



INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

फैशन उद्योग में संचार माध्यमों की भूमिका

डॉ रीना भैरम

सहायक प्राध्यापक

शासकीय मोहनलाल हरगोविंददास गृह विज्ञान एवं विज्ञान महिला, महाविद्यालय जबलपुर

शोध सार –

फैशन उद्योग मानव की बुनियादी जरूरत (रोटी, कपड़ा और मकान) को पूर्ण करने वाला महत्वपूर्ण उद्योग है जीवन की विषम परिस्थितियों में या आपदा की स्थिति में वस्त्र एक व्यक्ति को सुरक्षा कवच की तरह कार्य करता है आधुनिक संचार माध्यम फैशन उद्योग को एक नई दिशा प्रदान करने में अहम भूमिका निभाता है आज के आधुनिक संचार माध्यमों के द्वारा दुनिया का कोई कोना अछूता नहीं रह गया है सूचना का आदान प्रदान इतना आसान हो गया है कि दुनिया की हर कोनों में होने वाले आविष्कार या नवाचार का ज्ञान प्राप्त करना आसान है आज दुनिया की हर फैशन ब्रांड या डिजाइन देश भर में संचार माध्यमों के द्वारा आसानी से प्रचलित हो पाती है जिसका लाभ सभी मानव को प्राप्त होता है संचार माध्यम ब्रांड और उसके उत्पाद को बढ़ावा देने, उपभोक्ता धारणा को आकार देने और बिक्री बनाने में मदद करता है।

संकेत शब्द:- फैशन उद्योग, संचार, ब्रांड, डिजाइन

प्रस्तावना

व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह द्वारा दूसरे व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह को सूचना या संदेश भेजने के लिए माध्यम की आवश्यकता पड़ती है, जिसे संचार माध्यम कहते हैं। संचार माध्यम शब्द अंग्रेजी भाषा के 'कम्युनिकेशन मीडिया' शब्द के समानान्तर प्रयोग में लाया जा रहा है। संचार माध्यम के द्वारा संप्रेषक और प्राप्तकर्ता या प्रापक के मध्य सूचनाओं का आदान-प्रदान होता है। दूसरे शब्दों में हम कह सकते हैं कि संदेश या सूचना को प्रभावशाली ढंग से प्रापक तक पहुँचाने के लिए संवाहक या स्रोत जिस माध्यम की सहायता लेता है, वही संचार माध्यम है। इस प्रकार संचार माध्यम सूचना के

आदान-प्रदान एवं एक स्थान से दूसरे स्थान तक संदेशों के सुगम प्रवाह करने हेतु जिस माध्यम का उपयोग किया जाता है, वही संचार माध्यम है।

संचार माध्यम से आशय है | संदेश के प्रवाह में प्रयुक्त किए जाने वाले माध्यम। संचार माध्यमों के विकास के पीछे मुख्य कारण मानव की जिज्ञासु प्रवृत्ति का होना है। वर्तमान समय में संचार माध्यम और समाज में गहरा संबंध एवं निकटता है। इसके द्वारा जन सामान्य की रुचि एवं हितों को स्पष्ट किया जाता है। संचार माध्यमों ने ही सूचना को सर्वसुलभ कराया है। तकनीकी विकास से संचार माध्यम भी विकसित हुए हैं तथा इससे संचार अब ग्लोबल फेनोमेनो बन गया है।

संचार प्रेषक का प्राप्तकर्ता को सूचना भेजने की प्रक्रिया है जिसमें जानकारी पहुंचाने के लिए ऐसे माध्यम (medium) का प्रयोग किया जाता है जिससे संप्रेषित सूचना प्रेषक और प्राप्तकर्ता दोनों समझ सकें यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिस के द्वारा प्राणी विभिन्न माध्यमों के द्वारा सूचना का आदान प्रदान कर सकते हैं संचार की मांग है की सभी पक्ष एक समान भाषा का बोध कर सकें जिस का आदान प्रदान हुआ हो

संचार प्रक्रिया में , माध्यम संचार का एक चैनल या प्रणाली है - वह साधन जिसके द्वारा सूचना (संदेश) एक वक्ता या लेखक (प्रेषक) और एक दर्शक (प्राप्तकर्ता) के बीच प्रसारित होती है। इसका बहुवचन रूप मीडिया है , और इस शब्द को चैनल के रूप में भी जाना जाता है। संदेश भेजने के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला माध्यम किसी व्यक्ति की आवाज, लेखन, कपड़े और शारीरिक भाषा से लेकर समाचार पत्र, टेलीविजन और इंटरनेट जैसे जन संचार के माध्यम तक हो सकता है।

संचार माध्यम की सामान्य परिभाषा दी जाती है कि यह संचार अथवा संवाद का एक अव्यक्तिक साधन है जिसके जरिये लिखित, दृश्य अथवा श्रव्य अथवा कभी-कभी इस प्रकार के मिले-जुले संदेशों को सीधे पाठकों, दर्शकों अथवा श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। और आसान शब्दों में कहे तो संचार माध्यम समुदायों, शहरों अथवा देशों में फैले असंख्य लोगों के साथ लिखित अथवा मुद्रित शब्द के माध्यम से अथवा ध्वनि एवं स्वर अथवा दृश्य छवियों अथवा एक साथ इन सभी के माध्यम से बातचीत का साधन होता है। इस परिभाषा से ही हम समझ पाते हैं कि संचार माध्यम असंख्य लोगों तक तेजी से, समय से, कारगर ढंग से, और क्षमता से पहुँचने का एक संगठित साधन है। संचार माध्यम की दो मुख्य विशेषताएं निम्नलिखित हैं-

i) यह लाखों लोगों तक बहुत कम समय में पहुँच सकता है, तुरन्त यहाँ तक कि तुरन्त ।

ii) श्रव्य संचार माध्यम निरक्षरता की सीमाओं को तोड़ सकता है तो दृश्य माध्यम बहुभाषीय समाज में भी प्रभावी हो सकता है।

(iii) यह लागत की दृष्टि से भी कम खर्चीला होता है और आमतौर पर उपयोगकर्ता के लिए सुविधाजनक भी होता है।

(iv) आमतौर पर संचार माध्यम एक तरफा संप्रेषण करते हैं अर्थात् संदेश लोगों तक पहुंचा देते हैं।

टेलीविजन, रेडियो, पत्र-पत्रिकाएँ, दृश्य तथा श्रव्य माध्यम तथा सिनेमा संचार माध्यम के उदाहरण हैं। ये भारत के बहुभाषीय, पारंपरिक तथा अधिकांशतः निरक्षर समाज में अत्यंत उपयोगी हैं।

फैशन उद्योग

फैशन उद्योग का देश के कुल औद्योगिक उत्पादन में 14 प्रतिशत हिस्सा है और घरेलू उत्पाद का 8 प्रतिशत इसी उद्योग से प्राप्त होता है। साथ ही देश में फैशन उद्योग लगभग 38 मिलियन लोगों को स्वरोजगार एवं रोजगार प्रदान करता है। यह उद्योग में एक बार विकसित होने पर अपार संभावनाएं संभव हैं। भारत के कुल निर्यात में भी फैशन उद्योग की 21 प्रतिशत की हिस्सेदारी है।

फैशन कपड़े पहनने, व्यवहार करने, लिखने या प्रदर्शन करने के किसी भी तरीके पर लागू होता है जिसे किसी एक समय या स्थान पर पसंद किया जाता है। प्राचीन काल में वस्त्रों का महत्व केवल शरीर को अच्छी तरह से ढकने तक ही सीमित था किंतु आज के आधुनिक युग में फैशन की दुनिया का स्वरूप भिन्न है भारत अनूठी परम्पराओं और सांस्कृतिक विविधताओं वाला देश है। हर राज्य की अपनी शैली व फैशन के साथ-साथ परम्परागत उद्योगों, वस्त्रों, कढ़ाई के रूपों में समृद्धि व विविधता भी दिखाई पड़ती है। आधुनिक फैशन की दुनिया इतनी अधिक परिवर्तनशील है कि जो पहनावे आज प्रचलित हैं पता नहीं उसकी कितनी उम्र है और नया क्या आने वाला है। वैश्वीकरण के इस दौर में पश्चिम के रहन-सहन के साथ-साथ पूरे विश्व में यूरोप के पहनावे को भी प्राथमिकता दी जाती है। ऐसे में भारत जैसा विकासशील देश भला कैसे अछूता रह सकता है। दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु, चैन्नई, पुणे, हैदराबाद एवं लखनऊ जैसे महानगर फैशन उद्योग के लिए विशेष रूप से प्रसिद्ध हैं। फैशन की कई शाखाएं हैं। फैशन व टैक्सटाइल के क्षेत्र में डिजाइनरों के लिए कपड़ा मिल, डिजाइन स्टूडियो तथा एक्सपोर्ट हाउस के साथ सरकारी व गैर सरकारी संगठनों में भी रोजगार के पर्याप्त अवसर सुलभ हैं।

फैशन उद्योग में चार स्तर होते हैं:

1. कच्चे माल का उत्पादन, मुख्य रूप से फाइबर और कपड़ा , और चमड़ा और फर ।
2. डिजाइनरों, निर्माताओं, ठेकेदारों और अन्य लोगों द्वारा फैशन के सामान का उत्पादन ।
3. खुदरा बिक्री ।
4. विज्ञापन और प्रचार के विभिन्न रूप ।

फैशन उद्योग में संचार माध्यमों की भूमिका

फैशन उद्योग में संचार माध्यम जागरूकता पैदा करने उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं । प्रभावी संचार रणनीतियाँ और सोशल मीडिया, विज्ञापन और जनसंपर्क जैसे विभिन्न मीडिया चैनलों का उपयोग, सार्वजनिक धारणा को आकार देने और फैशन बाजार में बिक्री बढ़ाने में मदद करता है । संचार माध्यम फैशन उद्योग की सफलता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, क्योंकि वे ब्रांड और उसके उत्पादों को बढ़ावा देने, उपभोक्ता धारणा को आकार देने और बिक्री बढ़ाने में मदद करते हैं । इन लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए उपयोग की जाने वाली विधियाँ समय के साथ विकसित हुई हैं, प्रिंट विज्ञापन और रनवे शो जैसे पारंपरिक तरीकों को सोशल मीडिया मार्केटिंग और प्रभावशाली साझेदारियों जैसे आधुनिक दृष्टिकोणों द्वारा पूरक किया जा रहा है। पारंपरिक और आधुनिक दोनों तरीकों के अपने फायदे और नुकसान हैं, और फैशन ब्रांडों को अपने लक्षित दर्शकों तक पहुंचने, ब्रांड प्रतिष्ठा बनाने और प्रतिस्पर्धा से आगे रहने के लिए इस परिदृश्य को प्रभावी ढंग बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं

फैशन उद्योग में संचार माध्यम द्वारा निभाई जाने वाली भूमिकाएँ शामिल हैं

ब्रांड प्रमोशन - उपभोक्ता जागरूकता बढ़ाने और बिक्री बढ़ाने के लिए फैशन ब्रांड और उसके उत्पादों को बढ़ावा देना ।

उपभोक्ता जुड़ाव - संबंध और वफादारी बनाने के लिए विभिन्न मीडिया चैनलों के माध्यम से उपभोक्ताओं के साथ जुड़ना।

ट्रेंड आइडेंटिफिकेशन एंड क्रिएशन - प्रभावी संचार माध्यम, जैसे मार्केटिंग और मीडिया अभियानों के माध्यम से फैशन ट्रेंड की पहचान करना और उसका निर्माण करना।

प्रतिष्ठा प्रबंधन - जनसंपर्क प्रयासों और संकट संचार रणनीतियों के माध्यम से ब्रांड की प्रतिष्ठा का प्रबंधन करना ।

बाजार अनुसंधान - उपभोक्ता व्यवहार और प्राथमिकताओं को समझने और विपणन और उत्पाद विकास रणनीतियों को सूचित करने के लिए बाजार अनुसंधान करना ।

बिक्री सृजन - प्रभावी संचार माध्यम जैसे विपणन और मीडिया अभियानों के माध्यम से फैशन उत्पादों की बिक्री बढ़ाना।

प्रतिस्पर्धी विश्लेषण - प्रतिस्पर्धा की निगरानी करना और बाजार में आगे रहने के लिए मार्केटिंग रणनीतियों को अपनाना।

ग्राहक अधिग्रहण - लक्षित विपणन और मीडिया प्रयासों के माध्यम से नए ग्राहक प्राप्त करना।

ग्राहक प्रतिधारण - व्यक्तिगत विपणन प्रयासों के माध्यम से मजबूत संबंध बनाकर और वफादारी बनाकर मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखना।

निष्कर्ष

फैशन उद्योग एक आकर्षक उद्योग है। हर व्यक्ति परिधान में हमेशा कुछ नया चाहता है। संचार के माध्यम से सूचना के आदान-प्रदान एवं एक स्थान से दूसरे स्थान तक नवाचार एवं नई डिजाइनों का संप्रेषण आसान हो गया है। आज के आधुनिक संचार में कई संचार माध्यम हैं। जिनकी सहायता से नवाचार की जानकारी प्राप्त करना आसान है। इसीलिए फैशन उद्योग का लगातार बदलता स्वरूप दिखाई देता है, जो सदैव परिवर्तनशील होता है। इस सुगम प्रवाह से जनमानस को फैशन उद्योग के स्वरूप को समझने में और अपना ने में आसानी होती है। नित नए होने वाले आविष्कार व्यक्ति को सजग बनाकर वस्त्र के उत्तम चुनाव में सहायक होते हैं।

संदर्भ सूची

1. <https://jdinstitute.co/importance-of-communication-in-the-fashion-industry/>
2. <https://textilelearner.net/fashion-communication-types-trends/>
3. <https://www.scotbuzz.org/2018/01/sanchar-madhyam.html>
4. <https://acrobat.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:7168e464-93e5-34eb-81f9-52feb9e2daff>
5. <http://www.fibre2fashion.com/industry-article/6134/role-of-media>
6. <https://textilelearner.net/influence-of-internet-and-social-media-on-fashion-industry/#:~:text=In%202009%2C%20the%20usage%20of,increasing%20awareness%2C%20participation%20and%20engagement>
7. <https://www.iiad.edu.in/the-circle/how-does-social-media-impact-our-fashion-choices/>
8. <https://www.tutorialspoint.com/media-and-marketing-in-fashion-industry>
9. <https://www.britannica.com/art/fashion-industry>
10. <https://hindivivek.org/7026>
11. <https://hi.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%AB%E0%A5%88%E0%A4%B6%E0%A4%A8>