

લારી પર લાઉડસ્પીકર

‘નિ’ જીવનું જીવંત થવું અને જીવંતનું ચૂપ થવું એવી ઊલટી ગંગા આજકાલ વહી રહી છે. શાકભાજી અને ફળોની લારી પર આજકાલ નિર્જીવ લાઉડસ્પીકર બોલે છે અને લારીવાળો ચૂપ છે. તેને કારણે બિચારા શાકભાજી મૂંઝવણ અનુભવે છે અને વહેલા લંઘાઈ (ચીમળાઈ) જાય છે. પછી ગમે તેટલું પાણી છાંટે તો ય લીલાછમ દેખાતા નથી.

પુરાણકથાઓમાં આપણે સાંભળ્યું છે કે ‘એકાએક આકાશવાણી થઈ કે...!’ પણ તેમાં આકાશવાણી કરનાર દેવ દેખાતા નથી. બસ એવું જ દ્રશ્ય આજકાલ શાકભાજીની લારીઓ પર જોવા મળે છે. ગ્રાહકો ભલે શાકભાજીની લારીવાળા/વાળી સામે જોતા હોય પણ તેઓ ગ્રાહકની સામે જોતા નથી. છતાં તેનો અવાજ ગ્રાહકના કાન પર અથડાય છે અને લારીવાળો મોબાઈલ ફોનમાં ગળાડૂબ થઈ ગયો હોય છે. આ જોતાં એવું લાગે કે બહુ નજીકના ભવિષ્યમાં બે પડોશણો પડોશીધર્મ બજાવશે ત્યારે પણ સામસામે નાના લાઉડસ્પીકરો મૂકી દેશે. પછી તેઓ પોતપોતાના ઘરમાં ડાયા બગાડીને બેઠી બેઠી ઉચ્ચક જીવે એકતા કપૂરની સિરિયલ જોતી હશે. આ રીતે ‘એક પંથ દો કાજ’ થશે. એ જ રીતે whatsapp સ્ટેટસ યુદ્ધથી આગળ વધીને સાસુ-વહુ સામસામે આવશે ત્યારે પણ તેઓ પોતાની બળબળતી લાગણીઓ લાઉડ સ્પીકરમાં રેકોર્ડ કરીને મૂકી દેશે. પંદરેક મિનિટ પછી વળી તેને એવું લાગશે કે હવે કંઈક નવું પીરસવું જોઈએ એટલે તાત્કાલિક ધોરણે દાંત કચકચાવીને, નવા શબ્દપુષ્પો સાથેનું નવું રેકોર્ડિંગ કરીને મૂકી દેશે અને લડાઈ ચાલુ રહેશે અને સાસુ-વહુ બંને ટાઢા કલેજે સૂતી સૂતી સિરિયલ જોતી હશે, પણ આ લડાઈમાં લોકો ભેગા નહીં થાય. કારણ કે આવા કાર્યક્રમ તો દ્રશ્ય શ્રાવ્ય હોય તો જ જામે. પાત્ર વગર પ્રભાવ ન પડે.

એક તો ભૂતકાળમાં લારીઓ પર ફળો, શાકભાજીઓ વેચવા માટે આખો દિવસ ગળા ખેંચી ખેંચીને લારીવાળાના અવાજ ભરડાઈ ગયા હોય. તેમાં વળી લારીવાળો બીડી પીતો હોય કે પાન માવો ખાતો હોય એટલે પેલી કહેવત છે કે ‘શેત્રુંજીમાં ગાગડીયો ભળ્યો!’ એ રીતે લારીવાળાના અવાજમાં એક નવી, ખરબચડી ખરજ ભળે છે. તે ખરજને કારણે તેનો અવાજ જાણે કે તેના ગળામાં બગડેલું માર્કેટીંગ ફસાઈ ગયું હોય એવો ભરછટ બને છે. લાઉડસ્પીકર નહોતા ત્યારે તે આવા સૂરના સથવારે પોતાના ગળાથી આખો દિવસ ગ્રાહકોને રિઝવવા મથતો. પણ હવે તે આવા (અ-)સુર શબ્દો લાઉડસ્પીકરમાં રેકોર્ડ કરે છે. લાઉડસ્પીકરમાં પણ તે ખૂબ જ ઊંચા અવાજે બોલે છે અને ઝડપથી બોલે છે તેને કારણે તેનો તરડાઈ ગયેલો અવાજ (અને ઠરડાઈ ગયેલો પોતે) લાઉડ સ્પીકરમાં ફૂલ વોલ્યુમ પર સંભળાય છે. આવા કર્ણઘાતક અવાજને કારણે અગાઉ થોડા ઘણા રીઝેલા ગ્રાહકો ખીજાઈને જતા રહે છે. ફળો, શાકભાજી વગેરે જાતે બૂમો પાડીને વેચવા તે વેચાણકળાનું એક મહત્વનું અંગ છે, પણ લારીએ લારીએ લાઉડ સ્પીકર મુકાતા તે અંગ હવે ખોખલું થતું જાય છે.

મોટા મોટા મોલમાં ગ્રાહક બધી વસ્તુના ભાવ પૂછે પણ ત્યાં ગ્રાહકનો ભાવ કોઈ ન પૂછે. મોલમાં ગ્રાહકનું કોઈ મૂલ ન કરે. મોલમાં ગ્રાહક જાતે જ વસ્તુને ભાવ પૂછે. દલા તરવાડીની જેમ! (પણ દલા તરવાડીની જેમ લઈ જઈ ન શકે!..) બસ લારીઓ પર પણ નજીકના ભવિષ્યમાં આવી સ્થિતિ થઈ જશે. તેથી ખરીદીનો આનંદ ખોવાઈ જશે. ફ્રાન્સના મહાન મનોવૈજ્ઞાનિક ચાલ્સ-દ-લોલ-મ-લોલે એક ગહન રિસર્ચમાં જણાવ્યું છે કે લારીઓ પર લાઉડસ્પીકરથી વેચવામાં આવતા શાકભાજીમાં વિટામીનનું પ્રમાણ 60% ઓછું જોવા



મળ્યું છે. છેલ્લે છેલ્લે ખરીદીનો આનંદ લારીઓ પર અનુભવાય છે. તે પણ હવે જશે. જ્યારે લારીવાળો જાતે બૂમો પાડીને વેચે છે ત્યારે લીલાછમ શાકભાજીની સાથોસાથ વાતાવરણ પણ લીલુંછમ થઈ જાય છે. ઘણા બધા લારીવાળા ઊભા હોય અને બધા બને એટલા બુલંદ સ્વરે ફળો, શાકભાજી વેચવા ઉત્સુક હોય એટલે બધા ગગનભેદી બૂમો પાડતા હોય. આમાં બધાની બૂમો કોસ થાય, રીમિક્સ થાય અને ગૂંચવાઈ જાય. તેથી આજના ફિલ્મ સોંગ વાગતા હોય

કે ‘કાલિદાસ શાકભાજી નહોતા વેચતા.’ ગ્રાહક જોતો (-સાંભળતો) જ રહી જાય. કેટલાક વળી વેચાણમાં વૈરાગ્યને ભેળવતા બોલે કે ‘આવો લઈ જાવ અમારા શાકભાજી, આત્મરામ થશે રાજી રાજી!’ ‘શાક વિનાનો સ્વાદ નહીં આવે, સુખમાં હરી કોઈને યાદ નહીં આવે’ કેટલાક લોકો વળી એવું બોલતા હોય કે ‘ચાલો લઈ જા. આ..વ, લઈ જા. આ..વ, ખાલી કરવાનો ભાવ!’ ‘અલ્યા બીજાએ શું ભરી રાખવાનો ભાવ રાખ્યો છે!’ બધા ખાલી કરવા જ આવ્યા છે. તેઓ પોતાની લારી અને ગ્રાહકના ખિસ્સા, ખાલી

લાઉડસ્પીકર મુકાયા પછી લાંબા સંવાદ તો થતા નથી. ગ્રાહક શાકભાજીનો ભાવ પૂછે, બાર્ગોનીંગ કરે, ભાવ ઓછો આપવા, શાકભાજીની ગુણવત્તા નબળી પુરવાર કરવા માટે નિષ્કાપૂર્વક બૂઝી અને ધારદાર (બંને પ્રકારની) દલીલો કરે. છતાં આ બધા જ પ્રશ્નોના જવાબ લારીવાળો MCQ પદ્ધતિથી જ આપે. એટલે કે વિવિધ રીતે માથું હલાવીને આપે છે. બહુ જરૂરી લાગે તો હાથના આંગળાનો ઉપયોગ કરે. તેનાથી વધારે કષ્ટ શરીરને આપતો નથી. હવે તે શાકભાજી વેચવા માટે શબ્દો વેડફતો નથી. કારણ કે તેને ખ્યાલ છે કે શબ્દ ભ્રમ છે, શાકભાજી નથી. તેને વેડફાય નહીં. આમ લાઉડ સ્પીકરોએ મનુષ્યની વાચા હરી લીધી છે. લાઉડ સ્પીકરના શબ્દો ગ્રાહકના હૃદયને સ્પર્શી શકતા નથી. કારણ કે જેમ નોળિયાના દરમાં નાગણી ન હોય એમ લાઉડ સ્પીકરના શબ્દોમાં લાગણી ન હોય. લાઉડ સ્પીકરને કારણે લારીવાળો લારી પર મૌન ધારણ કરીને બેઠો રહે છે. કહેવાય છે કે મૌનમાં શક્તિ છે. પણ આ રીતે તે જે કંઈ શક્તિ સંપાદન કરે છે એ બધી મોબાઈલ ફોન હરી લે છે. એટલે સરવાળે લારીવાળામાં શક્તિનો સરવાળો થતો નથી અને ગ્રાહકની બાદબાકી થાય છે.

ગરમાગરમ

એક કાઠિયાવાડી કાકા બિલ ગેટ્સને મળ્યા અને કહ્યું, “બીલાભાઈ, તમે બહુ અળવીતરા માણહ છો!”

બિલ કહે, “કેમ?”

કાઠિયાવાડી કાકા કહે, “તમે ચાર અટક ગાંપાની(દરવાજાની) રાખો છો ને ઈંદો બારી યુનો કચો છો!”

બિલ ગેટ્સ મૂંઝાઈ ગયા અને બોલ્યા, “સોરી અંકલ, હું સમજ્યો નહીં!”

કાઠિયાવાડી કાકા કહે, “તમે તમારી અટક ‘ગાંપા’ની (Gets) રાખો છો

પુરાણકથાઓમાં આપણે સાંભળ્યું છે કે ‘એકાએક આકાશવાણી થઈ કે...!’ પણ તેમાં આકાશવાણી કરનાર દેવ દેખાતા નથી. બસ એવું જ દ્રશ્ય આજકાલ શાકભાજીની લારીઓ પર જોવા મળે છે. ગ્રાહકો ભલે શાકભાજીની લારીવાળા/વાળી સામે જોતા હોય પણ તેઓ ગ્રાહકની સામે જોતા નથી

એવું લાગે. આ બધી બુમો કોસ થવાને કારણે આપણને તુરિયામાં ભીંડાનો ભાવ સંભળાય. એ જ રીતે રીંગણમાં ગવારનો, ટમેટામાં તાંદળજાનો, કાંદામાં કાકડીનો ભાવ સંભળાય. તેથી ગ્રાહક ભાવ બાબતે ચમકી ઉઠે કે ‘અરે ટમેટાના ભાવ આટલા બધા વધી ગયા!’ ‘અરે રીંગણાના ભાવ આટલા બધા ઘટી ગયા!’ આમાં ગ્રાહક કયું શાક ખરીદવું તે નક્કી જ ન કરી શકે. જ્યારે અમુક લારીવાળા આવી લારીઓથી થોડે દૂર ઊભા હોય છે અને તે પોતાના બુલંદ છતાં થોડા પોલીશીંગ સ્વરે બી.એડ પદ્ધતિથી બૂમો પાડીને શાકભાજી વેચતા હોય છે. (અમુક બી.એડ. કરેલા પણ હોય છે. ટેટ, ટાટ પણ ક્લિયર કરી લીધી હોય છે!) તે ગ્રાહકને વિષયાભિમુખ (અહીં બકાલાભિમુખ) કરવા શરૂઆત કંઈક જુદી જ રીતે કરે! પછી બધા જ શાકભાજીનું મહાકવિ કાલિદાસની જેમ એવું અદ્ભૂત વર્ણન કરે કે (નવી પેઢીની જાણ ખાતર

કરવા જ આવ્યા છે. તો કેટલાક વળી શાકભાજીને અમુક પ્રદેશો સાથે જોડીને તેનું મહત્વ વધારે કે ‘લઈ જા. આ..વ, ભાદરનો ભીંડો, કતારગામની પાપડી, ગલતાજરડાના ફૂલાવર, વાલોડની વાલોળ, ડીસાના બટેટા, વગેરે. તો કેટલાક વળી એમ કહે કે ‘વિચાર કરો માં! વિચારશો તો રહી જશો!’ બોલો હવે તો રાજકારણીઓથી માંડીને લારીવાળા સુધીના બધા જ, જનતાના વિચાર બંધ કરાવવા જ મચી પડ્યા છે.

લારીઓ પર લાઉડ સ્પીકર મુકાયા પછી તો લારીવાળાને ય ખબર ન હોય કે તેની લારી સામેથી કેટકેટલા ગ્રાહકો પસાર થઈ ગયા. જ્યારે અમુક ગ્રાહક ખુદ લારીએ જઈને બે ટકોરા મારે ત્યારે તે મોબાઈલમાંથી મોઢું ઊંચું કરી, મુખમાંથી માવારસ થૂંકીને પછી મોઢું બંધ રાખીને ઈશારાથી જ પૂછે, ‘બોલો?’ ત્યારે એવું લાગે કે લારીવાળાને ગ્રાહકમાં કોઈ રસ જ નથી.

બોલવામાં નવ ગુણ

★ નવવર પંચયા