



International Journal of Home Science

ISSN: 2395-7476

IJHS 2023; 9(2): 274-277

© 2023 IJHS

www.homesciencejournal.com

Received: 05-04-2023

Accepted: 20-05-2023

डॉ. नीरजा गुप्ता

(सह – प्राध्यापक), मानविकी
और उदार कला विभाग,
रवींद्रनाथ टैगोर विश्वविद्यालय,
भोपाल, मध्य प्रदेश, भारत

महिला, फैशन, अपराध और मीडिया

डॉ. नीरजा गुप्ता

सारांश

फैशन की आकर्षण क्षमता से प्रायः हम सभी वाकिफ हैं। फैशन का प्रभाव सर्वव्यापी है। फैशन परिवर्तनशील है और समय-समय इसके मायने बदलते रहते हैं। इसमें कोई सन्देह नहीं है कि फैशन का प्रमुख कारण प्रतिस्पर्धा है। सामाजिक और कामुक (sexual) प्रकार की प्रतिस्पर्धा जिसमें सामाजिकतत्व अधिक स्पष्ट दिखाई देते हैं और कामुक पक्ष परोक्ष होते हैं। कोई कुछ भी कहे फैशन को बढ़ाता कोई भी हो पर सच बात तो यह है कि फैशन मनुष्य के व्यक्तित्व का ऐसा हिस्सा बन गया है कि समय का कोई भी परिवर्तन उसे अलग नहीं कर सकता। नवीनीकरण ही फैशन कहलाता है और नवीनीकरण के संदर्भ में कहा जा सकता है कि "something Will be change in traditional" अर्थात् परंपरा के कुछ बदलाव नवाचार है।

कूटशब्द: महिला, फैशन, अपराध, मीडिया, आकर्षक उपभोग, प्रतिस्पर्धा और नवीनीकरण

प्रस्तावना

फैशन की आकर्षण क्षमता से प्रायः हम सभी वाकिफ हैं। फैशन का प्रभाव सर्वव्यापी है। फैशन परिवर्तनशील है और समय-समय इसके मायने बदलते रहते हैं। इसमें कोई सन्देह नहीं है कि फैशन का प्रमुख कारण प्रतिस्पर्धा है। सामाजिक और कामुक (sexual) प्रकार की प्रतिस्पर्धा जिसमें सामाजिक तत्व अधिक स्पष्ट दिखाई देते हैं और कामुक पक्ष परोक्ष होते हैं। कोई कुछ भी कहे फैशन को बढ़ाता कोई भी हो पर सच बात तो यह है कि फैशन मनुष्य के व्यक्तित्व का ऐसा हिस्सा बन गया है कि समय का कोई भी परिवर्तन उसे अलग नहीं कर सकता। नवीनीकरण ही फैशन कहलाता है और नवीनीकरण के संदर्भ में कहा जा सकता है कि "something Will be change in traditional" अर्थात् परंपरा के कुछ बदलाव नवाचार है।

जब कोई नयी शैली सामान्य जनता तक पहुँचती है और सामान्य जनता उसे स्वीकार कर लेती है (अपना लेती है) तो उसे फैशन कहते हैं। इस नवीन शैली को सामान्य जनता तक पहुंचाने का काम अलग-अलग समयों में विभिन्न माध्यमों द्वारा होता रहा है। आज इस कार्य को निजि चैनल, तीव्रगामी प्रक्रिया और व्यापक प्रभाव के सरेआम जनतक पहुँचा रहा है।

फैशन के मूल में आकर्षक उपभोग Conspicuous Consumption निहित होता है जिनकी चर्चा करते हुये थर्सटन बेबलेन ने इसे सामाजिक परिवर्तन और विलासिता के प्रतीक के रूप में उपयोग किया है। फैशन एकांत में नहीं हो सकता है इसके लिये विस्तृत मंच की आवश्यकता होती है जिससे दिखावा किया जा सके। दिखावा और

Corresponding Author:

डॉ. नीरजा गुप्ता

(सह – प्राध्यापक), मानविकी
और उदार कला विभाग,
रवींद्रनाथ टैगोर विश्वविद्यालय,
भोपाल, मध्य प्रदेश, भारत

प्रदर्शन फैशन की दो आवश्यक विशेषतायें हैं जो विद्यमान फैशन को नहीं अपनाते उन्हें ओल्ड फैशन या एन्टी फैशन (फैशन विरोधी) निरूपित किया जाता है तथा फैशन को अपनाने वाले या उसमें नवीन आयामों को जोड़ने वाले फैशनेबिल पर्सनलिटीज़ के रूप में ख्याति प्राप्त करते हैं।

इसमें कोई सन्देह नहीं है कि फैशन का प्रमुख कारण प्रतिस्पर्धा है। सामाजिक और कामुक (sexual) प्रकार की प्रतिस्पर्धा जिसमें सामाजिक तत्व अधिक स्पष्ट दिखाई देते हैं और कामुक पक्ष परोक्ष होते हैं। लेकिन आजकल कामुक पक्ष अधिक स्पष्ट दिखाई देते हैं और सामाजिक पक्ष परोक्ष होते हैं, इसलिये यदि किसी व्यक्ति के फैशनेबिल होने को उसकी मानसिकता या मनोविज्ञान से जोड़ा जाए तो यह गलत होगा। फैशन के संदर्भ में दुर्खीम के विचारों को मानते हुए यह कहा जा सकता है कि "फैशन एक सामाजिक तथ्य है।" यदि इस विचार (Notion) को और विश्लेषित किया जाए तो हम यह कह सकते हैं कि फैशन एक सामान्य सामाजिक तथ्य है। इसमें सबसे अहम भूमिका निजि चैनल निभा रहे हैं। हम फैशन के अनुशासी होते हैं (following of fashion).

सिनेमा और आधुनिक पॉप संगीत की दुनिया से जुड़े लोगों ने इस शताब्दी के फैशन पर सबसे ज्यादा असर डाला है भारत में फैशन पर फिल्मों का बहुत असर पड़ा है। स्वर्णलता नाम की हीरोइन ने पहली बार बिना बाहों का ब्लाउस और नाभि दर्शाती साड़ी क्या पहनी हंगामा मच गया लेकिन 1-2 साल बाद यह पोशाक आम बन गई। फिल्मों में पहली बार स्वीमिंग सूट शर्मिला टैगोर ने पहना उसका यह कदम विवादास्पद हुआ। हालांकि वही स्वीमिंग सूट पहनकर नहाना औसत फैशन बन गया फिल्मों के असर का यह आलम है कि हम अपने चहेते स्टार की पोशाक की नकल करते हैं। फिल्म मीडिया के संदर्भ में अभिनेत्री रेखा कहती है कि आमतौर पर हिन्दी फिल्मों में अभिनेत्री को नाचने गाने और सुन्दर दिखने के अलावा कुछ नहीं करना पड़ता। महिलाये खासतौर से अभिनय के बजाय हमारे परिधानों की तरफ ज्यादा दिलचस्पी लेती है लिहाजा हमारी जिम्मेदारी हो जाती है कि हम उन्हें नये फैशन बताये। हेमा मालिनी नहीं मानती कि फिल्मों में fashion को कोई बढ़ावा मिला है लेकिन यह जरूर स्वीकार करती है कि फिल्म में कोई नई पोशाक देखते ही लोग उसकी नकल करने लगते हैं हेमा कहती है कि हमारी पहनी कोई नई पोशाक लोगों को ज्यादा प्रभावित इसलिये कर पाती है क्योंकि एक समय में लाखों लोगों तक पहुंचती है और उनका तात्कालिक असर पड़ता है।

कोई कुछ भी कहे फैशन को बढ़ाता कोई भी हो पर सच बात तो यह है कि फैशन मनुष्य के व्यक्तित्व का ऐसा

हिस्सा बन गया है कि समय का कोई भी परिवर्तन उसे अलग नहीं कर सकता।

महिला और फैशन

फैशन की ओर अधिकांशतः महिलायें अग्रसर होती हैं आकर्षण ही फैशन का मुख्य केन्द्र बिन्दु होता है और पुरुषों के लिये महिलाओं के प्रति आकर्षण अलग तरह का sense develop करता है। ये आकर्षण महिलायें अपने परिधान और आभूषणों के माध्यम से उत्पन्न करती हैं आकर्षण ही फैशन की आत्मा होती है। जितना अधिक आकर्षण होगा उतना ही अच्छा फैशन होगा। आकर्षित चीजों को पहनने से महिलाओं को आनंद मिलता है और महिलाये आकर्षण उत्पन्न करने में सक्षम होती हैं। वे इस तरह का पहनावा पहनती हैं जिससे पुरुष आकर्षित हों। जहां उनका पहनावा आकर्षक लगा वही उसका पहनना सार्थक हो जाता है।

(Source of fashion) फैशन के स्रोत

फैशन के विभिन्न स्रोत हैं (source) जिसमें से कुछ इस प्रकार हैं

1. Media
2. Television
3. Newspaper
4. Magazines
5. Education Institute
6. Fashion Shows
7. Designer
8. Production Company
9. Fashion Leaders
10. Party
11. Clubs
12. Advertisement etc.

फैशन के क्षेत्र में मीडिया

नवीनीकरण ही फैशन कहलाता है और नवीनीकरण के संदर्भ में कहा जा सकता है कि "something Will be change in traditional" अर्थात् परंपरा के कुछ बदलाव नवाचार है। नवाचार की अवधारणा के प्रमुख H.G. Barnett यह मानते हैं कि सामाजिक परिवर्तन में नवाचार की भूमिका अत्यंत अहम होती है।

फैशन का विरोध कोरी हिमाकत है। नदी का प्रवाह कभी कोई पीछे ढकेल पाया है। फैशन सामाजिक आदान-प्रदान और जीवन की तरंगों में कला को उतारने की एक कोशिश है।

पुराने जमाने में रुढ़िया और परम्परायें सर्वोपरि थी लोग जातियों और वर्गों में बंटे थे। समाज में पद प्रणालियां और ऊँच-नीच के भाव जड़ पकड़े हुये थे सामाजिक नियंत्रण

और दबाब इतना कड़ा था कि उसमें फैशन का कोई स्थान नहीं था। देहाती समाज में आज भी यह सत्य है और देहात में लोग उसी ढंग से खाते पहनते और गाते हैं। जिस ढंग से वे पीढ़ियों से करते आये हैं। गतिहीन निश्चल समाजों में फैशन का कोई स्थान नहीं पर आज के औद्योगिक समाज में परिवर्तन तो जीवन का नियम है और फैशन तेजी से बदलते रहते हैं।

London, Paris एवं Bombay जैसे आधुनिक नगरों में तो ऐसा लगता है कि लोगों की नवीनतम फैशनों का पीछे करने के सिवा कोई काम ही नहीं। आजकल फैशन का व्यक्ति की सामाजिक और वित्तीय स्थिति से कोई सम्बन्ध नहीं है। फैशन तो अब रूप और शैली की बात रह गयी है। भौतिक मूल्यों की नहीं। फैशन का नेतृत्व और संचालन सामंतों के हाथों से निकलकर डिजाइनर्स उत्पादकों और वितरकों के हाथों में आ गया है और ये प्रदर्शिनियों दुकानों की खिड़कियों और रूपसी मॉडलों के द्वारा फैशन को प्रभावित करते हैं। बड़े-बड़े शो रूम चैनल मीडिया फैशन के प्रसार में मदद करते हैं।

नवीनीकरण करना ही फैशन है लेकिन आजकल नवीनीकरण की जगह वस्त्रहीनता आ गई है। और इस नवीनीकरण को वस्त्र हीनता के रूप में प्रस्तुत करने में निजी चैनलों का बहुत बड़ा हाथ है।

महिलाओं के प्रति होने वाले अपराधों में मीडिया (निजी चैनल) की भूमिका

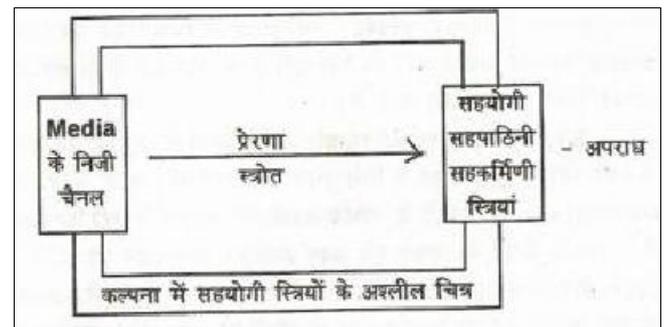
सभी मानते हैं कि फैशन के क्षेत्र में स्त्रियों का राज है औरतों के फैशन। पुरुषों में मनोरंजन का विषय है। स्त्रियों के पहनावे में विविधता और अनेकता की कोई हद नहीं होती।

फैशन में सबसे महत्वपूर्ण बात यह होती है कि शरीर के किसी विशिष्ट अंग को महत्व दिया जाता है जो आकर्षण का कारण होता है और इन विशिष्ट अंगों को बिना दिखाये भी Sex develop किया जा सकता है। लेकिन चैनल इस विशिष्ट अंग को विशिष्ट तरीके से दिखाकर आम जनता तक पहुंचाते हैं। जिससे युवा पीढ़ी इससे प्रभावित होकर इस फैशन को रोड पर लेकर आयेगा जिससे इस प्रकार का फैशन यौन उत्तेजना पैदा करेगा जिससे महिलायें आज अपने आप को असुरक्षित महसूस करेगी और समाज में उनके प्रति अपराध बढ़ेंगे।

फैशन में आकर्षक उपभोग निहित होता है और विलासिता का मूल मंत्र ही आकर्षक उपभोग है। Traditional Way में फैशन बहुत कम बदलता है। लेकिन Tradition को Reject करने का काम मीडिया के निजी चैनल ने किया है। पहले राजकुमारियां रानियां आभूषणों से अपने शरीर को ढकती थीं लेकिन आज के समय में आभूषणों की जगह वस्त्रों ने ली है। उस समय आभूषणों से शरीर को ढकना अश्लीलता नहीं माना

जाता था लेकिन आज वस्त्रों से शरीर को ढकना अश्लील कहा जाता है। आज निजी चैनल के माध्यम से फैशन ने अपनी सीमा को पार कर लिया है।

आज निजी चैनल के माध्यम से फैशन का gradation हो रहा है। फैशन टीवी में फैशन शो में एक ही लड़की पहले पूरे कपड़े में आयेगी फिर उससे कम पड़ों में उसके बाद धीरे-धीरे करके उसके शरीर के सभी कपड़े उतरते चले जाते हैं। निजी चैनल किस प्रकार से अपराध को बढ़ाने में या अपराध की ओर आम जन के झुकाव को पैदा करने में भूमिका को स्थापित कर रहे हैं हम निम्न चित्र के द्वारा दर्शा रहे हैं।



मीडिया के निजी चैनल जिस प्रकार उन्मुक्त रूप से चित्रों, घटनाओं और कथाओं का प्रसारण कर रहे हैं उसके परिणाम स्वरूप निजी चैनलों वास्तव में श्लील चिंतन के प्रेरणा स्रोत बन रहे हैं। निजी चैनलों पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों को देखकर दर्शकों के मन में जो उत्तेजना (Stimulation) होता है वह काम संबंधी अपराधों को ओर उन्हें प्रेरित कर सकता है। निजी चैनलों की हरयाली में फैशन द्वारा उत्पन्न प्रतिभाएं (Idol) अर्द्धनग्न स्त्री पुरुषों के फैंटेसीज 'दृश्य' (Fantasies) को जन्म देते हैं। इन भ्रमक कल्पनाओं में दर्शक अपने ही सहयोगियों (सहकर्मियों) को देखते हैं। उन्हें महसूस करते हैं। ऐसे दृश्यों की पुनरावृत्ति उन्हें अपराध की ओर प्रेरित करती है। आज समाज में होने वाले ऐसे अनेक अपराधों के पीछे निजी चैनलों की यह भूमिका प्रमाणित की जा सकती है।

आज टीवी में जो दिखाया जा रहा है उसे घर बैठे देखकर विद्यार्थियों, पुरुषों की कल्पनाओं में घूमकर भाव पैदा होते हैं और वहीं भाव यह सड़क चलती औरतों में सजीव होने लगते हैं। जिससे अपराध करते हैं। मीडिया आज घर बैठे-बैठे सेक्स अपील उभार रहा है।

मीडिया फैशन का सबसे सशक्त स्त्रोत है। मीडिया से युवा वर्ग आकर्षित होता है और जो मीडिया में दिखाया जाता है। उसका ही अनुकरण करता है। मानव मन पर गहरा प्रभाव डालता है। मीडिया के द्वारा आम दर्शकों को जो दिखाया जा रहा है पात्र जो ड्रेस पहनकर प्रस्तुत करते हैं, वो ड्रेस मानव मन को झकोर देती है। विशेष

कर युवा वर्ग को निजी चैनल में विज्ञापन के नाम पर जो अश्लीलता दिखाई देती है जो किशोरों और बालकों के मन को उत्तेजित करती है। टीवी पर फैशन शो दिखाये जाते हैं और ये फैशन शो अंग की पराकाष्ठा है। पहले फिल्मों में नायिका का चरित्र कपड़ों में ढकी आदर्श नारी का चरित्र होता है लेकिन आजकल हाफ पेन्ट, deep Neck, sleeveless dress पहनना ही आदर्श नारी का चरित्र माना जाता है और प्रत्येक नायिका के चरित्र का अनुकरण स्त्रियां करती हैं और वो dress पहनकर जब वो रोड पर निकलती है तो क्या युवा वृद्धों तक की निगाहें उनको देखने के लिये उठ जाती है।

सेक्स सृजन की स्वाभाविक प्रक्रिया है। आज के परिवेश को सही ठहराने के लिये महिमा मंडित करने के लिये पुरानी बातों को नहीं कहना चाहिये। उसे हम अश्लीलता नहीं कह सकते हैं क्योंकि अश्लीलता नग्नता से नहीं छिने आवरण में है। आज के फैशन में झांकते हुये बदन अंगों का वो प्रदर्शन जो लोगों का ध्यान अपनी ओर खींच ले, अंगों का विशेष रूपों से उभारा जाता है और अश्लीलता को बढ़ाया जा रहा है। अंग प्रदर्शन होगा तो लोगों की (युवा वर्ग) भावनायें भटकेगी। और ऐसे दृश्य देखकर अपनी भावनाओं को नियंत्रित नहीं कर पाते हैं जिससे अपराध बढ़ते हैं उत्तेजक दृश्य भावनाओं को बढ़ाते हैं। हमारे विचार से परिधानों में शिष्टाचार में सौम्यता का विशिष्ट महत्व है। अंगों को उभारकर दिखाना ही फैशन होता है। खुले रूप में दिखाया जाये या fitting का नाम दिया जाये। इस प्रकार अंगों को अनावश्यक दिखाने से Sex appeal बढ़ती है जिसके परिणाम स्वरूप युवाओं की भावनाओं का भटकना स्वाभाविक है। और इसी में अपराध का जन्म होता है। आज के बढ़ते अपराध में अपने परिधान के कारण महिला असुरक्षित है। बढ़ते अपराधों में स्त्रियों द्वारा पहने जाने वाले परिधान की भी भूमिका है। लेकिन यदि परिधान में Sex appeal हो पुरुषों को आकर्षित करे तो स्वाभाविक ये लोग के मुंह से Comment होंगे। इच्छायें जागृत होगी जो कि अपराध की जननी है। फैशन एवं फैशन डिजाइनर के अनुसार एक Fashionable Garment वही होगा जो Season or Society के हिसाब से होगा। लेकिन आज के Designer costumer की Demand को ध्यान में रखकर dress बनाते हैं रिस्तों में भी अपराध बढ़ गये है। जब इन्सान की भावनायें बढ़ती है तो कहीं भी निकलती है। पहनावा में मान्यता रीतिरिवाज, संस्कृति, सभी बदल डाला है। दूरदर्शन और निजी चैनल में युवा वर्ग Drink, Smoking करते हुये पिकनिक पर सुनसान जगह पर जाते हैं। उसके साथ उत्तेजक वस्त्र धारण करना और उन्मुक्त वातावरण अपराध बढ़ाने के लिये पर्याप्त है। सरकार को निश्चित करना होगा कि निजी चैनल में फैशन के नाम पर अंगों को कितना दिखाया जाये। और ऐसा निश्चित करने

से आगे अपराध को रोका जासकेगा। निजी चैनल पर सरकार का नियंत्रण ही नहीं रहता है। पैसा कमाने ही उनका ध्येय है। उनको हमारी संस्कृति से कोई मतलब नहीं है। निजी चैनल को जो वर्ग देखता है। वो सम्पन्न वर्ग है। निजी चैनल में वही दिखाया जाये जिससे अपराध न हो क्योंकि प्राचीन परम्परा को त्याग कर आधुनिकता नहीं आ सकती है। परम्परा में फेरबदल कर ही आधुनिकता आयेगी।

संदर्भ

1. वेब्लेन ए यस्टीन: प्रमुख सामाजिक विचारक जी के अग्रवाल एवं श्रीनाथ शर्मा द्वारा लिखित पृ. 305
2. टूमाईल दुर्खीम: समाज शास्त्रीय पद्धति नियम हिंदी ग्रंथ अकादमी पटना पृष्ठ 34
3. मर्जन राबर्ट के.: सोशल थ्योरी एण्ड सोशल स्ट्रक्चर आमरिण्ड पब्लिकेशन पृष्ठ 78