Original Article
ISSN (Online): 2582-7472
ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts
July-December 2024 5(2), 656–664

STUDY OF THE "AWARENESS OF YOUNG WOMEN TOWARDS FASHION IN THE CHANGING ENVIRONMENT" IN THE CONTEXT OF MUZAFFARPUR DISTRICT

''बदलते परिवेश में फैशन के प्रति युवतियों की जागरुकता का अध्ययन'' मुजफ्फरपुर जिला के सन्दर्भ में

Kumari Deepmala [1], Kusum Kumari [2], Vidisha Mishra [3], Shweta Priyadarshini [4], Renu Kumari [5], Sangeeta Rani [6]

[1] Assistant Professor (Guest), Department of Home Science, M.D.D.M. College (A Constituent Unit of B.R.A. Bihar University), Muzaffarpur, India
[2] Professor & Head, University Department of Home Science, B.R.A. Bihar University, Muzaffarpur, India
[3] Assistant Professor, University Department of Home Science, B.R.A. Bihar University, Muzaffarpur, India
[4] Assistant Professor (Guest), University Department of Home Science, B.R.A. Bihar University, Muzaffarpur, India
[5,6] Professor, University Department of Home Science, B.R.A. Bihar University, Muzaffarpur, India

DOI
10.29121/shodhkosh.v5.i2.2024.5485

Funding: This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Copyright: © 2024 The Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

With the license CC-BY, authors retain the copyright, allowing anyone to download, reuse, re-print, modify, distribute, and/or copy their contribution. The work must be properly attributed to its author.

OPEN ACCESS

ABSTRACT

English: The research presented here is related to the study of awareness of young women towards fashion in the changing environment. For this, 100 young women aged 18 to 25 years have been selected. In this, the help of interview and schedule method has been taken. Under the research, age has been considered as an important main variable among the independent variables. The social, educational and biological level of the young women included in the research has been studied. The research will prove to be helpful in making young women self-reliant and independent. Statistical analysis show that 75% of young women have a positive attitude towards fashion, and they believe that fashion has a great contribution in developing their personality.

Hindi: प्रस्तुत शोध ''बदलते परिवेश में फैशन के प्रति युवतियों की जागरूकता का अध्ययन से संबंधित है। इसके लिए 18 से 25 वर्ष की 100 युवतियों का चयन किया गया है। इसमें साक्षात्कार एवं अनुसूची विधि की सहायता ली गई है। शोध के अन्तर्गत स्वतंत्र चरों में आयु को महत्वपूर्ण प्रधान चर माना गया है। शोध में सम्मिलित युवतियों के सामाजिक, शैक्षणिक एवं जैविकीय स्तर का अध्ययन किया गया है। शोध युवतियों को आत्मनिर्भर एवं स्वावलम्बी बनाने में सहायक सिद्ध होगा। सांख्यिकीय विश्लेषण से पता चलता है कि 75 प्रतिशत युवतियाँ फैशन के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण रखती है, और वह मानती है कि फैशन का उनके व्यक्तित्व को विकसित करने में बहुत योगदान है।

Keywords: Percentage, Age, Gender, Urban Area, College, Personality Development, प्रतिशत उम्र, लिंग, शहरी क्षेत्र, महाविद्यालय, व्यक्तित्व का विकास

1. प्रस्तावना

फैशन और परिवर्तन के बीच अन्योन्याश्रय संबंध है। फैशन रंग का हो, आकार या नमूने का हो। यह समय-समय पर बदलता रहता है। व्यक्ति की स्वतंत्रता, धन, समय, शिक्षा से फैशन प्रभावित होता है। प्रत्येक व्यक्ति प्रचलित फैशन के अनुसार ही वस्त्र पहनना चाहता है, शत प्रतिशत वस्त्रों के चयन में इसका ध्यान रखना आवश्यक हो जाता है। वस्त्रों का चयन करते समय यह भी देख लेना चाहिए कि फैशन के अनुकूल वस्त्र शरीर पर खिलता है, परन्तु किसी पर बेढ़ब भी लग सकता है। वस्त्रों के चुनाव में व्यक्ति की रूचि को प्रधानता देनी चाहिए, परन्तु फैशन को सभ्यता और संस्कृति की सीमाओं के अन्दर ही अपनाना चाहिए। फैशन समाज को प्रतिबिम्बत करने वाला दर्पण है। यह समाज के सांस्कृतिक व सामाजिक मूल्यों को दर्शाता है। फैशन के क्रेज की शुरूआत पहले महानगरों में होती है। इसके बाद यह छोटे-छोटे शहरों और गाँवों में फैल जाता है। खासकर

किशोरियों और युवाओं की ऐसी उम्र होती है, कि उनका ध्यान फैशन की ओर अनायास ही चला जाता है। कोई भी नया ट्रेण्ड मार्केट में आया नहीं कि युवा उसे फटाफट अपना लेते हैं। फिल्मी फैशन का असर तो युवतियों पर जमाने से ही होता रहा है। युवा अपने समय के लोकप्रिय नायक-नायिकाओं का अनुसरण करते हैं। वैसे फिल्मी फैशन ट्रेण्ड को अपनाने में युवतियाँ, युवक से कहीं आगे हैं। हालाँकि ऐसे भी युवाओं की कमी नहीं है, जो खुद ही तरह-तरह के प्रयोग करते हैं। अपना स्टाइल स्टेटमेन्ट खुद तय करते हैं। इसी तरह फैशन इवेन्ट्स भी युवाओं को फैशनेबल और ट्रेण्डी बने रहने का जरिया बनते हैं।

ब्राइडल एशिया, विल्स लाइफस्टाइल इण्डिया, फैशन वीक, लक्मे फैशन वीक आदि का असर युवाओं पर काफी होता है और इस दौरान उनके वार्डरोब में नये ट्रेन्ड के कलेक्शन देखे जा सकते हैं। युवाओं की नजर अखबार या टी.वी. पर फैशन से संबंधित विज्ञापनों पर सबसे अधिक होता है। ऐसे विज्ञापन चाहे वह प्रिंट के हो या इलेक्ट्रॉनिक किशोरों और युवाओं का ध्यान एकदम से उनकी ओर जाता है। फिर वे उसे खरीदने की योजना बनाने लगते हैं।

हेनरी डेविड के अनुसार - ‘‘प्रत्येक पीढ़ी अपने पुराने पीढ़ी के फैशन पर हँसती है, किन्तु नए का रूढ़िगत रूप से अनुसरण करती है।’’

प्रसिद्ध समाजशास्त्री ब्लूमर के अनुसार - फैशन शारीरिक जैविक विज्ञान, चिकित्सा, व्यवसाय, प्रथाओं प्रबन्धन आदि विशिष्ट और सम्मानित क्षेत्रों में विद्यमान है।

कपड़े, जूते निजी सामग्रियों आदि के क्षेत्र में फैशन का स्वाद बदल चुका है। फैशन का प्रभाव समाज और संस्कृति के प्रत्येक क्षेत्र जैसे चित्रकला, संगीत, नाटक, नृत्य स्थापत्य, गृह-सज्जा कला और मनोरंजन पर पड़ा हैं। फैशन अनेक व्यावसायिक उत्पादों की सफलता या असफलता के लिए उत्तरदायी है।

2. इतिहास

मानव समाज हजारों वर्षों से तन ढ़कने के लिए वस्त्रों का प्रयोग करता रहा है। वस्त्रों का फैशन से सीधा संबंध है। फैशन भले ही किसी प्रकार का क्यों न हो आखिर यह आता कहाँ से है? प्रत्येक मनुष्य में साज शृंगार की लालसा स्वभाविक रूप से रहती है। चौथी-पाँचवी शताब्दी के अजंता एलोरा के भित्तिचित्रों तथा उस काल में रचित साहित्य के अध्ययन से उस काल के वस्त्र विन्यास व परिधान सौन्दर्य शैलियों का अनुमान सहज लगाया जा सकता है। कलान्तर में एक समय वह भी आया जब हमारे राजा-महाराजा, महारानियों के वस्त्र तथा प्रचलित फैशन समान्य जन के लिए प्रेरणास्रोत बन गए। महारानियों के पास पोशाकों के अंबार लगे रहते थे उनके मनमोहक वस्त्रों को देखकर समान्य स्त्रियाँ भी उन जैसी दिखने के लिए सपने संजोती रहती थी।

आज फैशन की प्रेरणा का स्त्रोत शाही घरानों से मिलना न के बराबर है। इन शाही घरानों का स्थान अब फिल्मी सितारों, खिलाड़ियों फैशन मॉडल्स आदि ने ले लिया है। कल कोई और था आज कोई और है, चेहरे बदल जायेंगे परन्तु जनसाधारण हेतु फैशन के प्रेरणास्रोत हमेशा नये चेहरे बने रहेंगे, क्योंकि फैशन की उत्पत्ति के स्रोत यही लोग होते हैं।

फैशन एक ऐसा शब्द है, जो किशोरियों में अत्यन्त लोकप्रिय है। पूर्व में फैशन धनवानों व रइसों के साथ जुड़ा हुआ था, परन्तु पिछले पाँच दशकों में फैशन का यह सिलसिला शहरी हदों को लांघता हुआ गली कस्बों व मुहल्लों तक जा पहुँचा है। आज हम जिस परिवेश में जीवन यापन कर रहे हैं। अगर कोई वस्तु फैशन के अनुरूप नहीं है तो उसे कोई अपनाने को तैयार नहीं होता। आज फैशन मानव की दिनचर्या का वो हिस्सा है जिसके बिना अस्तित्व की कल्पना संभव नहीं है। फैशन देशकाल परिस्थिति के अनुसार शैक्षिक स्तर व रीति-रिवाजों के अनुसार चलता रहता है।

3. आधुनिक- सामाजिक मनोविज्ञान

डॉ. आर. ए. ने लिखा है, आज का युग फैशन का युग है। फैशन से हर व्यक्ति प्रभावित होता है। फैशन परिवर्तनशील होता है। परन्तु इसमें स्थायित्व की विशेषता पायी जाती है। क्योंकि जो व्यवहार प्रतिमान एक बार स्वीकृत कर लिये जाते हैं, वे कुछ दिन तक चलते रहते हैं, और किसी नवीन व्यवहार के उपलब्ध हो जाने पर ही उनका त्याग किया जाता है। फैशन संबंधी परिवर्तन उपयोगी भी हो सकते हैं। लेकिन यह आवश्यक नहीं है कि इनकी उपयोगिता के आधार पर ही फैशन की उत्पत्ति हो। फैशन का अनुसरण नवीनता का आकर्षण, अनुरूपता और अपने आपको अलग करने की भावना के कारण होता है। युवा पीढ़ी तो फैशन की दीवानी होती है। कुछ क्षेत्रों में फैशन तेजी से बदलता है, तो कुछ क्षेत्रों में इसकी गति धीमी भी रहती है।

जिनि स्टीफेन्स फ्रिंग्स का कथन - फैशन की दुनिया अनेक प्रकार की चुनौतियों से भरी पड़ी है। क्या स्टाइल प्रसिद्ध हो जाए या क्या नहीं कुछ कहा नहीं जा सकता। विश्व के प्रसिद्ध डिजाइनर कार्ल लैंगरफील्ड के विचारों को व्यक्त करते हुए जिनि स्टीफेन्स फ्रिंग्स ने लिखा है। ‘‘फैशन का बदलता स्वरूप’’ मुझे पसन्द है। बदलाव, अथवा परिवर्तन का मतलब जो आज है बहुत उपयोगी है। कल उतना उपयोगी नहीं होगा फैशन के बदलते स्वरूप को हमें स्वीकार करना चाहिए। फैशन में सदैव के लिए कुछ भी नहीं होता। उन्होंने फैशन की तुलना ट्रेन से की है। जैसे ट्रेन किसी का इंतजार

नहीं करती, यदि यात्रा करनी हो तो ट्रेन में बैठो, इस ट्रेन को पकड़ लो वरना छूट जाएगी। फैशन ने यूँ तो सबको अपने गिरफ्त में जकड़ लिया है। लेकिन फिर भी युवतियों में फैशन की सबसे अधिक ललक दिखाई पड़ती है। देशी, विदेशी चैनल्स तथा पत्रिकाओं के अवलोकन से यह साफ स्पष्ट है कि युवतियों का वर्ग ही सबसे बड़ा वर्ग है जो फैशन से सबसे ज्यादा प्रभावित हुआ है। इसके कारण है, फैशन अधिक भड़काऊ और व्यावसायिक बनाने के लिए पत्र-पत्रिकाएँ और चैनल्स भी कम सहायक नहीं है। प्रस्तुत शोध प्रबंध का शीर्षक बदले परिवेश से तात्पर्य क्या है। यह हमारी पहली समस्या है। फैशन की व्याख्या दूसरी समस्या है। तीसरी जो सबसे बड़ी समस्या है, वह है कि युवतियों की जागरूकता का अध्ययन। इन समस्याओं का समाधान तर्क संगत ढ़ंग से कर लेना शोध का लक्ष्य है।

4. अध्ययन का उद्देश्य

1) किशोरियों के फैशन अपनाने के कारणों को ज्ञात करना।
2) किशोरियों के परिवार का फैशन के प्रति दृष्टिकोण को ज्ञात करना।
3) किशोरियों का फैशन के प्रति दृष्टिकोण ज्ञात करना।
4) फैशन का किशोरियों के जीवन पर पड़ने वाले प्रभाव को ज्ञात करना।
5) फैशन को अपनाने के लिए सूचना एवं तकनीकी के साधन ज्ञात करना।
6) किशोरियों की फैशन संबंधी समस्याओं को ज्ञात करना।

5. उपकल्पनाएँ

1) किशोरियाँ अपने अहम की संतुष्टि के लिए फैशन को अपनाती है।
2) किशोरियों पर फैशन का प्रभाव सकारात्मक पड़ता है।
3) किशोरियों के परिवार वाले फैशन के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण रखते हैं।
4) किशोरियों के व्यक्तित्व को विकसित करने में फैशन सहायक है।

6. शोध प्रविधि

आज के वैज्ञानिक युग में किसी भी विषय के अध्ययन के लिए या यू कहा जाए कि उद्देश्य की सफलता के लिए शोध प्रबंध वैज्ञानिक प्रेक्षणों व चरणों से गुजारा जाना चाहिए। शोध प्रबंध की सफलता के लिए यह अति आवश्यक है। इस शोध प्रबंध का शीर्षक ‘‘बदलते परिवेश में फैशन के प्रति युवतियों की जागरुकता का अध्ययन मुजफ्फरपुर जिला के संदर्भ में’’- से साफ तौर पर इंगित हो रहा है कि वर्तमान में फैशन से तो यूँ सभी वर्ग के लोग प्रभावित है परन्तु खासकर युवतियाँ इसकी केन्द्र बिन्दु है।

7. चयन का क्षेत्र

वैज्ञानिक रीति द्वारा अनुसंधान करने के लिए सर्वप्रथम आंकड़ों को एकत्र करना आवश्यक होता है। आंकड़ों को एकत्र करने के लिए किसी न किसी क्षेत्र का चयन करना अनिवार्य होता है। युवतियों की जागरूकता के अध्ययन हेतु मुजफ्फरपुर जिला के अन्तर्गत मुशहरी प्रखण्ड के महंथ दर्शन दास महिला महाविद्यालय का चयन किया गया है। तिरहुत प्रमंडल का यह एक प्रसिद्ध जिला और प्रमंडल मुख्यालय भी है। अपने सूती वस्त्र उद्योग के व्यवसायिक प्रतिष्ठान तथा आम और लीची जैसे फलों के उम्दा उत्पादन के लिए यह जिला पूरे विश्व में जाना जाता है।

जैसा कि शोध प्रबंध का शीर्षक ‘‘बदलते परिवेश में फैशन के प्रति युवतियों की जागरूकता का अध्ययन’’ है, इसलिए युवतियों का चयन करना प्रथम कार्य है। युवतियाँ ही इस शोध-प्रबंध के मूल में है। इस कार्य के लिए शिक्षण संस्थानों से उपयुक्त और कोई स्थान नहीं हो सकता है। सरलता के लिए ऐसे महाविद्यालय का चयन किया गया जिसमें स्नातक व परास्नातक की कक्षाएँ चलती हैं ताकि युवतियों का चुनाव एक समय में एक ही स्थान पर सम्पन्न हो जाए। इस प्रकार का चुनाव कर लेने से एक तो समय कम लगता है व दूसरा कार्य आसानी से सम्पन्न हो जाता है।

8. उत्तरदात्रियों का चयन

अपने अध्ययन के अनुसार उत्तरदात्रियों (संख्या-100) के चयन के लिए महिला महाविद्यालय का चयन किया, जिसमें केवल स्त्री वर्ग ही शिक्षा प्राप्त करती है। मैंने अपने अध्ययन में जो आयु सीमा निर्धारित कर रखी थी। वह 18 से 25 वर्ष की आयु सीमा की भारतीय शिक्षण पद्धति में यह आयु वर्ग वही है, जो स्नातक व परास्नातक की आयु सीमा है अर्थात् आयु सीमा को ध्यान में रखकर कहा जाए तो वह स्नातक और परास्नातक की तरफ इशारा है। युवती की व्याख्या कर लेने पर आगे का कार्य सरल हो जाएगा। युवती के अर्थ के लिए भिन्न-भिन्न मत है, सर्वप्रथम शब्दकोष की सहायता लेते हैं। शब्दकोष के अनुसार युवती का अर्थ बतलाते हुए इसे संस्कृत का शब्द माना है और 'जवान' अर्थ दिया है। संस्कृत शब्द होने के कारण संस्कृत हिन्दी कोष में युवति का अर्थ इस प्रकार किया है। युवन धातु में ति, डीप या प्रत्यय जोड़ने पर युवति शब्द की निष्पति होती है, जिसका अर्थ तरुणि दिया गया है। उत्तरदात्रियों के चयन के लिए संबंधित महाविद्यालय के प्राचार्या से अनुमति लेनी पड़ती है। रूटीन क्लासेज चालू रहने से शोध कार्य के प्रेक्षणों में आशानुरूप सहायता नहीं मिल पाती है। सर्वप्रथम यह ध्यान रखना आवश्यक होता है कि किसी भी प्रकार से उत्तरदात्रियों के पठन-पाठन में बाधा न उत्पन्न हो। यह भी आवश्यक है कि उत्तरदात्रियों के पास शोधकर्ती के प्रश्न सुनने व उत्तर देने का पर्याप्त समय हो।

9. प्रदत्तों का संकलन

शोध शीर्षक ''बदलते परिवेश में फैशन के प्रति युवतियों की जागरूकता का अध्ययन'' व प्रदत्तों के संकलन हेतु साक्षात्कार एवं अनुसूची विधि की सहायता ली गई। इस प्रकार के प्रश्न पूछे गये थे जो अधिकतर सामान्य जानकारी के थे। इन प्रश्नों को पढ़कर उत्तरदात्रियों को सहजता महसूस हो इस बात का ध्यान रखा गया था। फैशन के प्रति उनकी सोच मानसिकता किस प्रकार की है। प्रश्नों के उत्तर से यह बात स्पष्ट हो सके, इस बात का भी ध्यान रखने का प्रयत्न किया गया था। महाविद्यालय में जाकर प्रश्नावली वितरित कर सूचनाओं को एकत्रित किया गया था। जहाँ आवश्यकता हुई वहाँ साक्षात्कार विधि का भी सहारा लिया गया।

10.प्रतिदर्श आकार व प्रतिदर्शन

शोधार्थी अपने शोध-प्रबंध की पूर्णता के लिए कई प्रकार के तरीकों का प्रयोग करती रहती है। व्यवहारपरक शोध के लिए शोधार्थी को चयनित क्षेत्र से उत्तरदाताओं के रूप में प्रतिदर्शन एकत्र करना होता है। शोधार्थी अपने शोध प्रबंध के लिए जीव संख्या से निश्चित संख्या में कुछ सदस्यों का चयन कर लेता है। इस चयनित संख्या को ही व्यवहारपरक शोध में प्रतिदर्शन या सैम्पल कहा जाता है। इस प्रतिदर्शन (सैम्पल) चयन करने की प्रविधि को प्रतिदर्शन (सैम्पलिंग) कहा जाता है। प्रतिदर्शन हेतु महाविद्यालय में अध्ययनरत युवतियों का चयन यादृच्छित विधि (रैंडम सैम्पलिंग) द्वारा किया गया था। प्रयत्न इस प्रकार किया गया कि हर धर्म जाति व अलग-अलग परिवेश वाली युवतियों से प्रश्नोत्तर द्वारा शोध कार्य में विविधता लाकर इसे पूर्ण किया जाए।

10.1.प्रमुख चर

शोध प्रारूप के अंतर्गत फैशन के प्रति युवतियों की जागरूकता के अध्ययन के क्रम में जिन प्रमुख चरों का प्रयोग किया जाता है। उनका विवरण यहाँ उपस्थित किया जा रहा है। चरों के उपस्थापना से पूर्व यह जान लेना आवश्यक है कि चर किसे कहा जाता है। डी मैंटो (1970) के शब्दों में ''किसी प्राणी वस्तु चीज के मापने योग्य गुणों को चर कहते हैं। परिभाषा के अनुसार चरों का प्रयोग प्रस्तुत अध्ययन में किया गया है।

1) आयु

प्रस्तुत शोध के अन्तर्गत स्वतंत्र चरों में आयु एक महत्वपूर्ण प्रधान चर है। क्योंकि युवती शब्द की व्याख्या में आयु ही वह चर है, जो युवती के अर्थ को सिद्ध करने में सहायक रहा है। उत्तरदाताओं की आयु को दो श्रेणियों में रखा गया।

18 से 21 वर्ष एवं 22 से 25 वर्ष

2) जाति

- समान्य जाति के अन्तर्गत ब्राह्मण, क्षत्रिय, वैश्य वर्ग में आने वाली जातियों को रखा गया।
- पिछड़ी - पिछड़ी जातियों में उनको रखा गया जो मूलतः आर्थिक रूप से पिछड़ी जाति है।
- अनुसूचित जाति/ जनजाति प्रतिशत- उन जातियों को लिया गया जो अत्यन्त पिछड़ी जाति है।

3) धर्म

हिन्दू, मुस्लिम, ईसाई, सिक्ख।

4) **शिक्षा**
स्नातक, परास्नातक

5) **वैवाहिक स्थिति**
विवाहित, अविवाहित

11. परिणाम, तथ्य-संकलन एवं सारणीयन

प्रस्तुत शोध प्रबन्ध से सम्बन्धित प्रश्नावली साक्षात्कार के माध्यम से संकलित प्राथमिक तथ्यों एवं द्वितीयक स्रोतों से संग्रहित तथ्यों को परिकलक संगणक (कम्प्यूटर) की सहायता से चरों के आधार पर विश्लेषण करने का प्रयत्न किया गया।

12. प्रदत्तों का वर्गीकरण एवं सारणीयन

अध्ययन में सम्मिलित युवतियों के सामाजिक, शैक्षणिक एवं जैविकीय स्तर का अध्ययन करना।

सारणी संख्या-1.1

उत्तरदाताओं के सामाजिक, शैक्षणिक एवं जैविकीय स्तर का वर्गीकरण

जाति के आधार पर वर्गीकरण	संख्या	प्रतिशत
सामान्य जाति	**56**	**56**
पिछड़ी जाति	**34**	**34**
अनुसूचित जाति/जनजाति	**10**	**10**
कुल योग	**100**	**100**
धर्म के आधार पर वर्गीकरण		
हिन्दू	**32**	**32**
मुस्लिम	**27**	**27**
सिक्ख	**26**	**26**
ईसाई	**15**	**15**
कुल योग	**100**	**100**
आयु समूह वर्ष के आधार पर वर्गीकरण (वर्ष)		
18-21	**75**	**75**
22-25	**25**	**25**
कुल योग	**100**	**100**
शिक्षा के आधार पर वर्गीकरण		
स्नातक	**55**	**55**
परास्नातक	**45**	**45**
कुल योग	**100**	**100**
वैवाहिक स्थिति के आधार पर वर्गीकरण		
विवाहित	**20**	**20**
अविवाहित	**80**	**80**
कुल योग	**100**	**100**

सारणी संख्या 1.1 में चयनित युवतियों के सामाजिक, शैक्षणिक एवं जैविकीय स्तर के वर्गीकरण से स्पष्ट होता है कि अधिकांशत: प्रतिशत (56 प्रतिशत) युवतियाँ सामान्य वर्ग की थी जबकि शेष (34 प्रतिशत) और (10 प्रतिशत) युवतियाँ पिछड़े, अनुसूचित जाति/जनजाति की क्रमानुसार पायी गयी थी।

उपर्युक्त सभी उत्तरदाताओं में अधिकांशत: प्रतिशत (32 प्रतिशत) हिन्दु परिवार से संबंधित थी जबकि शेष (27प्रतिशत) मुस्लिम परिवार की (26 प्रतिशत) सिक्ख परिवार तथा (15 प्रतिशत) ईसाई परिवार से संबंधित पायी गयी।

आयु समूह के आधार पर वर्गीकरण प्रदर्शित करता है। (75 प्रतिशत) युवतियाँ (18-21) वर्ष की पायी गयी थी जबकि (25 प्रतिशत) 22.25 वर्ष की आयु समूह में थी। अध्ययन में सम्मिलित लगभग आधे से अधिक (उत्तरदाता 75) स्नातक तथा (शेष 25) परास्नातक से चयनित की गयी थी जिसमें केवल (20 प्रतिशत) युवतियाँ विवाहित थी और शेष 80 प्रतिशत अविवाहित थी।

13. उत्तरदाता का फैशन अपनाने का कारण

फैशन को अपनाने के बहुत कारण हो सकते हैं। व्यक्ति स्वभावतप्रतिशत परिवर्तन एवं नवीनता पसन्द करता है। इच्छापूर्ति के लिए नवीन वस्तुओं को अपने व्यवहार में लाना चाहता है। इससे उसे नवीनता की अनुभूति होती है। फैशन को अपनाने के पीछे एक कारण यह भी है कि लोग अपने आकर्षण में वृद्धि करना चाहते हैं। फैशन का संबंध व्यक्ति के स्वभाव से भी होता है। नवीन वस्त्रों को धारण कर वह अपने सम्मान में वृद्धि करना चाहता है। लोगों की दृष्टि में उसका महत्व बढ़े व अन्य लोगों से स्वयं को अलग दिखाने की प्रवृत्ति के कारण भी वह नवीन वस्तुओं या डिजाइनों को अपनाना प्रारम्भ कर देता है।

सारणी संख्या-1.2

उत्तरदाताओं का फैशन अपनाने के कारण

क्रम संख्या	फैशन अपनाने के कारण	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
01	परिवर्तन के लिए	**15**	**15**
02	आकर्षण के लिए	**27**	**27**
03	अहम की संतुष्टि के लिए	**32**	**32**
04	विशिष्ट दिखने के लिए	**26**	**26**
	कुल योग	**100**	**100**

उपरोक्त सारणी से स्पष्ट होता है कि वर्तमान समय की युवा लड़कियाँ अपने अहम को बनाए रखना चाहती है। समाज में अपना एक स्थान बनाना चाहती है। इसलिए 32 प्रतिशत उत्तरदाता अहम की संतुष्टि के लिए, 15 प्रतिशत उत्तरदाता परिवर्तन के लिए, 27 प्रतिशत उत्तरदाता आकर्षण के लिए एवं 26 प्रतिशत विशिष्ट दिखने की इच्छा से फैशन अपनाती हैं।

14. उत्तरदाता के परिवार का फैशन के प्रति दृष्टिकोण

फैशन एक अस्थाई प्रचलन या समाज द्वारा अस्वीकृत आदत है जिसमें विचलन एवं परिवर्तन होते रहते हैं। वर्तमान समय में बहुत से परिवारों का मानना है कि फैशन को अपनाना एक गलत आदत है। नवीन फैशन को अपनाने से युवतियों में उन्मुक्ता या खुलापन आ रहा है तथा सहनशीलता में कमी आ रही है। आगे बढ़ने की ललक में वह किसी भी तरह के फैशन को अपना रही है जिससे भारतीय संस्कृति का ह्रास हो रहा है। लेकिन कुछ परिवारों का मानना है कि फैशन के कारण समाज में नये परिवर्तन हो रहे हैं। लोगों की सोच में बदलाव आ रहा है। लोग जागरूक हो रहे हैं। उनका मानना है कि नवीन फैशन को अपनाने से युवतियों में आत्मविश्वास बढ़ रहा है। निर्णय लेने की क्षमता विकसित हो रही है तथा व्यक्तित्व के विकास के साथ-साथ वह पुरूषों के साथ कंधे से कंधा मिलाकर आगे बढ़ रही है।

सारणी संख्या-1.3

उत्तरदाताओं के परिवार का फैशन के प्रति दृष्टिकोण

क्रम संख्या	**उत्तरदाताओं के परिवार का फैशन के प्रति दृष्टिकोण**	**उत्तरदाताओं की संख्या**	**प्रतिशत**
01	सकारात्मक दृष्टिकोण	**67**	**67**
02	नकारात्मक दृष्टिकोण	**33**	**33**
	कुल योग	**100**	**100**

परिवर्तन प्रकृति का शाश्वत नियम है और परिवर्तन का प्रभाव युवतियों के परिवारों पर भी पड़ रहा है। उनकी सोच में, उनके व्यवहार में परिवर्तन आता जा रहा है। उपरोक्त सारणी से यह स्पष्ट होता है कि 67 उत्तरदाता के परिवार वाले फैशन को सकारात्मक दृष्टिकोण से देखते हैं अर्थात उनका मानना है कि फैशन व्यक्तित्व को विकसित करने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। युवतियाँ फैशन को अपनाकर अपना चहुँमुखी विकास कर रही है। 33 उत्तरदाताओं के परिवार वाले इसको नकारात्मक दृष्टिकोण से देखते हैं। उनका मानना है कि फैशन का प्रभाव युवतियों पर नहीं बल्कि समाज पर भी पड़ रहा है। फैशन के कारण समाज विघटन के दौर से गुजर रहा है।

15. उत्तरदाताओं का फैशन के प्रति दृष्टिकोण

व्यक्ति अन्य लोगों के समान दिखने के लिए नवीन फैशन को उपयोग में लेना प्रारम्भ कर देता है। फैशन को अपनाने के पीछे एक कारण यह भी है कि लोग अपने आकर्षण में वृद्धि करना चाहते हैं। ऐसी स्थिति में उनके लिए सामाजिक वांछनीयता का महत्व नहीं रह जाता है। कुछ लोग अपनी शारीरिक कमियों को छिपाने के प्रयास में भी नवीन पोशाक, वस्तुओं या शैलियों का उपयोग करने लगते हैं। वह यह समझते हैं कि नवीनता से वह अपनी सामाजिक स्थिति को और भी अधिक प्रभावी बना सकते हैं।

सारणी संख्या-1.4

उत्तरदाताओं का फैशन के प्रति दृष्टिकोण

क्रम संख्या	**उत्तरदाताओं का फैशन के प्रति दृष्टिकोण**	**उत्तरदाताओं की संख्या**	**प्रतिशत**
01	साकारात्मक दृष्टिकोण	**75**	**75**
02	नाकारात्मक दृष्टिकोण	**25**	**25**
	कुल योग	**100**	**100**

परिवर्तन का प्रभाव युवतियों पर भी दृष्टिगत होता है। नवीनता को पाने की चाह, दुसरों के समकक्ष बनने की चाह का प्रभाव उनके व्यक्तित्व पर साफ दृष्टिगत होता है। 75 उत्तरदाता फैशन के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण रखती है। अर्थात वह मानती है कि फैशन का उनके व्यक्तित्व को विकसित करने में बहुत बड़ा योगदान है। फैशन को अपनाने से समाज में उनको सम्मानित स्थान मिलता है। उनके सहयोगी मित्र इत्यादि पर उनका अच्छा प्रभाव पड़ता है। 25 उत्तरदाता फैशन के प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण रहती है। उनका मानना है कि फैशन न केवल व्यक्तित्व को विघटित करता है बल्कि परिवार, समाज पर भी इसका विपरीत प्रभाव देखा जाता है।

16. फैशन का उत्तरदाताओं के जीवन पर प्रभाव-

वर्तमान समय के फैशन का युवा लड़कियों के जीवन पर बहुत असर पड़ा है। युवतियों का यह मानना है कि प्रत्येक काम में सर्वप्रथम फैशन को सराहा जाता है। वे फैशन को अपने दिनचर्या में होने वाले सभी कार्यों से जोड़ती हैं चाहे कपड़े पहनना हो, बोलना हो, नवीन शैली को अपनाना हो।

सारणी संख्या-1.5

फैशन का उत्तरदाताओं के जीवन पर प्रकाश

क्रम संख्या	उत्तरदाताओं का फैशन के प्रति दृष्टिकोण	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
01	व्यक्तित्व विकास में सहायक	**55**	**55**
02	मानसिक विकास में सहायक	**45**	**45**
	कुल योग	**100**	**100**

युवतियों के रहन-सहन के स्तर, सोच, आत्मविश्वास इत्यादि को बढ़ाने में फैशन की महत्वपूर्ण भूमिका रहती है। उत्तरदाताओं का मानना है कि फैशन को अपनाने से उनका न केवल व्यक्तित्व विकसित होता है बल्कि उनका मानसिक विकास भी होता है। उपरोक्त सारिणी से स्पष्ट होता है कि फैशन 55 प्रतिशत उत्तरदाताओं के व्यक्तित्व विकास में सहायक है। उनका मानना है कि फैशन को अपनाने से उनका आत्मविश्वास बढ़ जाता है। 45 उत्तरदाताओं के मानसिक विकास में फैशन सहायक कारक है।

17. उत्तरदाताओं का फैशन को अपनाने के लिए सूचना एवं तकनीकी के साधनों के प्रयोग को जानने का प्रयास करना।

आधुनिक युग में सूचना एवं तकनीकी के साधन अधिक महत्वपूर्ण एवं अधिक लोकप्रिय है। व्यक्तित्व, मानसिक विकास मन बहलाने तथा विकास की ओर अग्रसर होने में ये साधन बहुत ही महत्वपूर्ण है। इनके सहारे नयी सूचनाएँ एवं नये तरीकों को सीखा जाता है। इनसे फैशन से सम्बन्धित नवीन जानकारियाँ आसानी से प्राप्त हो जाती है। उत्तरदाताओं से यह ज्ञात करने का प्रयास किया गया कि सूचना एवं तकनीकी के किस साधन को वह अपना रही है?

सारणी संख्या-1.6

उत्तरदाताओं के सूचना एवं तकनीकी के साधन

क्रम संख्या	सूचना एवं तकनीकी साधन	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
01	कम्प्यूटर	**56**	**56**
02	टेलीविजन	**34**	**34**
03	मासिक पत्रिका	**10**	**10**
	कुल योग	**100**	**100**

उत्तरदाताओं का मानना है कि सूचना एवं तकनीकी साधनों के माध्यम से फैशन से संबंधित नवीनतम जानकारियाँ आसानी से प्राप्त हो जाती है। वे विभिन्न तकनीकी साधनों के द्वारा अपने व्यक्तित्व को विकसित करती है। उक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि 56 प्रतिशत उत्तरदाता कम्प्यूटर का प्रयोग करके, 34 प्रतिशत टेलिविजन के द्वारा एवं 10 प्रतिशत मासिक पत्रिका के द्वारा फैशन से संबंधी जानकारियाँ प्राप्त करती है।

सूचना एवं तकनीकी साधनों को जानने के साथ-साथ उत्तरदाताओं से यह भी जानने का प्रयास किया गया कि फैशन से संबंधित विज्ञापन में उनकी रूचि कैसी है?

वर्तमान समय विज्ञापन का समय है विज्ञापनों के माध्यम से ही हमें नवीन फैशन की जानकारी मिलती है। सामान्यत: अधिकतर युवतियों में फैशन से संबंधित विज्ञापनों के प्रति विशेष रूचि पाई जाती है। जैसे आज जो चीज, शैली या डिजाइन चलन में है, तुरन्त उसे अपनाना पसन्द करती है। पहनावे से संबंधित, खान-पान से संबंधित, मेकअप से संबंधित उत्पाद विज्ञापन किसी भी समाचार पत्र या पत्रिका या टी.वी. में निकले, सभी इसे खरीदना चाहते हैं चाहे वह उनके लिए उपयुक्त हो या नहीं। व्यक्ति नवीन वस्तुओं या डिजाइनों को इसलिए भी अपनाना प्रारम्भ कर देते हैं क्योंकि वह अन्य लोगों से स्वयं को भिन्न रूप में प्रस्तुत करना चाहता है इसके पीछे सम्मान में वृद्धि की भावना भी छिपी रहती है। अन्य व्यक्तियों जैसा दिखने के लिए भी व्यक्ति नवीन फैशन को ग्रहण करता है। यदि वह ऐसा नहीं करती है तो अलग-थलग पड़ सकती हैं। शतप्रतिशत फैशन में अनुकरण का भी योगदान है।

85 प्रतिशत उत्तरदाता विज्ञापनों के प्रति रूचि रखती है क्योंकि उनका मानना है कि विज्ञापनों के माध्यमों से ही नवीन शैली को अपनाती है। 15 प्रतिशत उत्तरदाता विज्ञापन में रूचि नहीं रखती है।

18. निष्कर्ष

प्रस्तुत अध्ययन ''बदलते परिवेश में फैशन के प्रति युवतियों की जागरूकता का अध्ययन'' मुजफ्फरपुर जिलों के संदर्भ में,'' से संबंधित है जो कुछ विशेष पहलुओं के विश्लेषण के उद्देश्य से प्रस्तुत किया गया है। आज औद्योगिक युग में फैशन ने सामाजिक जीवन के हर क्षेत्र में परिवर्तन किया है। परम्परागत परिवर्तन के स्थान पर आधुनिक फैशन ने स्थान ले लिया है, अधिकारों के क्षेत्र में तीव्रता से वृद्धि हो रही है। युवतियों का फैशन के प्रति सोच में बहुत परिवर्तन आया है तथा उनका फैशन में विशेष रूझान पाया जाता है, उनका मानना है कि व्यक्तित्व के विकास में फैशन बहुत सहायक है।

उत्तरदाताओं का फैशन अपनाने के कारणों का विश्लेषण किया तो ज्ञात होता है कि 15 प्रतिशत परिवर्तन के लिए 27 प्रतिशत उत्तरदाता आकर्षण के लिए 32 प्रतिशत अहं की संतुष्टि के लिए तथा 26 प्रतिशत विशिष्ट दिखने की इच्छा के लिए फैशन को अपनाती है। फैशन का प्रभाव उत्तरदाताओं के परिवार पर भी देखा गया है। 67 प्रतिशत उत्तरदाताओं के परिवार फैशन के प्रति साकारात्मक दृष्टिकोण रखते हैं। यानि उनका मानना है कि व्यक्ति को विकसित करने में और वर्तमान समय में प्रगति के लिए फैशन को अपनाना बहुत आवश्यक है। 33 प्रतिशत परिवार फैशन के प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण रखते हैं।

उत्तरदाताओं का फैशन के प्रति दृष्टिकोण जानने पर ज्ञात हुआ कि 75 प्रतिशत युवतियाँ फैशन के लिए सकारात्मक दृष्टिकोण रखती है। उनका मानना है कि फैशन को अपनाने से समाज में उनको सम्मानीय दृष्टि से देखा जाता है। एक मित्र एवं सहयोगी पर उनका विशेष प्रभाव पड़ता है। केवल 25 प्रतिशत उत्तरदाता फैशन के प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण रखती है। वे फैशन को व्यक्तित्व विघटित करने में सहायक मानती है।

उत्तरदाताओं के जीवन पर फैशन का क्या प्रभाव पड़ता है, यह जानने पर ज्ञात हुआ कि 55 प्रतिशत उत्तरदाताओं के व्यक्तित्व विकसित करने में फैशन सहायक है और 45 प्रतिशत उत्तरदाताओं के मानसिक विकास में फैशन सहायक कारक है।

उत्तरदाताओं का फैशन अपनाने के लिए सूचना एवं तकनीकि के साधनों के प्रयोग को जानने का प्रयास करने पर यह ज्ञात हुआ कि 56 प्रतिशत युवतियाँ कम्प्यूटर का 34 प्रतिशत टेलीविजन तथा 10 प्रतिशत युवतियाँ मासिक पत्रिका का प्रयोग करती है, क्योंकि उनका मानना है कि सूचना एवं तकनीकी के साधन का प्रयोग करके नयी सूचनाएं एवं नवीन फैशन से संबंधित जानकारी प्राप्त होती है। वर्तमान समय में हर लड़की आत्मनिर्भर, स्वावलम्बी होना चाहती है। सूचना एवं तकनीकी के क्षेत्र में लड़कियों ने स्वयं को पूरी तरह से अलग सांचे में ढ़ाल लिया है अर्थात वे फैशन को अपने जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा मानती है। फैशन उन्हें जीवन जीने की सही ढ़ंग सिखलाती है। फैशन को अपनाने से उनके विशेषकर मान-सम्मान में वृद्धि हुई तथा फैशन के कारण अपनी नयी पहचान बना सकने में सफल हुई।

19. सुझाव

शोध प्रबंध के अध्ययन क्रम में यह स्पष्ट रूप से दिखायी दिया है कि फैशन जीवन का अभिन्न अंग है। इसमें मानसिकता को परिवर्तित करने की इतनी क्षमता होती है कि आधुनिकता में पली युवतियाँ आज परम्परागत डिजाइनर परिधानों में नजर आ रही है। इससे यह स्पष्ट होता है कि फैशन हमें वक्त के साथ चलने की प्रेरणा देता है। फैशन आत्मसात करने के लिए निर्मित परिधान का चयन किस प्रकार करना चाहिए इससे संबंधित कुछ सुझाव इस प्रकार है-

- युवतियों को फैशन के अनुसार परिधान चयन करते समय इस बात का विशेष ध्यान रखना चाहिए कि परिधान मात्र अंगप्रदर्शक व उत्तेजनाप्रेरक न हो।
- शरीर सौष्ठव, रंग, उम्र, कद, मौसम तथा अवसर को ध्यान में रखकर परिधान का चयन करना चाहिए।
- बदलते परिवेश में फैशन की उचित जानकारी के लिए युवतियों को विभिन्न संचार माध्यम का प्रयोग करते रहना चाहिए।
- हर अवसर के अनुरूप अलग दिखने के लिए यह जरूरी नहीं कि नये परिधान ही पहने जाए, बल्कि एक ही परिधान को अलग-अलग एसेसरीज के साथ सामंजस्य स्थापित करके धारण किया जाना चाहिए।
- फैशन के अनुरूप परिधान डिजाइन करवाने के लिए युवतियों को विशेष सलाहकारों (बुटिक/डिजाइनर) की सहायता लेनी चाहिए।
- इस शोध प्रबंध के अध्ययन के क्रम में यह देखने में आया कि मुजफ्फरपुर जिला के महंथ दर्शन दास महिला महाविद्यालय की युवतियों में फैशन की ललक विशेष रूप से है।

संदर्भ ग्रंथों की सूची

वर्मा, प्रमिला, (2002) वस्त्र विज्ञान एवं परिधान, म. प्र. हिन्दी अकादमी, पृ.-213.
पाटनी, मंजु शशि प्रभा, (2004) जैन, वस्त्र विज्ञान परिधान एवं विपणन, शिवा प्रकाशन इन्दौर

प्रज्ञा पत्रिका, 2007-08, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, अंक 53 भाग-2, www.newscount.in
अमर उजाला दैनिक, (मार्च 2008) रूपायन फैशन स्पेशल, मार्च 2008
Frings Stephens Gini (27 April 2009) Fashion from concept to consumer.
Fashion (2012 March 29) wwd. (n.d) Retrieved from (http://www.wwd.com/fashion-news)
मैककेल्वे, के. और मुन्सलो, जे. (2012) फैशन डिजाइन। चिचेस्टर।
एम.बोनू, ई. (2014) ट्रेंडस्टाटिग (ऑनलाइन) उपलब्ध।
पाटनी मंजू, एवं हेनरी ए सपना (2016) पारिवारिक परिधान व्यवस्था, स्टार पब्लिकेषन, द्वितीय संस्करण, आगरा।
ट्रेंडलैंड (2018), ट्रेंडलैंड डिजाइन/कला/यात्रा और रूझान ऑनलाइन पत्रिका http://trend/and Frings Stephens Gini.
आर्य. के. पी., तिवारी राजीव मनोज, 2021, 5वाँ संस्करण। फैशन डिजाइनिंग पाॅकेट बुक्स, नई दिल्ली।
International Journal of Fashion Design, Technology and Education, Published Online : 3 Nov. 2022.