

इकाई 4

फैशन बाजार की गतिशीलता

इस इकाई को पूरा करने के उपरांत आप निम्नलिखित को समझने और उसका वर्णन करने में समर्थ होंगे:-

- फैशन संचलन के सिद्धांत
- फैशन पूर्वानुमान की आवश्यकताएं और प्रक्रिया
- पेंडुलम स्विंग का सिद्धांत
- विभिन्न फैशन चक्र और उनकी अवस्थाएं
- फैशन सिद्धांत
- मुख्य अवधारणाएं और शब्दावली
- फैशन परिधान की श्रेणियां

“एक फैशन डिजाइनर के रूप में, मैं हर समय इस बात के प्रति जागरूक था कि मैं एक कलाकार नहीं हूँ, क्योंकि मैं किसी ऐसी चीज़ का सृजन कर रहा था जिसे बेचने, विपणन किए जाने, प्रयोग करने और अंततः फेंक दिया जाना है।”

टॉम फोर्ड

4.1 फैशन का संचलन

फैशन के संचलन का अर्थ है— गति का संकेतक तथा यह भावी ट्रेंडों की दिशा से संबंधित होता है। फैशन के संचलन तथा फैशन उद्योग पर इसकी विवक्षाओं को समझने के लिए फैशन पूर्वानुमान पेंडुलम स्विंग और फैशन चक्रों की आधारभूत अवधारणाओं के बारे में जानना महत्वपूर्ण है।

4.1.1 फैशन पूर्वानुमान

पूर्वानुमान एक जटिल क्रियाकलाप है जिसके द्वारा फाइबर, यार्न, फैब्रिक और परिधान निर्माताओं तथा साथ ही खुदरा-विक्रेताओं के प्रयासों को समन्वित किया जाता है। भावी ट्रेंडों की पहचान में सहायता करने के लिए पिछले फैशन ट्रेंडों के अनुसंधान और विश्लेषण की आवश्यकता होती है।

परिधान, सौंदर्य, प्रसाधन और गृह वस्त्र उद्योग के लिए ट्रेंड की पहचान का कार्य ट्रेंड पूर्वानुमानकर्ताओं द्वारा संचालित किया जाता है जिसमें निम्नलिखित शामिल होता है:

I वृत्तिकों द्वारा ट्रेंड अनुसरण और ट्रेंड पहचान जो समूचे विश्व में विद्यमान नए सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों तथा प्रौद्योगिकियों के संबंध में सतर्क होते हैं।

ii. ‘हासिल करने’ अर्थात् ट्रेंडों का पता लगाने के लिए अग्रणी फैशन राजधानियों जैसे लंदन, पेरिस और मिलान तथा अन्य देशों/महाद्वीपों में बार-बार यात्राएं करना। कभी-कभी अन्य देशों तथा स्वदेशी संस्कृतियों

के प्रभाव भी प्रेरणा प्रदान करते हैं।

- iii. फाइबर, यार्न, फैब्रिक विकास में नए विकासों तथा रंग पर नए अनुसंधानों का अन्वेषण करना।
- iv. उपभोक्ता व्यवहार, फैशन अधिमानों तथा जीवनशैली में अध्ययन रूपांतरण जो उपभोक्ता अधिमानों में भावी ट्रेंडों का संकेत देते हैं।
- v. उभरते हुए पैटर्नों की पहचान के लिए सूचना का विश्लेषण का अनुभव प्राप्त करना।

पूर्वानुमान विशेषज्ञों का एक सामूहिक क्रियाकलाप है जो सूचना का विश्लेषण करते हैं तथा इस बात की पहचान करते हैं कि आगामी मौसम/वर्ष के लिए किन महत्वपूर्ण ट्रेंडों के प्रचलित होने की आशा करते हैं। इसके पश्चात् उनके निष्कर्ष पूर्वानुमान एजेंसी द्वारा विश्लेषित और संश्लेषित किए जाते हैं जो पूर्वानुमान ट्रेंड पुस्तकों को प्रकाशित करते हैं जो 6 से 18 माह के अग्रिम समय में ट्रेंडों का पूर्वानुमान लगाती हैं। इन पूर्वानुमान पुस्तकों और पत्रिकाओं में रंग पट्टिकाएं, फैब्रिक पट्टियां, फोटोग्राफ फैशन रेखाचित्र और विनिर्देशन शामिल होते हैं ताकि पुरुषों, महिलाओं और बच्चों के लिए परिधान ट्रेंडों को चित्रित किया जा सके। इन्हें ट्रेंड पूर्वानुमान संगोष्ठियों/मेलों/प्रदर्शनियों में प्रदर्शित और प्रस्तुत किया जाता है तथा इनका फैशन उद्योग वृत्तिकों, क्रेताओं और खुदरा-व्यापारियों द्वारा उनकी पूर्वानुमान रूपी प्रतीक्षा की जाती है। ये ट्रेंड पुस्तकें उन फैशन डिजाइनरों के संग्रहण के लिए संदर्भ बिंदु भी होती हैं जो आगामी मौसम में स्टोर्स में उपलब्ध रहेंगे।

यह समझना महत्वपूर्ण है कि कुछ पूर्वानुमान एजेंसियां मुख्यतः अपने घरेलू बाजार की आवश्यकताओं की पूर्ति करती हैं जबकि अन्य का एक विशाल संदर्श होता है।

I लिडेविज एडेलकूर्ट पेरिस में ट्रेंड यूनिन के लिए एक विशेषज्ञ पूर्वानुमानकर्ता हैं तथा वे भारत के अपने दौरों के दौरान ट्रेंड कार्यशालाओं का आयोजन भी करती हैं।

- ii. कुछ प्रतिष्ठित ट्रेंड पूर्वानुमान एजेंसियों के उदाहरण हैं – पेरिस आधारित नेल्ली रोडी, पेसियर्स, फ्रांस की प्रोमोस्टाइल, यूएसए की डोनेगेर आदि।
- iii. कलर एसोसिएशन ऑफ दि यूनाइटेड स्टेट्स (सीएयूएस) तथा कलर मार्केटिंग ग्रुप (सीएमजी) दो रंग पूर्वानुमान सेवाओं के उदाहरण हैं।

रनवे फैशन पर वेब फोकसिंग पर कुछ साइटें हैं:

www.style.com/vogue

www.firstview.com

- फैशन टेलीविजन वेबसाइटें:

www.fashiontelevision.com

- वीडियो फैशन

www.vediofashion.com

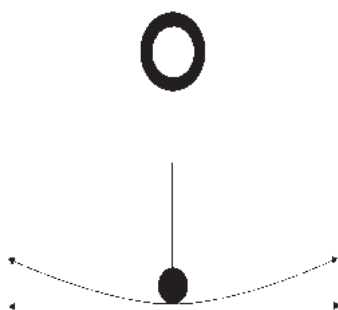
- फैशन ट्रेंड का पता लगाने वाली वेबसाइटें:

www.stylesight.com

www.trendwatching.com

4.1.2 पेंडुलम स्विंग

फैशन पेंडुलम का अर्थ है – फैशन का आवधिक संचलन क्योंकि यह घड़ी के पेंडुलम की भांति एक पराकाष्ठा से दूसरी पराकाष्ठा तक झूलता रहा है।



चित्र 4.1 पेंडुलम स्विंग

पेंडुलम स्विंग के कुछ उदाहरण हैं :

मिनी ड्रेस	----- मैक्सी ड्रेस
लो-राइज जीन्स	----- हाई-राइज जीन्स
बूटलेंग जीन्स	----- स्किनी जीन्स

कोई विशेष ट्रेंड उस समय पुराना हो जाता है जब उसकी शैली में आगे और कोई सृजनात्मक व्याख्या की गुंजाइश नहीं रहती है। यह प्रक्रिया पूरा फैशन मौसम, कई वर्ष अथवा एक दशक का भी समय ले सकती है। जब जीन्स की 'सीम राइज' अत्यंत निम्न हो गई थी, तब पेंडुलम 'हाई राइज' जीन्स की ओर स्विंग कर गया था। 1960 के दशक में जब बाजार फिटेड मिनी-स्कर्टों से पूरी तरह पटा हुआ था तब पेंडुलम दूसरी तरफ स्विंग कर गया और लांग स्कर्टों के आगमन का स्वागत करने लगा। भारत में, सलवार के साथ पहने जाने वाले फिटेड छोटे कुर्तों का स्थान खुले अनारकलीनुमा कुरतों ने ले लिया जिनकी लंबाई अधिक थी तथा उन्हें चूड़ीदार सलवार के साथ डाला जाता था। जब फार्म-फिटेड 'जेगिंग्स' (जीन्स और लैगिंग्स का संयोजन) ने बाजार पर अधिपत्य किया था, सीधी पतलूनें एक संपूर्ण भिन्न सिलिएट के रूप में उभरकर सामने आईं।

दो पराकाष्ठाओं के बीच, डिजाइनर, पूर्वानुमान लगाने वाले, विनिर्माता और खुदरा व्यापार अग्रिम रूप से पेंडुलम स्विंग की परिकल्पना करने का प्रयास करते हैं ताकि आगामी फैशन परिवर्तन का पूर्वानुमान लगाया जा सके तथा संगठनात्मक आवश्यकता के अनुरूप इसकी दिशा को परिभाषित किया जा सके। यह उन्हें परिधान की उनकी आगामी श्रृंखला के विषय में रणनीति के साथ आयोजना बनाने के लिए व्यापारिक अनुमान प्रदान करने

में उनकी सहायता करता है।

फैशन चक्र

अल्पकालिक होने के नाते फैशन, फैशन उद्योग के वाणिज्यिक हितों द्वारा उत्प्रेरित होकर नई शैलियों का स्वागत करने के माध्यम से सामाजिक सांस्कृतिक ताने-बाने में होने वाले अपरिहार्य परिवर्तनों के प्रति प्रतिक्रिया व्यक्त करता है जो नए फैशन का पूर्वानुमान लगाने तथा उसे प्रोत्साहित करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। जबकि परिधान की किसी समकालीन शैली को अपनाना फैशनेबल माना जा सकता है, यह बात भी उतनी ही सच है कि इसकी उद्भवकारी प्रवृत्ति फैशन प्रवर्तकों और शैली अग्रेताओं द्वारा आरंभ किए गए परिवर्तन के आगामी चक्र को अपरिहार्य बना देती है।

समाज के किसी विशाल खण्ड द्वारा किसी विशेष शैली को स्वीकार किया जाना अथवा उसे छोड़ दिया जाना एक वक्रीय मार्ग द्वारा दर्शाया जाता है जिसे फैशन चक्र कहा जाता है। ऐसे चक्र आवधिक प्रकृति के होते हैं, परंतु इनमें कोई पूर्वानुमान कर सकने योग्य नियमितता नहीं होती है। उनकी विविधताएं निम्न के संदर्भ में होती हैं :

- अवधि (लंबी अथवा छोटी)
- तरंगण (उच्च अथवा निम्न बिंदु)
- वेग (स्वीकार्यता और रद्द करने की गति)

तीन प्रकार के प्रमुख चक्र हैं—मनोयोग चक्र, मानक ट्रेंड चक्र और श्रेण्य ट्रेंड चक्र:—

i. मनोयोग चक्र : मनोयोग अल्प अवधि के फैशन होते हैं। ऐसे फैशन जो स्वीकार्यता की एक संवर्धित दर के कारण लोकप्रियता में अत्यंत तेजी से बढ़ते हैं परंतु उनका जीवन काल संक्षिप्त ही होता है तथा उनकी प्रवृत्ति शीघ्र ही प्राचीन बन जाने की होती है।

ii. मानक ट्रेंड चक्र : कुछ आवर्ती चक्र, जिन्हें दीर्घ-तरंग पद्धतियां कहा जाता है, ऐसी शैलियों को प्रतिबिंबित करते हैं जो धीरे-धीरे आरंभ होती हैं तथा एक लंबे समय तक बनी रहती हैं, जब तक कि उनकी

लोकप्रियता अंततः कम नहीं हो जाती है।

- iii. **श्रेण्य ट्रेंड चक्र** : श्रेण्य स्थायी शैलियां होती हैं जो स्वीकार्यता के एक ऐसे पठार तक पहुंच जाती हैं जो एक लंबी अवधि तक जारी रहता है।

अगले पृष्ठ पर दिए गए तीन फैशन चक्रों चित्र इस प्रक्रिया का वर्णन करते हैं

प्रत्येक चक्र का प्रतिनिधित्व एक गेंद की आकार के चक्र द्वारा किया जाता है जिसे एक निर्दिष्ट अवधि के दौरान आनुक्रमिक चरणों के माध्यम से दर्शाया जाता है।

- I **चरण 1** : ऐसी शैली का प्रारंभ है जब फैशन के प्रति जागरूक उपभोक्ता यथाशीघ्र इसे अपना लेते हैं। ऐसे उपभोक्ताओं को फैशन अग्रगता माना जाता है जिनकी शैलियां भावी ट्रेंडों के संकेतकों के रूप में कार्य करती हैं।

- ii. **चरण 2** : उत्थान है जब शैली को व्यापक स्वीकार्यता हासिल हो जाती है। इस अवस्था पर शैली को आम जनता के लिए अधिक व्यापक रूप से उपलब्ध कराने के प्रयोजनार्थ डिजाइनर/विनिर्माता द्वारा शैली का अनुकूलन/आशोधन किया जाता है। फैशन के अनुयायी ट्रेंड को अपनाते हैं और इस प्रकार उस शैली के आकर्षण और लोकप्रियता में वृद्धि होती है। इसे मीडिया में प्रचार के माध्यम से प्राप्त किया जाता है।

- iii-- **चरण 3** : शैली की लोकप्रियता के शिखर को दर्शाता है जब इसे व्यापक रूप से समाज में पहना जाता है। यह ऐसा बिंदु है जब अधिकाधिक उपभोक्ता विभिन्न मूल्य बिंदुओं पर शैली में परिवर्तनों की मांग करते हैं तथा उन्हें स्वीकार करते हैं। इस अवस्था पर, फैशन के प्रति अधिक जागरूक उपभोक्ता शैली को अस्वीकृत कर देते हैं क्योंकि इसे समाज में बड़े पैमाने पर पहना जा रहा होता है।

- iv. **चरण 4** : शैली के अति-प्रदर्शन के कारण लोकप्रियता में पतन को दर्शाता है। पेशकश

करते हैं।

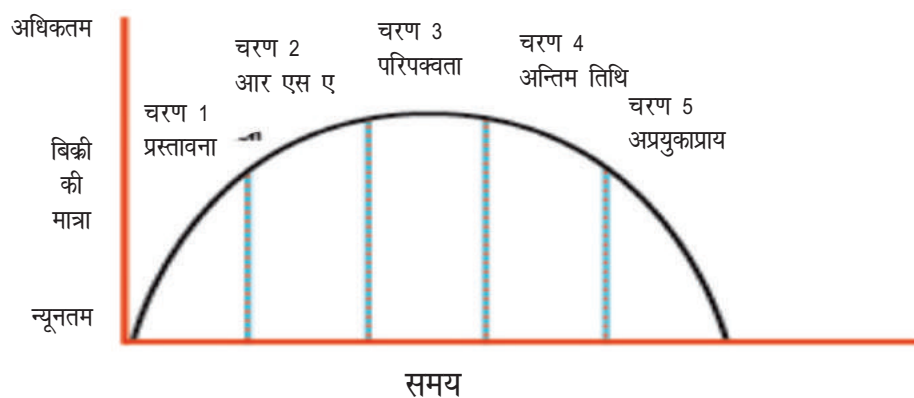
- v. **चरण 5** : अप्रचलन से संबंधित है जब शैली को समय के अनुरूप नहीं माना जाता अथवा प्राचीन समझा जाता है तथा उसे अस्वीकृत कर दिया जाता है।

जैसा कि चित्र में दर्शाया गया है, किसी शैली का **मनोयोग चक्र** की विशेषता है सभी अवस्थाओं में उसका त्वरित संचलन तथा इसे एक तेज ढालदार चक्र द्वारा इंगित किया गया है। सामान्यतः यह उपभोक्ताओं द्वारा तीव्र स्वीकार्यता और इसी के समान तीव्र अस्वीकृति का परिणाम है। **मानक ट्रेंड चक्र** एक सामान्य चक्र है जिसमें धीरे-धीरे नीचे की ओर गिरावट होती है तथा वह अप्रचलन पर समाप्त होती है। **श्रेण्य चक्र** तकनीकी रूप से चक्र नहीं है क्योंकि एक बार जब कोई शैली स्वीकार्यता हासिल करती है, यह किसी पठार की भांति स्थिर लोकप्रियता को बनाए रखता है। परिधानों की अधिकांश आधारभूत और समयविहीन मर्दों का श्रेण्य चक्र द्वारा प्रतिनिधित्व किया जाता है।

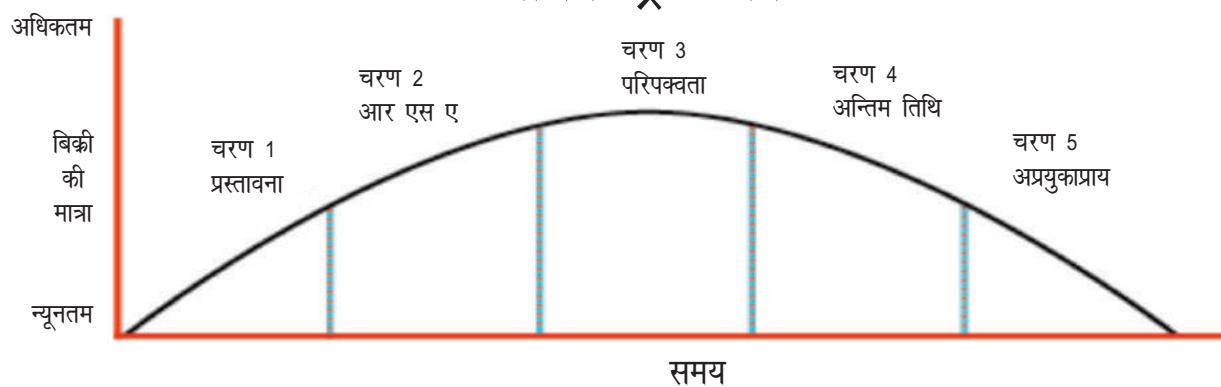
4.1.4 चक्रों के भीतर चक्र

किसी विशिष्ट शैली के लोकप्रियता और स्वीकार्यता चरण के दौरान, डिजाइन अवयवों जैसे सिलुएट, रंग, सामग्री, ट्रिक्स आदि में साथ-साथ परिवर्तन हो सकते हैं जिनमें से प्रत्येक इसके स्वयं के चक्र में होता है। अतः व्यापक चक्र के भीतर अनेक चक्रों को "चक्रों के भीतर चक्र" कहा जाता है। इसका एक उदाहरण डेनिम जीन्स का है जो कैलीफोर्निया में "गोल्ड रश" के दौरान लोकप्रिय हुई थी तथा वह एक फैशन तत्व के रूप में अभी भी बनी हुई है। फिर भी डेनिम के आकार (सीधे पोंचे, पतले पौधे, अन्य रंग) सतह पर उपचार (एसिड-वाश, इंजाइम-वाश, स्टोन-वाश) भार आदि में अंतर आया है। पुरुष और महिलाओं, दोनों ही के द्वारा जीन्स के विभिन्न परिवर्तनों का सफल अनुकूलन और अंगीकरण फैशन के 'इन' और 'आउट' होते हैं।

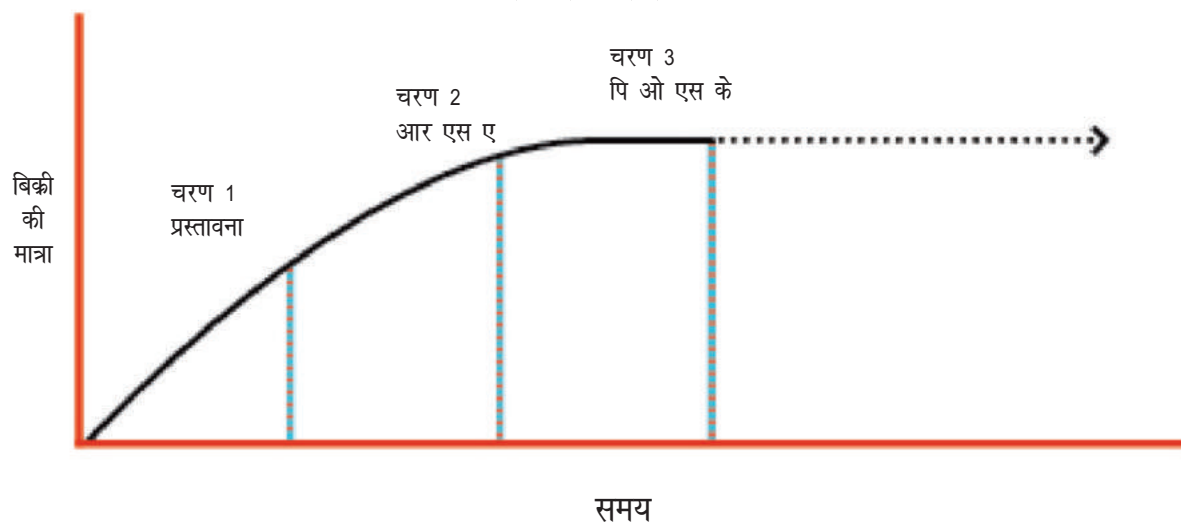
मनोयोग चक्र



मानक ट्रेंड चक्र



श्रेण्य चक्र



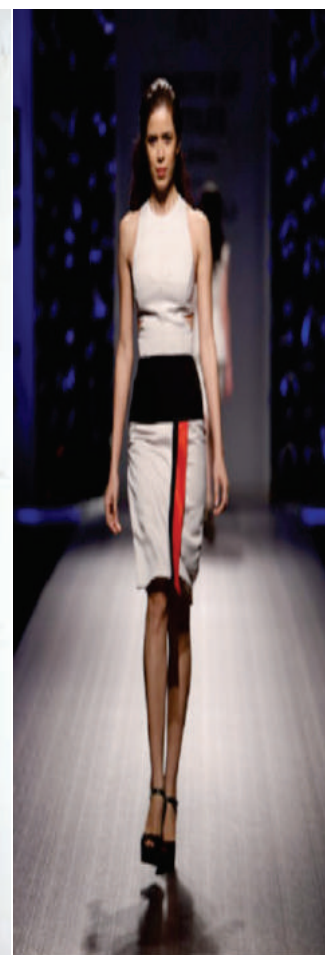
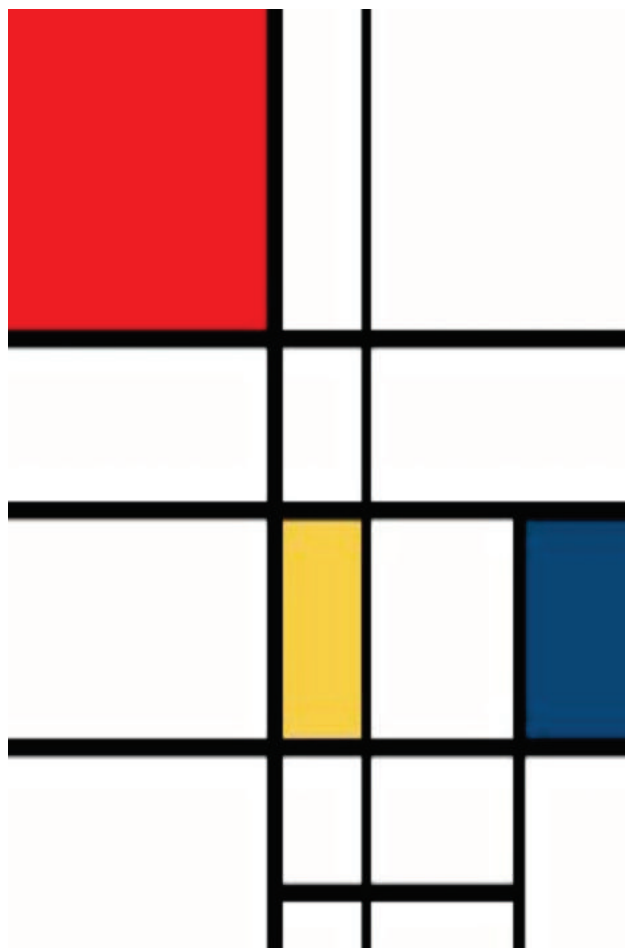
चित्र 4.2 फैशन चक्र

4.1.5 व्यवधानपूर्ण चक्र

कुछ विनिर्माता तथा खुदरा-विक्रेता लोकप्रियता, वरीयता, मौसम के स्तरों में परिवर्तन का पूर्वानुमान लगाते हुए अथवा सामाजिक-आर्थिक-राजनीतिक घटनाक्रमों जैसे मंडी या युद्ध के कारण परिधानों की किन्हीं विनिर्दिष्ट शैलियों का उत्पादन और भण्डारण रोक देते हैं जिसके फलस्वरूप “व्यवधानपूर्ण चक्र” उत्पन्न होता है। इसे द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान फैशन में हुए परिवर्तनों के माध्यम से और भी बेहतर ढंग से समझा जा सकता है, जब वस्त्रों के भण्डारण से पूर्व शैलियों का प्रचलन तथा महिलाओं के लिए कार्यात्मक परिधानों का अंगीकरण समाप्त हो गया।

4.1.6 आवर्ती चक्र

कुछ शैलियां इतनी लोकप्रिय हैं कि भले ही ट्रेंड ने अपना मार्ग तय कर लिया हो और वह समाप्त भी हो गया हो, वे सिलुएट के संदर्भ में डिजाइन के पुनर्निर्वाचन के माध्यम से पुनः वापस लौट आती हैं। इसे आवर्ती चक्र कहा जाता है। उदाहरण के लिए वाइवेस सेंट लॉरेंट द्वारा 1960 के दशक में परिकल्पित “कलर ब्लॉकिंग” के निर्वाचन ने 2012-13 में स्प्रिंग समर 2012 में अनेक अंतर्राष्ट्रीय डिजाइनरों के रनवे कलेक्शनों में अपनी उपस्थिति दर्ज कराई।



चित्र 4.3 चिकार पीट मॉनड्रायन द्वारा पेंटिंग

चित्र 4.4 पीट मॉनड्रायन ने वाइवेस सेंट लॉरेंट की कलर-ब्लॉकड ड्रेस 1960 की प्रेरणा दी

चित्र 4.5 अत्सु सेखोस कलेक्शन 2012

अभ्यास 4.1

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए:

- वह क्रियाकलाप जहां पिछले फैशन ट्रेंड का अनुसंधान और विश्लेषण भावी फैशन ट्रेंडों की पहचान में सहायता प्रदान करता है _____ कहलाता है।
- पूर्वानुमान _____ का एक सामूहिक क्रियाकलाप है जो सूचना का विश्लेषण करता है तथा आगामी/वर्ष के लिए मुख्य ट्रेंडों की पहचान करता है।
- ऐसी पुस्तकें और पत्रिकाएं जो अग्रिम तौर पर फैशन ट्रेंडों का पूर्वानुमान लगाती हैं _____ कहलाती हैं।
- फैशन का आवधिक संचलन, जिसके द्वारा यह एक घड़ी की भांति एक पराकाष्ठा से दूसरी पराकाष्ठा तक जाता है, _____ कहलाता है।
- कोई विशिष्ट ट्रेंड उस समय _____ कहलाता है जब उस शैली में आगे सृजनात्मक परिवर्धन नहीं किए जा सकते हैं।
- प्रत्येक चक्र का चक्रीय मार्ग का _____ आकार के चक्र द्वारा प्रतिनिधित्व किया जाता है।
- समाज के किसी विशाल खण्ड द्वारा किसी विशेष शैली की स्वीकार्यता अथवा अस्वीकृति को दर्शाने वाला चक्रीय मार्ग _____ कहलाता है।
- लोकप्रियता और स्वीकार्यता की अवस्था के दौरान किसी विशेष शैली की मांग का इष्टतम लाभ उठाने तथा मांग की पूर्ति करने के लिए विभिन्न डिजाइन विविधताएं विस्तृत चक्र के भीतर अनेक चक्रों का सृजन करती हैं जिन्हें _____ कहा जाता है।
- किसी विशिष्ट ट्रेंड द्वारा अपना मार्ग तय कर लिए जाने के पश्चात् यह समाप्त हो जाता है तथा अपने डिजाइन के पुनर्निर्वाचन के माध्यम से यह कुछ समय पश्चात् पुनः वापस आ जाता है, जिसे _____ चक्र कहते हैं।
- फैशन चक्र की पांच अवस्थाएं हैं – “प्रारंभ, उत्थान, शिखर, पतन और _____।
- एक फैशन चक्र में अवधि, और _____ वेग के संदर्भ में गैर-पूर्वानुमानित परिवर्तन होते हैं।
- चक्रों के तीन प्रमुख प्रकार हैं _____ चक्र, मानक ट्रेंड चक्र और श्रेण्य चक्र।

पुनरीक्षा प्रश्न

1. फैशन पूर्वानुमान क्या है?
2. ट्रेंड पूर्वानुमानकर्ता द्वारा अपेक्षित पांच विशेषताएं क्या हैं?
3. पेंडुलम स्विंग क्या है?
4. पेंडुलम स्विंग का पूर्वानुमान लगाना किसी संगठन के लिए क्यों महत्वपूर्ण है?
5. फैशन चक्र क्या है?
6. फैशन चक्र में अंतरों के क्या कारण हैं?

क्रियाकलाप

अपनी नैसर्गिक अल्पस्थायी प्रकृति के कारण जैसे-जैसे डिजाइन फैशन चक्र को पूर्ण करते हैं, वे प्राचीन हो जाते हैं। डिजाइन के स्थगित को बचाने के लिए, फैशन पेंडुलम का स्विंग अपनी दिशा को बदलता है तथा आगे बढ़ने के साथ ही वेग हासिल करता है। अतः फैशन एक पराकाष्ठा से दूसरी पराकाष्ठा तक संचयन करता है।

इस क्रियाकलाप का आशय छात्रों को फोटोग्राफों/चित्रण के माध्यम से फैशन इतिहास में पेंडुलम स्विंग का पता लगाने में समर्थ बनाना है।

1. परिधानों की किसी एक मद की पहचान करें। (जीन्स, स्कर्ट, कुरता आदि)
2. इसकी दोनों पराकाष्ठाओं पर इस परिधान के चित्रों का पता लगाएं।
3. ऐसे डिजाइन अवयव की पहचान करें जो पेंडुलम स्विंग से गुजरा हो (अर्थात् लम्बाई, चौड़ाई, तड़क-भड़क आदि)
4. ट्रेंड की अवधि पर चर्चा करें।

4.2 फैशन संचलन के सिद्धांत

जैसा कि पहले चर्चा की गई है फैशन की दिशा में परिवर्तन ट्रेंडों पर आधारित होते हैं। कभी-कभी ऐसे प्रश्न उठते हैं कि ट्रेंड कहां और कैसे उत्पन्न होते हैं? प्रवर्तक और अनुयायी कौन है? परिवर्तन की दिशा क्या है? इनके उत्तर तीन सिद्धांतों से आते हैं जो फैशन के संचलन का पूर्वानुमान लगाते हैं तथा उसका वर्णन करते हैं। ये हैं – ट्रिकल-डाउन, ट्रिकल-अप और ट्रिकल एक्रॉस सिद्धांत जिनकी शुरुआत बीसवीं शताब्दी में हुई थी।

4.2.1 ट्रिकल डाउन सिद्धांत

फैशन का इतिहास अपने जन्म, परिसंपत्ति और हैसियत के माध्यम से राजसीपन और कुलीनपन दर्शाता है जहां पिरामिड – जैसी सामाजिक संरचना के शीर्ष पर सामाजिक कुलीन वर्ग स्थापित है। यह सामाजिक वर्ग मनोरंजन और यात्राओं की ऐश्वर्यपूर्ण जीवन-शैली का निर्वाह करता है जहां कला संग्रहणों, महंगे साजो-सामान के साथ बड़े घरों, वैभवपूर्ण परिधानों और उनके उपांगों का अर्जन सामग्री उपभोग के उच्च स्तरों को दर्शाता है। यह विशिष्टता इस तथ्य से भी स्पष्ट होती है कि कपड़े, बालों की शैलियां, आदि इतनी विस्तृत थीं कि परिचारकों और सेविकाओं की सेवाएं सजने-संवरने के लिए ली जानी अपेक्षित थीं। अतः उच्च फैशन समाज के उच्चतम वर्गों के संभ्रात लोगों तक ही सीमित रह गया था। आम जनता केवल उनकी प्रशंसा ही कर सकते थे परंतु उनके पास ऐसे वस्त्रों को पहनने के लिए पैसा नहीं था और न ही उन्हें इसकी स्वतंत्रता थी। धीरे-धीरे फैशन निम्न वर्गों द्वारा डिजाइन और वस्त्रों के सस्ते संस्करणों के माध्यम से ऊपरी स्तर से निचले वर्गों तक आया।

कोई फैशन जो उच्च फैशन के रूप में आरंभ होता है, उसे तीन गुणवत्ताओं में बांटा जा सकता है:—

- i. डिजाइन सौंदर्यबोध
- ii. मानव-घंटों के उच्च आवंटन के साथ विस्तृत और विशिष्ट विनिर्माण प्रक्रिया
- iii. उच्च गुणवत्ता वाली सामग्रियां और साज-सज्जा उच्च फैशन के स्रोत फैशन अथवा

उपांग डिजाइनर है जो अमीर ग्राहकों जैसे फैशनेबल और संभ्रात विशिष्ट वर्ग के लोगों तथा ऐसे ग्राहकों की आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं जो व्यापार और मीडिया में उच्च पदों पर आसीन हैं तथा जिनके पास डिजाइनर वस्त्रों और उत्पादों का खर्च वहन करने के लिए पसंद और धनराशि उपलब्ध है। फैशन के आकांक्षात्मक मूल्य के कारण डिजाइन नीचे की ओर मध्यम और निम्न वर्गों तक आते हैं जब तक कि अधिकाधिक लोगों के पास वास्तविक उत्पाद अथवा उसकी प्रतिकृति उपलब्ध नहीं हो जाती। इसके परिणामस्वरूप, उपभोक्ताओं को मूल शैली की विविधताओं के अधिक पहनने के लिए तैयार परिधान उपलब्ध हो जाते हैं, जैसे मनीष मल्होत्रा, सव्यसाची मुखर्जी के डिजाइन अथवा लुइस विट्टोन के बैग वांछनीय स्टेटस मार्कर हैं।



चित्र 4.6 सव्यसाची मुखर्जी कोटयूर

4.2.2 ट्रिकल अप अथवा बबल अप सिद्धांत

यह सिद्धांत प्रतिपादित करता है कि ट्रेंड की प्रेरणा विशिष्ट वर्ग से नहीं आती है, बल्कि फैशन नेतृत्व के नए स्रोत अर्थात् जनता से आती है। नूतनता की निरंतर तलाश में, कतिपय शैली संकेतक उन छोटे समूहों से धीरे-धीरे ट्रिकल अप अथवा बबल अप होते हैं जिनकी अपनी विशिष्ट संस्कृति होती है, जिन्हें 'उप-सांस्कृतिक' सामाजिक समूह कहा जाता है। युवाओं पर संपूर्ण विश्व का ध्यान केन्द्रित होने के साथ ही उप-समूहों से उद्भूत होने वाली गैर-समनुरूपी शैलियों को स्ट्रीट फैशन कहा जाता है। ये उल्लासपूर्ण प्रयोगों के सदृश्य हैं जिनमें ध्यान अथवा प्रतिक्रिया को उकसाने के लिए स्पंदन होता है। यह डिजाइनरों, फोटोग्राफरों और शैलीकारों के लिए चाक्षुक प्रेरणा का स्रोत है। किसी स्ट्रीट शैली की अभिन्नवता की पहचान की जाती है, उसे लिया जाता है तथा ऊर्ध्वमुखी प्रचार प्रक्रिया के माध्यम से उसे तब तक लोकप्रिय बनाया जाता है जब तक कि वह डिजाइनर के संग्रहण में उन्नयित संस्करण के रूप में विकसित नहीं हो जाती। उदाहरण के लिए, फटी, खराब और बदतर हालत की डेनिम जीन्स को सड़कों से उठा लिया गया तथा फैशन शो में प्रदर्शित कर दिया गया। गिनी वेर्सेस ने साधारण सेप्टी पिन को लिया और उसे अपने कोट्यूर शो के लिए रत्नजड़ित उपांग के रूप में रूपांतरित कर दिया। विद्रोही युवाओं के प्रतीक के रूप में काले चमड़े की मोटरसाइकिल जैकेट तब अत्यंत लोकप्रिय हो गई जब फिल्मस्टार मारियन ब्रेडों ने उसे फिल्म दि वाइल्ड डॉग में पहना था। इसे रॉक संगीतकारों जैसे जिम मॉरीसन और ब्रूस स्प्रींगस्टीन द्वारा अपनाया गया था जिन्होंने इसे फैशन की दृष्टि से 'शांत' बनाया जबकि क्लॉडे मोनटाना और ग्लानी वेर्सेस ने इसे अपने रनवेज़ पर प्रस्तुत किया।

भारत में, डिजाइनर और ब्रांड प्रायः सड़कों अथवा आस-पास के परिवेश से छवियों का प्रयोग करते हैं तथा अपने डिजाइनों के माध्यम से उनकी व्याख्या करते हैं। मनीष अरोड़ा ने पारंपरिक नृत्यों की छवियों तथा परिवहन, सड़कों और लोगों पर ग्राफिक्स का प्रयोग अनेक सतहीय तकनीकों के माध्यम से अपने परिधानों पर किया है। प्ले क्लान और नप्पा डोरी ब्रांडों में उत्पादों और वस्त्रों दैनिक प्रयोग की छवियों को ग्राफिक्स के माध्यम से अंकित किया गया है।



चित्र 4.7 हिमांशु डोगरा द्वारा प्ले क्लान

4.2.3 ट्रिकल एक्रॉस सिद्धांत

ट्रिकल-एक्रॉस सिद्धांत को व्यापक बाजार अथवा साथ-साथ अंगीकरण सिद्धांत भी कहा जाता है। यह वर्णित करता है कि फैशन की जानकारी ऊर्ध्व संचलन के स्थान पर सामाजिक संस्करण के भीतर क्षैतिज रूप में ट्रिकल/संचलन करती है।

फैशन परिवर्तन के ट्रिकल-डाउन सिद्धांत की ही भांति, घरेलू और निर्यात कंपनियों के स्वतंत्र डिजाइनरों और इन हाउस डिजाइनर दल उल्लेखनीय भूमिका निभाते हैं। इसमें महत्वपूर्ण भागीदार हैं – विनिर्माता, खुदरा-व्यापारी और मीडिया जो व्यापक उत्पादन और प्रचार के लिए शैलियों पर निर्णय लेते हैं। जिस गति से ट्रेंड विभिन्न बाजार खण्डों में ट्रिकल/संचलन करते हैं, वह तीन कारकों पर आधारित होती है, अर्थात् :

- पण्यावर्त दर (नई शैलियों के साथ विद्यमान माल के प्रतिस्थापन की दर)
- मात्रा/परिमाण उत्पादन

- मास मीडिया द्वारा सृजित फैशन जागरूकता और लोकप्रियता की गति

इसका एक उदाहरण है – पैनल वाला घाघरा अथवा अनारकली शैली का कुरता जिसे अनेक कोटयूर डिजाइनर शो में देखा जाता है। इन शैलियों की लोकप्रियता अत्यंत व्यापक है परंतु उच्च मूल्य होने के कारण ये अधिकांश लोगों के लिए वहन कर पाने योग्य नहीं हैं। संचार और प्रौद्योगिकी की गति के साथ डिजाइन ट्रेंड अनुकरण के माध्यम से आगे प्रसारित हुए जिसके कारण स्टोर विभिन्न उपभोक्ता खण्डों के बजट के अनुकूल वहनीय मूल्यों पर समान शैलियों की

विविधताओं को प्रदान करने में समर्थ हो पाए हैं। इसका अर्थ यह है कि समस्त स्तरों पर विद्यमान उपभोक्ताओं के पास उत्पाद की एक विशाल श्रृंखला में से अपनी मनपसंद शैलियां चुनने का विकल्प विद्यमान है।

अनुकरण दो प्रकार से कार्य करता है:

- किसी प्रमाणिक उत्पाद की सदृश्य प्रतिलिपि आगे प्रचारित की जाती है।
- कोई सदृश्य प्रतिलिपि जिसमें मूल लेबल नहीं लगा होता है।

हालांकि यह फैशन उद्योग में एक आम प्रथा बन गया है, परंतु इसने अनिवार्यतः कॉपीराइट मुद्दों में नृजातीय प्रश्न भी खड़े किए हैं।

अभ्यास 4.2

रिक्त स्थान भरिए:

1. ट्रिकल एक्रॉस सिद्धांत को _____ अथवा _____ भी कहा जाता है।
2. ट्रिकल अप सिद्धांत को _____ भी कहा जाता है।
3. नई शैलियों के साथ विद्यमान माल को प्रतिस्थापित करने की दर _____ कहलाती है।
4. मूल शैलियों की विविधताएं/प्रतियां _____ कहलाती हैं, जो विभिन्न बजटों के अनुकूल होती हैं और सस्ती दरों पर उपलब्ध हैं।
5. स्ट्रीट फैशन _____ दिशा में जनता से डिजाइनर संग्रहणों की ओर संचलन करते हैं।
6. वस्त्र के सस्ते संस्करण का प्रयोग करते हुए अनुकरण के माध्यम से उच्च से निचले वर्गों की ओर डिजाइन का विस्तार _____ सिद्धांत का एक उदाहरण है।

पुनरीक्षा प्रश्न:

1. फैशन के संचलन के तीन सिद्धांतों का नाम बताइए?
2. स्ट्रीट फैशन क्या है?
3. वे कारक क्या हैं जो इस गति को प्रभावित करते हैं जिसके साथ ट्रेंड विभिन्न बाजार खण्डों में ट्रिकल करते हैं?
4. नॉक-ऑक्स (अनुकरण) क्या है?

क्रियाकलाप

फैशन की दिशा में परिवर्तन ट्रेंड पर निर्भर करते हैं। ट्रेंडों के स्रोत और प्रक्रिया, प्रवर्तकों और अनुयायियों, परिवर्तन की ऊर्ध्व अथवा क्षैतिज दिशा और संचलन को तीन सिद्धांतों द्वारा वर्णित किया जा सकता है अर्थात् ट्रिकल-डाउन-ट्रिकल-अप और ट्रिकल-एक्रॉस।

इस क्रियाकलाप का आशय छात्र समूहों को फैशन के संचलन का पता लगाने तथा उसे उपयुक्त सिद्धांत से संबद्ध करने में समर्थ बनाना है।

1. प्रत्येक दल विस्तृत विश्लेषण के लिए एक सिद्धांत का चयन करेगा।
2. पत्रिकाओं अथवा पुस्तक-सूचियों से फोटोग्राफों अथवा लेखों से किसी परिधान अथवा किसी पोशाक की मद की फोटो एकत्र करें।
3. यदि संभव हो सके, तो कुछ माह की अवधि के लिए प्रिंट मीडिया में रिपोर्ट की गई किसी मद/पोशाक के डिजाइन में विविधताओं का उनके मूल्यसों सहित नियमित रिकार्ड रखें।
4. फैशन के संचलन के प्रासंगिक सिद्धांतों की चर्चा अपने शिक्षक के साथ करें।

4.3 मुख्य अवधारणाएं और शब्दावली

4.3.1 ट्रेंड

ट्रेंड प्रमुख संकेतक हैं जो प्रत्यक्षतः अथवा अप्रत्यक्षतः किसी मौसम के स्वरूप को प्रभावित करते हैं और उसे विशेषीकृत बनाते हैं। ट्रेंड अल्पकालिक फैशन वक्तव्य हैं। फैशन प्रायः मौसमीय ट्रेंडों द्वारा प्रभावित होता है जो यह इंगित करता है कि कोई विशेष शैली, सिलुएट, रंग, टैक्सचर आदि किसी निश्चित समयावधि पर अधिपत्य जमा सकता है जिसके फलस्वरूप सामूहिक सामाजिक प्रवृत्ति उसी के समान वस्त्रों को पहनने के लिए उन्मुख हो जाती है। इस पहलू को पत्रिकाओं विज्ञापनों आदि द्वारा प्रचारित और पुनः प्रवर्तित किया गया है। चित्र 4.8 पायल प्रताप सिंह 2012 कलेक्शन

ट्रेंड अवलोकन का संचालन एक अनवरत क्रियाकलाप के रूप में फैशन पूर्वानुमानकर्ताओं द्वारा किया जाता है जिनके पास भावी ट्रेंडों की पहचान करने का वृत्तिक अनुभव होता है। एक बार पहचान कर लिए जाने पर ट्रेंड को 'लेबल' (आकर्षक शीर्षक/नाम दिया जाना) किया जाता है जो उसके प्रति रुचि जागृत करने का कार्य करता है। यह परिधान उद्योग का ध्यान आकृष्ट करता है जो उस ट्रेंड से लाभ उठाने के लिए कदम उठाता है और अपने स्वयं के कलेक्शनों का उत्पादन करता है जिसे कोट-टेल अथवा बैंड वैगन प्रभाव कहा जाता है। फैशन अग्रेताओं द्वारा लोकप्रिय बनाए जाने पर बाजार तथा उपभोक्ताओं के वर्गों के बीच ट्रेंड का विस्तार प्रवाह (फ्लो) शैलियां 'इन' (भीतर) हैं अथवा 'आउट' (बाहर) इस बात की घोषणा का प्रचार फैशन

मीडिया द्वारा किया जाता है। अनेक अवसरों पर यह प्रतीत होता है कि चमकदार रंग, 'शांति' प्रदान करने वाले हैं अथवा पशुओं के प्रिंट 'इन' हैं जिसके फलस्वरूप अगले मौसम में मटियाले रंगों और बेल-बूटे वाले प्रिंटों का आगमन होता है। कभी-कभी बूटलेग जीन्स को आगामी महत्वपूर्ण ट्रेंड के रूप में माना जाता है जो बाद में शरीर पर पूरी तरह से सटी अथवा क्राफ्ट लंबाई की जीन्स का मार्ग प्रशस्त कर सकता है। विभिन्न डिजाइनों के विवरणों में ट्रेंडों को प्रतिबिंबित किया जाता है जैसे वस्त्र की लंबाई, रंग, कपड़ा, सिलुएट, कट, फिट, वस्त्र-विवरण। जब कोई ट्रेंड विद्यमान होता है, तो विकल्पों के साथ डिजाइन की विविधताएं उपभोक्ता खण्डों में देखी जाती है जो रुचि और मूल्य-स्तर में अंतरों की पूर्ति करती हैं। अंततः ट्रेंड अपनी लोकप्रियता खो देता है तथा उसे आगामी ट्रेंड द्वारा प्रतिस्थापित कर दिया जाता है।

4.3.2 संग्रहण

संग्रहण जिसे परिधि अथवा पंक्ति भी कहा जाता है, का अर्थ है किसी विशेष मौसम के लिए परिधानों अथवा उत्पादों का एक सुपरिभाषित और सर्तकतापूर्वक संपादित समूह। उदाहरण के लिए, यह ब्लाउजों की एक परिधि भी हो सकती है जिनमें संरचनाओं की डिजाइन विविधताओं पर रंग-समन्वित ध्यान केन्द्रित किया गया हो, जैसे कॉलर, नेकलाइन, सिलुएट, लंबाई आदि जो पहनने के लिए तैयार (आरटीडब्ल्यू) बाजार के लिए हो। यहां तक कि डिजाइनरों के कोट्यूर संग्रहणों को भी मौसम के ट्रेंडों द्वारा पहचाना जाता है।



चित्र 4.8 पायल प्रताप सिंह 2012 कलेक्शन

शैली

शैली शब्द का उसके संदर्भ के अनुरूप विभिन्न अर्थ होते हैं:-

- शैली जिसे किसी डिजाइनर अथवा विनिर्माता/ब्रांड की 'सेगनेचर शैली' भी कहा जाता है, का अर्थ है एक सौंदर्यपरक संवेदनशीलता जो एक समान परिधान/उत्पाद श्रेणी में किसी डिजाइनर/कंपनी को अन्यो से अलग करती है। शैली में एक विशिष्ट कर, सिलुएट, फैब्रिक, रंग, पैलेट, सतह सजावट, पैटर्न-मेकिंग, वस्त्र निर्माण अथवा फिनिशिंग तकनीकें हो सकती हैं जो लेबल के साथ सहयोजित होती है जो इसके लक्ष्य बाजार/उपभोक्ताओं को आकर्षित करता है। इसके उदाहरण हैं - तरुण तहिलियानी, मनीष मल्होत्रा, नीता लूला और अन्य जो आकर्षक कोटयूर शैलियां डिजाइन करते हैं जिनकी मांग फिल्मी कलाकारों और उच्च वर्गों के लोगों में होती है।
- शैली का आशय किसी निर्यात गृह अथवा क्रेता गृह में किसी विशिष्ट डिजाइन से हो सकता है जिसे सैंपलिंग, उत्पादन और शिपिंग की प्रक्रियाओं के दौरान कंपनी के भीतर पहचान वाला 'स्टाइल नम्बर' (वर्णनात्मक टैग के स्थान पर) निर्दिष्ट किया गया है।
- शैली का आशय किसी व्यक्ति की वैयक्तिक शैली विवरण से भी हो सकता है। कोई व्यक्ति किसी विशेष प्रकार की पोशाक पहन सकता है, भले ही वह 'इन' हो या 'आउट'।

4.3.4 डिजाइन कला और शिल्प

न्यू वेबस्टर इंटरनेशनल इंसाइक्लोपीडिया 1998 डिजाइन को इस प्रकार परिभाषित करता है: किसी सृजनात्मक कार्य अथवा प्रक्रिया में अवयवों का उद्देश्यपरक व्यवस्था मोटे तौर पर, डिजाइन का उद्देश्य संपूर्ण सामंजस्य में कार्य और सौंदर्यबोध को एकीकृत करना है। "डिजाइन" शब्द की जड़ डिसेग्नेर (फ्रेंच) में निहित है जिसका अर्थ है 'सृजन करना' अथवा चिह्नित

करना। इसका आशय यह है कि डिजाइन मस्तिष्क में परिकल्पना करना और योजना बनाना है, किसी विशिष्ट कार्य अथवा प्रयोजन के लिए तैयार करना है। मानव द्वारा निर्मित प्रत्येक वस्तु डिजाइन की जाती है भले ही वह परिधान हो, वस्त्र हो, उत्पाद हो, घर हो, सार्वजनिक स्थल हों या फिर इसी प्रकार कुछ और हो। जो व्यक्ति विशेषीकृत डिजाइन क्षेत्र में डिजाइन करता है वह डिजाइनर है जिसे फैशन डिजाइनर (वस्त्रों का डिजाइनर) परिधान डिजाइनर (प्रदर्शनकारी कलाओं, थिएटर और फिल्मों के लिए डिजाइनर), वस्त्र डिजाइनर (वस्त्रों को डिजाइन करने वाला), आंतरिक साज-सज्जा डिजाइनर (निजी और सार्वजनिक स्थलों का डिजाइनर), ग्राफिक डिजाइनर (संप्रेषण के लिए दृश्यों के विभिन्न स्वरूपों का डिजाइनर) आदि।

कला अवयवों को जान-बूझकर इस प्रकार से व्यवस्थित करने की प्रक्रिया अथवा उत्पाद है जो भावनाओं अथवा संवेदनाओं को प्रभावित करता है। न्यू वेबस्टर इंटरनेशनल इंसाइक्लोपीडिया (1998) कला और कलाओं को "बनाने अथवा करने का कौशल" के रूप में परिभाषित करता है। इस शब्द का प्रयोग अनेक सृजनात्मक क्रियाकलापों को परिभाषित करने के लिए किया जा सकता है, जिनमें शामिल हैं - उपयोगी कलाएं (सुंदर वस्तुएं जिनका कार्यात्मक मूल्य है), सजावटी कलाएं (ऐसी वस्तुएं जिनका आलंकारिक मूल्य है), उदारवादी कलाएं (मानविकी का अध्ययन) ग्राफिक कलाएं (दृश्य संप्रेषण) आदि। तथापि, 'कला' शब्द का सर्वाधिक प्रयोग 'सृजनात्मक कलाओं' अथवा 'ललित कलाओं' (पेंटिंग, मूर्तिकला, नृत्य, संगीत, फिल्म) का वर्णन करने के लिए किया जाता है जो कलाकार की सृजनात्मक को अभिव्यक्त करता है तथा दर्शकों के सौंदर्यबोध संवेदनशीलता और संवेदनाओं के साथ संलग्न होने अथवा जुड़ने की विचारधारा को संसूचित करता है। इसका आगे अध्ययन करने पर, कला के अनेक सिद्धांत दिखाई पड़ते हैं जो इसके अर्थ को परिभाषित करने अथवा ऐतिहासिक अथवा सामाजिक संदर्भ प्रदान करने का प्रयास करते हैं।

न्यू वेबस्टर इंटरनेशनल इंसाइक्लोपीडिया (1998) शिल्प को हस्तशिल्प के साथ विनिमेय करते हुए इस प्रकार परिभाषित करता है, "हाथ द्वारा वस्तुएं बनाने की प्रक्रिया को दिया गया नाम, जो प्रक्रिया के उत्पादों को भी निर्दिष्ट करती है। पारंपरिक

हस्तशिल्प में शामिल है – टोकरी बुनना, बढ़ईगिरी, मूर्तिकला, मृत्तिका की वस्तुएं, कशीदाकारी, बुनाई, सिलाई और चमड़े का कार्य।” अदिति रंजन और एम.पी. राजन, जो “हैंडमेड इन इंडिया” के लेखक हैं, ने भारतीय शिल्प की व्यापक परिधि को प्रलेखित किया है जिसमें ऐसे उपकरणों, तकनीकों और प्रक्रियाओं की विशेषज्ञता शामिल है, जो सामाजिक और सांस्कृतिक संपर्कों के माध्यम से शताब्दियों पूर्व उत्पन्न हुई हैं जिनका प्रयोग समाज के भावी विकास के लिए किया जा सकता है।

4.3.5 हॉटे कोट्यूर और प्रेट ए पोर्टर

हॉटे कोट्यूर (फ्रांसीसी शब्द) का आशय है ‘कोट्यूरियर्स’ कहे जाने वाले डिजाइनरों द्वारा सृजित उच्च स्तरीय फैशन। कोट्यूर का अर्थ है फैशन का अनूठा और उत्कृष्ट सृजन जिसे विशिष्ट ग्राहकों के लिए तैयार किया गया है क्योंकि उसमें डिजाइन की नकल कभी नहीं की जाती है। अतः अत्यंत उच्च मूल्य डिजाइन की अनन्यता, कपड़े की उच्च गुणवत्ता, सतहीय डिजाइन तकनीकों, कशीदाकारी, ड्रेप, शिल्पकारिता, वस्त्र निर्माण और साज-सज्जा की गुणवत्ता के लिए प्रयोग में लाए जाने वाले कुशल कारीगरों के परिणामस्वरूप होता है। वैश्विक स्तर पर कोट्यूर शो कंपनी के लिए दृश्यमानता और प्रचार लेकर आते हैं परंतु राजस्व सृजन और लाभ अर्जन का प्रमुख स्रोत साइसेंसिंग तथा अन्य उत्पादों से आता है जैसे इत्र, हाथ के बैक, घड़ियां आदि। सर्वाधिक प्रतिष्ठित वैश्विक कोट्यूरों में शामिल हैं – चैनल, डिओर, वसेज़ और वैंलिंग्टीनो। भारत में इस क्षेत्र के अनेक सुस्थापित डिजाइनर हैं जैसे रितु कुमार, तरुण तहिलियानी, रोहित बल, सुनीत वर्मा, सव्यसाची मुखर्जी, मनीष अरोड़ा, मनीष मल्होत्रा और अन्य। अधिकांश डिजाइनरों की प्रमुख ‘लाइन’ का लेबल ‘आधार-नामी’ है अर्थात् लेबल में डिजाइनर का नाम होता है।

प्रेट ए पोर्टर (फ्रांसीसी) का आशय है पहनने के लिए तैयार वस्त्र (आरटीडब्ल्यू) जिसे प्रत्येक डिजाइनर की कोट्यूर लाइन अथवा संग्रहण से लिया गया है। यह सामान्य सौंदर्यबोध प्रतिबिंबित करता है और इसे उच्च गुणवत्तापूर्ण मानकों के साथ किफायती मूल्यों पर तैयार किया जाता है तथा इनमें रंग के विकल्पों अथवा ‘कलर वेज’ की एक व्यापक परिधि होती है। इस शब्द का आज व्यापक प्रयोग किया जाता है। क्योंकि फैशन रिटेल क्षेत्र

काफी प्रगति कर चुका है तथा व्यापक परिमाण में विभिन्न संग्रहणों में विभाजित हो गया है। इसके कुछ उदाहरण हैं:

डिजाइनर	प्रमुख लेबल	प्रेट लेबल
रितु कुमार	रितु	लेबल
मनीष अरोड़ा	मनीष अरोड़ा	फिशफ्राई
रोहित बल	रोहित बल	बैलेंस
आशीष सोनी	आशीष एस. सोनी	ए एंड एस
तरुण तहिलियानी	तरुण तहिलियानी	टीटी
इस्से मियाके	इस्से मियाके	प्लीट्स प्लीज़
डोना करण	डोना करण	डीकेएनवाई



चित्र 4.9क सोनम दुबाल द्वारा ‘संस्कार’



चित्र 4.9 ख संजीव सहाय द्वारा अमेथिस्था विओलो

4.3.6 अवंत गार्डे फैशन

अवंत गार्डे (फ्रांसीसी शब्द) का आशय कला और संस्कृति का 'अग्रिम रक्षक' अथवा नासीर है जो इसे मुख्यधारा के सौंदर्यबोध से अलग करता है। फैशन के संदर्भ में, इसका उद्देश्य प्रयोगात्मक अथवा अभिनव डिजाइनों के माध्यम से विद्यमान मानदण्डों और सौंदर्यबोध की सीमाओं में विस्तार करना है। जबकि सभी डिजाइनर पहनने योग्य परिधानों का सृजन करते हैं, कुछ संकल्पनात्मक परिधानों का प्रदर्शन भी करते हैं जो उनके दृष्टिकोण अथवा विचारधारा को प्रतिबिंबित करते हैं, इन डिजाइनों की संख्या अत्यंत सीमित होती है तथा ये पहनने की क्षमता अथवा वाणिज्यिक होती है तथा ये पहनने की क्षमता अथवा वाणिज्यिक व्यवहार्यता से बंधे नहीं होते हैं। फैशन में अवंत गार्डे शैली हुसैन चलयान, एलेक्जेंडर मैकक्वीन, गारेथ पुध, मार्टिन मर्जीला, एन. डेम्प्यूलेमीस्टर, मनीष और अन्य के डिजाइनों में देखी जाती है।



चित्र 4.10 मनीष अरोड़ा की पोशाक 2009

4.3.7 परिमाण/आकार फैशन, नॉक ऑफ्स और सीमित फैशन

आकार अथवा परिमाण फैशन, जैसा कि नाम से ही प्रतीत होता है, समूचे राष्ट्र में स्टोर्स में बड़ी मात्रा में उपलब्ध होता है। ये डिजाइन अनेक रंगों (रंगों के विकल्प) और आकारों में उपलब्ध होते हैं जो समाज के एक व्यापक प्रतिनिधिक समूह के लिए व्यावहारिक और सामान्यतः वहन किए जाने योग्य होते हैं। वैश्विक लेबल जैसे गैप, यूनाइटेड कलर्स ऑफ बेनेटोन, जारा, एच एंड एम, आदि तथा भारतीय ब्रांड जैसे शॉपर्स स्टॉप, पैंटालून्स, वेस्टसाइड और डब्ल्यू आदि ऐसे ब्रांडों के उदाहरण हैं जो माल की विशाल मात्रा में व्यवसाय कर रहे हैं।

किसी डिजाइनर की मौलिक 'रूपरेखा' का किसी अन्य डिजाइनर अथवा कंपनी द्वारा की गई हूबहू नकल उसका पुनर्सृजन 'नॉक-ऑफ्स' का कारण बनता है, जो सामान्यतः तुलनात्मक रूप से सस्ती सामग्री से बनाए जाते हैं तथा उनकी उत्पादन लागत भी कम होती है। यह एक आम प्रक्रिया है जहां किसी सफल डिजाइनर/ब्रांड के लोकप्रिय ट्रेंड अथवा विशिष्ट

शैली की न्यूनतम परिवर्तनों यदि कोई हों, के साथ अनुकृति तैयार कर ली जाती है ताकि साधारण स्तर के बाजारों के लिए उसकी लागत में कमी लाई जा सके। जबकि यह जनसंख्या के एक बड़े भाग को समान सौंदर्यबोध के साथ फैशन खरीदने का अवसर प्रदान करती है, वहां यह बौद्धिक संपदा अधिकारों (आईपीआर) तथा कॉपीराइट कानून के उल्लंघन के मुद्दों को भी उठाती है।

सीमित फैशन अथवा सीमित संस्करण फैशन का आशय सीमित मात्रा में पोशाकों की विशिष्ट शैली तैयार करने के लिए किसी ब्रांड/स्टोर और किसी फैशन सेलेब्रिटी अथवा डिजाइन के बीच की गई भागीदारी है। यह पारस्परिक लाभ का करार है, एक ओर यह नई डिजाइन प्रतिभाओं को उचित मंच प्रदान करके उन्हें आगे बढ़ने का अवसर प्रदान करता है। जबकि दूसरी ओर यह ब्रांड/स्टोर की बिक्री को भी बढ़ाता है क्योंकि संग्रहणों में नए डिजाइन दृष्टिकोण निहित होते हैं। उदाहरण के लिए यूनाइटेड किंगडम स्थित टॉप शॉप ने पोशाकों के सफल सीमित संस्करणों का सृजन करने के लिए डिजाइनर क्रिस्टोफर काने, एमा कुक, जे डब्ल्यू एंडरसन और मॉडल केट मॉस के साथ भागीदारी की है।

4.3.8 श्रेण्य और मनोयोग

श्रेण्य (क्लासिक्स) स्थायी शैलियां हैं जो कभी भी अप्रचलित नहीं होती हैं और इसके स्थान पर ये स्वीकार्यता के एक पठार पर पहुंच जाती हैं जहां ये एक लंबी अवधि तक बाजार में बनी रहती हैं। श्रेण्य शैलियों की स्वीकार्यता उनके डिजाइन में न्यूनतम परिवर्तन के माध्यम से कायम रहती हैं। अतः उनमें साधारणतया और सामयिकता की भावना बनी रहती है। इसके उदाहरणों में मुख्य फैशन मर्चें हो सकती हैं, जैसे कड़क सफेद कॉलर वाली शर्ट, छोटी काली पोशाक (एलबीडी) अथवा शरीर पर अच्छी तरह से फिट काली औपचारिक पतलून।

मनोयोग (फैंड्स) छोटी अवधि के फैशन हैं जो उपभोक्ताओं द्वारा दर्शाई गई स्वीकार्यता की तीव्र गति के कारण लोकप्रियता में तेजी से ऊपर चढ़ते हैं परंतु उनका जीवन-काल संक्षिप्त होता है और उनमें तेजी से अप्रचलित होने की विशेषता होती है। इनकी एक अन्य विशेषता यह है कि ये विशिष्ट रूप

से किसी विशेष सामाजिक समूह तक सीमित रहते हैं तथा इनकी नकल करना अथवा उत्पाद करना अधिक महंगा नहीं होता है, अतः बाजार इनसे बहुत आसानी से भर जाते हैं। इसके उदाहरण हैं, चमकीले रंगों वाली टी-शर्ट, ऊपर उठे हुए कफों के साथ एड़ी अथवा पिंडली की लंबाई की जीन्स, बैगी संटी-फिर जीन्स आदि।

अभ्यास 4.3

रिक्त स्थान भरिए:

1. उच्च फैशन/कोट्यूर वाले डिजाइनरों को _____ कहा जाता है।
2. जो डिजाइन किसी मौसम की रूपरेखा को विशेषीकृत करते हैं _____ कहा जाता है।
3. बाजारों और उपभोक्ता खण्डों में किसी ट्रेंड का प्रसार _____ कहलाता है।
4. नासीर पर अपारंपरिक डिजाइन, जो उसे मुख्य धारा के डिजाइनों से अलग करता है, _____ डिजाइन कहलाता है।
5. किसी ट्रेंड का लाभ उठाने तथा किसी नए संग्रहण का उत्पादन करने के लिए परिधान उद्योग नए द्वारा उठाए गए कदमों को कोट-टेल अथवा _____ प्रभाव कहा जाता है।
6. _____ अल्प जीवन-काल के फैशन हैं।
7. _____ स्थायी शैलियां हैं जो बिना अप्रचलित हुए लंबे समय तक जारी रहती हैं।
8. अनेक रंगों और आकारों तथा साथ ही समाज के व्यापक प्रतिनिधि समूह द्वारा वहन किए जाने की क्षमता के साथ डिजाइनो की उपलब्धता _____ फैशन का वर्णन करती हैं।
9. संग्रहण को _____ भी कहा जाता है।

पुनरीक्षा प्रश्न

1. सीमित फैशन का क्या अर्थ है?
2. नॉक-ऑफ्स दो गंभीर चिंताएं पैदा करते हैं, वे क्या हैं?
3. फैशन खुदरा क्षेत्र क्या है?
4. उदाहरण के साथ मनोयोग का वर्णन कीजिए?
5. डिजाइनर अवंत गार्डे फैशन क्यों सृजित करते हैं?

क्रियाकलाप

कोटयूरियर्स और डिजाइनरों के सृजनों को उनके लेबल के अंतर्गत बेचा जाता है, जो अधिकांश मामलों में 'आधार-नामी' होता है जिस पर डिजाइनर का नाम होता है। लेबल का स्तर और प्रतिष्ठा उच्च मूल्य के साथ संबंधित होती है जो डिजाइन की अनन्यता, वस्त्र, कशीदाकारी, वस्त्र-निर्माण की शिल्पकारिता और साज-सज्जा की गुणवत्ता के कारण होता है। उसी डिजाइनर का प्रेट ए पोर्टर (प्रेट) अथवा पहनने के लिए तैयार (आरटीडब्ल्यू) लेबल कोटयूर लाइन से हासिल किया जाता है, जिसमें अधिक आकारों में तथा रंग-विकल्पों की व्यापक श्रृंखला में अधिक किफायती मूल्यों पर उपलब्ध समान सौंदर्यबोध को प्रतिबिंबित किया जाता है।

इस क्रियाकलाप का आशय छात्रों को डिजाइनर लेबलों और ब्रांडों से परिचित कराना है।

1. किसी एक भारतीय डिजाइनर को पहचानिए जिसके मुख्य लेबल और प्रेट लेबल, दोनों ही हों।
2. संबंधित लेबलों के अंतर्गत डिजाइनों की तस्वीरें प्राप्त करने के लिए फैशन पत्रिकाओं का अवलोकन कीजिए।
3. क्या मुख्य लाइन अथवा प्रेट लाइन के डिजाइनों का एक-दूसरे के साथ विभेद किया जा सकता है?
4. इस बात पर चर्चा कीजिए कि क्या सभी डिजाइनरों के पास दो लेबल हैं।

4.4 फैशन परिधान की श्रेणियां

उपभोक्ता आयु, लिंग, आकार, नृजातीयता, शैली प्रदर्शनों आदि के संदर्भ में समयुग्मकी बाजार का निर्माण नहीं करते हैं। जीवन-शैली में परिवर्तन, स्थापनाओं (कार्यालय, जिम, घर, रिसॉर्ट पार्टी), भूमिकाओं और क्रियाकलापों की व्यापक श्रृंखला, क्रय शक्ति तथा उपभोज्य आय में वृद्धि के फलस्वरूप अधिक वस्त्रों की आवश्यकता होने लगी है। अतः डिजाइनर और विनिर्माता उपभोक्ताओं की बढ़ती मांग की पूर्ति करने के लिए अपने परिधानों के साथ समुचित प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं जिसमें विभिन्न अवसरों और मूल्य-वर्गों को भी ध्यान में रखा जाता है। मध्यम वर्ग में निरंतर वृद्धि होने के साथ उपभोक्ता बहुउद्देश्यीय वाणिज्यिक रूप से व्यवहार्य परिधानों के माध्यम से अपने पैसों का पूरा मूल्य वसूलते हैं। इसके फलस्वरूप परिधानों की श्रेणियां परस्पर आच्छादित भी होती हैं, जैसे औपचारिक कपड़े अर्ध-औपचारिक कपड़ों के साथ व्यायाम के परिधान जो सक्रिय खेल परिधान हैं स्ट्रीट-शैलियों के साथ।

4.4.1 महिलाओं के लिए परिधान

प्रायः एक ही कंपनी पुरुषों और महिलाओं, दोनों के लिए परिधान बनाती है। जबकि पुरुषों और महिलाओं के लिए वस्त्रों की श्रेणियां समान हैं, पुरुषों की तुलना में महिला वस्त्रों के बाजार में अधिक प्रयोग किए जाते हैं। रंग, वस्त्र प्रयोग, कट, फिट, सिलुएट आदि के संदर्भ में शामिल की गई अभिनवताएं इन श्रेणियों के अंतर्गत परिधानों की एक व्यापक श्रृंखला का सृजन करती हैं।

I अनौपचारिक वस्त्र : यह श्रेणी समस्त उपभोक्ता खण्डों में परिधानों का विशालतम खण्ड है। यह एक अनौपचारिक रूपरेखा सृजित करता है तथा इसमें शरीर के ऊपरी परिधानों के रूप में टॉप्स, ब्लाउजों, टी-शर्टों, वेस्टकोट्स ब्लेजर्स के समन्वय तथा निचले परिधानों के तौर पर स्कर्टें, निकरें, पतलूनें जीन्स आदि शामिल हैं। ये विभिन्न मूल्य वर्गों में मिक्स एंड मैच विकल्पों के तौर पर उपलब्ध होते हैं।

ii. सक्रिय परिधान : व्यायामशालाओं और योग केन्द्रों की संख्या में वृद्धि होने के फलस्वरूप स्वास्थ्य के प्रति जागरूकता भी निरंतर बढ़ती जा रही है जिसके कारण सक्रिय परिधानों में भी तदनुरूपी वृद्धि हो रही है। इनमें शामिल हैं खिंचने वाले फैब्रिक में जॉगिंग सेट, ट्रैक सूट, बाइकर शॉर्ट्स, लेगिंग्स, टी-शर्ट्स।

iii. बाह्य परिधान : सर्दी से सुरक्षा के लिए बाह्य-परिधानों में शामिल हैं – जैकेटें, कोट, ओवरकोट, पार्का, विंडचीटर्स जो ऊन, लोमचर्म, चमड़े तथा अन्य सिंथेटिक सामग्रियों में उपलब्ध होते हैं।

iv. पोशाकें : ये औपचारिक अथवा अनौपचारिक एक भाग में अथवा दो भागों में हो सकती हैं तथा छोटी पोशाक से फर्श की लंबाई तक किसी भी आकार में हो सकती हैं। ये औपचारिक, कार्यालय, पार्टी अथवा अन्य अवसरों के लिए औपचारिक पोशाकों से सनड्रेसेस और शरीर के उपयुक्त पोशाकों आदि तक की श्रृंखला की हो सकती हैं।

v. औपचारिक परिधान : इनमें शामिल हैं – संध्या के लिए अथवा विशेष अवसरों जैसे रेड-कार्पेट आयोजनों के लिए पोशाकें अथवा गाउन। ड्रेसी पेंट एन्सेम्बल्स भी अनौपचारिक पार्टियों और कॉकटेल समारोहों के लिए उपयुक्त होते हैं। भारत में ट्रोजेऊ वार्डरोब में शामिल हैं – वधुओं के गाउन, साड़िया तथा अन्य नृजातीय परिधान जैसे घाघरा-चोली, सलवार/चूड़ीदार-कुरता सूट आदि।

vi. सूट : सूट का आशय है पश्चिमी सूट जो एक सिंगल-सेट एन्सेम्बल्स में बेचे जाते हैं जिसमें जैकेट होती है जिसे मिलान खाती स्कर्टें अथवा मिलान खाती पतलूनों के साथ पहना जाता है। हालांकि सामान्यतः सूटों को औपचारिक माना जाता है, डिजाइनर अनौपचारिक परिधानों के साथ भी सूटों को प्रदर्शित करते हैं।

vii. तैराकी के कपड़े : एक पीस अथवा दो-पीस में कवर अप मदों जैसे सरोंग रैप स्कर्टें और

रैप शर्तों के साथ उपलब्ध तैराकी के कपड़ों के निर्माण में शरीर के कट्स और फिट्स के अनुकूल विशेष सामग्री और निर्माण तकनीकों की आवश्यकता होती है।

viii. लिंगरी : इसमें आंतरिक परिधान, निद्रा-परिधान और शारीरिक-परिधान शामिल हैं जहां आराम तथा त्वचा से संपर्क की सौम्यता सर्वाधिक अनिवार्य मानदण्ड है।

4.4.2 पुरुषों के लिए परिधान

पिछले कुछ दशकों में पुरुषों के परिधानों में परिवर्तन आया है तथा परिधानों की सभी श्रेणियों में अधिक विकल्प शामिल हो गए हैं। ऐसा घर तथा कार्यस्थल में बदलती हुई जीवन-शैली के कारण भी हुआ है। कार्यालय परिधानों में पोशाक-संहिता से छूट मिलने से औपचारिक तथा अनौपचारिक परिधानों के मध्य सीमा समाप्त हो गई है। इसके फलस्वरूप अनौपचारिक वस्त्रों में वृद्धि हुई है।

i. तैयार परिधान: इनमें शामिल हैं : पृथक/समन्वित वस्त्र तथा जैकेट-पतलून का सम्मिश्रण। हार्ट, पतलून, जैकेट, कोट और सूट तथा श्रेणी में आते हैं। औपचारिक अवसरों के परिधानों के लिए, टाई और बो-टाई के साथ 'ट्रेस शर्ट' भी उपलब्ध है।

ii. अनौपचारिक परिधान : इस श्रेणी में अनौपचारिक और फुर्सत के क्रियाकलापों के लिए परिधान शामिल हैं। इसमें निकरों और पतलूनों के साथ निट्स (टी-शर्ट्स स्वेटर्स) तथा बुने वस्त्रों (शर्ट्स-कुरता) में सेपेरेट्स भी शामिल हैं।

iii. सक्रिय खेल-पोशाकें : जैसा कि महिला परिधानों के मामले में है, स्वास्थ्य के प्रति जागरूकता तथा व्यायामशालाओं में व्यायाम के प्रति निरंतर बढ़ती चेतना के साथ सक्रिय खेल-पोशाकों के लिए परिधानों में भी वृद्धि हुई है। इनमें शामिल हैं -टी-शर्ट्स, जॉगिंग सेट्स, ट्रैक-सूट्स, बाइकर और टेनिस शर्ट्स।

iv. बाह्य परिधान : सर्दी के मौसम से बचाव के लिए ऊन, चमड़े और अन्य सिंथेटिक,

सामग्रियों में जैकेटों, कोटों, ओवरकोटों, पार्का, विंडचीटर्स की व्यापक श्रृंखला उपलब्ध है।

v. सूट : सामान्यतः सूट का आशय है - वूल ब्लेंड्स और प्योर वूल में औपचारिक ऊनी कपड़े की सूटिंग जिसमें जैकेट ट्राउजर एन्सेम्बल्स शामिल हैं। ट्यूक्सेडोज़ तीन भाग वाले सूट हैं जिनके साथ मिलान खाता वेस्टकोट भी होता है। 'कैजुअल चिक' के साथ सूट लिनेन और कॉटन ब्लेंड्स में भी उपलब्ध हैं।

vi. समारोह परिधान : भारत में विभिन्न समारोहों जैसे शादियों और त्योहारों के लिए औपचारिक कुर्ता-चूड़ीदार पायामा तथा शेरवानियां अपेक्षित होती हैं।

4.4.3 बच्चों के लिए परिधान

बच्चों के परिधानों का एक विशाल बाजार है क्योंकि जन्मदर निरंतर इनकी मांग करती रहती है। शिशुओं, घुटनों पर चलने वालों और बच्चों के लिए परिधानों में आकार के संबंध में अत्यंत विविधता होती है क्योंकि बालकों का तेज विकास उनके कपड़ों को जल्द ही छोटा बना देता है। प्रायः उपभोक्ताओं के लिए आराम (मुलायम त्वचा के लिए) और सुरक्षा मानदण्डों का समावेश करने के लिए क्रेताओं द्वारा कपड़े, ट्रिक्स, डाई आदि के संदर्भ में कपड़े के लिए कार्यात्मक विनिर्देशन निर्धारित किए जाते हैं। कुछ भारतीय ब्रांड जैसे लिलीपुट, जिनी और जॉनी, मामा मियां, ट्यूलिप्स आदि विशेष रूप से बच्चों के खण्ड की आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं। बाजार में उच्च-स्तरीय तथा मध्यम-बाजारीय अंतर्राष्ट्रीय लेबल भी विद्यमान हैं जो मुख्यतः पुरुष और महिलाओं के लिए फैशन पर ध्यान केन्द्रित करते हैं, परंतु बच्चों के लिए वस्त्रों के ब्रांड भी विद्यमान हैं, जैसे दि ओर किड्स, गैप किड्स, जारा किड्स आदि।

I शिशुओं और घुटनों पर चलने वालों के परिधान: 0 माह से 02 वर्ष की आयु के बीच के बच्चों के लिए ब्लैंकेट, स्पीपर्स, लेएट शीट्स, कॉटन निट अथवा वूवन।

- ii.** अनौपचारिक परिधान: इनमें शामिल हैं – गैर अनलाइन्ड अथवा पलीस लाइन्ड निट्स में टी-शर्ट्स, शर्ट्स, टॉप्स, ट्रैक सूट्स, हुडेड जैकेट्स। लड़कियों और लड़कों के परिधानों के बीच अंतर मर्दों की अन्यथा पहचान करने के स्थान पर उनके रंग तथा मोटियों पर आधारित होता है।
- iii.** बाह्य-परिधान : इनमें शामिल हैं – रेन कोट, ओवर कोट विंड-चीट्स और पार्का।
- iv.** शयन परिधान : इस श्रेणी में निट अथवा वूवन फैब्रिक्स में पजामा सूट, नाइटशर्ट्स और नाइट गाउन आते हैं।
- v.** लड़कियों के लिए पोशाकें : छुट्टियों, अनौपचारिक और औपचारिकों के लिए परिधानों के संदर्भ में इनमें शामिल हैं – ड्रेस, टॉप और स्कर्ट्स जिन्हें कभी-कभी मेल खाती जैकेटों के साथ पहना जाता है।
- vi.** लड़कों के लिए परिधान : इसमें शामिल हैं – शर्ट, आधी तथा पूरे पौचों की पतलूनें और जैकेटें।
- vii.** समारोह परिधान : विशेष अवसरों जैसे विवाह और त्योहरों के लिए भारत में लड़के और लड़कियों के लिए आकर्षक पोशाकों की आवश्यकता होती है। ऐसे अवसरों के लिए बच्चे

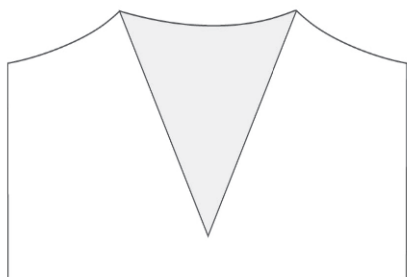
वरिष्ठों के ही समान औपचारिक पोशाकों के छोटे आकार वाले नृजातीय परिधानों को पहनते हैं। लड़कों के लिए औपचारिक कुर्ता-चूड़ीदार पजामा तथा लड़कियों के लिए घाघरा-चोली अत्यधिक लोकप्रिय हैं। पश्चिमी औपचारिक परिधान भी पहने जाते हैं।

4.5 परिधानों की श्रेणियां

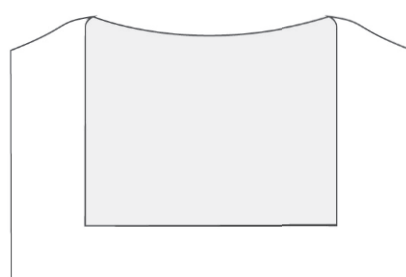
फैशन उद्योग में, पोशाकों को सामान्यतः सपाट रेखाचित्रों द्वारा चित्रित किया जाता है जिन्हें “प्लैट्स” भी कहा जाता है। दूसरे शब्दों में, क्रोकी रेखाचित्रों का सदैव ही प्रयोग नहीं किया जाता है। इसका कारण यह है कि शैलीकृत क्रोकी अनुपातों को विकृत कर सकते हैं जबकि प्लैट्स चाक्षुक सटीकता के साथ परिधान की शैली को प्रतिबिंबित करता है। आकार, माप, सिलाई के वितरण आदि के बारे में अतिरिक्त सूचना विनिर्देशन रेखाचित्र कहलाती है।

प्लैट्स का निर्माण हाथ द्वारा अथवा कम्प्यूटर पर किया जाता है। यह खण्ड उत्पाद श्रेणियों अथवा लिंग के आधार पर वर्गीकृत किया किए गए बुनियादी परिधानों को प्रस्तुत करता है। जबकि परिधानों के नाम सामान्यतः वैश्विक परिधान उद्योग में आमतौर पर प्रयुक्त होते हैं, भारतीय परिधानों का एक खण्ड इसमें शामिल किया गया है। फैशन के छात्र से अपेक्षित है कि वह परिधान शैलियों के नामों से परिचित हो।

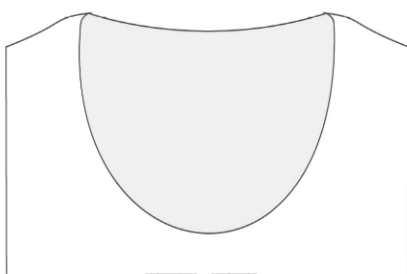
गला लाइनें



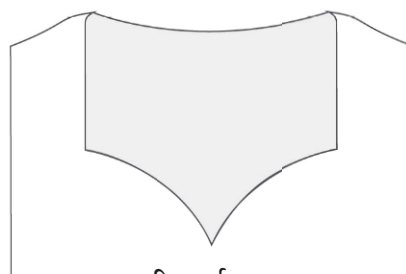
वी गला



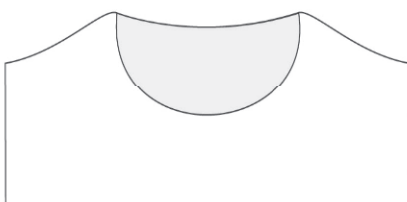
चोकोर गला



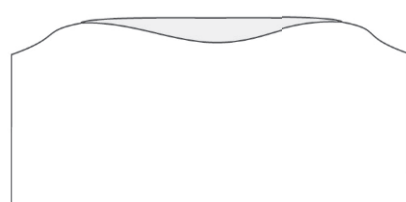
स्कूप गला



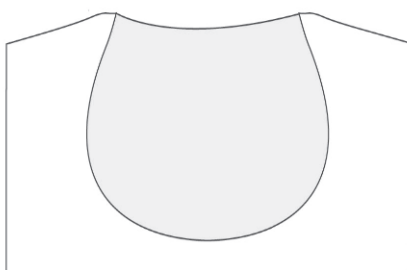
स्वीटहार्ट गला



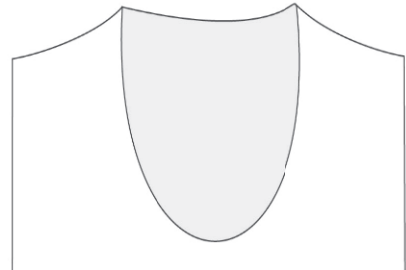
ज्वेल गला



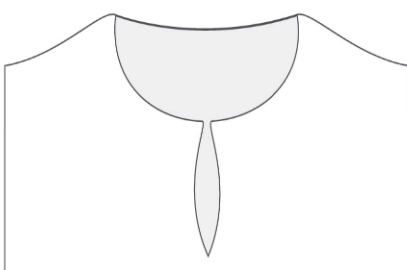
बोट या बेटयू गला



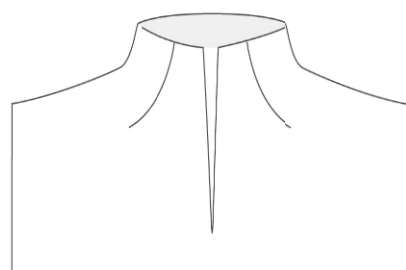
मटका गला



यू गला

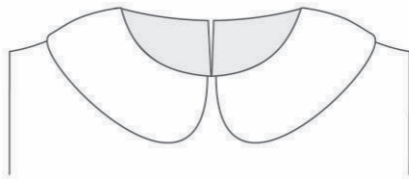


कीहोल गला



बिल्ट अप गला

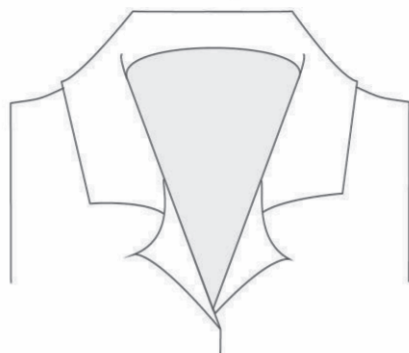
कॉलर



पीटर पैन



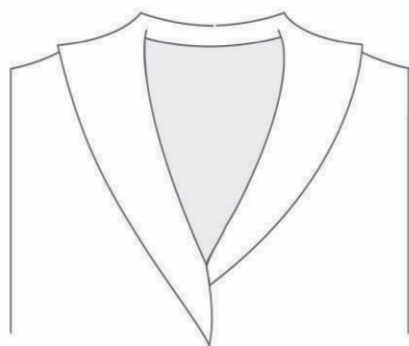
कैप या बर्था



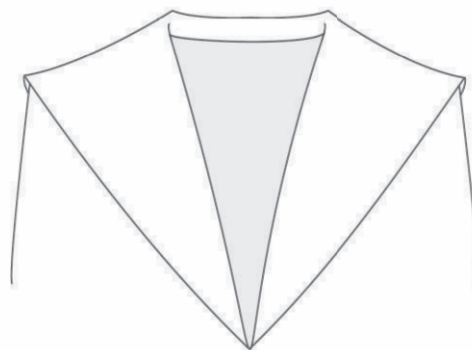
नौटच्छ



मैन्डरिन



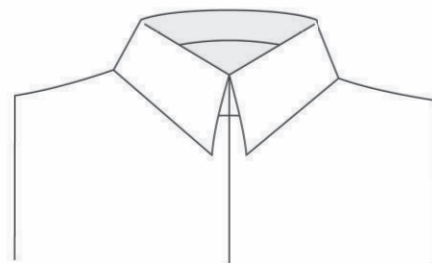
शॉल



सेलर

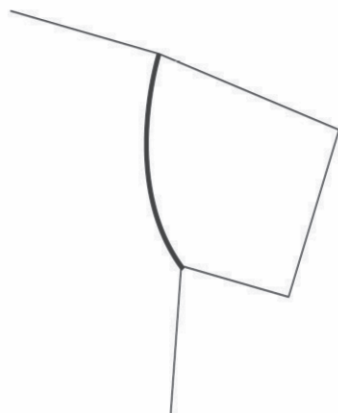


टी शर्ट

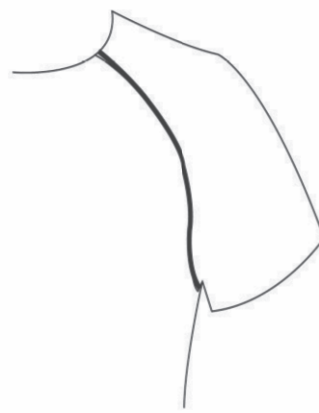


स्प्रेड

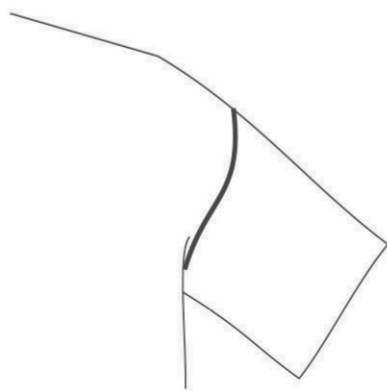
आर्महोल्स और शोल्डर



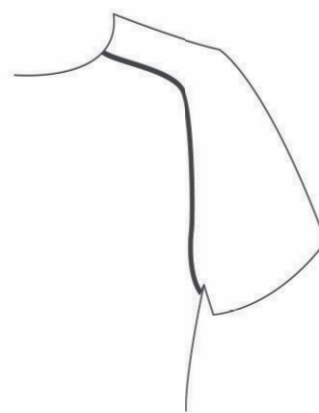
इंसैट आर्महोल



रैगलन आर्महोल

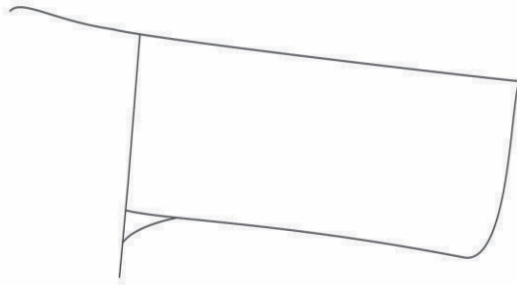


ड्रॉप्ड आर्महोल



सैडल रैगलन आर्महोल

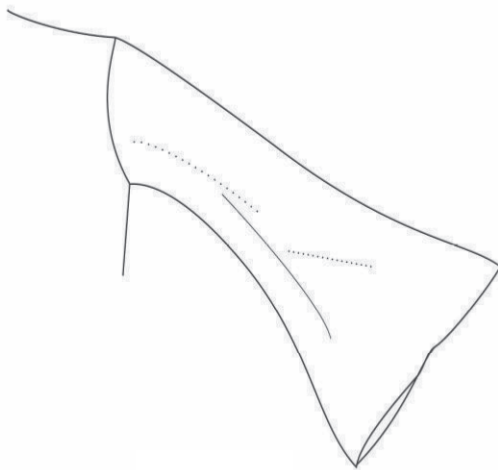
स्लीव्स



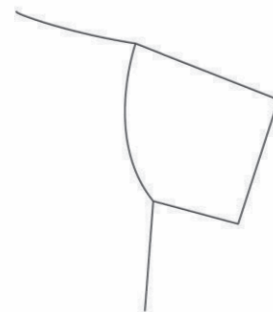
किमोनो



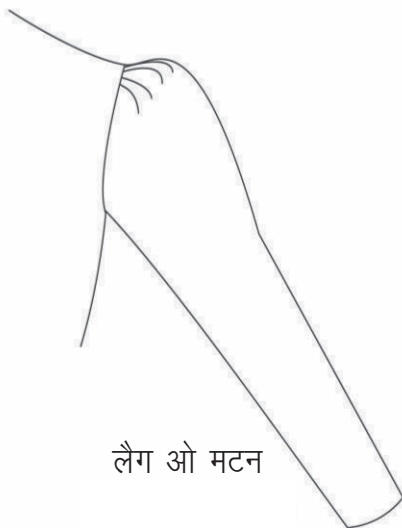
कैप



बैल



प्लेन



लैंग ओ मटन



पफ

टॉपस (महिला)



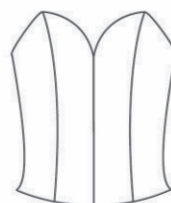
टैंक



कैमिसोल



हॉल्टर



बुस्टियर



क्रॉपड



बैंडियू

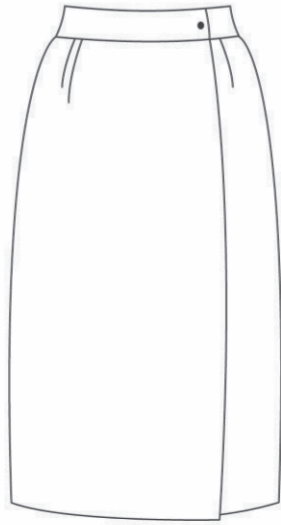


टी-शर्ट



कैप शर्ट

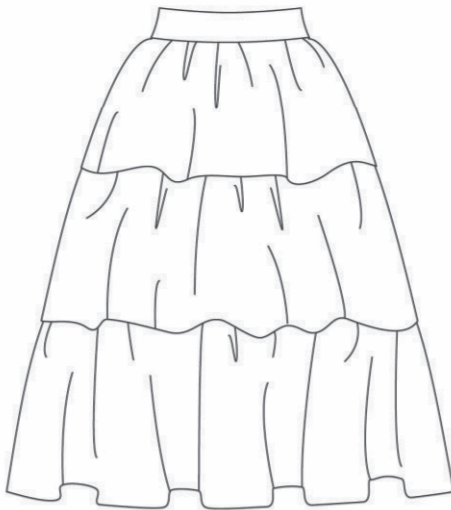
स्कर्ट्स



रैप



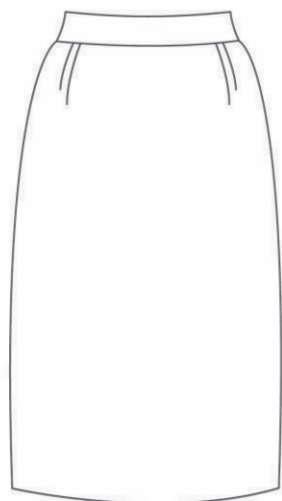
प्लीटिड



टॉयर्ड



प्लेयर्ड



फिटिड



ए-लाईन

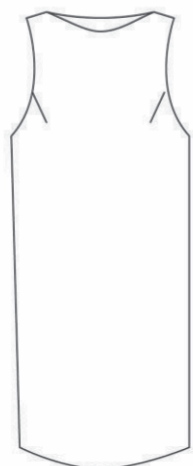


गैदर्ड



कॉउल ड्रैप

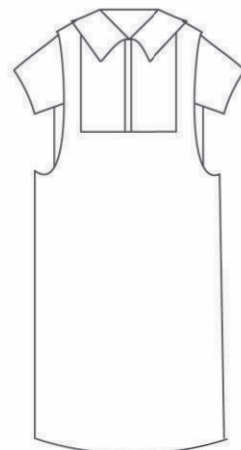
ड्रेसिस



शिफ्ट



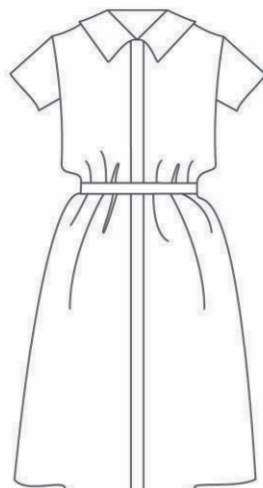
एम्पायर



टूनिक



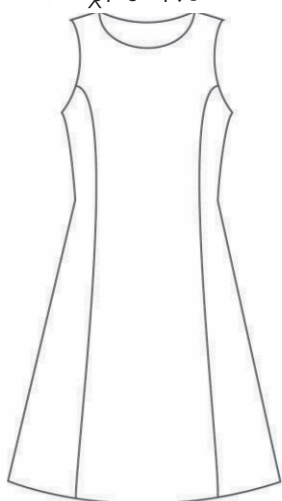
ड्रॉप्ड वेस्ट



शर्ट वेस्ट



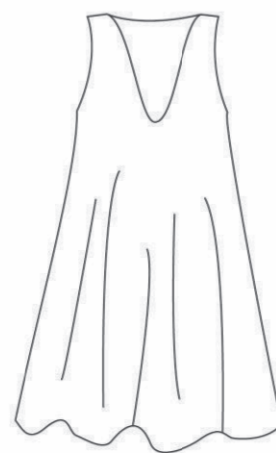
शैल्थ



प्रिंसिस सिमन्स ए-लाईन
सिलहॉउट सहित

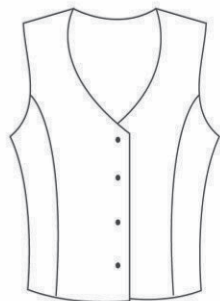


ब्लौसन

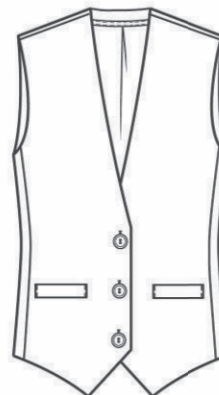


टैन्ट

पुरुष जैकेट



वेस्ट



जिलेट



ब्लेजर



बलेरो

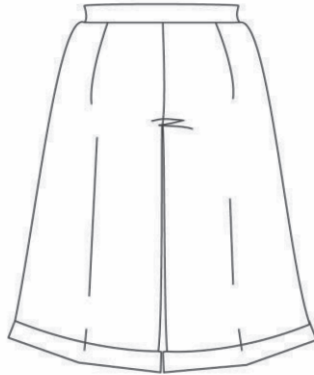


बीकर जैकेट

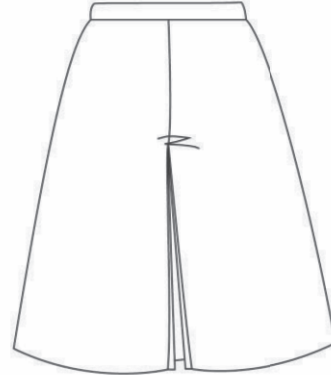
पैटंस



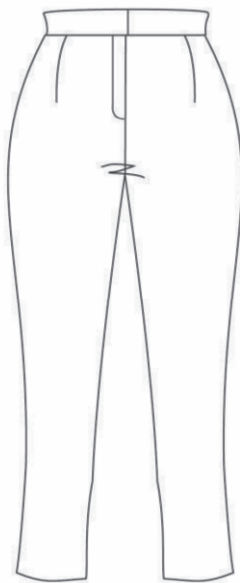
बॉक्सर शॉर्ट्स



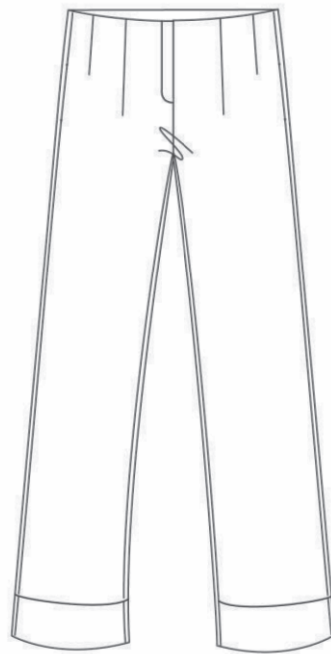
बरमुडाज



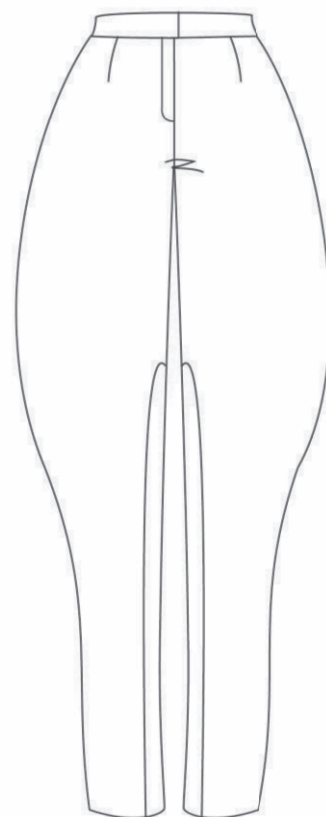
डिवाइडिड स्कर्ट



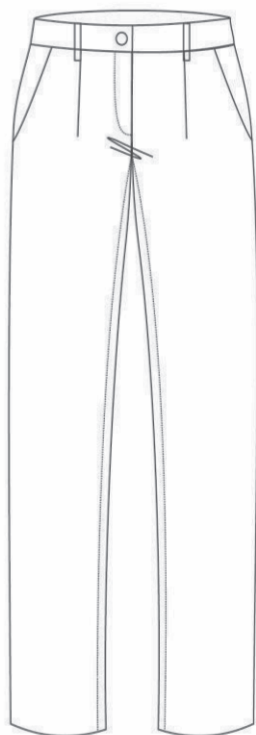
मैटाडोर



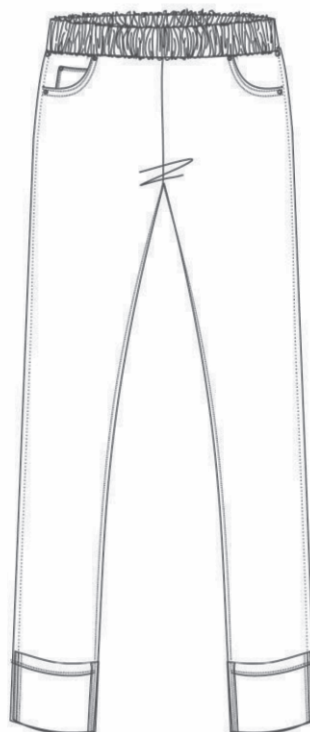
कैपरी



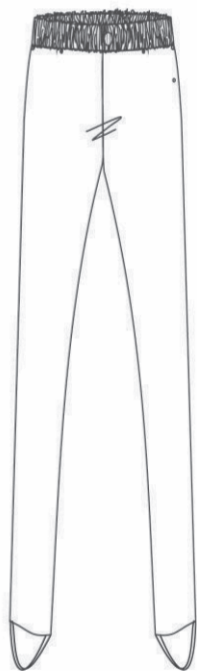
जोधपुर



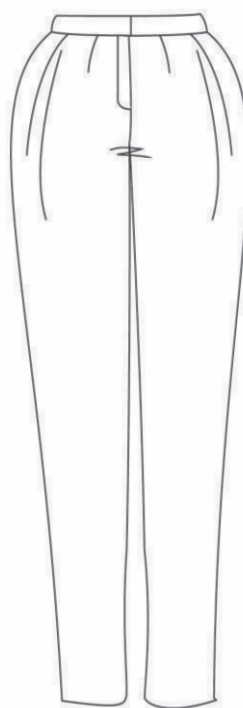
ट्रॉउजर



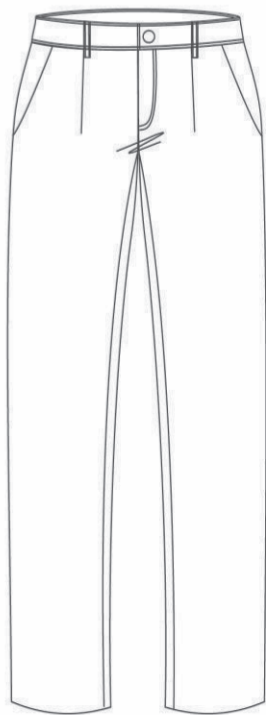
ड्रैन पाइप



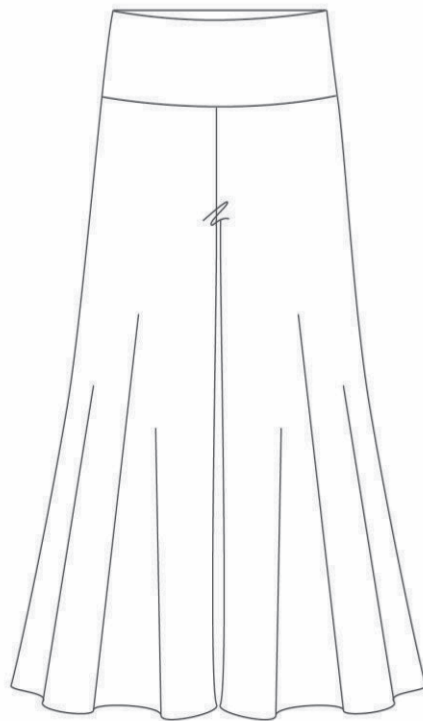
स्टिरप्स



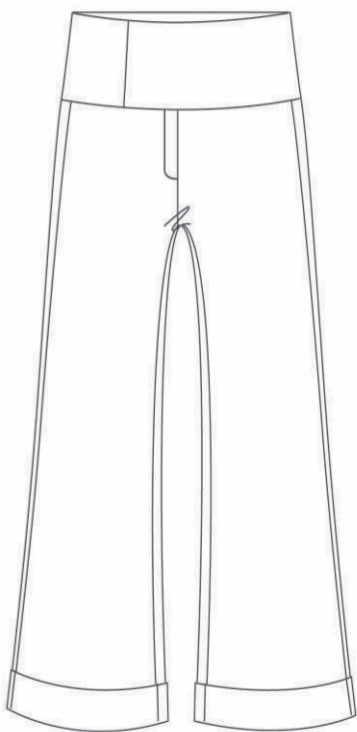
पैगड



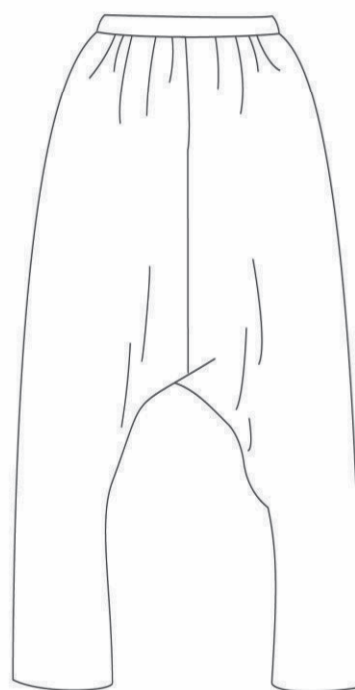
जीन्स



प्लॉजू

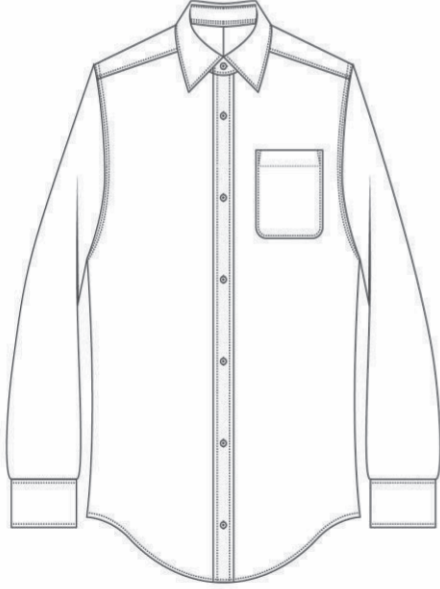


बैल बॉटम



जोउवेस

पुरुष शर्ट



फॉर्मल शर्ट



ड्रेस शर्ट



बुश शर्ट



कुर्ता शर्ट

कोट



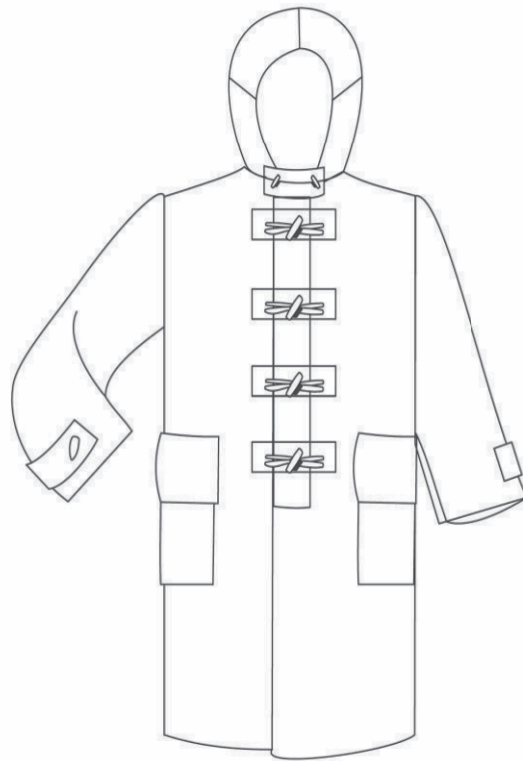
ट्रेंच कोट



पोलो कोट



चेस्टर फील्ड कोट



डफल कोट

पुरुष जैकेट



सफारी जैकेट



एनोरक



विंड चीटर



परका



ब्लेज़र



डबल - ब्रेस्टिज जैकेट

निटवीयर



कॉर्डिगन



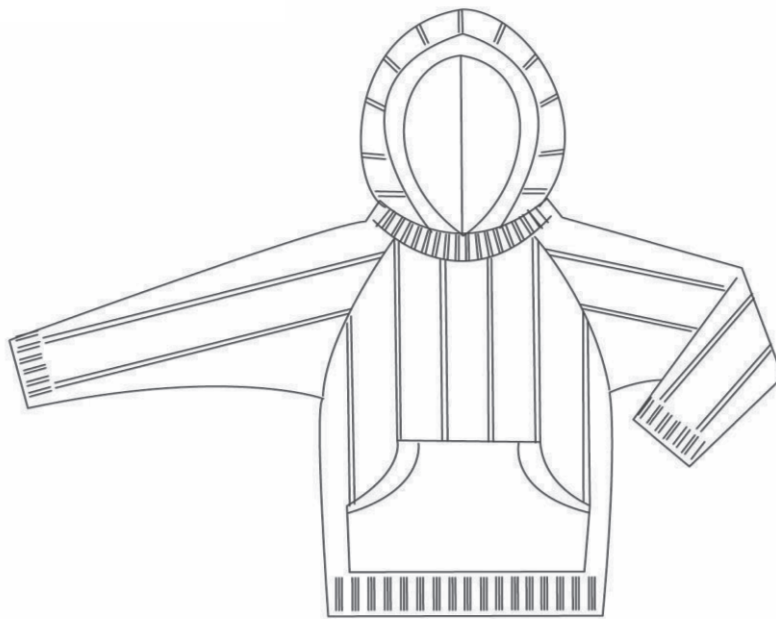
केबल जम्पर



टर्टल नैक पुलओवर

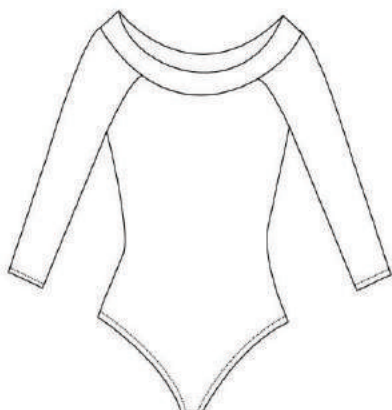


जम्पर

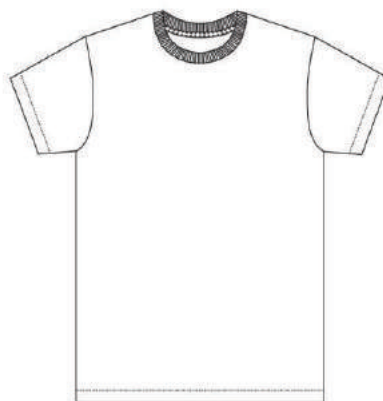


हुड्डेड फुलओवर

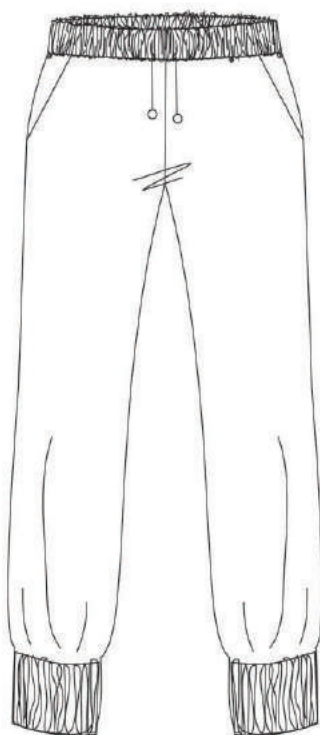
एक्टिव वीयर



बोडी शूट



क्रॉव नेक टी – शर्ट



ट्रेक पैंट

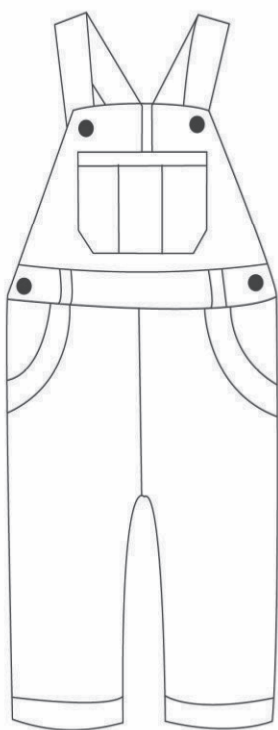
बच्चों के परिधान



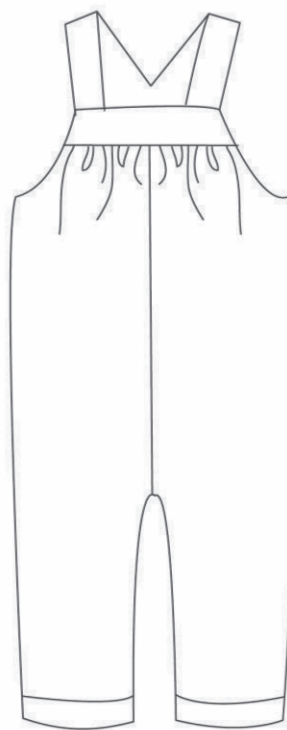
फरॉक



बॉडी सूट (शिशुओं के लिए)



डुंगरी



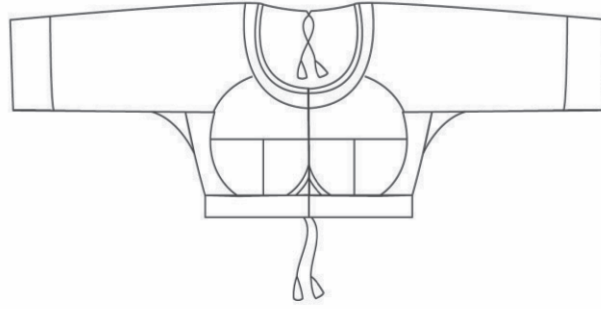
जम्प सूट

भारतीय परिधान (महिला)

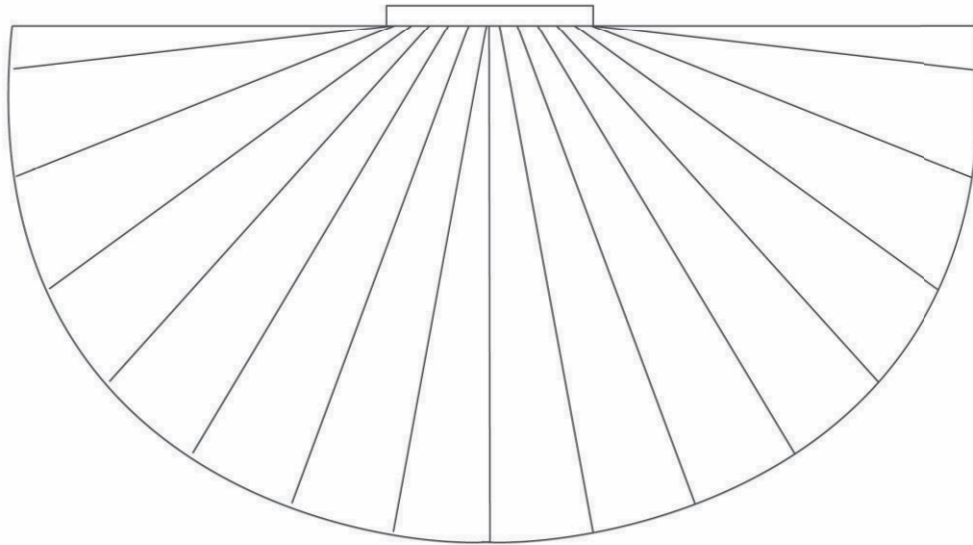
ब्लॉउज



साड़ी ब्लॉउज

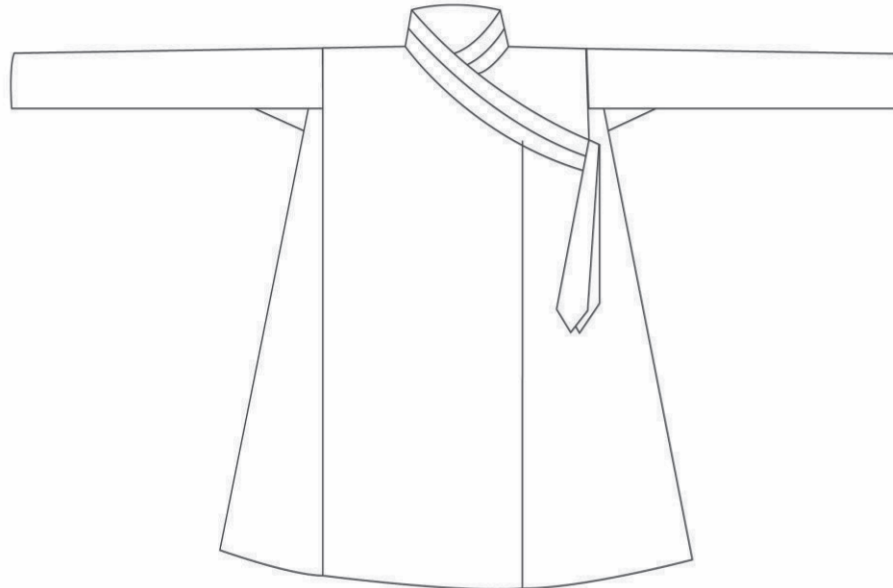


चोली ब्लॉउज

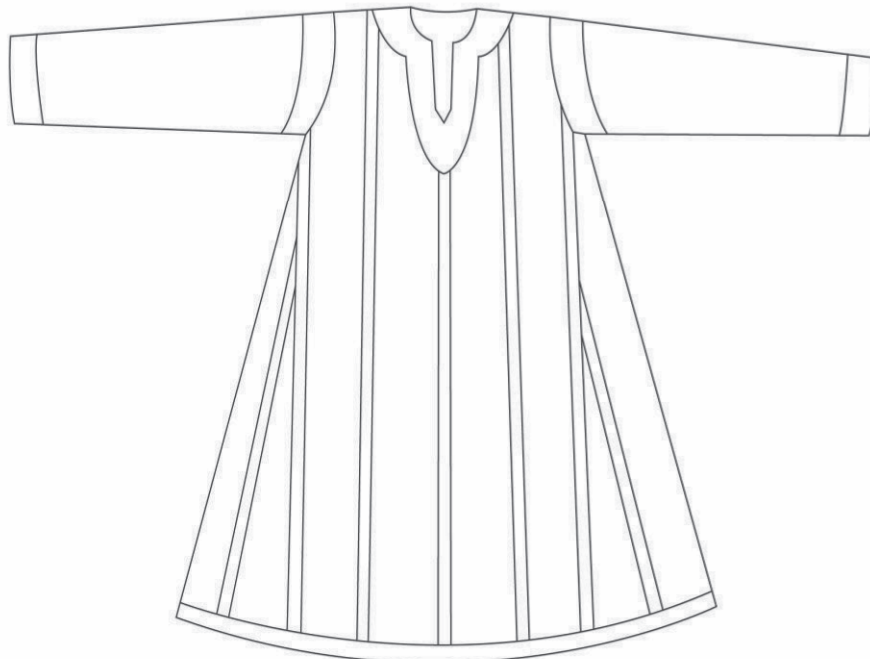


घाघरा (काली/पैनल सहित)

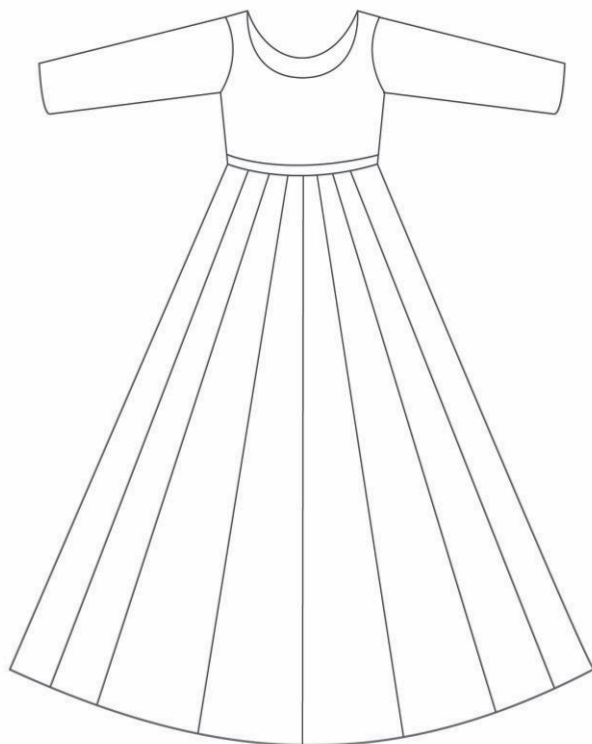
कलीदार कुर्ता



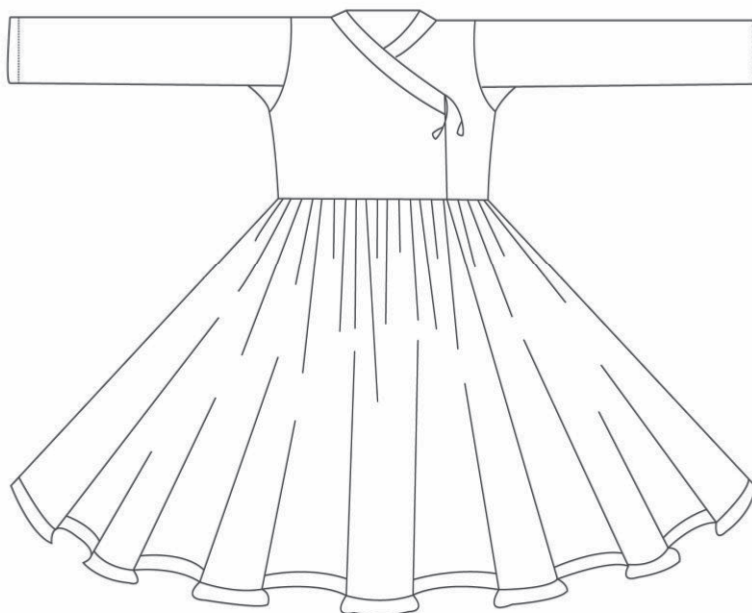
गैसेट सहित कलीदार कुर्ता



कीहोल नैकलाइन सहित कलीदार कुर्ता

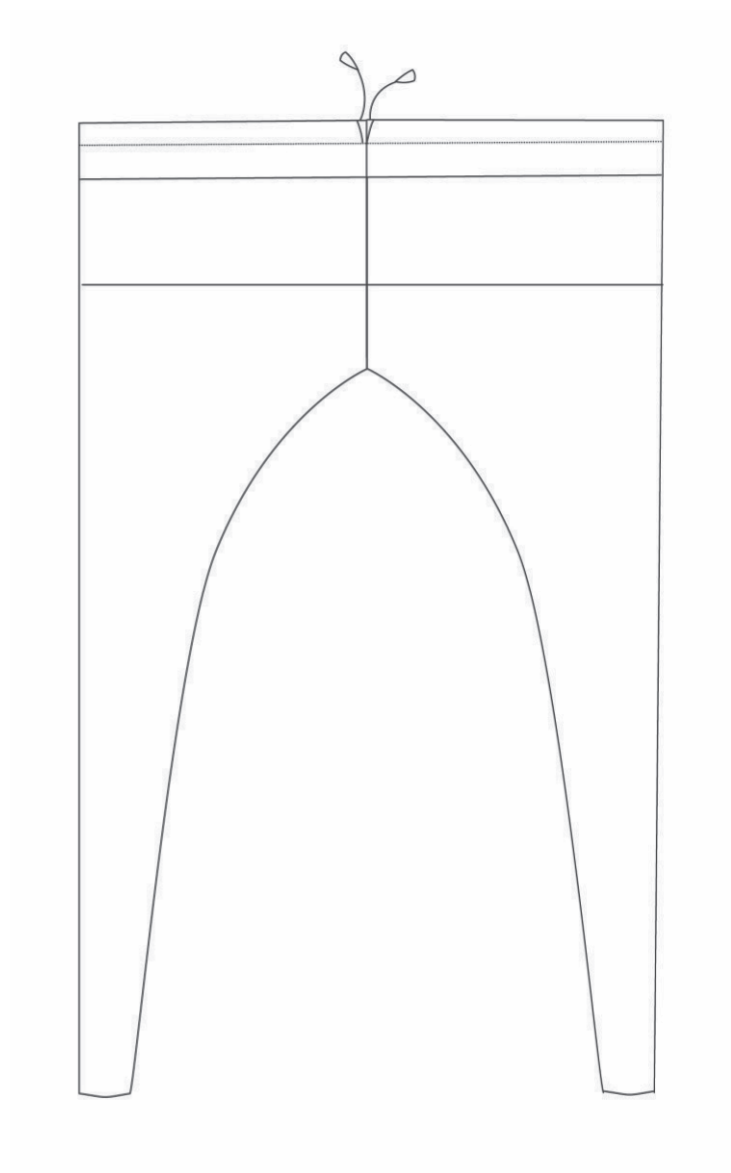


अनारकली

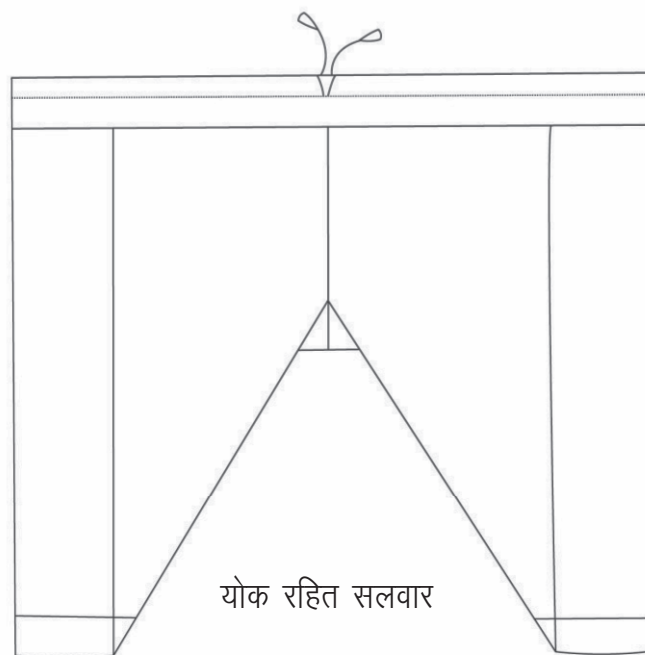
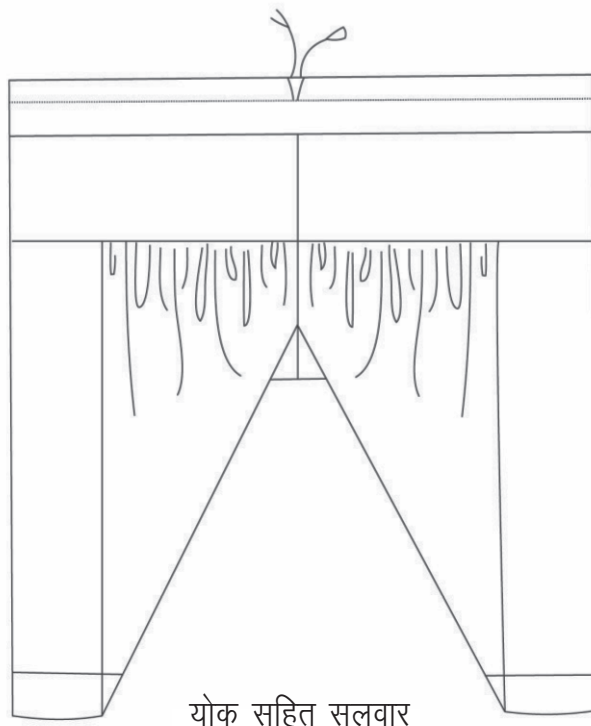


अंगरखा

चूड़ीदार



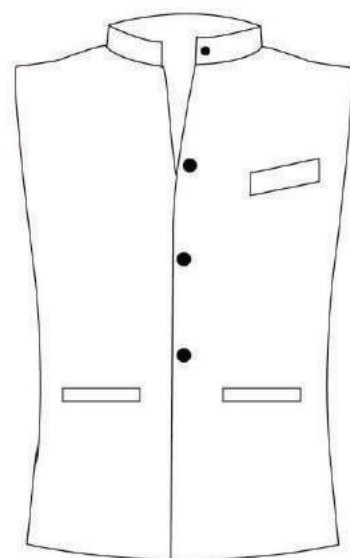
सलवार



भारतीय परिधान (पुरुष)



शेरवानी



बुंदी

सारांश

1. फैशन डिजाइन, प्रौद्योगिकी और प्रबंधन के विषयक्षेत्रों में समाजशास्त्रियों, मनोवैज्ञानिक और मावविज्ञानियों द्वारा विद्वतापूर्ण अध्ययन के एक क्षेत्र के रूप में वैश्विक प्रासंगिकता रखता है।
2. फैशन, वस्त्र, परिधान और पोशाक का अर्थ समान नहीं है। एक शब्द के रूप में फैशन का एक व्यापक अर्थ है, यह सौंदर्यबोध के व्यापक परिदृश्य को प्रतिबिंबित करता है; तथा एक निश्चित अवधि पर समाज में विद्यमान कला और डिजाइन के ट्रेंडों को अभिव्यक्ति करता है जिन्हें व्यापक जनता द्वारा स्वीकार किया गया है। वस्त्र मानव के शरीर से संबंधित वास्तविक वस्तुओं को निर्दिष्ट करने के लिए एक सामान्य शब्द है। परिधान का आशय है विभिन्न पहने जाने योग्य सामग्रियों से बने वस्त्र। पोशाक का आशय है कि विशिष्ट प्रयोग, संदर्भ, अवसर और समय के लिए कपड़े।
3. फैशन एक गंभीर व्यवसाय है जिसमें घरेलू व्यापार और अंतर्राष्ट्रीय व्यापार शामिल है। यह रोजगार सृजित करता है तथा देश के भीतर राजवित्तीय संदर्भ में राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के प्रति योगदान देता है। सह अंतर्राष्ट्रीय आयात-निर्यात व्यापार के माध्यम से देश के लिए विदेशी मुद्रा अर्जित करता है।
4. फैशन समान में ऐतिहासिक और समसामयिक प्रभावों से प्रभावित होता है जिसे 'जेटगे स्ट' कहा जाता है जिसके फलस्वरूप नए फैशन चक्रों और नए ट्रेंडों का आगमन होता है। ये अधिपत्य जमाने हेतु घटनाक्रम, वस्त्रों में प्रौद्योगिकीय उन्नति तथा किसी प्रसिद्ध व्यक्तित्व का प्रभाव हो सकते हैं। यह अनेक मनोवैज्ञानिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, ऐतिहासिक, भौगोलिक, अनुसंधान और विकासात्मक कारकों के पारस्परिक टकराव का परिणाम हो सकते हैं।
5. अनेक विद्वत संदर्श भी निहित है जिनमें शालीनता, संरक्षण और श्रृंगार के सिद्धांत शामिल हैं। वस्त्र किसी व्यक्ति का सर्वाधिक दृश्यमान सूचकांक है जो वैयक्तिक और वृत्तिक हैसियत की पहचान करते हैं।
6. किसी संदर्भ में समसामयिक फैशन को समझने के लिए उसके उद्गम और उद्भव प्रक्रिया को जानना अनिवार्य है। वस्त्रों का इतिहास अनेक हजार वर्ष पुराना है जिसे मोटे तौर पर पांच आर्कटाइयों में वर्गीकृत किया जा सकता है।
7. सभ्यताओं के लपेटे हुए वस्त्रों को पहना जाता था जैसा कि भारत की प्राचीन निकटवर्ती पूर्वी और पश्चिमी सभ्यताओं में उल्लेखनीय समानताओं और विभेदों के साथ देखा जा सकता है।
8. विभिन्न शासकों के अंतर्गत भारतीय युद्ध परिधानों और पोशाकों का इतिहास यह दर्शाता है कि वहां समाज की सुपरिभाषित संहिताएं/मानदण्ड, सांस्कृतिक और सैन्य परिधान विद्यमान थे। इन्हें धीरे-धीरे संशोधित किया गया तथा सभ्यता के परिधानों के साथ एकीकृत किया गया था।