங்கும் விடுதிகளின் இருப்பிடமாக சிங்கப்பூர் இருந்தது. இவை ஆடம்பர தங்கும் விடுதிகள் பட்டியலில் இடம் பெற்றவை. ஆடம்பரமான தங்குமிடங்கள், சிறப்பான உணவு வகைகள், குறையே இல்லாத விருந்தோம்பல் ஆகியவற்றைக் கொண்டவை. 19ம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் ஐரோப்பா, அமெரிக்கா மற்றும் உலகின் பிற பகுதிகளில் இவை தோன்றி, செல்வச் செழிப்புமிக்க சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கான தங்குமிடம், உணவு ஆகிய தேவைகளை நிறைவேற்றின. நவீன வசதிகளுடன் கூடிய பிரம்மாண்டமான கட்டிடங்களில் அமைந்திருந்த இந்த ஆரம்பகால ஆடம்பர தங்கும் விடுதிகள், சிங்கப்பூரில் வாழ்ந்த உயர் சமூகத்தினரை அடையாளம் கண்டுகொள்வதற்கான சமூக மையங்களாகவும் திகழ்ந்தன.

## ராஃபில்ஸ் தங்கும் விடுதி

ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் ஆண்டிதழ், 1906  
சிங்கப்பூர்: ஸ்ட்ரைட்ஸ் டைம்ஸ் பிரஸ்  
சிங்கப்பூர் பிரஸ் ஹோல்டிங்ஸ் சேகரிப்பு

ஸ்ட்ரைட்ஸ் செட்டில்மெண்டுகளிலுள்ள பெரிய தங்கும் விடுதியாக ஒரு காலத்தில் விளங்கிய ராஃபில்ஸ், சிங்கப்பூரில் மின்சார விளக்குகளையும் நவீன சாதனங்களையும் கொண்ட முதல் கட்டிடங்களில் ஒன்றாகும். இந்த விளம்பரத்தில் ராஃபில்ஸ் தங்கும் விடுதி தன்னைப் பெருமையுடன் 'சிங்கப்பூரின் சவாய்' என பிரகடனப்படுத்தியது. ஏனெனில், சவாய் அதன் 'முழுமையான நவீன வசதிகளுக்காகப்' புகழ்பெற்றதாக இருந்தது. அரச குடும்பத்தினர், உயர்குடி மக்கள், முக்கிய பிரமுகர்களின் குறிப்பிடத்தக்க பணக்கார வாடிக்கையாளர்களின் பட்டியலையும் இந்த விளம்பரம் கொண்டுள்ளது.

ஐரோப்பாவின் தலைசிறந்த சமையற்கலை வல்லுநர்களின் மேற்பார்வையில் தயாரிக்கப்பட்ட உணவுகளையும் இது சிறப்பித்துக் கூறுகிறது. இசைக்குழுக்கள், சருக்கலாட்டம் ஆகியவற்றோடு 'ஒவ்வொரு சனிக்கிழமையும் நடைபெறும் விருந்தினர் இரவுகள்' நிகழ்வின் 'சருக்கல் விருந்திலும்' விருந்தினர்கள் கலந்துகொள்ளலாம் என்பதைப் பற்றியும், இங்கு நேரடி இசைக்குழுவால் வாசிக்கப்படும் இசைகேற்ப அவர்கள் தங்கும் விடுதியின் கூடத்தில் சருக்கலாட்டத்தில் கலந்துகொள்ளலாம் என்பதைப் பற்றியும் இந்த விளம்பரம் தெரிவிக்கிறது.



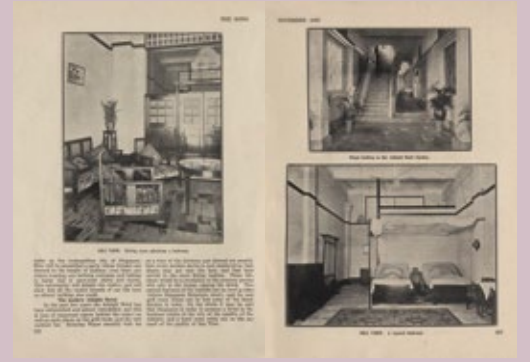
## தி ரோடா: மலாயா மற்றும் சயாம் [ரோட்டரி] கிளப்புகளின் இதழ், தொகுதி. 5, எண். 53 (நவம்பர் 1935)

சிங்கப்பூர்: ரோடா

தி ரோடா இதழின் இந்தச் சிறப்பிதழில், 'மலாயாவில் எங்கு தங்கலாம்' என்ற தலைப்பிலுள்ள கட்டுரையில் அதன் ஆசிரியர் 'ஸீ வீயு' தங்கும் விடுதியில் தனது அனுபவத்தைப் பற்றி பின்வருமாறு விவரிக்கிறார்:

இங்கு தங்கியிருப்போரின் காதுகளில் எப்போதும் கடல் அலைகளின் ஒலி கேட்டபடியே இருக்கிறது. இங்கு இருக்கும் பெரிய பகாரில் முழுப் பாதுகாப்புடன் குளிக்கலாம். பொருத்தமான சூழலில் இங்குள்ள புல்வெளியில் சூரியக் குளியலை நிகழ்த்தலாம். பகலிலும் இரவிலும் அனைத்து நேரத்திலும் சூடான நீரும் குளிர்ந்த நீரும் இங்கு கிடைக்கும். இது மலாயாவில் தற்போதுள்ள சிறந்த தங்கும் விடுதிகளில் ஒன்றாகும். இங்குள்ள ஒவ்வொரு படுக்கையறையிலும் குளியலறை இணைக்கப்பட்டுள்ளது.

இந்தத் தங்கும் விடுதி நடமாட்டத்தில் உள்ள மக்களைப் பார்ப்பதற்கும் சிறந்த இடமாக உள்ளது. ஞாயிற்றுக்கிழமை காலையில், 'சிங்கப்பூரின் மிகவும் மாறுபட்ட தன்மைகளைக் கொண்ட, சுவாரஸ்யமான சமூக மக்களையும்', 'ஆடை அலங்காரத்தின் உச்சத்தில் உடையணிந்த பெண்களையும்' இங்கிருந்து பார்க்க முடியும்.



## 8 பொழுதுபோக்கு சார்ந்த விளம்பரங்கள்: நவீனகாலப் பொழுதுபோக்குகள்

20ம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் நிகழ்ந்த தொழில்நுட்ப மேம்பாடுகளும், ஓய்வுநேரப் பொழுதுபோக்குகளில் ஏற்பட்ட மாற்றங்களும் மேற்கத்திய நாடுகளில் பொழுதுபோக்கில் புதிய சகாப்தத்தை அறிமுகப்படுத்தின. சிங்கப்பூரும் இந்தப் போக்கை விரைவில் தழுவினது. 1895ல் பாரிஸில் முதன்முதலில் திரையிடப்பட்ட சினிமாதோகிராஃப்கள் எனப்படும் திரைப்படங்கள் சிங்கப்பூரில் வெகுவிரைவில் அறிமுகம் கண்டன. சிங்கப்பூரிலும் திரையரங்குகள் விரைவில் முளைத்தன. அதற்கடுத்த ஆண்டுகளில் திரைப்படங்கள் சார்ந்த விளம்பரங்களும் அச்சு ஊடகங்களில் பெருக ஆரம்பித்தன.

20ம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பகாலப் பொழுதுபோக்குகளில் ஏற்பட்ட இன்னொரு புதுமை, பொழுதுபோக்குப் பூங்காக்கள் ஆகும். நியூ வேர்ல்டு (1923), கிரேட் வேர்ல்டு (1932), ஹேப்பி வேர்ல்டு (1937, பிறகு கே வேர்ல்டாக மாறியது) ஆகிய பொழுதுபோக்குப் பூங்காக்கள் மிகவும் பிரபலமான ஓய்விடங்களாக விளங்கின. அனைத்துச் சமூக மக்களும் பல்வேறு பொழுதுபோக்குகளில் ஈடுபடும் இவற்றில், பாரம்பரிய நாடகங்கள், குத்துச்சண்டைப் போட்டிகள், கேபரே நடனங்கள் போன்ற பல்வேறு பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகளும் நிகழ்த்தப்பட்டன.



## கேப்பிட்டல் திரையரங்கு

பிரிட்டிஷ் மலாயன் ஆண்டிதழ், 1929  
ஜூலியஸ் எஸ். ஃபிஷர் (எடிட்டர்)  
சிங்கப்பூர்: ஃபிஷர்ஸ்

'பட மாளிகைகள்' என அழைக்கப்பட்ட ஆடம்பரத்திற்கும் நவீனத் தன்மைக்கும் புகழ்பெற்ற திரையரங்குகள் மேற்கத்திய நாடுகளில் 1910களிலும் 1920களிலும் தோன்றின. இவை நியூயார்க்கின் ராக்லி திரையரங்கை (1927) முக்கிய மாதிரியாகக்கொண்டு உருவாக்கப்பட்டன. 1930ல் பெரும் பரபரப்புடன் சிங்கப்பூரில் திறக்கப்பட்ட 'பட மாளிகை' கேப்பிட்டல் திரையரங்காகும்.

கேப்பிட்டல் திறப்பதற்கு முன்பாக வெளியிடப்பட்ட இந்த விளம்பரம், அதிலுள்ள கலை நயமான, நவீன வசதிகளை வெளிப்படுத்துகிறது. 'ஒவ்வொரு ஆறு நிமிடங்களுக்கும் ஒரு முறை காற்றை முழுமையாக மாற்றும் காற்றாடி இல்லாத குளிர்நீரும் அமைப்பு', இரண்டு மின்தூக்கிகள், ஒரு நகரும் கூரை, ராக்லி திரையரங்கில் உள்ளதைப் போன்ற இருக்கைகள், ஆடம்பரமான உணவகம், உணவு விடுதி போன்ற வசதிகள் இந்த திரையரங்கில் இருப்பதைப் பற்றி இந்த விளம்பரம் கூறுகிறது.

## நியூ வேர்ல்டு கேபரே

கம் ௫ மலாயா, பிப்ரவரி 1938

சிங்கப்பூர்: ஈஸ்ட் இண்டிஸ் பப்ளிஷிங் கம்பெனி

கேபரேக்கள் பொழுதுபோக்குப் பூங்காக்களின் முக்கிய ஈர்ப்பாக விளங்கின. கேபரே அமைப்புகளின் விளம்பரங்கள் ஆண் வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்திருக்கும் விதத்தில் அழகான நடன அழகிகள் அல்லது 'டாக்ஸி-நடன அழகிகளின்' படங்களைத் தவறாமல் வெளியிட்டன. இதில் பங்கேற்பவர்கள் ஒரு டாலருக்கு மூன்று நடனக் கூப்பன்களை வாங்கி தாங்கள் விரும்பும் பெண்களுடன் நடனமடலாம். நேரடி இசையும் பாடல்களும் இங்கு இடம்பெற்றன.

கேபரேக்களின் முக்கியக் கவர்ச்சியாக நடன அழகிகள் இருந்தாலும், மற்றொரு முக்கிய அம்சமாக நேரடி இசை குழுக்களின் ஸ்விங், ஜாஸ் அல்லது குரோன்சோங் இசை நிகழ்ச்சியும் இருந்தது. நேரடி இசைக் குழுவினரின் இசை, பங்கேற்பவர்களுக்கு மகிழ்ச்சியை அதிகப்படுத்தியதால், திறமையான இசையமைப்பாளர்கள் கேபரேக்களில் அதிகம் விரும்பப்பட்டனர். நியூ வேர்ல்டு அமைப்பின் இந்த விளம்பரம், பெரிய தங்கும் விடுதிகளிலும் திரையரங்குகளிலும் இசை நிகழ்ச்சிகளை நடத்திப் புகழ்பெற்ற ஏ. எம். டி சில்வா அவர்களால் நடத்தப்பட்ட டி சில்வாஸ் என்ற இசைக்குழுவின் நேரடி நிகழ்ச்சியைப் பற்றிச் சிறப்பித்துக் கூறுகிறது.



## 9 சில்லறை விற்பனைக்கான விளம்பரங்கள்: கிழக்கத்திய நாடுகளின் பிரம்மாண்ட கடைகள்

19ம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியிலிருந்து 20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதி வரை சிங்கப்பூரின் சில்லறை விற்பனையைப் பொறுத்தவரை ஜான் லிட்டில், ராபின்சன்ஸ், ஓயிட்டவே லேய்ட்லா போன்ற சில பகுதிவாரிக்கடைகளே ஆதிக்கம் செலுத்தின. 19ம் நூற்றாண்டின் மத்தியில் நிகழ்ந்த ஐரோப்பாவின் தொழில்துறைப் புரட்சியின் விளைவாக ஐரோப்பாவில் புதிய சில்லறை விற்பனைக் கலாச்சாரம் உருவாகியது. ஒரு காலத்தில் சலிப்பூட்டுவதாக இருந்த ஷாப்பிங், சமூக நிகழ்வாகவும் ஓய்வுக்கால நிகழ்வாகவும் உயர்த்தப்பட்டது. சிங்கப்பூரிலும் மலாயாவிலும் ஒரே நேரத்தில் ஆரம்பிக்கப்பட்ட இந்தப் பகுதிவாரிக்கடைகள், ஆங்கிலேயர்களின் கடைகளையே முன்மாதிரியாகக் கொண்டன. இவற்றின் விளம்பரங்கள், இந்தக் கடைகளில் உள்ள அதிகமான விற்பனைப் பொருட்களைப் பற்றியும், அங்குள்ள ஆடம்பரமான, நவீன வசதிகளைப் பற்றியும் சிறப்பித்துக் கூறின. கடையில் இருக்கும் எண்ணற்ற பொருட்களையும் மகிழ்ச்சியான ஷாப்பிங் அனுபவத்தையும் வெளிப்படுத்தி, இவை நுகர்வோரைக் கவர்ந்தன.

## சிங்கப்பூரின் சுற்றுலாத் தலங்கள்

சிங்கப்பூர்: ஜான் லிட்டில் & கோ, காலம்: 1910கள்

சிங்கப்பூரின் ஆக பழமையான பகுதிவாரிக்கடையான ஜான் லிட்டில், 1845ல் சில்லறை விற்பனைக் கடையாகவும் ஏல விற்பனைக் கடையாகவும் நிறுவப்பட்டது. 1900களில் இந்தக் கடை ஆசியாவின் முன்னணி சில்லறை விற்பனை நிறுவனங்களில் ஒன்றாக மாறியது. 1910ல் ராஃபில்ஸ் பிளேஸில் ஜான் லிட்டிலின் புதிய கட்டிடம் நிறைவுபெற்றது. விளம்பரங்களில் இந்தக் கடையை 'சுயேஸிற்குக் கிழக்கே அமைந்திருக்கும் மிகச் சிறந்த பகுதிவாரிக்கடை என அறிவித்தனர். இங்கு வசிக்கும் வசதியான உள்ளூர்வாசிகளையும் சுற்றுலாப் பயணிகளையும் இது கவர்ந்திருந்தது.

இந்தப் புகைப்படப் புத்தகத்தில், சிங்கப்பூரிலுள்ள முக்கியச் சுற்றுலாத் தலங்களும் இயற்கைக் காட்சிகளும் புகைப்படங்களாக இடம் பெற்றுள்ளன. அவற்றுக்கான விவரக் குறிப்புகள் ஆங்கிலம், பிரெஞ்சு, ஜெர்மன் ஆகிய மொழிகளில் அவற்றுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளன. புதிய ஜான் லிட்டில் கட்டிடத்தின் பெருமையையும் நேர்த்தியையும் வெளிக்காட்டும் பல்வேறு வெளிப்புறக் காட்சிகளும் உட்புறக் காட்சிகளும் இந்தப் புத்தகத்தில் இடம்பெற்றுள்ளன.



## இது சிங்கப்பூரிலிருந்து ராபின்சன் தரும் அறிக்கை

டிசம்பர் 1959

சிங்கப்பூர்: ராபின்சன் & கோ.

ராபின்சன்ஸ் 1858ல் 'கமர்ஷியல் சதுக்கத்தில்' (தற்போது ராபில்ஸ் பிளேஸ்) ஐரோப்பிய மளிகைப் பொருட்களை விற்கும் குடும்ப கிடங்காக நிறுவப்பட்டது. 1900களில் சிங்கப்பூரில் முன்னணி பகுதிவாரிக்கடையாக ராபின்சன்ஸ் விளங்கியது. இதில் 20 விற்பனைப் பிரிவுகள் இருந்தன.

'ராபின்சன்ஸ் சிறப்பு விற்பனை' நாட்களுக்கு முன்பாக, 1950களில் கடையின் வருடாந்திர சிறப்பு விற்பனை 'பெரும் விற்பனை' என்ற பெயரில் நடந்தது. இந்த விளம்பரத்தில் உள்ளபடி, 18 நாட்களுக்கு நீடித்த 'பெரும் விற்பனை' நாட்களில், பொருட்கள் கணிசமான தள்ளுபடிகளில் விற்கப்பட்டன. பெண்கள் உடைகளுக்கான விளம்பரத்தில் 40 சதவிகிதத்திற்கும் அதிகமாக தள்ளுபடி வழங்குவதாக வாக்குறுதி அளிக்கப்பட்டுள்ளது.



## 10 ஆடையலங்கார விளம்பரங்கள்: ஆடையலங்காரம் மூலம் அடையாளப்படுத்துதல்

20ம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதிக்கு முன்பாக, சிங்கப்பூரின் பல்வேறு சமூகங்கள் தங்கள் கலாச்சாரங்களின் ஆடை முறைகளையே பின்பற்றின. அவை அந்த மக்களுக்கான அடையாளங்களின் ஒருங்கிணைந்த பகுதிகளாக விளங்கின. 1910களில் ஐரோப்பா, அமெரிக்கா, சீனா ஆகிய நாடுகளில் ஆடையலங்கார துறையில் பெரும் மாற்றங்கள் நிகழ்ந்தன. சிங்கப்பூர், கிழக்கத்திய, மேற்கத்திய நாடுகளின் இணைப்பு மையமாக விளங்கியதால், அந்தக் காலப்பகுதியில் வெளியான உள்ளூர் விளம்பரங்களில் இந்த ஆடையலங்கார போக்குகள் பிரதிபலித்தன. ஐரோப்பியர்களின் ஆடையலங்காரம், காலனித்துவ வெப்ப நாடுகளில் குடியேறிய மக்களின் வசதிக்கேற்ப மாற்றப்பட்டு, புதிய வடிவமைப்பையும் பொருட்களையும் கொண்டு தயாரிக்கப்பட்டன. இவை 'காலனித்துவ ஆடைகள்' என்ற தனித்துவ அடையாளத்தைப் பெற்றன. இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின்பு, மலாயாவின் சுதந்திரத்திற்கும் வளர்ந்து வந்த தேசிய அடையாளத்திற்கும் ஏற்ப, விளம்பரங்களும் அச்சு ஊடகங்களும் நவீன பாணியிலான ஆடையலங்கார போக்குகளை வெளிப்படுத்தின. இதில் குறிப்பாக சரோங் கபாயா போன்ற உள்நாட்டு வடிவமைப்புகளைக் கொண்ட ஆடைகள் உயர்ந்த ஆடையலங்காரங்களுக்கான வளாகங்களில் நுழைந்தன.



## 《良友》(லியாங் யூ, தி யங் கம்பானியன்), எண். 37 (ஜூலை 1929)

ஷாங்காய்: 良友图书印刷有限公司

(லியாங் யூ டு ஷா இன் ஷாவா யூ சியன் கோங் ஸி)

ஷாங்காயில் பிரபலமாகியிருந்த ஆடையலங்காரம், வெளிநாட்டில் வாழும் சீன சமூகங்களில் திரைப்படங்கள் மூலமாகவும், "良友" (லியாங் யூ அல்லது தி யங் கம்பானியன்) போன்ற பிரபலமான இதழ்கள் மூலமாகவும் சிங்கப்பூரில் விளம்பரப்படுத்தப்பட்டன. இந்தச் சீன மொழி இதழ், சிங்கப்பூரிலும் விநியோகிக்கப்பட்டது. பொதுவாக, ஷாங்காய் ஆடையலங்காரத்தில் சிறந்து விளங்கியவர்களையோ கவர்ச்சியான பிரபலங்களையோ இந்த இதழ் அட்டைப்படங்களாக வெளியிட்டது.

## ஆடையலங்காரம், பல்வேறு இதழ்கள், 1961

சிங்கப்பூர்: ஆர்.எம். யூஸஃப் அகமது

1960களின் முற்பகுதியில் வெளியான இந்தப் பிரபலமான மலாய் மொழி இதழில், அப்போது நவீனமாக இருந்த சரோங் கபாயா வடிவமைப்புகள் கூடிய ஆடைகளின் விளக்கப்படங்கள் நிறைந்துள்ளன. அவற்றில் பல, அந்தந்த வட்டாரங்களின் தாக்கங்களைக் கொண்டிருந்தாலும், நவீன அம்சங்களும் அவற்றில் உள்ளன. பாரம்பரிய உடைகளில் செய்யக்கூடிய முடிவில்லாத மாற்றங்களை இந்தப் படங்கள் விவரிக்கின்றன. இந்த ஆடை, பரந்த அளவிலான வடிவமைப்புகளைக் கொண்ட நவீன ஆடையாகவும் மலாயாவின் ஆடையலங்கார அடையாளமாகவும் சித்தரிக்கப்பட்டுள்ளது.

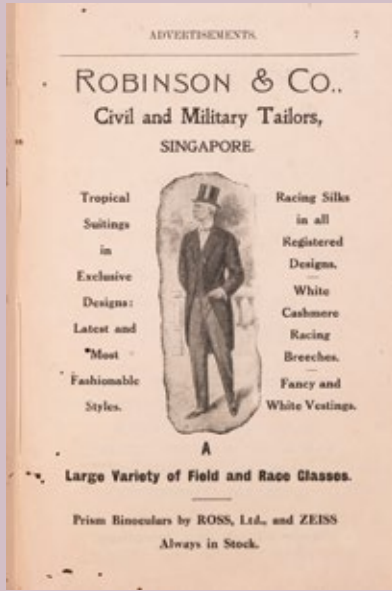


## ராபின்சன் & கோ

தி ஸ்ட்ரைட்ஸ் ரேசிங் காலண்டர், 1911

சிங்கப்பூர் ஸ்ட்ரைட்ஸ் ரேசிங் அசோசியேஷன்

இந்த விளக்கப்படம், எட்வர்டியன் சகாப்தத்தைச் சேர்ந்த மனிதர் ஒருவர் டெய்ல்கோட், உள்சட்டை, வண்ணப் பட்டைகளுடன் கூடிய கால்சட்டை, போவ் டை, மேல் தொப்பி கைத்தடியென முழுமையான காலை நேர உடையில் இருப்பதைச் சித்தரிக்கிறது. இவரது கைத்தடி நடப்பதற்குத் துணைபுரியும் உபகரணமாக மட்டுமின்றி, ஒரு ஆடையலங்கார அணிகலனாகவும் உள்ளது. குதிரைப் பந்தயங்களின் பார்வையாளர்களே இப்படிப்பட்ட பகட்டான ஆடைகளை அணிவது அப்போது வழக்கமாக இருந்தது. ரேசிங் பட்டுகள், சட்டைகள் ஆகிய பந்தய ஆடைகளும் அப்போது விளம்பரப்படுத்தப்பட்டன. ஏனெனில், குதிரைப் பந்தயமானது, காலனித்துவ மக்களின் முக்கிய விளையாட்டாகவும் சமூக நிகழ்வாகவும் இருந்தது.



## ஓய்ட்டவே, லெய்ட்லா & கோ.

தி ஸ்ட்ரைட்ஸ் சீன மொழிக் காலாண்டிதழ்

ஜர்னல் ஆஃப் ஓரியண்டல் மற்றும் ஒக்ஸிடெண்டல் கல்ச்சர்,

தொகுதி. 8 (மார்ச், 1904)

சிங்கப்பூர்: கோ எவ் ஹீன் பிரஸ்

இந்த விளம்பரம், தொப்பிகளையும் ஆண்களுக்கான பிற ஆடை அணிகலன்களையும் வெளிப்படுத்துகிறது. 'வெளிநாட்டுச் சேவைக்கான ஹெல்மெட்' என்று அழைக்கப்படும் பித் தொப்பிகளை, முக்கியமாகக் காலனியாதிக்கத்தினரே அணிந்தனர். இந்தத் தொப்பி 19ம் நூற்றாண்டின் மத்தியில் வெப்பமண்டல நாடுகளில் ராணுவத்தினர் பயன்படுத்துவதற்கான தலைக்கவசமாக முதலில் உருவாக்கப்பட்டது. வெள்ளை துணிக்குள் பித் என்னும் (ஒரு செடியின் திசு) பொருளை வைத்து உருவாக்கப்படும் இந்தத் தொப்பி, வெப்பமான சூரியக் கதிர்களிலிருந்து கண்களைப் பாதுகாப்பதற்காக வடிவமைக்கப்பட்டது.

இந்த விளம்பரம், மேற்கத்திய ஆடைகளை முதலில் அணிய ஆரம்பித்த பெரனாக்கான் சமுதாய ஆண்களுக்கான இதழில் தோன்றியுள்ளது இன்னொரு ஆர்வத்தைத் தூண்டும் தகவலாகும்.



# கண்காட்சிக்கு வருகை தந்தமைக்கு நன்றி

எங்கள் நிகழ்ச்சிகள், பயிலரங்குகள் மற்றும் வழிகாட்டுதலுடன் கூடிய  
சுற்றுலாக்கள் பற்றிய மேல் தகவல்களுக்கு,  
[www.nlb.gov.sg/exhibitions/](http://www.nlb.gov.sg/exhibitions/) என்ற இணையதளத்தைப் பார்க்கவும்.



NationalLibrarySG



@nationallibrarysg



NationalLibrarySG