स्वाध्याय स्वमन्थन स्वावलम्बन

उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

इलाहाबाद

DFD-01/UGFD-02
फैशन डिजाइनिंग

DFD-01/UGFD-02
चतुर्थ खण्ड - फैशन उद्योग

शान्तिपुरम् (सेक्टर-एफ), फाफामऊ, इलाहाबाद - 211013

DFD-01/UGFD-02

उत्तर प्रदेश
राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

फैशन डिजाइनिंग

फैशन सामान्य ज्ञान

ब्लाक
४
फैशन उद्योग

यूनिट-१३

एक डिजाइनर का दायित्व

यूनिट-१४

भारतीय फैशन उद्योग

यूनिट-१५

भारतीय फैशन डिजाइनर्स

यूनिट-१६

पश्चिमी फैशन डिजाइनर्स

ब्लाक-४

फैशन उद्योग

पाठ्यक्रम प्रतिरूप

इस खण्ड में आपको फैशन उद्योग के बारे में बताया गया है, साथ ही भारतीय फैशन उद्योग की विशेष रूप से चर्चा की गई है, साथ ही भारतीय फैशन उद्योग की विशेष रूप से चर्चा की गई है। दूसरी यूनिट यह बताता है कि फैशन उद्योग की फैशन डिजाइनर्स से क्या अपेक्षाएँ होती हैं।

एक फैशन डिजाइनर में सफलता के लिए क्या गुण होने चाहिए, इसके साथ–साथ उद्योग की कार्यप्रणाली पर भी रोशनी डालता है, डिजाइनर्स का क्या कार्यक्षेत्र होता है। यहॉं यह भी बताया गया है कि अपने व्यवसाय के प्रति पूर्ण न्याय करने के लिए कौन–कौन से विभिन्न पक्षों को, डिजाइनर द्वारा पूर्ण करना चाहिए।

यूनिट-१३

डिजाइनर का दायित्वः-

व्यवसाय के कई पक्ष हैं। फैशन डिजाइनर की तरह काम करने का अर्थ किसी स्पोर्टस्वियर कम्पनी की डिजाइन टीम का निरीक्षक होने से लेकर, अपना खुद के नाम के अर्न्तगत वस्त्र निर्माण तक, कुछ भी हो सकता है।

यद्यपि पहला वाला व्यवसाय, दूसरे से अधिक मोहक लगेगा, लेकिन उसमें आपके जीवन में तनाव व दबाव कम होगा। अपने लेबेल की रचना करने में बहुत समय, लगन व मेहनत लगती है। साथ ही कई साल तक गरीबी रेखा से थोड़े उपर में गुजारा करना पड़ता है।

इस भाग में, फैशन डिजाइनर में क्या गुण होने चाहिए और हर गुण पर विस्तृत चर्चा की गई है। इसमें से अधिकतर गुण ज्ञान व अभ्यास से लाएँ जा सकते हैं।

यूनिट-१४

भारतीय फैशन उद्योगः-

भारत हमेशा से ही बढ़िया टेक्सटाइल्स का देश रहा है। जिसने सारे विश्व को अपनी ओर आकृर्षित किया है। इस युनिट में, भारत में फैशन उद्योग की समाजिक स्थिति

के बारे में जानकारी दी गई है। यह टेक्सटाइल उद्योग और भारतीय हस्तकलाओं पर भी प्रकाश डाला गया है जो फैशन उद्योग से करीबी रूप से जुड़े हैं।

यूनिट-१५

भारतीय फैशन डिजाइनरः-

यह यूनिट विद्यार्थियों को विभिन्न भारतीय डिजाइनर्स के नाम व काम से परिचित कराता है। इसमें संक्षेप मे, उनकी कार्यशैली और फैशन के क्षेत्र में उनकी उपलब्धियों की भी चर्चा की गई है।

यूनिट-१८

पश्चिमी फैशन डिजाइनरः-

यह यूनिट विद्यार्थियों को विदेशी डिजाइनर के नाम व काम से परिचित कराता है। उनकी कार्यशैली व फैशन के क्षेत्र में उपलब्धियों की भी चर्चा की गई है।

संरचना

१३.१ यूनिट प्रस्तावना

१३.२ उद्देश्य

१३.३ डिजाइनर का दायित्व

१३.३.१ डिजाइनर का क्षेत्र

१३.३.२ डिजाइनिंग कार्य

१३.३.३ एक फैशन डिजाइनर

१३.३.४ फैशन डिजाइनर के लिए जरूरी निपुणता

१३.३.५ वर्किंग इनवायरमेन्ट

१३.३.६ एक रिविव्यू

१३.४ सारॉश

१३.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

१३.५ स्वाध्ययन हेतु

१३.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

डिजाइनर्स वह लोग हैं जिनमें कुछ नयी रचना करने की स्वाभाविक चाह होती है। वह व्यावहारिक ज्ञान को कलात्मक क्षमता के साथ मिलाकर भाववाचक विचारों को औपचारिक डिजाइन्स में परिवर्तित कर, बाज़ार में दिखने वाले हर उत्पाद, हमारे द्वारा पहने जाने वाले कपड़े, पढ़े जाने वाले प्रकाशन, घर व कार्यालय जहॉं हम रहते हैं, इत्यादि के लिए तैयार करते हैं। डिजाइनर्स प्रायः डिजाइन के किसी विशेष क्षेत्र में विशेषज्ञ होते है, जैसे गाड़ियों, औद्योगिक या चिकित्सीय संयत्रों, घरेलू उपकरण, वस्त्रों व कपड़े, प्रकाशन, लोगो, फिल्म, टेलीविजन, थियेटर इत्यादि। सूची का कोई अन्त नही है। इस यूनिट में डिजाइनर्स, उनके गुण और दायित्वों के विषय में चर्चा की गई है।

१३.२ उद्देश्यः-

इस यूनिट का प्रमुख उद्देश्य विद्यार्थियों को, एक सफल डिजाइनर द्वारा पूरे किए जाने वाले दायित्व व कर्तव्यों के विषय में जानकारी देना है। कर्तव्य व दायित्व सिक्के के दो पहलुओं की तरह साथ–साथ जाते हैं। सफल डिजाइनर बनने के लिए दोनों को समझना अत्यावश्यक है।

१३.३ डिजाइनर का दायित्व

१३.३.१ डिजाइनर का क्षेत्रः-

जब एक उभरता हुआ डिजाइनर या एक नया–नया स्नातक फैशन की व्यावसायिक दुनिया मे प्रवेश करता है, उसके पास चुनाव करने के लिए कई विकल्प होते हैं। वह एक निर्माण इकाई या एक्सपोर्ट हाउस में नौकरी कर, फैशन डिजाइनर, को–आर्डिनेटर, पैटर्न मेकर, मर्चेन्डाइजर, स्टाइलिस्ट की तरह कार्य कर सकता है। विकल्प असीमित हैं, परन्तु अधिकतर आपकी कुशलता और कार्य कुशलता तथा क्षमता पर निर्भर करता है।

वस्त्र निर्माण उद्योगों में सहायक के तौर पर काम कर रहे डिजाइनर्स को, अपनी नौकरी के दैनिक कार्यों के साथ–साथ निर्माण सारिणी की तेज गति से भी दो चार होना पड़ता है। किस प्रकार की पोशाकें बाजार में लाभ अर्जित कर सकेंगीं, इस विषय में सहायक डिजाइनर्स ज्ञान अर्जित करते हैं। वह यह भी जानते हैं कि उत्पाद किस मूल्य तक का बिकेगा और साल के किस समय, बिकेगा। वह फर्म के व्यक्तित्व, उत्पादों खरीदने वाले स्टोर के प्रकार, और स्टोर के ग्राहकों की उम्र व पसन्द–नापसन्द के बारे में सीखते हैं।

जब एक डिजाइनर डिजाइन बनाना शुरू करता है तो कुछ निर्देशों का अनुसरण करना चाहिए। किसी नए डिजाइन के विकास या पुराने में फेरबदल करते समय, पहली बात ध्यान रखने योग्य हैं, ग्राहक की मॉग सुनिशचित करना। जिस अन्तिम कार्य के लिए डिजाइन बनाया जा रहा है, वह हासिल होना चाहिए, वह ग्राहक को अपील करना चाहिए। डिजाइन की रचना करते समय, डिजाइनर इच्छित विशेषताओं के बारे में शोध से शुरू करते हैं जैसे उसका आकार, नाप, भार, रंग प्रयुक्त सामग्री, मूल्य, उपयोगिता, फिट और सुरक्षा।

जब एक डिजाइनर अपनी कल्पनात्मक रचना को हाथ या कम्प्यूटर द्वारा चित्रों में दर्शातें हैं। तब ग्राहक या कला निर्देशक या एक प्रोडक्ट डेवलपमेन्ट टीम से राय ली जाती है। अपने डिजाइन के स्वीकृत होने के बाद डिजाइनर्स एक विस्तृत डिजाइन की रचना करते हैं जिसमें रेखाचित्रों, एक स्ट्रक्चरल मोडेल, कम्प्यूटरीकृत छवि, या एक सम्पूर्ण प्रोटो–टाइप का प्रयोग करते हैं। कई डिजाइनर कम्प्यूटर ऐडेड डिजाइन का प्रयोग कर, अन्तिम उत्पाद की रचना व कल्पना करते हैं। कम्पयूटर मोडेल्स डिजाइन के कई विकल्पों को खोजना अधिक आसान व लचीला बनाता है, अतः डिजाइन का मूल्य और उसे बाजार में उतारने में लगने वाले समय को कम कर देता है।

डिजाइनर्स कभी–कभी सहायकों का निरीक्षण करते हैं जो उनके द्वारा दिए गए दिशानिर्देशों का पालन कर, डिजाइन्स की रचना करते हैं। वह डिजाइनर्स जो खुद का गारमेन्ट हाउस चलाते हैं, उनका काफी समय, नए व्यापारिक सम्बन्ध बनाने में, संयंत्रों व स्थान की आवश्यकता की समीक्षा और आधिकारिक कार्यो– जैसे कैटलोक्वीयर की समीक्षा और अन्य नए क्षेत्रों के सैम्पल्स आर्डर करने जैसे कार्यों में व्यतीत होता है। डिजाइन के कई अन्य क्षेत्र भी हैं। कई डिजाइनर्स किसी विशेष डिजाइन क्षेत्र में विशेषज्ञता रखते हैं, तो कई अन्य कई क्षेत्रों में कार्य करते हैं।

१३.३.२ डिजाइनिंग जॉब्सः-

व्यावसायिक व औद्योगिक डिजाइनर्स, जिनमें व्यावसायिक उत्पाद व साज–सामान शामिल हैं, असंख्य निर्मित उत्पाद विकसित करते हैं, जिनमें– हवाई जहाज; कार; बच्चों के खिलौने, कम्प्यूटर, साज–समान, फर्नीचर, घरेलू उपकरण और चिकित्सीय, कार्यालय तथा मनोरंजन के साजो–सामान शामिल हैं। वह कलात्मक कौशल को, उत्पाद की उपयोगिता, ग्राहक की आवश्यकता, मार्केटिंग, सामग्री और उत्पाद प्रक्रिया, के शोध से मिलाकर, सर्वाधिाक कार्यात्मक और आकर्षक डिजाइन की रचना करते हैं जो बाजार में अन्यों से प्रतिद्वन्दता कर पाएँ। औद्योगिक डिजाइनर्स आदर्श रूप से सब–स्पेसीलाइजेशन क्षेत्रों जैसे– रसोई उपकरण, गाड़ी के इन्टीरियर्स या प्लास्टिक मोल्डिंग मशीनरी पर अधिक एकाग्र होते हैं।

डिजाइनर्स को निर्माण सारिणी के साथ चलने के लिए अधिक समय तक कार्य करना पड़ सकता है। स्थापित व प्रदर्शित डिजाइनर अनियमित व लम्बे समय तक कार्य करते हैं; प्रायः उन पर तेज़ फेर बदल करने का दबाव होता है। उत्पाद प्रर्दशक और विन्डों ट्रिमर्स का अधिकतर समय स्थान की डिजाइनिंग और शारीरिक श्रम करते हुए व्यतीत होता है। फैशन डिजाइनर को निर्माण की अन्तिम तिथि तक कार्य खत्म करने के लिए या फैशन शो की तैयारी में कई घंटे काम करना पड़ सकता है। साथ ही, फैशन डिजाइनर को निर्माण साइट्स पर जाना भी पड़ सकता है।

फ्लोराल डिजाइनर्स, सजीव, सूखे या नकली फूलों और घास–फूस इत्यादि को, काटकर, ग्राहक की इच्छानुसार डिजाइन में व्यवस्थित करते हैं। यह फूलों को काट–छाँट कर, गुलदस्तों, गुच्छों हार, डिश गार्डेन्स या टेरारियम्स व्यवस्थित करते हैं। वह प्रायः लिखित आदेश पर कार्य करते हैं जिसमें अवसर, ग्राहक की पसन्द का रंग व फूल का प्रकार, मूल्य, समय जब सजे हुए फूल या पौधा चाहिए और जगह, जहाँ उसे पहुँचाना है, इंगित होता है। फ्लोराल डिजाइनर्स की संख्या पर निर्भर करता है। छोटे सतर पर काम करने वालों में फ्लोराल डिजाइनर्स की अपनी एक दुकान हो सकती है और वह, फूल उगाने और खरीदने से लेकर, आर्थिक रेकार्डस् रखने तक के सभी कार्य, स्वयं कर सकते हैं। फ्लोराल डिजाइनर प्रायः नियमित घंटों के लिए काम करते हैं परन्तु, छुट्टी, शादी या अन्त्येष्टि आदेशों में प्रायः अधिक समय तक कार्य करना पड़ता है।

ग्राफिक डिजाइनर्स विविध प्रिन्ट, इलेक्ट्रानिक या फिल्म माध्यमों का प्रयोग, ग्राहक की व्यावसायिक आवश्यकताओं को पूरा करने वाले डिजाइन्स की रचना में करते हैं। कम्प्यूटर साफ्टवेयर का प्रयोग कर वहाँ, पत्रिकाओं, अखबारों, जर्नल्स, कार्पोरेट रिपोर्टस् अन्य प्रकाशनों के पूरे ले–आउट व डिजाइन विकसित करते हैं। वह उत्पाद व सेवाओं के लिए प्रोमोशनल डिसप्ले और मार्केटिंग ब्रोसर्स उत्पाद व व्यापार के लिए विशिष्ट डिजाइन कम्पनी लोगो और व्यापार तथा सरकार के लिए चिन्ह व प्रतीक तंत्र– जिन्हे इन्वायरमेन्टल ग्राफिक कहा जाता है– का विकास भी कर सकते हैं। ग्राफिक डिजाइनर्स की एक बढ़ती संख्या अब इन्टरनेट होम पेजेस पर आने वाली सामग्री का विकास भी कर रही है। ग्राफिक डिजाइनर्स, टी०वी० कार्यक्रमों और फिल्मों से पहले और बाद में दिखाएँ जाने वाले क्रेडिट्स का निर्माण भी करते हैं।

इन्टीरियर डिजाइनर्स, निजी घरों, सार्वजनिक भवनों और व्यावसायिक या संस्थागत फेसिलीटीज जैसे कार्यालय, रेस्तरों, रिटेल्स स्थापत्य, अस्पताल, होटल और थियेटर, के अन्दर की जगह की योजना व फर्निशिंग करते हैं। जब बने–बनाए तंत्र में फेर–बदल या विस्तार किया जाता है, तब भी वह उसके इन्टीरियर्स पलान करते हैं। अधिकतर इन्टीरियर डिजाइनर्स विशेषज्ञ होते हैं। जैसे–कुछ घरेलू डिजाइन पर एकाग्र हो सकते हैं और अन्य, विशेष कमरों पर जैसे– रसोई, स्नानाघर, या खिड़की की ड्रेपिंग में विशेषज्ञ हो सकते हैं। ग्राहक की पसन्द, आवश्यकता और बजट को मस्तिष्क में रखते हुए, इन्टीरियर डिजाइनर अन्दर के नॉन–लोड बियरिंग कन्स्ट्रक्शन, फर्नीशिंग, लाइट और फिनिसेश भी समय सीमा के आधार पर काम करते हैं और कार्य खत्म करने के लिए, सामान्य से अधिक समय तक कार्य कर सकते हैं। साथ ही, ग्राहक से मिलते समय, उनके पास सदा, भारी–भरकम सैम्पल बुक्स होती है।

डिजाइनर्स द्वारा ले–आउट्स की योजना बनाने में कम्प्यूटर का प्रयोग बढ़ता जा रहा है क्योंकि इससे, ग्राहक से मिले विचारों, व सुझावों के आधार पर ले–आउट को आसानी से बदला जा सकता है। इन्टीरियर्स रोशनी–प्रक्रिया या आर्किटेक्चरल विस्तार जैसे– क्राउन मोल्डिंग, ब्यूल्ट–इन बुक–शेल्व्स या कैबिनेट, इत्यादि, रंग संयोजन और फर्नीचर का चुनाव, फर्श की कवरिंग और विन्डों ट्रीटमेन्ट्स भी डिजाइन करते हैं। इन्टीरियर डिजाइनर्स को भवन, राज्य तथा स्थानीय नियमों जिसमें ब्यूल्डिंग कोड भी शामिल हैं के अनुरूप डिजाइन करना चाहिए। सार्वजनिक स्थानों के डिजाइन, बुजुर्ग व विकलॉग लोगों के प्रवेश–योग्य मानकों के आधार पर होना चाहिए।

मर्चेन्डाइज़, व्यावसायिक प्रदर्शनों की योजना बनाकर खड़ा करते हैं। जैसे– फुटकर विक्रेता की दुकान की ऑन्तरिक या खिड़की की सज्जा या व्यापारिक प्रदर्शनियों में। वह, जो बाहरी सज्जा करते हैं, स्टोर की प्रमुख सजावट– जैसे भवन व खिड़की पर डिसप्ले या स्पाट लाइटिंग करते हैं। ऑन्तरिक सज्जा करने वाले, स्टोर विभाग को निर्माण करते हैं।, टेबल डिसप्लेज़ सजाते हैं, या नकली मानवाकृतियों को तैयार करते हैं। बड़े–बड़े रिटेल चेन्स में, स्टोर के ले–आउट, एक केन्द्रीय डिजाइन विभाग द्वारा आदर्श कार्पोरेट शैली

में किए जाते हैं। चेन की दृश्यगत पहचान बनाए रखने के लिए और हर स्टोर में एक विशिष्ट छवि या विषय को बढ़ावा देने के लिए, हर स्टोर को ई–मेल द्वारा डिजाइन्स का वितरण किया जाता है, जिसे उपयुक्त डिजाइन साफ्टवेयर की मदद से डाउनलोड कर, हर स्टोर के साइज और अयामों की आवश्यकतानुसार, ढ़ाला जाता है।

सेट और इक्जीबिट डिजाइनर्स फिल्म, टेलीविजन और थियेटर निर्माताओं के लिए सेट्स की रचना करते हैं और विशेष प्रदर्शनी डिसप्ले तैयार करते हैं। सेट डिजाइनर्स, कथनक को पढ़कर, निर्देशक तथा अन्य डिजाइनर्स से विचार–विमर्श करते हैं तथा उपयुक्त ऐतिहासिक युग, फैशन और भवन–निर्माण शैलियाँ अपनाने के लिए शोध व खोज करते हैं। वह तब, रेखाचित्र या मोडेल्स बनाते हैं जो असल सेट या प्रदर्शनी स्थान के निर्माण में निर्देशक बनते हैं। एक्सीबिट डिजाइनर्स क्यूरेटर्स, आर्ट और म्यूजियम प्रबन्धकों और व्यावसायिक शो के आयोजकों के साथ काम करते हैं जिससे उपलब्ध जगह का प्रभावशाली उपयोग किया जा सकें।

इन डिजाइनर्स का कार्य व निभाई जाने वाली भूमिका को समझना महत्वपूर्ण है क्योंकि जब एक फैशन डिजाइनर अपना प्रस्तुतिकरण तैयार करता है या किसी फैशन इवेन्ट में अपने डिजाइन प्रदर्शित करता है, तो उसे इवेन्ट डिजाइनर, फ्लोराल डिजाइनर्स, ग्राफिक डिजाइनर और इन्टीरियर डिजाइनर के साथ मिलकर काम करना पड़ सकता है।

१३.३.३- एक फैशन डिजाइनरः-

फैशन डिजाइनर का दायित्व कपड़े व एसेसरी डिजाइन्स करना है। वह अपने उत्पादों का निर्माण व विपणन भी कर सकते हैं। डिजाइनर धीरे–धीरे किसी एक प्रकार के वस्त्र या एसेसरी में विशेषज्ञता हासिल कर सकता है। यह पुरूषों या महिलाओं के कपड़े, बच्चों के कपड़े, स्विम–वियर, लिंजरी, हैन्डबैग्स या जूते हो सकते हैं। कुछ हाई फैशन डिजाइनर्स स्व–रोजगार करते हैं और व्यक्तिगत ग्राहकों के लिए डिज़ाइन करते हैं। वह फैशन समाचार बनाते हैं जब सिलहौटी, रंग या हर मौसम में पहने जाने वाले मैटैरियल्स का पूर्वानुमान लगाते हैं। अन्य स्व–रोजगार वाले डिजाइनर्स विशिष्ट स्टोर्स या हाई–फैशन डिपार्टमेन्ट स्टोर्स के लिए कार्य कर सकते हैं। वह वस्त्रों के मौलिक डिज़ाइन बनाते हैं और साथ ही, स्थापित फैशन ट्रेन्ड्स का भी अनुसरण करते हैं। वस्त्र निर्माताओं के साथ कार्य करने वाले डिजाइनर्स मौलिक कार्य कम ही कर पाते हैं क्योंकि उनका मुख्य कार्य, अन्य डिजाइनर्स द्वारा तय किए गए फैशन को, अपने द्वारा डील किए जा रहे बाजार के वर्ग विशेष के अनुरूप ढ़ालना होता है। फैशन डिजाइनर, सामान्यतः, अपनी रचनाओं को शो–केस करने के लिए पोशाकों की एक श्रृंखला तैयार करते हैं। कुछ पूरी तरह एक विशिष्ट पोशाक पर केन्द्रित हो सकते हैं, जैसे स्पोर्टस–वियर, बच्चों के कपड़े या सिर्फ एसेसरीज भी हो सकती है।

अर्थात, कार्य निर्भर करता है उस बाजार पर जिसके लिए डिज़ाइनर निर्माण कर रहा है, लेकिन प्रमुख दायित्वों में निम्न हैं–

– किसी विचार की कल्पना या रचना करना और हाथ या कम्प्यूटर एडेड डिजाइन द्वारा उसका चित्र बनाना।

– एक पैटर्न को विकसित कर, सैम्पल वस्त्र बनाने के लिए पैटर्न को काटना।

– कपड़ा ट्रिमिंग का स्त्रोत ढूढंना, चुनना व खरीदना; कपड़े रंग और आकारों का विश्लेषण करना;

– आधारभूत ड्रेस–मेकिंग और टेलरिंग सिद्धान्तों को फ्लैट पैटर्न कार्य और ड्रेपिंग तकनीकों के साथ मिलाना। वह सैम्पल गारमेन्ट्स के निर्माण का निरीक्षण करते हैं।

– निर्मित पोशाक को फिट व फेर–बदल करना। निर्माण भी देखता है।

– जब सैम्पल गारमेन्ट लाइन तैयार हो, तो पत्रकारों व खरीदारों के लिए शो आयोजित करना;

– प्रचलित डिजाइन्स को बहुतायत में निर्मित करने के लिए ढ़ालना;

– प्रतिद्वन्दियों से अपने उत्पाद की तुलना करना।

– उभरते फैशन ट्रेन्ड्स की जानकारी रखना; व्यावसायिक पत्रिकाओं को पढ़कर तथा फैशन शो में जाकर चल रहे ट्रेन्ड्स की जानकारी लेना।

– टेक्सटाइल शो–रूम का दौरा कर नए कपड़ों की जानकारी लेना।

– श्रृंखला की योजना बनाकर, विकसित करना;

– डिजाइन टीम के अन्य सदस्यों– जैसे खरीदार और फोरकास्टर्स के साथ कार्य कर, उत्पाद का विकास करना; ग्राहक व सप्लायर से सौदा तय करना;

– बिक्री, खरीद व निर्माण टीम्स से करीबी सम्बन्ध रखना जिससे वस्तु अन्य उत्पादों की पूरक बनकर निकले; विपणन, आर्थिक स्थिति और अन्य व्यापारिक क्रियाओं का प्रबन्धन देखना, अगर स्व–रोजगार आधार पर कार्य कर रहें हैं।

– डिजाइनर को अस्वीकृत आर्डर पर कार्य करना पड़ सकता है, उसमें बदलाव कर, वस्त्रों में वैल्यु ऐड करके दोबारा बाजार में उतारने का कार्य करना पड़ सकता है।

अनुभवी डिजाइनर्स जिनकी कम्पनियाँ बड़ी हैं, स्वयं को डिजाइन पक्ष पर केन्द्रित कर सकते हैं, जबकि पैटर्न कटर और मशीनिस्ट सैम्पल वस्त्र बनाते हैं। छोटे उद्योगों में, यह व अन्य कार्य, डिजाइनर की भूमिका के भाग हो सकते हैं।

एक बड़े निर्माता के पास प्रायः एक हेड डिजाइनर और कई सारे सहायक होते हैं। कई छोटी कम्पनियाँ डिजाइनर न रखकर, बने–बनाएँ डिजाइन्स या ऊँचे मूल्य वाले डिजाइन्स की नकल खरीदते हैं।

मुख्य बाजार जिसके लिए यह डिजाइन करते हैं, वह है हॉट–कोटर, डिजाइनर रेडी–टू–वियर, और हाई स्ट्रीट फैशन। तकनीकि में विकास का अर्थ है कि एक डिजाइनर रेडी–टू–वियर उत्पाद का हाई–स्ट्रीट रूप छः सप्ताह से कम में निकाला जा सकता है।

कम्पनी और दिए गए दायित्व पर निर्भर करते हुए, एक डिजाइनर अपने मसौदे के अनुसार कार्य कर सकता है या फिर उसे एक ब्रीफ दिया जा सकता है, जिसके अनुसार उत्पाद विकसित करना होता है।

आदर्श कार्य क्रियाएँ हैं:-

-- हाई स्ट्रीट फैशन; जहाँ अधिकतर डिजाइनर्स कार्य करते हैं और जहाँ हजारों की संख्या में वस्त्र बनाए जाते हैं। इस डिजाइन प्रक्रिया में प्रभावों की प्रमुख भूमिका होती है और युवा फैशन में फेरबदल काफी तेजी से होते हैं।

-- रेडी–टू–वियर कई डिजाइनर्स, रेडी–टू–वियर संग्रहों का निर्माण भी करते हैं; हालाँकि यह कम संख्या में तैयार किए जाते हैं।

-- हॉउट कोटर– इसमें व्यक्तिगत पोशाकों का निर्माण करने में बहुत समय की आवश्यकता होती है।

मुख्य डिजाइनर्स एक्सक्यूटिव और रचनात्मक कार्यों के लिए जिम्मेदार होते हैं। वह डिजाइन रूम के स्टाफ का निरीक्षण करते हैं। कम अनुभवी डिजाइनर्स पर छोटे विभागों या विशेष पोशाकों का दायित्व हो सकता है।

सहायक डिजाइनर्स, सामान्यतः डिजाइनर्स के आल–राउन्ड सहायक होते हैं। वह पहले पैटर्नस् और सैम्पल्स बनाते हैं या सैम्पल बनाने वालों का निरीक्षण भी कर सकते हैं।

स्पेसिलिटी डिजाइनर्स अन्य डिजाइनर्स के साथ काम करके विशेष प्रकार की पोशाकों, जैसे स्वेटर, का संयोजन करते हैं। वह प्रायः विदेशों के लिए बनाई जाने वाली शैलियों की व्यवस्था करते हैं।

थियेट्रिकल कस्ट्यूम डिजाइनर्स, फिल्मों व थियेटर निर्माणों के लिए कस्ट्यूम्स की रचना करते हैं, वह भी ठेके पर।

१३.३.४- फैशन डिजाइनर के लिए आवश्यक कौशलः-

महत्वपूर्ण है कि फैशन डिजाइनर को पोशाक के निर्माण की हर स्थिति का पूरा ज्ञान हो। उसे उपलब्ध कपड़े की भी पूरी जानकारी होना आवश्यक है जिससे डिजाइन के लिए सही कपड़े का चुनाव किया जा सके। विभिन्न कपड़ों का अलग–अलग रूप होता है और डिजाइन को बिल्कुल अलग फॉल देंगे। उसे पैटर्न मेकिंग का भी पूरा ज्ञान होना चाहिए जिससे डिजाइन को ड्राफ्ट कर, सही पैटर्न बनाया जा सके। उसे कपड़े को बिछाने और काटने की भी जानकारी होनी चाहिए। उसे कपड़े के सिलने और निर्माण तकनीक की भी जानकारी होनी चाहिए। उसे बाजार में उपलब्ध नवीन तकनीकों के विषय में जागरूक होना चाहिए। पोशाक की एसेम्बिलिंग एक महत्वपूर्ण पक्ष है। और अन्त में आता है पोशाक की फिनिशिंग। पोशाक निर्माण की विविध प्रक्रियाओं के अलावा डिजाइनर की बाजार में उपलब्ध नवीन सामग्री व एसेसरीज की जानकारी भी रखनी चाहिए।

यह बहस का मुद्दा हो सकता है कि फैशन डिजाइनर को यह सभी कार्य स्वयं करने की आवश्यकता नहीं है और इसलिए इन सभी क्षेत्रों का ज्ञान होना अनिवार्य नहीं है। पैटर्न मेकर्स, कटर्स मरचेन्डाइजर्स, टेलर्स, फैब्रीकेटर्स इत्यादि के अलग–अलग पद होते हैं। यहाँ प्रश्न सारे कार्य स्वयं करने का नहीं है, ब्ल्कि अगर डिजाइनर को निर्माण की हर स्थिति की जानकारी होगी, तो उसके डिजाइन्स व्यावहारिक होंगे और एक डिजाइनर के तौर पर वह कभी गलत नहीं होगा। फैशन उद्योग व्यावहारिक ज्ञानपर आधारित है। व्यावहारिक ज्ञान के अभाव में सार्टिफिकेट, डिग्री या डिप्लोमा का कोई महत्व नहीं है, और सर्वोपरि डिजाइनर जिसने वस्त्रों की एक श्रृंखला डिजाइन की हो, स्वाभाविक है कि वह उन्हें उसी रूप में देखना चाहेगा जिस रूप की उसने कल्पना की थी। वह यह तभी सुनिश्चित कर सकता है जब डिजाइनिंग, फैब्रीकेशन और मर्चेन्डाइजिंग के सभी पहलुओं के विषय में उसका ज्ञान सम्पूर्ण होगा। एक डिजाइन तभी फैशन बन सकता है जब लोग उसे स्वीकारें, पहनें और लोकप्रिय बनाएँ। अगर डिजाइनर इस सबके प्रति जागरूक है, तो वह अपने ज्ञान को अपने लाभ के लिए प्रयोग कर सकता है।

इसीलिए, कुछ शब्दों में, फैशन डिजाइनर्स निम्नलिखित कौशल, ज्ञान व क्षमताओं का प्रयोग करते हैंः–

डिजाइनः- डिजाइन तकनीकों का ज्ञान, सिद्धान्त और निर्माण में प्रयुक्त यन्त्र व औजार और बारीक तकनीकी नक्शों, ब्लूप्रिन्ट, रेखाचित्रों व मोडेल्स का प्रयोग करने का ज्ञान।

आइडिया जेनरेशनः- समस्याओं को सुलझाने के एक से अधिक विकल्प तैयार करना।

ऐक्टिव लर्निंगः- नवीन सामग्री या जानकारी के साथ कार्य करके उसके अर्थ को समझना।

ऑपरेशन अनेलसिसः- डिजाइन की रचना के लिए उत्पाद की जरूरतों का विश्लेषण करना।

ओरिजनल्टीः- किसी दिए गए विषय या स्थिति पर असामान्य या चतुर सुझाव देने की क्षमता या किसी समस्या का समाधान करके रचनात्मक तरीका ढूढ़ना।

विजनिंगः- आदर्श स्थितियों में तंत्र को किस प्रकार कार्य करना चाहिए, इसकी छवि विकसित करना।

को-आर्डिनेशनः- अपने कार्यकलापों को अन्य के कार्यो के सम्बन्ध में सुनियोजित करना।

ऐसथेटिक्स फैशन डिजाइनर एक अन्य महत्वपूर्ण गुण है। यह सौन्दर्य के अध्ययन के साथ–साथ, एक शब्द है जो किसी वस्तुविशेष के उन गुणों को सम्बोधित करता है जो इंद्रियों को अपील करें।

ऐसथेटिक्स दार्शनिकता का वह क्षेत्र है जो कला और सौन्दर्य, उत्कृष्टता, यहाँ तक की बदसूरती का भी चिन्तन करता है। ऐसथेटिक या सौन्दर्य–बोध दार्शनिकता के एक समूह की संकल्पना है जो कला, सौन्दर्य और उनसे जुड़ी धारणाओं को, एक निश्चित मानक के आधार पर एप्रेज करते हैं।

कार्यशील गुण देने के अलावा, डिजाइन कि गई पोशाक का विपणन क्षमता बढ़ाने के लिए, टेक्सचर, पैटर्न, रंग, सादगी, पहनने की योग्यता और आधुनिकता जैसे कई ऐसथेटिक गुणों का सहारा लेते हैं।

हालॉकि, एकीकृत संरचना, मूल्य, पोशाक की प्रकृति और पोशाक की कार्यकारी उपयोगिता भी डिजाइन प्रक्रिया में महत्वपूर्ण सहायता करता है; फैशन डिजाइनर फिर भी अपने डिजाइन को ऐसथेटिक कन्सीडेरेशन दे सकते हैं। सामान्य ऐसथेटिक डिजाइन सिद्धान्तों में अलंकरण, टेक्सचर, फ्लो, एकता, संतुलन, रंग और समता होते हैं। फैशन डिजाइनर्स के पास ऐसथेटिक्स को अपील करने की अधिक विविधताएँ हैं। वह रंग, रंग समता, फैब्रिक फाल, अलंकरण, फर्नीशिंग, कपड़े का डिजाइन, टेक्सचर, बुनाई, कढ़ाई के साथ–साथ एसेसरीज का भी प्रयोग कर सकते हैं।

१३.३.५ वर्किंग इन्वायरमेन्टः-

डिजाइनर के लिए कार्य करने का वातावरण विविध हो सकता है। कुछ डिजाइनर्स शान्त, बड़ी जगह, अच्छी रोशनी और हवादार जगहों पर काम करना पसन्द करते हैं। अन्य, भीड़ भेरे कमरे जितनी छोटी जगह में काम कर सकते हैं। डिजाइनर्स स्वतंत्र रूप से कार्य करते हैं लेकिन उनका कॉफी समय वर्क रूम पर्सनल, खरीदारों, सेल्स पर्सनल्स, फर्म के

सदस्यों, संरक्षकों और अन्य कलाकारों के साथ समन्वय में व्यतीत होता है। डिजाइनर्स शो के लिए, कान्फ्रेंस या खरीदारी के लिए देश से बाहर की यात्रा भी कर सकते हैं। वह लम्बे समय तक दबाव में काम करते हैं जिससे समय सीमा व सीमित बजट के अन्दर ही कार्य खत्म किया जा सके। कई डिजाइनर्स आने वाले मौसम के लिए शैलियाँ तैयार करने में पूरे साल जुटे रहते हैं। अन्य कुछ डिजाइनर्स समय आने पर कार्य करते हैं और एक बार श्रृंखला पूरी होने पर रूक जाते हैं।

दस में से तीन डिजाइनर स्व–रोजगारीकृत होते हैं जो बाकी सब व्यावसायिक व सम्बन्धित व्यापारों से पाँच गुना ज्यादा अनुपात में हैं।

सभी डिजाइन व्यवसायों में रचनात्मकता सर्वाधिक महत्वपूर्ण है; अधिकतर डिजाइनर्स को स्नातक तो होना ही चाहिए और स्नातकोत्तर डिग्री वाले अभ्यर्थियों को अधिक लाभ मिलता है।

रोजगार में सामान्य से अधिक विकास दिखाएँ जाने के बावजूद अधिकतर नौकरियों के लिए कड़ी प्रतिद्वन्दिता की अपेक्षा की जाए क्योंकि बहुत से काबिल व्यक्ति, डिजाइनर्स की तरह अपनी जीवन–चर्या बनाने की ओर आकर्षित हो रहे हैं।

फैशन डिज़ाइनर, सामान्यतः, टेक्सटाइल, अपारेल और पैटर्न निर्माताओं के साथ कार्य करते हैं; या फिर कपड़े, फर्नीशिंग एसेसरीज़ के थोक विक्रेता; या फैशन सैलून, उच्च–फैशन डिपार्टमेन्ट स्टोर और विशेषज्ञ दुकानों के लिए काम करते हैं।

रोजगार के स्थान और कार्य की स्थितियाँ भिन्न हो सकती हैं। निर्माण संस्थानों, बड़े–बड़े कार्पोरेशन और डिज़ाइन फर्मस् से जुड़े लोग अच्छी रोशनी व हवादार कमरों में नियमित घंटो तक कार्य करते हैं। स्व–रोजगार डिजाइनर्स को अधिक लम्बे समय तक कार्य करना पड़ता है।

ठेके या नौकरीपेशा डिज़ाइनर्स, अपनी दिनचर्या को ग्राहक की सारिणी के आधार पर जल्दी–जल्दी बदलते रहते हैं और जब आवश्यक हो तो, उनसे शाम को या सप्ताहांत में मीटिंग करते हैं। डिज़ाइनर्स व्यापारिक लेन–देन अपने कार्यालय या स्टूडियों में कर सकते हैं, या फिर ग्राहक के घर या कार्यलय में या फिर किसी अन्य जगह जैसे शोरूम डिजाइन सेन्टर्स, ग्राहक की प्रदर्शनी साइट्स और निर्माण सुविधाओं इत्यादि पर भी कर सकते हैं। असाइन्मेन्ट के आधार पर वेतन दिए जाने वाले डिजाइनर्स पर ग्राहक को खुश करने और नियमित आय बनाएँ रखने के लिए नए ग्राहकों को ढूढ़ने का दबाव हमेशा बना रहता है। सभी डिजाइनर्स कभी न कभी विफलता व निराशा का शिकार होते हैं, जब उनके डिजाइन्स अस्वीकृत कर दिए जाते हैं या जब यह इच्छानुसार रचनात्मक नही हो पाते। कार्य के स्थान पर कम्प्यूटर का प्रयोग बढ़ने से और इन्टरनेट–साइट्स के अविष्कार से, अधिकतर डिजाइनर्स, पहले में अपेक्षा में ज्यादातर व्यापारिक कार्य, डिजाइन विकल्पों की खोज और सामग्री की खरीदारी, इलेक्ट्रोनिकली कर लेते हैं।

डिजाइनर्स विविध प्रकार के उद्योगों में काम कर सकते है; निर्भर करता है उनकी डिजाइन विशिष्टता पर। अधिकतर औद्योगिक डिजाइनर्स, उदाहरण के लिए, अभियांत्रिकी या भवन निर्माण कन्सल्टिंग संस्थानों के साथ या बड़े–बड़े कार्पोरेशन के लिए कार्य करते हैं। अधिकतर वेतन पर कार्य करने वाले इन्टीरियर डिजाइनिंग सेवाएँ और भवन निर्माण संस्थानों के लिए कार्य करते हैं। कुछ अन्य स्वरोजगार या फ्रीलॉस कार्य पार्ट टाइम या फुल टाइम करते हैं, साथ में किसी अन्य व्यवसाय में वेतन पर कार्य करते हैं।

ट्रेनिंग, अन्य शैक्षणिक विशेषताएँ और बढ़ती रचनात्मकता किसी भी डिजाइन व्यवसाय में महत्वपूर्ण है। इस क्षेत्र के लोगों में जबरदस्त सौन्दर्य बोध होना चाहिए– रंग और विस्तार के लिए निगाह, संतुलन व समानुपात का बोध और सौन्दर्य के लिए प्रशंसा। कम्प्यूटर–एडेड डिजाइन के विकास के बावजूद, अधिकतर प्रकार के डिजाइन और विशेषकर फैशन डिजाइन में चित्रांकन क्षमता महत्वपूर्ण लाभार्जन की वस्तु है। एक अच्छा पोर्टफोलियों व्यक्ति के सर्वश्रेष्ठ कार्यो के उदाहरणों का संग्रह–प्रायः नौकरी मिलने का निर्णायक मुद्दा हो सकता है।

डिजाइन क्षेत्र के व्यक्तियों को रचनात्मक, कल्पनाशील, अंधव्यवसायी, और लिखित, दृश्यात्मक व बोलकर अपने विचारों को संवहित करने में सक्षम होना अनिवार्य हैं। क्योंकि पसन्द–नापसन्द और शैलियाँ तेजी से बदलती हैं, अतः डिजाइनर को अध्ययनरत, नए विचारों व प्रभावों के प्रति खुला और बदलते ट्रेन्ड्स के प्रति चुस्त व स्फूर्त प्रतिक्रियात्मक रवैया होना चाहिए। समस्या का समाधान ढूढ़ने का कौशल और स्वतंत्र रूप से तथा दबाव में काम करने की क्षमता महत्वपूर्ण गुण हैं। इस क्षेत्र के लोगों को स्व–अनुशासित होने की आवश्यकता है जिससे वह कार्य को स्वयं शुरू कर सकें, अपने समय को बजट कर, समय सीमा और निर्माण सारिणी के अनुसार कार्य पूर्ण कर सकें। अच्छा व्यावसायिक बोध और सेल्स क्षमता भी महत्वपूर्ण हैं, विशेष रूप से फ्रीलांसिंग या स्वरोजगार चलाने वालों के लिए।

क्योंकि कम्पयूटरीकृत डिजाइन काफी सामान्य बात होते जा रहे हैं, अधिकतर नियोक्ता, नए डिजाइनर्स से कम्प्यूटर की, एक डिजाइन टूल के रूप में, जानकारी होने की अपेक्षा रखते हैं। उदाहरणार्थ, औद्योगिक डिजाइनर्स कम्प्यूटर का प्रयोग ऐरोस्पेस, आटोमोटिव और इलेक्ट्रानिक उद्योगों में अत्यधिक रूप से करते हैं। इन्टीरियर डिजाइनर कम्प्यूटर का प्रयोग, आँन्तरिक सज्जा के डिजाइन्स के कई विकल्पों की रचना में करते हैं– छवियाँ डालीं, संपादित या आसानी से बदली भी जा सकती हैं, बिना अतिरिक्त खर्च किए– जिससे ग्राहक के लिए एक ही बार में कई डिजाइन्स देखकर चुनाव करना संभव हो जाता है।

१३.३.६ एक समीक्षाः-

फैशन डिजाइनर वह लोग हैं जो साल में दो बार रनअवे पर परेड करते देखे जाने वाले, सुरूचिपर्णू, कल्पनात्मक, मजेदार, अजीब और कभी अत्याधिक महंगे कपड़े बनाते हैं। हॉलाकि इन कपड़ों को खरीदने वाले लोगों को प्रतिशत बहुत कम है, तब भी फैशन डिजाइनर समाज में बहुत प्रभाव रखते हैं क्योंकि वह जो भी डिजाइन बनाते हैं, अन्त में,

नकल कर बहुतायत में निर्मित होता है। फैशन डिजाइनर का प्रभाव हर तरफ देखा जा सकता है और हर स्तर पर डिजाइनर्स होते हैं, केवल फैंसी इवनिंग ड्रेसेस ही डिजाइन नही होती, आधारभूत कपड़े और वर्क बूट्स भी डिजाइन किए जाते हैं। इनके डिजाइन्स पटु फैशन पत्रिकाओं में, टीवी व फिल्मों में कलाकारों द्वारा पहने और हाई–ईन्ड डिपार्टमेन्ट स्टोर्स में प्रदर्शित तथा लो–ईन्ड डिसकाउन्ट स्टोर्स में देखे जाते हैं। कुछ डिजाइनर्स अपना पूरा जीवन वर्दी और वर्क बूट्स डिजाइन करने में व्यतीत कर देते हैं। अन्य, हैन्डबेग्स या अन्तः वस्त्र बनाते हैं। सत्य तो यह है कि– चाहे हमें इसका एहसास हो या न हो, परन्तु, हम जो भी कपड़े पहनते हैं– वह भी जो "डिजाइनर" या विशेष रूप से सुरूचिपूर्ण नहीं है– कहीं न कहीं किसी न किसी के द्वारा डिजाइन की ही जाती है।

फैशन जगत में सब कुछ एक रेखाचित्र से शुरू होता है। काबिल डिजाइनर्स के रेखाचित्र प्रायः स्ट्रीट ट्रेन्ड्स पर आधारित होते हैं, लेकिन डिजाइनर द्वारा विकसित किसी विशेष रूचि पर आधारित भी हो सकता है। उदाहरणार्थ, डिजाइनर्स विविध रूप से, विदेशी छुट्टियों, पुरानी फिल्मों, कुछ विशिष्ट टेक्सटाइल्स या सामाजिक विषयों से भी प्रेरित हुए हैं। प्रेरणा व प्रचलन की तलाश में, डिजाइनर्स काफी समय पत्रिकाओं व अखबारों के पन्ने पलटने में भी व्यतीत करते हैं।

कुछ खोजबीन के बाद, जब एक सामान्य विचार विकसित हो जाता है, तो उसे, प्रायः कम्प्यूटर द्वारा, रेखांकन किया जाता है। डिजाइनर–अकेला या डिजाइन टीम के साथ इस डिजाइन पर तब तक काम करते रहते हैं जब तक अन्तिम डिजाइन पूर्ण नहीं हो जाता। डिजाइनर तब पैटर्न मेकर और सीमस्ट्रेस से कह कर, डिजाइन का असली सैम्पल बनवाता है जिससे पता चल सके कि डिजाइन असली मोडेल पर कैसा लगेगा।

अगर वह सही नहीं लगता, तो डिजाइन में फेर बदल दिया जाता है। एक बार डिजाइन टीम ने सामग्री का शोध कर, रंग व कपड़ों का चुनाव कर लिया, एक फिट तकनीकी व्यक्ति, सभी की पसन्द पर आधारित अन्तिम मूलरूप बनाता है। पैटर्न मेकर्स तब बहुतायत में निर्माण के लिए पैटर्न की रचना करता है और 'लाइन' का भाग बनने वाले डिजाइन्स को निर्माता को दे दिया जाता है। काफी संघर्ष शामिल रहता है क्योंकि निर्माता की, स्टोर्स में डिलीवरी पहुँचाने की अपनी सख्त समय सीमा होती है।

आधे कलाकार और आधे सेलीब्रिटी होने के साथ–साथ डिजाइनर को अच्छा व्यवसायी भी होना चाहिए। अपने व्यापार की सफलता के लिए संख्याओं का अच्छा ज्ञान होना चाहिए। हॉलाकि यह सत्य है कि इस क्षेत्र में अत्यधिक सौन्दर्य, चमक–धमक व उत्साह है, जिसमें चोटी के डिजाइनर विश्व की विशेष ग्राहक श्रेणियों के लिए काम करते हैं, परन्तु यह भी ज्ञात तथ्य है कि प्रतिद्वन्दिता बहुत कड़ी है।

शुरूआत में, प्रायः डिजाइनर्स को सालों, दैनिक कार्यों के साथ संघर्ष करना पडता है, जिसका बहुत कम मेहनताना मिलता है। समय के साथ, एक विशिष्ट फैशन हाउस में रहते हुए वह धीरे–धीरे आगे, ऊपर की ओर बढ़ सकते हैं और डिजाइन सहायक से लेकर मुख्य डिजाइनर के पद तक पहुँच सकते हैं। सफलता के लिए, सिर्फ रचनात्मकता, टेलरिंग

कौशल और कड़ी मेहनत की ही आवश्यकता नही होती, बल्कि, व्यापारिक तीक्ष्णता, निरन्तर नेटवर्किंग और अच्छे भाग्य की भी जरूरत होती है। जहाँ रचनात्मकता और फैशन–बोध किसी सफल डिजाइनर के कैरियर की नींव होते हैं, वहीं, बिना व्यापारिक तीक्ष्णता की रचनात्मकता, फैशन में बर्बादी का सामान होती है।

निश्चित कार्यों में शामिल हैं-

– डिजाइन आइडियाज़ पर आधारित रेखा चित्र बनाना।
– पैटर्न बनाना।
– कपड़ा, रंग व अन्य सामग्री का चुनाव करना।
– अन्य डिजाइन टीम सदस्यों के साथ काम करना।
– निर्माण व विपणन अधिकारियों से सलाह–मश्वरा करना।
– फैशन ट्रेन्ड्स का अनुसरण करना।
– फैशन शो में भाग लेना।

डिजाइनर का एक महत्वपूर्ण कार्य है– नए डिजाइन्स की रचना करते रहना। यह एक कठिन कार्य है। लेकिन डिजाइनर को अगर स्वयं को बाजार में रखना है तो, निरन्तर कुछ नया, अद्वितीय, रचनात्मक और मौलिक रचना करते रहना होगा। नये प्रेरणा स्त्रोतों का चुनाव करना और डिज़ाइन के विकास की तकनीकों का प्रयोग करे, इन प्रेरणा स्त्रोतों को डिजाइन में बदलना ही वह पक्ष है जिसके द्वारा नए डिजाइन्स की कल्पना की जा सकती है। यह आप अपनी दूसरी छमाही के डिजाइन यूजेस, बेसिक डिजाइन और स्केचिंग सेकेन्ड में सीखेंगे। कैसे एक विषय का चुनाव किया जाता है और कैसे किसी विषय से, रेखाओं, आकारों फार्मस, रंग और टेक्सचर का प्रयोग कर के नए डिजाइन की रचना की जाती है जिसे अन्त में नई रचना के लिए तैयार किया जाता है.........................। इस प्रक्रिया का सौन्दर्य यह है कि दस लोग एक ही प्रेरणा स्रोत पर काम करके विभिन्न डिजाइन्स तैयार करेंगें। यह इसलिए क्योंकि हर किसी का वस्तु को देखने का नजरियॉ भिन्न होगा जो उसके व्यक्तिगत रचनात्मक स्तर से सम्बन्धित होता है।

विशिष्टता व अद्वितीयता डिजाइनर का मजबूत पक्ष है, जो उसे बाजार में बने रहने में मदद करता है, विशेष रूप से आजकल, जब सेलेब्रिटीज से हर सार्वजनिक अवसर पर डिजाइनर वियर कपड़ों को पहनना शुरू कर दिया हैं।

अभ्यासः-

पत्रिकाओं का अध्ययन करिए और एक स्क्रैप बुक तैयार करें। विभिन्न विद्यार्थी होते हुए, आपके लिए यह महत्वपूर्ण है कि आप उन स्थापित डिजाइनर्स के काम में अन्तर करना और उनकी प्रशंसा करना सीखें, जिन्होने इस क्षेत्र में अपना नाम बनाया है।

१३.४- सारांश:-

डिजाइनर्स को यह जानना आवश्यक है कि किस प्रकार के कपड़े, किस मूल्य तक और साल के किस विशेष समय, किस विशेष बाजार में लाभार्जन करेगें। उन्हे फर्मस् के व्यक्तित्व, स्टोर्स के प्रकार जो यह उत्पाद खरीदते हों और स्टोर के ग्राहकों की उम्र व पसन्द–नापसन्द की विशेष जानकारी होना चाहिए।

किसी नए डिजाइन का विकास या पुरान में फेरबदल करते समय, ग्राहक की माँग को ठीक प्रकार से समझ लेना चाहिए। डिजाइन के चारित्रिक विशेषताओं में रंग, नाप, आकार, भार, सामग्री प्रयुक्त, मूल्य, उपयोग में असानी, फिट और सुरक्षा का ध्यान रखा जाना चाहिए।

तब डिजाइनर्स, हाथ से या कम्प्यूटर द्वारा रेखाचित्र तैयार करते हैं जिसमें उनकी कल्पना रचते हैं, जिसे उनके वरिष्ठ स्वीकृत या अस्वीकृत करते हैं। निर्माण शुरू करने से पहले, पूर्ण स्केल पर विस्तृत डिजाइन और सैम्पल तैयार किए जाते हैं।

डिजाइनिंग और फैब्रीकशन के अलावा, डिजाइनर को प्रशासनिक कार्य भी करने पड़ सकते हैं। डिजाइनर व्यावसायिक या औद्योगिक हो सकते हैं जो व्यावसायिक उत्पाद या यंत्र डिजाइन करते हैं; फ्लोराल डिजाइनर हो सकते हैं जो सजीव, सूखे या र्निजीव फूलों– घास फूस काटकर, व्यवस्थित करते हैं, ग्राफिक डिजाइनर हो सकते हैं जो विविध ा प्रिन्ट, इलेक्ट्रानिक या फिल्म माध्यम से डिजाइन्स की रचना कर ग्राहक की आवश्यकता पूर्ण करते हैं; इन्टीरियर डिजाइनर्स हो सकते हैं जो निजी घरों, सार्वजनिक भवनों और व्यापारिक या संस्थानों की सुविधाओं की जगह को प्लान और फर्निश करते हैं, मर्चेन्डाइज डिसप्लेयर्स और विन्डो ड्रेसर्स या विजुअल मर्चेन्डाइजर हो सकते हैं जो व्यावसायिक डिसप्लेज़ की योजना बनाकर, खड़े करते हैं, जैसे खिड़कियों और विक्रेता स्टोर की ऑन्तरिक सज्जा या व्यापारिक प्रदर्शनियों मे; जेट और इक्सिीबिट डिजाइनर जो फिल्म, टीवी और थियेटर निर्माणों के लिए सेट्स रचते हैं और विशेष प्रदर्शनी डिसप्लेज़ डिजाइन करते हैं। सूची का कोई अन्त नही है।

डिजाइनर्स को निर्माण सारिणी के अनुरूप कार्य करने के लिए अतिरिक्त घंटे काम करना पड़ता है। डिजाइनिंग के क्षेत्र में कम्प्यूटर का प्रयोग महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह न सिर्फ आसान है, बल्कि, विकसित साफ्टवेयर का प्रयोग करके, पोशाक का लगभग असली रूप देखा जा सकता है।

डिजाइनर के कार्यो में डिजाइन की कल्पना करना, स्केच बनाना, पैटर्न बनाकर काटना, कपड़े व ट्रिमिंग्स का चुनाव करना, ड्रेपिंग तकनीकों का प्रयोग करना, पूर्ण पोशाक में फेर–बदल करना, पत्रकारों व खरीदारों के लिए प्रदर्शन आयोजित करना, प्रतिद्वन्दियों के

उत्पाद का अध्ययन करना, नवीन कपड़ों व ट्रेन्ड्स की जानकारी प्राप्त करना व उनका विश्लेषण करना; श्रृंखलाएँ विकसित करना और बिक्री में सहायता करना शामिल हैं।

एक बड़े निर्माता के पास एक मुख्य डिजाइनर और कई सहायक हो सकते हैं। हाई–स्ट्रीट फैशन वह है जहाँ अधिकतर डिजाइनर्स कार्य करते हैं और जहाँ पोशाकें हजारों में बनाई जाती हैं। कई डिजाइनर्स रेडी–टू–वियर संग्रह भी बनाते हैं, हालाँकि यह कम संख्या में बनते हैं। हॉट कोटर में व्यक्तिगत पोशाकों के निर्माण में काफी समय लगता है।

हेड डिजाइनर, डिजाइन रूम स्टाफ का निरीक्षण करता है। सहायक डिजाइनर्स प्रायः डिजाइनर के आल–अराउन्ड सहायक होते हैं। स्पेसिलिटी डिजाइनर्स अन्य डिजाइनर्स के साथ समन्वय कर विशेष कपड़ों की श्रृंखला तैयार करते हैं। थियेट्रिकल कस्टयूम डिजाइनर फिल्मों व थियेटर के निर्माणों के लिए पोशाकें डिजाइन करते हैं।

फैशन डिजाइनर को डिजाइन का ज्ञान तथा विचार कैसे लाया जाए, जानना अत्यन्त आवश्यक है। उसे क्रियाशील जिज्ञासु होना चाहिए क्योंकि बाजार निरन्तर बदलता रहता है। उसमें उत्पाद की आवश्यकताएँ विश्लेषित करने की क्षमता होनी चाहिए। सर्वोपरि, उसे रचनात्मक और मौलिक कल्पनात्मकता का होना चाहिए। उसे मानव स्रोतों का अच्छा प्रबन्धक और अच्छा समन्वयक होना चाहिए।

डिजाइनर के काम करने का वातावरण विविध हो सकता है। कुछ डिजाइनर्स शान्त स्थान पर, कुछ छोटी जगह में कार्य करते हैं तो कुछ यात्रा करते रहते हैं। यह सब कुछ कार्य के प्रकार और समय सीमा पर निर्भर करता है। काम का वातावरण और रोजगार की जगह विविध होती है।

फैशन डिजाइनर्स वह लोग हैं जो सुरूचिपूर्ण, कल्पनाशील, फन, सिली और कभी–कभी बहुत महंगे कपड़े बनाते हैं, जिन्हे हम साल में दो बार रेम्प पर उतारते देखते हैं। फैशन डिजाइन की दुनिया में सबकुछ एक रेखाचित्र से शुरू होता है। तब डिजाइनर, पैटर्न मेकर्स और सीमस्ट्रेस द्वारा एक असल सैम्पल्स बनवाता है जिससे पता चले कि पोशाक सजीव मोडेल पर कैसी लगेगी। अगर यह सही नही लगता तो डिजाइन में फेरबदल किया जाता है। फैशन डिजाइनर, एक कलाकार है, सेलीब्रिटी है और बिजनेस सर्वे होता है।

फैशन डिजाइनर को स्वयं को नए मौलिक डिजाइन्स बनाने पर केन्द्रित रखना चाहिए जिससे वह माँग में बना रहे। यह आजकल और भी ज्यादा जरूरी हो गया है जब जीवन के हर पहलु से जुड़े सेलीब्रिटीज़ सभी सार्वजनिक अवसरों पर डिजाइनर वियर ही पहनना पसन्द करते हैं।

१३.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ अच्छे डिजाइनर की क्या चारित्रिक विशेषताएँ होनी चाहिए ?

प्रश्न–२ डिजाइनर के कार्य क्या क्या हैं ?

प्रश्न–३ कम्प्यूटर की जानकारी डिजाइनर को किस तरह सहायक होती है ?

प्रश्न–४ बाजार की माँग को पूरा करने के लिए डिजाइनर किस प्रकार प्रयास करते हैं ?

प्रश्न–५ डिजाइनर को किस प्रकार का वातावरण अपने कार्य के लिए मिलता है ?

१३.६ स्वाध्ययन हेतु:

यह सुझाव दिया जाता है कि हर डिजाइनर पत्रिका जैसे इनसाइड– आउटसाइड, फेमिना मैगजीन, आर्ट इण्डिया इत्यादि का अध्ययन करते रहें जिससे डिजाइनर्स की भूमिका और कार्य के बारे में और जानकारी मिलेगी।

मेहर कैस्टेलिनो द्वारा लिखित व रूपा एण्ड कम्पनी द्वारा प्रकाशित फैशन कैलिडोस्कोप।

संरचना

१४.१ यूनिट प्रस्तावना

१४.२ उद्देश्य

१४.३ भारतीय फैशन उद्योग

१४.४ भारतीय हस्तशिल्प

१४.५ सारॉश

१४.६ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

१४.७ स्वाध्ययन हेतु

१४.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

इस यूनिट का उद्देश्य, देश में आज, फैशन उद्योग की सामाजिक स्थिति के बारे में जानकारी देना है। जिस उद्योग का आप एक भाग बनने जा रहे हैं, उसके विषय में ज्ञान अर्जित करना अनिवार्य है।

१४.२ उद्देश्यः-

भारतीय फैशन उद्योग अत्यधिक कम उम्र और अव्यवस्थित है। पोशाक, फैशन और शैली को, हाल के समय तक, व्यवसाय नही माना जाता था। यह एक घरेलु आदत होती थी जिसमें सभी माहिर थे। बदलते परिदृश्य के साथ इसे व्यवस्थित करने के प्रयास किए जा रहे हैं क्योंकि इसमें काफी क्षमता है। हालॉकि, भारतीय फैशन उद्योग को थोड़ी और व्यावसायिकता की आवश्यकता है।

भारत ने, काफी लम्बे समय से, विश्व को कपड़े उपलब्ध कराएँ हैं, जो प्रायः पेरिस, न्यूयार्क और अन्य वैश्विक फैशन केन्द्रों पर तैयार डिजाइन्स की सस्ती नकल होते थे। परन्तु, अब हमने इन्हे डिजाइन करना भी शुरू कर दिया है। प्रमुख फैशन लेबल्स, अपना काफी कार्य भारतीय स्रोतों से लेते हैं, विशेषकर उनकी कढ़ाई और मोडेल्स द्वारा पहने गए आभूषण।

१४.३ भारतीय फैशन उद्योगः-

भारत में फैशन भारतीय इतिहास जितना पुराना है। प्राचीन कलाकृतियों और मूर्तियों से पता चलता है कि भारतीय पुरूष व महिलाएँ फैशन के प्रति कितने जागरूक थे। सिन्धु घाटी की सभ्यता के स्थलों में की गई खोजों से लेकर मुगल काल तक, हमें सदा बदलती और विकसित होती शैलियाँ मिलती हैं। यह शैलियाँ स्थानीय तथा विदेशी कारणों से प्रभावित हुई जिससे वह निरन्तर विकसित होती रहीं। कपड़े, आभूषणों, एसेसरीज इत्यादि में जबरदस्त बदलाव आया। इससे पता चलता है कि भारतीय लोग फैशन के प्रति जागरूक थे और फैशनेबल कपड़ो के बदलाव को स्वीकार कर लेते थे।

पूरे भारतीय उपमहाद्वीप में, भारतीय महिलाएँ साड़ी पहनती थीं। लेकिन १५वीं शताब्दी तक, हमें वही पाँच गज का कपड़ा विभिन्न प्रकार से ड्रेप्ड मिलता है। और केवल साड़ी पहनने की शैली ही नहीं बल्कि कपड़ा भी भिन्न है। भारत के हर प्रांत में कपड़े, रंग संयोजन की शैली विविध थी, कोई अपना कपड़ा बुनता था तो, कोई छपाई करता था, कुछ कपड़ा बनाने से पहले डाई करते थे, कुछ कपड़ा बनाने के बाद।

पूरे भारतीय इतिहास के दौरान, हमें डिजाइन में बदलाव और विकास होता दिखता है। अंग्रेजों के आने से पठान सूट पहना जाने लगा। वहीं आज सलवार कमीज़ के रूप अत्यधिक प्रचलित हैं। अंग्रेजी शासक अपने साथ अपनी शैली व संस्कृति लाएं जिसने भारतीय वस्त्र उद्योग को प्रभावित किया।

लेकिन वह बीसवीं सदी थी, जिसने पूरा परिदृश्य बदल दिया। यह औद्योगिकीकरण की शुरूआत थी जिसने उद्योग की प्रकृति को हस्तशिल्प उद्योग से मशीन युग उद्योग में बदल दिया। महिला उदारीकरण आंदोलन ने महिलाओं के पहनावे की शैली को पूरी तरह बदल दिया। बीसवीं सदी की शुरूआत ने हाई–प्रोफाइल व्यापारिक परिदृश्य का अन्त और एक अधिक व्यावहारिक और स्थायी परिदृश्य की शुरूआत देखीं। इसी शताब्दी में दर्जी द्वारा बनाएं गएं कपड़ों की जगह रेड़ीमेड कपड़ों ने ले ली। लेकिन उद्योग तब भी इतना व्यावसायिक नहीं हुआ था कि डिजाइनर लेबेल उत्पाद बनाएँ जा सकें।

पचास के दशक में और सत्तर के दशक तक भारत में स्टाइल और ग्लैमर की कभी नही थी। ५०, ६० और ७० के दशकों में, भारतीय फैशन परिदृश्य पूरी तरह रंगहीन नही था। वह अति भड़कीला, स्टाईलिश और सुरूचिपूर्ण था। यह उत्साहजनक और अति सुन्दर था। परन्तु तब भी, एक व्यावसायिक डिजाइनर लेबल्स और फैशन हाउसेस की कमी थी। यहाँ कोई भी डिजाइनर, मोडेल्स, स्टार्स या फैशन लेबल्स नही थे जिनपर देश गर्व कर सके। पोशाक किसने बनाई है, यह महत्वपूर्ण नही था। केवल पोशाक की शैली और कपड़ा ही मुख्य महत्ता का पात्र थे।

फैशन के प्रति जागरूक हर व्यक्ति ऐसे दर्जी के पास जाता था जो किसी विशिष्ट

शैली की सिलाई करने में और इच्छित फिनिश व फिट देने में सक्षम था। उच्च वर्ग के लोग अपने डिजाइन को प्रदर्शित करते थे और उत्पाद पर गर्व करते थे तथा वस्तुतः उसे अपनी ही रचना भी कह देते थे। यह अधिकांशतः घरेलू कला थी जिसमें हर महिला स्वयं को माहिर मानती थी। ज्ञात हो कि हाल के समय तक इसे मुख्यतः महिलाओं का क्षेत्र माना जाता था जबकि विश्व के सर्वश्रेष्ठ दर्जी पुरूष थे।

२०वीं सदी के अन्त तक, सभी टाइप का अन्त हो गया जिसने एक अधिक व्यावहारिक व उपयोगितापूर्ण वातावरण की रचना की और फैशन व्यापार की एक अधिक स्थायी तस्वीर दी।

८० के दशक में, भारत का पहला फैशन स्टोर बम्बई में खुला जिसे रैवीसैन्ट कहा गया। यहाँ पर प्राप्त पोशाकें उच्च वर्ग के लिए ही थी क्योंकि उनके मूल्य चार अंकों में था।

धीरे–धीरे, बम्बई में इनसेम्बल नामक स्टोर खुला। यह पहली बार था जब भारतीयों को हाउट कोटर संस्कृति से परिचय कराया गया। पोशाक का न्यूनतम मूल्य चार अंकों मे था और वह फैशन का सबसे निचला स्तर था। शैली या सिलहौटी को नहीं बल्कि अत्यधिक मूल्य को हाउट संस्कृति माना जाता था। ग्राहक को अचानक उच्च फैशन की दुनिया में लोकर यह सोचने पर मजबूर कर दिया जाता था कि हाउट कोटर का अर्थ है ऊँचा मूल्य।

उन दिनों में डिजाइनर्स अति विस्तृत व आउटरेजियस डिजाइन्स बनाकर, अत्यधिक ऊँचे दामों पर बेचते थे। वह ऐसा कर पाते थे क्योंकि वह सही प्रदर्शनों, सही सेलीब्रिटी छवियों और सही घटनाओं से जुड़े थे। आयोजित किए गए फैशन शो, प्रतियोगिताओं जैसे होते थे। हर व्यक्ति, दूसरे से बेहतर करना चाहता था। यह अभी भी काफी पश्चिमी विचार था। शुरू के फैशन शो, टेक्सटाइल मिलों द्वारा आयोजित किए जाते थे जिनका मुख्य उद्देश्य अपने द्वारा निर्मित कपड़े को विज्ञापित करना था। पोशाकों के डिजाइन्स उनके लिए महत्वपूर्ण नही थे।

अंग्रेजी शासन के दौरान, पुरूष कमीज व ट्राउजर्स पहनने लगे और महिलाओं ने अपने ब्लाउज़ पश्चिमी आधार पर बनवाएँ। पश्चिमी फैशन परिदृश्य में आएं हर बदलाव के साथ, भारत में भी बदलाव की लहर उठती थी। २० के दशक में जब पश्चिम में ई–टोन शैली प्रचलित थी, भारतीय ब्लाउज़ लेस, सिल्क और सटिन के बनने लगे। साड़ियाँ जार्जेट या चाइनीज़ सिल्क की होने लगीं।

धीरे–धीरे डिजाइनिंग का कन्सेप्ट उभरने लगा। भारत का पहला कहा जाने वाला फैशन शो, १९३० के दशक में कैथराइन कोर्टनी द्वारा आयोजित किया गया था जिसमें, किया गया था जिसमें, उन्होंने एक होटल में अपनी रचनाएँ प्रदर्शित की थी। शो की

विषयवस्तु, अतिथि–सूची,संस्थान और प्रेस कवरेज योजनाबद्ध तरीके से किया गया। अब, फैशन युवा वर्ग के मध्य सबसे ज्यादा लोकप्रिय व्यवसाय बनने लगा।

इसके बाद बाजार में गिरावट आई जहाँ मूल्य घटने लगे और बेचने की मजबूरी से मूल्य अत्यधिक नीचे गिर गए। ग्राहक अब अधिक जागरूक व बुद्धिमान हो गए थे। प्रतिद्वन्दिता अपने चरम पर थी।

सिर्फ मूल्य ही नही गिरे थे, फैशन के क्षेत्र में नए विकल्प खुलने से, सबने लाभार्जन करने की होड़ लग गई थी। नए क्षेत्र जैसे मॉडलिंग, कोरियोग्राफी, ब्यूटीसियन्स और हेयर स्टाइलिंग भी सामने आने लगे।

वह एक अव्यवस्थित, योजनाविहीन वर्ग का अन्त था। अब संवेदनशील डिजाइनिंग की आवश्यकता थी। भारतीय फैशन परिदृश्य में मस्ती व मजे का समय खत्म हो गया था और अब रचनात्मकता और उचित मूल्यों की ओर मुड़ने का समय था।

फैशन अपने अर्थानुसार, उन्हीं के लिए है जो उसे खरीद सकें। इसी के साथ जब हम वहन करने योग्य फैशन की बात करते हैं तो, हम उसी फैशन की बात कर रहे हैं जिसे लोग खरीद सकें। आज भारत का बाजार प्रगतिशील और विस्तृत है जो हर वो फैशन खरीद सकता है जो प्रदर्शित व शोकेस किया जा रहा है। हालाँकि घरेलू फैशन उद्योग अभी भी व्यस्यकता के मामलें में काफी पीछे है।

पिछला दशक भारतीय फैशन उद्योग के लिए काफी महत्वपूर्ण रहा। यह तेजी से बढ़ा है और इसने अर्न्तराष्ट्रीय पहचान प्राप्त की है। पिछले दस या बारह सालों में, भारत में उद्योग का विस्तान व जागृति कई गुना बढ़ी है। डिजाइनर्स के बढ़ने व विकसित होने के अवसर भारत में आज काफी ज्यादा हैं और भारत में डिजाइनर वियर को प्रमुख प्रगतिशील क्षेत्र माना गया है।

१९८० के अन्त की ओर, भारत में हाई–फैशन का उद्भव हुआ। शीतल, बेंजर, मदर केयर इत्यादि कुछ ऐसे स्टोर्स उभर जो विशेष रूप से पोशाकों में डील करते थे। ७० के दशक में रेडी–टू–वियर पोशाकों ने अपनी जगह बनाई। सबसे बड़ा बदलाव पुरूषों की कमीजो के बाजार में आया जो अब सत्तर प्रतिशत तक रेडीमेड थी। धीरे–धीरे, हर एक पोशाक स्टोर्स में उपलब्ध थी और कई डिजाइन, छपाई, शैली व रंगों में मिलती थी।

आई०टी० और टेक्सलाइल के बाद, अब फैशन के भारत से बाहर जाने की बारी थी, क्योंकि अर्न्तराष्ट्रीय डिजाइनर्स, भारत के अतुलनीय डिजाइन तत्वों का भरपूर लाभ उठाना चाहते थे, जिनका बाजार विदेशों में तैयार खड़ा था।

फैशन डिजाइनिंग, एक उद्योग के रूप में, भारत में अभी भी अपनी बाल्यावस्था में है लेकिन बहुत तेजी से विकसित हो रहा है। हॉलाकि वैश्विक ग्राहक ने इस उद्योग के विकास की गति बढ़ा दी है।

भारत में फैशन ने डिजाइनर्स को नए अवसर प्रदान किए है। इसीलिए, डिजाइनर और फैशन उद्योग को अपना केन्द्रीय क्षेत्र बनाने वाले लोगों और औद्योगित क्षेत्रों की संख्या तेजी से बढ़ रही है।.

अब तक फैशन उद्योग की समस्या यह रही है कि भारतीय डिजाइनर्स ने प्रायः, पश्चिमी ट्रेन्ड्स को भारतीयता के साथ मिलाकर, अपने वस्त्रों की श्रृंखला तैयार की है। हॉलाकि, भारतीयता की अपील पूरे विश्व में है। वस्तुतः इसलिए कि वह विचार से भारतीय लेकिन पहनने और दिखने में वैश्विक होते हैं।

रचे गए डिजाइन्स किसी विषयवस्तु से प्रेरित होते हैं। यह कोई वस्तु या घटना हो सकती है। चुने गए प्रेरणास्त्रोत, विचारधारा में वैश्विक, लेकिन स्थानीय बाजार की जबरदस्त समझ और बदलाव के अनुसार ढलने में सक्षम होते हैं।

भारतीय फैशन वास्तव में उन्नति कर रहा है। यह अधिक से अधिक वैश्विक होकर अपनी पहचान बनाता जा रहा है। जब तक हम अपनी जड़ों से जुड़े रहे और अपनी ऑखे खुली रखें और यह समझते हैं कि खरीदार को क्या चाहिए, हम गलत नहीं हो सकते। क्योंकि तब हम अपनी व्यक्तिगतता को ऐसी वस्तु में प्रदर्शित करेंगे जो पश्चिमी महिला भी पहन पाएगीं।

ऐसे विश्व में जहॉ फैशन, पेरिस, मिलान और न्यूयार्क के आदेशानुसार चलता है, भारत उन देशों में से एक है जो अपनी प्राकृतिक हस्तशिल्प तकनीकों से जुड़ा है। यह आश्चर्यजनक नही है; क्योंकि ऐतिहासिक रूप से, भारत विश्व भर में अपनी उच्च टेक्सटाइल सम्पदा के लिए जाना जाता रहा है। भारत में बड़े बाजार, उच्च संस्कृति और स्त्रोतों का अतुलनीय मेल मिलता है।

भारत में उन्नति की श्रेष्ठ संभावनाऍ हैं-- टेक्सटाइल और निर्माण के दृष्टिकोण से। भारत में हस्तकला है; इसमें देश के अन्दर ही बहुत बड़ा उपभोक्ता वर्ग है जिस पर पश्चिमी बाजारों की नजर भी है। इसीलिए, वह भारत आना चाहते हैं। भारत में सब कुछ है-- कच्चा माल, कौशल, निर्माण और उपभोक्ता।

१९७८ मे, एक्सपोट प्रोमोशन काउन्सिल की एसोसिएशन की स्थापना की गई जो वस्त्रों के निर्यात की तेज उन्नति देखती थी। साल में दो बार मेलों का आयोजन किया जाता था, पूरे विश्व से उपभोक्ताओं को आकर्षित करने के लिए। भारत की प्रांतीय कढ़ाइयॉ पूरे

विश्व के उपभोक्ताओं के लिए आकर्षण का केन्द्र रही है। भारत की क्लोद मैनुफैक्चर एसोसिएशन १९६३ में स्थापित की गई जो घरेलू कपड़ा निर्माताओं के हितों की रक्षा के लिए बनाई गई थी। इसी संस्था ने महिलाओं, पुरूषों और बच्चों के कपड़ों के लिए सर्वश्रेष्ठ संग्रह का इनाम देने की प्रक्रिया शुरू की।

दा इन्डिया फैशन वर्क जैसे आयोजन का मुख्य उद्देश्य उद्योग के व्यावसायिक लोगों को अपने व्यापारिक अवसर विकसित करने, अपना कौशल प्रदर्शित करने और अपनी रचनाओं का विपणन करने की जगह मिल सके। लैक्मे इन्डिया फैशन वीक ने भारतीय फैशन उद्योग को नई ऊँचाई दी है क्योंकि इसने पूरे विश्व के उपभोक्ताओं का ध्यान अपनी ओर आकर्षित किया है जिसमें यू०एस०, यू०के० फ्रॉस, दुबई, पाकिस्तान और हॉग–कॉग शामिल है जो यहाँ पर पहली बार, भारतीय तत्वों वाले पश्चिमी पहनावों की खोज में आए हैं। इस आयोजन से स्थापित डिजाइनर्स और उभरते डिजाइनर्स तथा व्यापारिक व्यावसायियों के बीच विचारों का आदान–प्रदान आसान हो जाता है। इससे डिजाइनर्स को अपना संग्रह, औद्योगिक प्रोफेशनल्स के विशिष्ट दर्शकगण के सामने प्रदर्शित करने का अवसर प्राप्त होता है। फैशन उद्योग अब निगमित होने पर अपना ध्यान केन्द्रित कर रहा है। न्यूयार्क फैशन वीक और इन्डिया फैशन वीक में यह प्रत्यक्ष अन्तर है।

फैशन वीक की शुरूआत, सामान्यतः, फैशन के व्यापार पर संगोष्ठियों की एक श्रृंखला से होती है, जिसे बाजार की क्षमता का अनुमान लगाने के लिए तथा उन्नत होते उद्योग से सम्बन्धित हर विषय पर चर्चा के लिए आयोजित किया जाता है। यह भारतीय शिल्प परंपरा को विकसित व जीवित रखने की आवश्यकता पर प्रकाश डाला जाता है।

फैशन का पूर्वानुमान लगाना मुश्किल है, जो शिल्प समुदायों के लिए खतरनाक है। प्रचलन में बदलाव बाजार की जरूरत है। शिल्प समुदाय को विकसित करने के लिए विपणन में गहरें ज्ञान और प्रबन्धन की आवश्यकता है। वस्त्र और पोशाक उद्योग और शिल्प समुदाय के बीच में एकता लाने के लिए दोनो का साथ काम करना आवश्यक है।

डिजाइनर्स शिल्पकारों से कैसे सम्बद्ध हैं। इस पर भी एक नियमावली होनी चाहिए। जैसे डिजाइनर्स को निगमित होने की आवश्यकता महसूस होती है और अपना ब्रैन्डनेम खड़ा करने के लिए वह भारतीय कम्पनियों की सहायता चाहते हैं, उसी तरह शिल्पकारी की गुणवत्ता का भी मानकीकरण व रख–रखाव होना चाहिए। बौद्धिक सम्पदा अधिकार और भौगोलिक व्यक्तित्व की सुरक्षा करना अत्यावश्यक है। वरना, हम पारम्परिक भारतीय शिल्प का कौशल अन्य देशों को गवां बैठेगें। शिल्पकारों की आवश्यकताओं को समझने के लिए, डिजाइन समुदाय को फेयर पेमेन्ट और लम्बे कमिटमेन्ट्स करने चाहिए जिससे शिल्प समुदाय को ऊपर उठाया जा सके।

घरेलू फैशन उद्योग को आज सबसे ज्यादा जरूरत है बेहतर वितरण सुविधाओं और

एक अधिक व्यवस्थित फुटकर विक्रेता मंच की। इसके लिए अतिधैर्य और समय की आवश्यकता है।

भारत के १५ बिलियन डॉलर टेक्सटाइल बाजार का २ बिलियन डॉलर भारतीय फैशन व्यवसाय का बना है। डिजाइनर वियर बाजार के उन्नत होने की क्षमता है क्योंकि अधिक से अधिक लोग ब्रॉड वाले कपड़ों की ओर बढ़ रहें हैं और डिजाइनर्स अधिक वहन योग्य संग्रहों की ओर रूख कर रहें हैं। 'मेड इन इन्डिया' ब्रॉन्ड को पूरे विश्व में विपणित करने की दिशा में भारत काफी आगे निकल आया है।

भारत में औद्योगिकरण को बाकी अर्थव्यवस्था की उन्नति का अग्रिणी माना जाता था। यह माना जाता था कि इससे नौकरियॉ बढ़ेगीं और गरीबी कम होगी। १९६० के दशक की शुरूआत तक, ठोस उन्नति हुई भी थी। लेकिन औद्योगिक उन्नति अन्य अपेक्षाओं पर खरी नही उतर पाई। १९५० के दशक में औसतन ६.१ प्रतिशत, १९६० के दशक में ५.३ प्रतिशत के औसत से, और १९७० के दशक में ४.३ प्रतिशत की औसत से औद्योगिक उत्पादन में बढ़ोत्तरी हुई। बड़े स्तर पर पूंजीवादी उद्योगों पर ज्यादा जोर दिया गया। इससे, वार्षिक आवश्यकता की अनुमानित १० मिलियन की तुलना में बहुत कम नौकरियॉ उत्पन्न हुई। अतः बेराज़गारी और कम रोज़गार भारत की बढ़ती समस्याऍ बनी हुई हैं।

शिल्पकला ने भारत की फैशन उद्योग को नई ऊँचाइयों पर पहुँचाने के साथ–साथ भारत की परम्परागता और संस्कृति को परिरक्षित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई हैं। लगभग हर डिजाइनर लेबल का हृदय भारतीय शिल्पकार है।

भारत आने वाला कोई भी व्यक्ति यहॉ के प्रति गहरा और स्थायी प्रभाव लिए बिना नहीं जा सकता। भड़कीले, रंग, वस्त्रों की ढ़ेरों विविधता और जाजवाब कढ़ाई, विदेशी सैलानियों को प्रभावित करती है।

भारतीय साड़ी ने भी पश्चिमी डिजाइनर्स को काफी प्रभावित किया है क्योंकि इसे शरीर पर विभिन्न तरीकों से ड्रेप किया जा सकता है। यह एक अति स्त्रीत्व वाला वस्त्र हैं जो महिलाओं का सर्वश्रेष्ठ निकाल कर ले आता है।

फैशन और स्टाइलिंग वह माध्यम है जो किसी विशेष समूह द्वारा, विशेष समय और जगह पर स्वीकृत किए जाते हैं। फैशन में बदलाव, रंगों, स्टाइलिंग, फैब्रीकेशन और फैशन व्यापार दर्शाता परफारमैन्स में बदलाव से सम्बन्धित होता है। फैशन वह शैली है जो किसी विशेष समय में अत्यधिक लोकप्रिय हो। फैशन का अर्थ शैली, बदलाव और स्वीकार्य है।

आधुनिक संवहन माध्यमों ने, लोगों में जीवन शैली और पोशाकों के ढंग के प्रति जागरूकता लोकर विभिन्न संस्कृतियों को एक–दूसरे के सम्पर्क में ला दिया हैं संवहन और कम्प्यूटर तकनीकों द्वारा लोगों को जीवन शैली व पोशाकों के ढंग के विषय में जल्दी जागृत किया जाता है। कम्पयूटर, इन्टरनेट, वेबसाइट इत्यादि, फैशन उद्योग के विकास और

उन्नति से अलग नहीं किए जा सकते।

त्वरित प्रतिक्रिया पूर्ति प्रबन्धन की फैशन पद्धति ने आदेश और वितरण में इन्तजार के समय को कम कर दिया हैं मानकित कोड्स और लिंकिंग तंत्र का विकास भी फैशन उद्योग में किया गया है।

व्यावसायिक प्रबन्धन वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा फैशन उद्योग रचना, रख–रखाव आदि कार्यान्वित करता है और समन्वयित प्रयासों द्वारा सर्वश्रेष्ठता हासिल करता है। इसके लिए व इसका प्रयोग, प्रतिद्वन्दिता में अग्रिणी रहने के लिए, उद्देश्यों व लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए होता है। सर्वोपरि, भारतीय डिजाइनर्स को फैशन को एक व्यापारिक अवसर की तरह देखने चाहिए, सिर्फ रचनात्मक क्रिया की तरह नहीं।

कोटा निस्तारण के बाद से, भारत एक उच्च–कोटि के टेक्सटाइल के स्रोत के रूप में उभरा हैं इसके लाभों में कच्चे माल की उपलब्धता कताई, बुनाई और गारमेन्टिग क्षमता; निम्न मूल्य और वस्त्र तथा कपड़े का पूरा संग्रह होना भी शामिल है। अध्ययनानुसार, इसके कमजोर पक्षों में, परिवहन, सूचना तंत्र, श्रम कानून, तंत्र और अर्न्तराष्ट्रीय बाजार की माँग पर पकड़ शामिल है।

अध्ययन के अनुसार, विक्रेताओं व कपड़े की कम्पनियों के सोर्सिंग गन्तव्य के रूप में, चीन के विकल्पों की सूची में भारत का दूसरा स्थान है। भारत आने वाले समय में वैश्यिक टेक्सटाइल बाजार का अग्रिणी बन चीन को पीछे छोड़ सकता है।

भारत शोध और ब्रोकिंग हाउस आई०सी०आई०सी०आई० सेक्योरीटीज़ की रिपोर्ट के अनुसार, भारत की टेक्सटाइल कम्पनियाँ बहुत जल्दी, बहुत तेजी से उन्नति करने वाली हैं, जिसका श्रेय, जनवरी २००५ में खत्म हुए ८४ प्रतिशत वैश्विक निर्यात कोटे को तथा स्त्रेतो पर अवसरों में अधिक ढ़ील दिए जाने को जाता है।

भारत का वैश्विक टेक्सटाइल व्यापार में अंश बहुत जल्दी बढ़ेगा, आज यह सबसे कम अंशों में शामिल है।

रिपोर्ट में, भारतीय टेक्सटाइल बाजार के विकास की समीक्षा काफी आशावादी रूप में की गई है। रिपोर्ट, भारतीय सरकार द्वारा कर्ज की प्रक्रिया की संरचना बदलने के प्रयासों के प्रति भी आशावादी है जिससे उधार लेने का मूल्य कम करने में सहायता मिलेगी। साथ ही, सुधरा हुआ इन्फ्रा–स्ट्रक्चर और लोजिस्टिक डिलीवरी के समय में भी कमी लाएँगे, व्यावासायिक प्रबन्धन द्वारा। साथ ही, श्रम में घटता लचीलापन भी उत्पादन सुधारने में सहायक हो रहा है।

इसके आगे रिपोर्ट ने बताया कि-

—४५ वर्ष से कम की लगभग ८१ प्रतिशत से ज्यादा जनसंख्या फैशन के प्रति जागरूक है।

— सम्पूर्ण अपॅरेल बाजार का, १ प्रतिशत से भी कम भाग डिजाइनर वियर को जाता है।

— यद्यपि डिजाइन वियर का अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में, सम्पूर्ण अपॅरेल मार्केट में ५ प्रतिशत हिस्सा है।

— डिजाइनर वियर उद्योग का बाजार प्रमुखतः एक लघु उद्योग वर्ग है।

— डिजाइनर्स पोशाकों का अनुमानित बाजार करीब २५० करोड़ रूपये हैं। इसमें सिर्फ व्यवस्थित बाजार शामिल है।

— डिजाइनर वियर उद्योग की उन्नति दर, सन २०१५ तक एक हजार करोड़ रूपये तक होने का अनुमान है।

— रिटेलिंग उद्योग के हर साल ५ प्रतिशत बढ़ने का अनुमान है।

— देश की व्यवस्थित विक्रेताओं में फैशन उद्योग का बहुत बड़ा हिस्सा है।

फैशन उद्योग, इस समय अति अव्यवस्था से जूझ रहा है। 'और क्योंकि डिजाइनर्स बुरे संवहक होते है, अतः अर्थव्यवस्थायी संमुदाय सोचता है कि यह उद्योग निवेश करने लायक नही है।'

आवश्यकता है पूरे उद्योग को एक ब्रॉड के नीचे लाने की, व्यवस्थित श्रम कानूनों की और संगठनों के हर महीने मीटिंग करने की।

सत्य तो यह है कि व्यवस्थित श्रम, उद्योग के अव्यवस्थित होने के बड़े कारणों में से एक है— अधिकतर काम करने वाली महिलाएँ है जो घर पर कड़े श्रम वाली कढ़ाई करती है और शायद बच्चे भी— हालॉकि कोई डिजाइनर इस बात को नही स्वीकारेगा।

कारखानों की जगह आधुनिक फैक्ट्रीज का आना इस बात का संकेत है कि उद्योग व्यस्क हो रहा है। लेकिन वाह्य स्रोत और उप—अनुबन्ध की प्रक्रिया उद्योग के आज के तंत्र में रचा—बसा है। और नकद लेन—देन सच्चाई है— सच यह है कि अगर नगद बिक्री पर नजर रखने का कोई रास्ता निकाला जा सके, तो यह उद्योग इसके आज के आकार से बहुत बड़ा निकल सकता है।

भारत को अन्तर्राष्ट्रीय फैशन हाउसेस के लिए बैक रूम सेवाएँ प्रदान करने के लिए भी जाना जाता है— उनकी कढ़ाई और इनसीमिंग करना क्योंकि इस तरह वाह्य स्रोत एजेंसी बनकर पैसा कमाया जा सकता है।

भारत का टेक्सटाइल सेक्टर, कृषि के बाद दूसरा सबसे बड़ा उद्योग है। यह करीब ३५ मिलियन लोगों को सीधे रोज़गार देता है। यह भारत का सबसे बड़ा विदेशी निर्यात कमाने वाला उद्योग भी है, जो व्यापार की ग्रोस निर्यात कमाई का ३५ प्रतिशत हिस्सा है।

यूनाईटेड स्टेट्स और यूरोपीय देशो पर, कपड़ा निर्यात पर लगे कोटा–आधारित प्रतिबन्धों को १ जनवरी से हटा दिया गया। अब, भारतीय कपड़ा उद्योग के पास अपनी पूरी क्षमता को पहचानने का पूरा अवसर है और यह सेक्टर अभी से २०१० तक ५० बिलियन डॉलर को निर्यात लक्ष्य साधने में लग गया है।

लेकिन, कोटा के हटने के बाद और वैश्विकरण पूरे जोश में होने के कारण बाजार अब वैश्विक प्रतिद्वन्दिता के लिए खुल गया है। भारतीय निर्माताओं व निर्यातकों को, अब वैश्विक खिलाड़ियों से अवरोधों का भी सामना करना पड़ेगा।

फिर भी अपने कार्यप्रणाली की गति, कौशल, उत्पादों के गुणवत्ता एवं कम मूल्य के श्रम के साथ उद्योग नए युग में अधिक से अधिक लाभ अर्जित करने की ओर अग्रसर है।

मेड–अप्स की ओर एक अग्रसर शिफ्ट देखा गया है जो दिखाता है कि फिनिस्ड उत्पादों के लिए भारत एक मज़बूत आधार है। इससे यह भी झलकता है कि अन्तर्राष्ट्रीय खरीदारों का, वैल्यू ऐडेड उत्पाद सर्विस करने में भारत की क्षमता पर विश्वास बढ़ता जा रहा है। भारत का कोई भी उद्योग टेक्सटाइल उद्योग जितना इक्विप्ड नही है जो रोजगार के अवसर उत्पन्न करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकें और विश्व की अर्थव्यवस्था में भारत के पावर–हाउस की तरह उभरने में महत्वपूर्ण योगदान कर सके।

भले ही अधिक से अधिक भारतीय कपड़ों के खिलाड़ी विदेशी बाजारों की आस लगाएं बैठे हों, वास्तव में घरेलु कपड़ा बाजार ज्यादा तेजी से उन्नत हो रहा है। भारत एक सबसे तेज बढ़ने वाले टेक्सटाईल के रूप में उभर रहा है।

घरेलु कपड़ा व वस्त्र व्यापार, २००४ में सबसे तेजी से बढ़ रहा था, जो लगभग ८ प्रतिशत की दर से था। इसी साल, चीनी बाजार ६–८ प्रतिशत तक बढ़ा। चीन और पाकिस्तान के साथ, भारत, अगले १० से १५ सालों में, अपने कपड़ा व वस्त्र व्यापारियों को, ऑन्तरिक बाजार से सबसे जयादा अवसर प्रदान के लिए अपेक्षित है।

एक अध्ययन अनुसार, रिटेलर और वस्त्र कम्पनियों के स्रोत गन्तव्यों में, चीन के विकल्प की सूची में भारत दूसरे स्थान पर है। भारत, चीन को वैश्विक कपड़ा बाजार का अग्रिणी बन मात भी दे सकता है।

भारत में फैशन ट्रेन्ड्स के आवर्धन के कारण ही फुटकर उद्योग के उत्पादन तंत्र में

क्रांति आ गई। पोशाको, कपड़े, आभूषण, एसेसरीज, फुटवियर, कास्मेटिक्स और संतुलन और ब्रॉन्ड्स के आने से व्यापार ४०,००० करोड़ रूपए तक बढ़ गया।

भारतीय फुटकर विक्रेता बाजार तेजी से विकसित हो रहा है। यह प्रत्यक्ष है कि भारतीय फुटकर उद्योग अब बहुत ज्यादा फैशन कीं आवश्यकता है। व्यवस्थित रिटेलिंग तेज गति से विकसित हो रही है। यह सब को पता है कि फैशन रिटेल उद्योग और ब्रॉन्ड्स दोनो का प्रमुख भाग है। फैशन ने रिटेल उद्योग को धमाकेदार बना दिया है और अपना वर्चस्व, हर मॉल, बाजार और स्टोर में बनाए रखा है। चूंकि मॉल का विस्तार बढ़ रहा है, मुख्य मुद्दा यह होगा कि फैशन रिटेल इन्डस्ट्री को कैसे व्यवस्थित किया जाएं। इसमें सन् २००७ तक, ५०,००० करोड़ रूपये का व्यापार करने की क्षमता है। अनुमानित है कि २०,००० करोड़ रूपये की रिटेल सेल्स, फैशन रिटेलिंग से आएगी। १०० करोड़ से ऊपर की जनसंख्या, विस्तृत उपभोक्ता वर्ग, भारत को निवेश के लिए सबसे पसन्दीदा गन्तव्य माना जा रहा है।

रिटेलिंग सेक्टर में पोशाक व कपड़ा सबसे बड़ा भाग है। और अगर हम, सम्बन्धित सभी वर्गो को भी जोड़ लें जैसे--आभूषण, कॉस्मेटिक्स, घड़ी, स्वास्थ्य व सौन्दर्य रख--रखाव इत्यादि, तो सम्पूर्ण रिटेल सेक्टर का ६० प्रतिशत हिस्सा फैशन का होगा।

फैशन अपारेल, भारतीय रिटेल उद्योग के विकसित होने के सम्बन्ध में काफी महत्वपूर्ण वर्ग रहा है। अपने आकार के कारण नहीं बल्कि, जिस प्रकार से इसने भारतीय लोगों की जीवनशैली को प्रभावित किया है, इस कारण से।

१४.४ हस्तशिल्पः-

भारत में हस्तशिल्प का अर्थ है, हाथ से बने उत्पाद, जो मुख्यतः मानव उर्जा व कौशल से, यांत्रिक उपकरणों की सहायता से या उसके बिना, विभिन्न प्रयोगों के लिए निर्मित हों। अन्तिम प्रयोगों को उपयोगिता— दैनिक कार्यो में आवश्यकता, सजावट— अलंकरण के लिए, पहनने के लिए, पोशाक की या व्यक्तिगत एसेसरीज की तरह, और संग्रह— सम्पत्ति की तरह रखने के लिए; में वर्गीकृत कर सकते हैं।

अधिकतर, हस्तशिल्प, लगभग हर सामान्य रूप से उपलब्ध वस्तु जैसे--धातु, पत्थर, लकड़ी, बॉस, घास--फूस, रेशे, कपड़े, चमड़ा, हाथी दाँत, हड्डियों, सींग, चमड़ी बहुमूल्य रत्नों, बहुमूल्य धातुओं, शंखों, मिट्टी, सिरेमिक, शीशा, पेपर मैशे, कागज़ जरी, पिथ इत्यादि से बनी चीजें होती है। प्रयोग किए गए आदर्श हस्तशिल्पी कौशल हैं--

क्वायल करना, मोड़ना, टाई एण्ड डाई, ऐप्लीक्यू, डाई करना, इनामेलिंग, लैक्वीरिंग, बॉटिक, प्रिटिंग, कटिंग, पेन्टिग, कलात्मक बुनाई, बुनाई, शेपिंग, कढ़ाई करना, नॉटिंग इत्यादि। इन कौशलों से बने उत्पाद है-- आभूषण, कपड़े, व्यक्तिगत एसेसरीज, फर्निसिंग,

टैपेस्ट्री, ड्रपरी, बैग्स, पर्सेस, पोशाकें, जूते—चप्पल, फ्लूर—कवरिंग, कारपेट्स, लेसेस, टोकरियाँ इत्यादि।

शिल्प उत्पादन का परिमाण व भौगोलिक विस्तारः- नेशनल काउन्सिल ऑफ ऐप्लाइड इकोनामी रिसर्च, नयी दिल्ली ने सन् १९९५—९६ में डेवलपमेन्ट कमिशनर (हस्तशिल्प) के प्रयोजकता में एक राष्ट्रीय सेन्सस कराया। सर्वेक्षण किए जाने वाले २४ राज्यों में, सभी प्रकार की संस्थापनाओं, समूहों की कुल संख्या बारह लाख छियाछठ हाजार निकली, जिनमें लगभग ४१ लाख से ज्यादा कारीगर, लगभग अट्ठाइस हजार करोड़ रूपये की मुद्रा के अनुमानित मूल्य के उत्पाद निर्मित करने में लगे हैं।

हालाँकि, शिल्प कौशल व उद्योग भारत के कोने—कोने प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से व्याप्त है, विशेषकर टेक्सटाइल्स में, भारत में निम्न दिए गए कुछ राज्य ऐसे हैं जहाँ शिल्पकारों में कई अन्य माध्यमों व कौशलों में सक्षमता बहुतायत में हैं—

उत्तर प्रदेश, आसाम, मनीपुर, नागालैंड, त्रिपुरा, अरूणाचल प्रदेश, उड़ीसा, मध्य प्रदेश, राजस्थान, गुजरात, कर्नाटक, केरल, तमिलनाडु, आन्ध्र प्रदेश, जम्मू और काश्मीर। इसका निर्माण, स्थानीय, प्रादेशिक, शहरी, मेट्रो और निर्यात बाजारों में बेचा जाता है।

घरेलू बाजार का आकारः- किसी प्रकार के सर्वेक्षण और प्रलेखों के अभाव में घरेलू बजार का विस्तार अन—अनुमानित है। अतः अन्दाजों से ही काम चलाना होगा। अगर एक मोटी संख्या रूपये ३०,००० करोड़ को सन १९९९ का निर्माण मूल्य माने, जैसा कि नेशनल काउंसिल ऑफ ऐप्लायड इकोनामिक्स रिसर्च के सर्वेक्षण में बताया गया है, तो आज के शिल्प उत्पादों का निर्माण मूल्य कम से कम ४५,००० करोड़ रूपये आएगा। शिल्पों का निर्यात आज ८,००० करोड़ रूपये के स्तर पर है। अतः शिल्प उत्पादों की राष्ट्रीय बिक्री करीब ५०,००० करोड़ रूपये लगाई जा सकती है।

निर्यातक बाजार का आकारः- कुछ देश प्रमुख आयातक है, जो व्यापारिक मूल्य का करीब ८० प्रतिशत या उससे ज्यादा के लिए जिम्मेदार हैं। यह देश है यू०एस०ए०, जर्मनी, यू०के०, फ्रॉस, इटली, नीदरलैंड, जापान, स्विटज़रलैंड और कनाडा। इसकी तुलना, जिन देशों से इनमें उपहार व सजावटी वस्तुएँ आती हैं।

कुछ प्रमुख आयातक देशो के अनुसार ट्रेड वैल्यु का ८० प्रतिशत या उससे अधिक है। ये देश हैं— यू०एस०ए, जर्मनी, यू०के०, फ्रॉस, इटली, नीदरलैंड, जापान, स्विटजरलैंड और कनाडा। उन देशो से तुलना करने पर जहाँ ये सजावटी और गिफ्ट आइटम आते हैं, उनकी संख्या बहुत अधिक है और वे हैं— चीन, दक्षिण कोरिया, ताइवान, फिलीपींस, मलेशिया, इंडोनेशिया, श्रीलंका, पाकिस्तान, ईरान, टर्की, मेक्सिको, थाइलैंड, बांग्लादेश,

वियतनाम, और कई अन्य अफ्रीकी व मध्य और दक्षिणी अमरीकी देश। इसमें से कई उद्भव स्थल हस्तशिल्प में माहिर हैं। लेकिन, चीन अकेला, विश्व निर्यात का १० प्रतिशत अंश लेकर बाजार में वर्चस्व बनाए है। इसके विपरीत, भारत का अंश एक प्रतिशत है।

अभ्यास-

१– १९६० के फैशन ट्रेन्ड्स और २१वीं सदी के शुरू के ट्रेन्ड्स का तुलनात्मक अध्ययन करिए।

२– भारत में बिक रहे विभिन्न ब्रांड नामों को ढूढ़िये। कम से कम १० नामों की सूची बनाइये।

१४.५ सारांशः-

भारतीय फैशन उद्योग अभी अपने बाल्यकाल में है। आवश्यकता है एक व्यस्कता की जो इसे एक व्यवस्थित व संगठित वर्ग में बदल दे।

भारत सदा से हस्तशिल्प और हथकरघों में उन्नत रहा है। हर प्रदेश अपनी विशिष्ट प्रकार के कपड़े, छपाई, कढ़ाई, शिल्प और कढ़ाई के लिए जाना जाता है। सभी कुछ स्थानीय शिल्पकार द्वारा किया जाता है और परम्परा पीढ़ी दर पीढ़ी चलती चली जाती है। वैश्विक बाजार के लिए शायद ही किसी डिजाइन विकास या प्रयास की आवश्यकता है। सक्षमता है लेकिन एकाग्रित प्रयास की कमी है।

२०वीं सदी के अन्त तक, फैशन उद्योग विकसित नहीं था। सच तो यह है कि यह आज भी अपने विकसित होने की अवस्था में है। अच्छे डिजाइन्स की रचना के लिए कच्चा माल यहाँ है– उन्नत और विस्तृत सांस्कृतिक पृष्ठभूमि, रचनात्मक हस्तशिल्पकार और स्पस्ट रंग। कमी है तो सही आधार से सही प्रक्षेपण की।

मध्य १९वीं सदी के कपड़े अति भड़कीले, स्टाइलिश और सुरूचिपूर्ण होते थे, परन्तु उनमें डिजाइनर, लेबल्स, और फैशन हाउसेस के अस्तित्व की कमी थी। लोग अपने कपड़े आस–पड़ोस के दर्जी से सिलवाते थे। २१वीं शताब्दी के आने ने, फैशन व्यवसाय को एक अधिक व्यावहारिक व स्थायी तस्वीर दी है।

सच्चा फैशन वही है जो वहन करने योग्य हो। भारत में, फैशन ने डिजाइनर्स को नए अवसर प्रदान किए हैं। इसीलिए ऐसे लोगों और औद्योगिक वर्गो की संख्या लगातार बढ़ रही है जो फैशन उद्योग और डिजाइनर को अपना केन्द्रिय क्षेत्र बनाना चाहते हैं। डिजाइनर्स ने पश्चिमी प्रचलनों को भारतीयता के साथ मिलाकर, अपने वस्त्रों की श्रृंखला की रचना

करनी शुरू कर दी है जिससे उनके डिजाइन्स सारे विश्व में प्रशंसनीय हों।

इन्डिया फैशन वीक जैसे आयोजनों का मुख्य उद्देश्य औद्योगिक व्यावसायियों को, अपने व्यापारिक अवसर विकसित करने, अपना कौशल प्रदर्शित करने और रचनाओं का विपणन करने के लिए स्थान प्रदान करना है। लैक्मे इन्डिया फैशन वीक ने भारतीय फैशन उद्योग को नई ऊँचाई दी है क्योंकि इसने सारे विश्व के उपभोक्ताओं का ध्यान अपनी ओर आकर्षित किया है। फैशन वीक ने रोजगार के अवसर भी उत्पन्न किए हैं और अन्य व्यवसायों जैसे–कोरियोग्राफी, मेक–अप आर्टिस्ट्स और फैशन फोटोग्राफ्स का विकास भी किया है।

घरेलू फैशन उद्योग को आवश्यकता है, बेहतर वितरण सुविधाओं के विकास की, और एक व्यवस्थित फुटकर विक्रेता तंत्र की। फैशन विपणन द्वारा भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई जाती है। तथ्य है कि फैशन सदा बदलता रहता है और इसीलिए विपणन एक महत्वपूर्ण तत्व बन जाता है क्योंकि इसे उपभोक्ता की सदा बदलती रहने वाली मॉग के अनुसार ढ़ालना पड़ता है।

भारत के १५ बिलियन डालर के टेक्सटाइल मॉर्केट का २ बिलियन डॉलर भाग फैशन व्यापार का है। हस्तशिल्प ने भारतीय फैशन उद्योग को नई ऊँचाइयों तक पहुँचाने व भारत की संस्कृति व भारतीयता को परिरक्षित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

व्यावसायिक प्रबन्धन वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा फैशन उद्योग रचना, रख–रखाव व कार्यान्वित करता है व समन्वयित प्रयासों द्वारा सर्वश्रेष्ठता हासिल करता है। सर्वोपरि, भारतीय डिजाइनर्स को फैशन को एक रचनात्मक पक्ष की तरह नहीं बल्कि व्यावसायिक अवसर की नजर से देखना, सीखना होगा।

१४.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ २०वीं सदीं में फैशन उद्योग का परिदृश्य क्या था ?

प्रश्न–२ फैशन उद्योग को अव्यवस्थित क्यों कहा जाता है ?

प्रश्न–३ फैशन उद्योग के विकास में फैशन डिजाइनर की क्या भूमिका होती है ?

प्रश्न–४ भारतीय फैशन उद्योग का भविष्य क्या है ?

प्रश्न–५ भारतीय हस्तशिल्प व उनके भविष्य पर संक्षेप में लिखिए ?

१४.६ स्वाध्ययन हेतुः-

सुझावित है कि सभी डिजाइनर पत्रिकाओं जैसे इनसाइड–आउटसाइड, फेमिना, मार्ग, आर्ट इन्डिया का अध्ययन करें जिससे फैशन उद्योग की भूमिका व कार्यप्रणाली के बारे में अधिक जान सकें।

१– मेहर कास्टेलिनों द्वारा लिखित, रूपा एण्ड कम्पनी द्वारा प्रकाशित फैशन कैलीडोस्कोप।

२– मार्क ईजी की, ब्लैक–वेल प्रकाशन की फैशन मार्केटिंग।

संरचना

१५.१ यूनिट प्रस्तावना

१५.२ उद्देश्य

१५.३ भारतीय फैशन डिजाइनर

१५.४ सारॉश

१५.५ स्वनिर्धार्य प्रश्न/अभ्यास

१५.६ स्वाध्ययन हेतु

१५.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

भारत में फशन उद्योग एक नियमित उन्नति कर रहा है। फैशन डिजाइनर को रचनात्मक व नव–निर्माणी होना चाहिए। उन्हें अपने विचार व कल्पनाएँ अपने डिजाइन्स में रेखाचित्रों द्वारा व्यक्त करनी होती है। उनके अन्दर टोन्स, शेड्स और रंगों का समन्वय करने की पूर्ण क्षमता होनी चाहिए। अपने द्वारा डिजाइन किए जा रहें आउट–फिट को त्रिआयामी रूप में कल्पना करने में सक्षम होना चाहिए। आधारभूत सिलाई कौशल और तकनीकी ज्ञान तथा अनुभव होने और विभिन्न प्रकार के कपड़ों में अन्तर कर पाने की क्षमता के साथ–साथ, डिजाइनर को यह जानकारी भी होनी चाहिए कि उसके आस–पास फैशन की दुनिया में क्या चल रहा है। एक डिजाइनर तभी अच्छा कहा जा सकता है जब कस्टम–मेड पोशाकों और डिजाइनर पहनावों की डिजाइनिंग में मौलिक प्रयोगात्मक व आविष्कारक हो। इसीलिए डिजाइनर्स को सदा, हर मौसम के लिए नए विचारों, कपड़ों, शैलियों व सिलहौटीज़ के साथ प्रयोग करते हुए देखा जाता है। वर्तमान बाजार से प्रतिद्वन्दिता करने के लिए यह जानना आवश्यक है कि समकालीन डिजाइनर्स कैसे कार्य कर रहें हैं।

१५.२ उद्देश्यः-

इस यूनिट में उन लोगों के नामों की सूची है जिन्होने फैशन की दुनिया में अपना नाम बनाया है। संक्षेप में डिजाइनर के बारे में तथा उनके काम करने की शैली, उनकी उपलब्धियॉं, और फैशन जगत में उनका योगदान भी बताया गया है।

आज के फैशन के क्षेत्र के डिजाइनर्स के विषय में अध्ययन, विद्यार्थियों को फैशन जगत के बारे में ज्ञान मिलेगा। इससे उनके अन्य डिजाइनर्स के कार्य के विषय में सोचने, समझने, ऑकलन करने और तुलना करने की क्षमता बढ़ेगी जिससे उनकी अपनी सक्षमता

बढ़ेगी।

१५.३ भारतीय फैशन डिजाइनरः-

अबु जानी और संदीप खोसलाः-

यह दो स्वघोषित डिजाइनर्स साथ कार्य करते हैं और सफलता, ध्यानकर्षक, ख्याति और हाईप के माध्यम से जाने जाते हैं। इन्होने इस क्षेत्र में कोई औपचारिक शिक्षा नहीं ली है और अपना नाम सिर्फ अपनी रचनात्मकता और कड़ी मेहनत के बल पर बनाया है। हैरोड्स में अपनी रचनाओं का प्रदर्शन करने वाले पहले कुछ डिजाइनर्स में यह भी थे। यह मूलतः परम्परागत पोशाकें बनाते हैं।

अकी नरूलाः-

अकी, पुरूष व महिलाओं, दोनों के लिए, भारतीय व पाश्चात्य, दोनों पहनावे डिजाइन करते हैं। इन्हे डैमानिया फैशन डिजाइनर पुरूस्कार मिला था। इन्होने कई फैशन शूट्स और विज्ञापनों के लिए स्टाइलिश के रूप में काम किया है। वह थियेटर और फिल्मों के लिए परिधान भी डिजाइन करते हैं। इन्होनें हाल ही में कपड़ों के अलावा लाइफ–स्टाइल लिनेन, मोमबत्ती स्टैंड और स्क्रीन डिजाइन करने का काम शुरू किया।

अनुराधा वकिलः-

अनुराधा ने टेक्सटाइल शिल्पों का पुर्नउत्थान किया है। इन्होनें कलमकारी, हाथ की ब्लॉक प्रिटिंग और बॉधनी को अपने डिजाइन थीम्स में प्रयोग किया है। इनका 'नूर' नामक एक लेबल जिसके आधीन यह अपने डिजाइन्स का विक्रय करती हैं।

यह मुख्य हाथ से बुने गए, प्राकृतिक रेशों से बने कपड़ो का प्रयोग करती है। वह टेक्सटाइल केन्द्रो पर जाकर शिल्पकारों और मास्टर बुनकरों के साथ बैठकर नए डिजाइन्स की रचना करती है। इनके डिजाइनस् अतुलनीय, साधारण रूप से कटे हुए होते हैं क्योंकि ध्यान सदा टेक्सटाईल, बुनाई, प्रिंट और शिल्प पर केन्द्रित होता है। वह ऐसे लोगों के लिए डिजाइन करती हैं जिनका सौन्दर्य–बोध अति विकसित हो और जो हस्त–निर्मित वस्तुओं के प्रति बचनबद्धता और चाहत रखते हैं। उनके उपभोक्ताओं में कला, थियेटर और डिजाइन के क्षेत्रों के लोग शामिल हैं। हर सीजन में, नए संग्रह बनाती हैं जो किसी विशिष्ट टेक्सटाइल शिल्प पर आधारित होते हैं। हाल के दिनों में, उनका जोर पर्यावरण संरक्षण पर रहा है और इसीलिए उन्होनें वेजीटेबल डाईज का प्रयोग किया

है। उनके जिम्मे है भारत की परम्परागत हस्तकलाओं के पुर्नउत्थान का कठिन कार्य।

अनीता डोंगरे:-

अनीता ने अपनी औपचारिक शिक्षा एस०एन०डी०टी० मुम्बई से ली और 'मैस्क्यू' के लेबल तले विक्रय करना शुरू किया। वह भारत, लन्दन, वैनकुवर, सिंगापुर और दुबई के स्टोर्स को भी सप्लाई करती हैं। तब इन्होने, अपना स्त्रियों के लिए पाश्चात्य पहनावों को लेबल और उतारा जो, आरामदेह, स्टाईलिश, ब्रॉडेड और वहन योग्य कपड़ो की बढ़ती आवश्यकता की पूर्ति करता है। उनका नवीनतम कार्य है अपने नाम पर शुरू किया गया लेबेल अनीता डोनरे, जो भारतीय रचनात्मक शिल्प, को दर्शाते, क्लीयर कट्स और सरलता प्रदर्शित करता है।

अंजना भार्गव:-

इनके लेबेल में आराम, वियरबिल्टी और ऐफ्रोडबिल्टी झलकती है। इनके सिलहौटीज़ प्रेरणात्मक होते हैं। इनके संग्रहों में एक दबी हुई सुरूति झलकती है और रोमांटिक कपड़ों पर अतिविशिष्ट कढ़ाई की श्रृंखला दिखती है।

अंशु अरोरा सेन:-

यह स्नातक है और इनके कपड़े भड़कीले, कैजुवल और पहनने मे आसान हैं। इनके रंग सरल पर रूचिकर हैं। यह प्रायः, परम्परागत हस्त–निर्मित कार्य को, आधुनिक समकालीन संदर्भ में ढाल कर, प्रयोग करती है। उनके कपड़े उन लोगों के लिए बेहतर हैं जो, कपड़ों के साथ थोड़ा मज़ा लेना चाहते हैं।

अर्पणा जगधारी:-

यह निफ्ट से स्नातक हैं जिन्होने कम्प्यूटरीकृत डिजाइन्स, टेक्सटाइल वीविंग प्रोजेक्ट्स पर काम किया है और कई नाटकों के लिए भी परिधान डिजाइन किए हैं। १६६६ में इन्होने अपना स्टोर 'फ्री–फॉलिंग' स्थापित किया। इनके सिलहौटी मूलतः पश्चिमी है लेकिन भारतीय–पाश्चात्य रूप के साथ। रंग, कपड़ा और कढ़ाई भारतीय है। रंग, डिजाइनिंग के प्राण हैं और इनके कपड़ों को मुख्य केन्द्र रंग–अवरोध है। गाढ़े रंगों को ग्राफिक शैली में प्रयोग किया जाता है। इनके कपड़े अलग–अलग या विविध प्रकार से मिलाकर पहने जा सकते हैं।

आशिमा और लीना सिंहः-

यह दुल्हन व कढ़ाइयों में विशेषज्ञ हैं। इनको जोर कपड़े, ड्रेप्स, सिलहौटीज़, कढ़ाई और अतिविशिष्ट रंग-बोध पर होता है। इनके संग्रहों में सदा से, एक विशिष्ट, अतुलनीय और मौलिक परम्परागत आकर्षक होता है। आज एक स्थापित व अच्छी ख्याति प्राप्त लेबल, इनके डिजाइन्स में जबरदस्त अति-विशिष्ट शिल्पकारी दिखती है।

इनके डिजाइन्स परम्परागत व समकालीन, भारतीय व भारतीय-पाश्चात्य, दोनों हैं। दुल्हन के पहनावे के लिए, वह अतिविशिष्ट और नजाकता के साथ हस्तनिर्मित अति उत्तम रचनाएँ करते हैं। इनका उद्देश्य कलात्मक और टाईमलेस कपड़े बनाने का है जिन्हें पीढ़ी दर पीढ़ी दिया जा सके। इन्हें मिस इन्डिया -९९' 'गुल पनाग' का व्यावसायित डिजाइनर होने का गौरव भी प्राप्त है।

आशीष सोनीः-

इन्होने निफ्ट से स्नातक किया है। इन्होने अपना लेबल 'आशीष सोनी' उतारा। पुरूष व महिलाओं के लिए डिजाइन्स रचने में इनकी कल्पना शक्ति, रचनात्मकता और क्षमता ने ही जल्दी ही गुणवत्ता और शैली में प्रख्यात बना दिया। कहना आवश्यक नही है कि आज आशीष के मुवकिलों में सार्वजनिक फिगर्स, मीडिया व्यक्तित्व और अग्रिणी इन्टरप्रेनरशिप शामिल हैं। इनकी संरचनात्मक रेखाएँ अति सरल, साफ कट्स और परफेक्ट फिनिश के गुण लिए होती है। उनका शैली का मौलिक बोध, उनकी रचनात्मकता और उनकी मौलिकता ने उन्हें ऐसी वस्त्र निर्माण की क्षमता दी है जिससे वह अति सरल परन्तु नाटकीय पोशाकों का निर्माण करते हैं।

दीपिका गोविन्दः-

इनका विश्वास है कि सरलता ही स्टाइल है। इनके कपड़ों में डिफाइन्ड कट होता है और यह अत्यधिक समकालीन रूप लिए होते हैं। विविधता उनकी शक्ति है। लेकिन, शरीर के प्रकार व व्यक्तित्वों के अनुसार व्यक्तिगत डिजाइन करना, व्यक्ति की जीवनशैली के अनुसार वार्डरोब और ट्रोस्यू (दुल्हन के साथ जाने वाला समान) की रचना करना उनका मजबूत पक्ष रहा है, साथ ही रेडी-टू-वियर भी बनाती हैं। यह विशेष हाथ से बुने कपड़ो का प्रयोग करती हैं और अपनी कल्पनानुसार कपड़ों की रचना करवाने के लिए बुनकरों के साथ कार्य करती हैं। वह टेलरिंग और क्राफ्ट तकनीकों का प्रयोग रेशमी व सूती क़पड़ों पर भी करती है। इनके कपड़े सरल, क्लीन कट और विस्तृत होते हैं। लेबल २ है- डी२ जीः यह इनकी रेडी-टू-वियर श्रृंखला है। इनके संग्रहों में आधुनिकता

होती ० ओर यह अपनी वियरबिल्टी के लिए जानी जाते हैं। लेबल ३ है—औरा: यह इनकी अलंकृत, प्रदर्शनीय श्रृंखला है। अतुलनीय इवनिंग वियर और दुल्हन के लिए आदर्श परिधान। विस्तार के लिए उनका ध्यान अनुपम है और वह अनुपम कढ़ाई का प्रयोग करती हैं। लेबल ४—डी: एसेसरीज की एक श्रृंखला जिस पर वह आजकल कार्य कर रही हैं।

हेमन्त त्रिवेदी:-

फैशन स्टाइलिस्ट, कोरियो ग्राफर, डिजाइन प्रोफेशन और निश्चित ही, भारत के अग्रिणी और अति महत्वपूर्ण फैशन डिजाइनर्स में एक हैं, हेमन्त। इन्होने अस्ट्रेलियन टेक्निकल इन्स्टीट्यूट ऑफ फैशन डिजाइनिंग से स्नातक किया तथा उसके बाद फैशन इन्स्टीट्यूट ऑफ टेक्नोलोजी, न्यूयार्क से आगे की शिक्षा प्राप्त की। इन्होने फेमिना मिस इन्डिया प्रतियोगिता को निर्देशित किया है और प्रतियोगिता के प्रतिनिधियों की कोरियोग्राफी और ग्रूम के इन्चार्ज थे। इन्होने ऐश्वर्या राय, डायना हेडन, और प्रियंका चोपड़ा के कपड़ों की रचना की थी। भारत के फैशन दृश्य पटल पर त्रिवेदी के योगदान को भुलाया नही जा सकता। फैशन आलोचकों का कहना है कि हेमन्त के अन्दर किसी 'लुक' का समय से बहुत पहले अनुमान लगा लेने की क्षमता है। इनकी रचनाएँ प्रायः ट्रेन्डसेटर्स रही हैं।

जतिन कोचर:-

इन्होने कोई औपचारिक शिक्षा नहीं ली है लेकिन अपनी डिजाइन कल्पनाओं में भारतीय परम्परा को शुद्ध शहरी प्रभाव के साथ मिलाने की अद्भुत क्षमता है। सरलता और निश्चित लाइन्स पर, इनकी रचनाओं में अधिक जोर होता है। शहरी जीवनशैली को ध्यान में रखते हुए, इनकी रचनाएँ, एसेसरीज में परिवर्तन करके, दैनिक व औपचारिक दोनो तरह से पहनी जा सकती हैं। इन्होने फ्यूजन विषय पर कार्य किया है जिसमें भारतीयता की झलक है। इन्होने अत्याधुनिक कपड़ों को स्वरोवस्की क्रिस्टल्स से जाया है।

जे० जे० वलाया:-

इन्हे फैशन सीजर्स में से एक माना जाता है। असंख्य क्रेडिट्स अपने नाम के साथ जोड़ने के साथ, वलाया उच्च वर्ग के डिजाइनर रहे हैं। इनका जोर बारीक हस्तकारी पर होता है। इनके कपड़े महंगे कपड़े, फाइन ड्रेप्स और अतिविशिष्ट कढ़ाई का मेल होते हैं। इनकी डिजाइन रचनाएँ अनुपम व अद्वितीय होती हैं और बहुत ऊँचे मूल्यों पर विक्रय होती हैं।

किरन उत्तम घोष:-

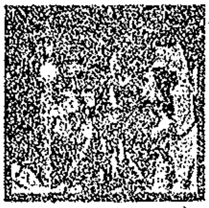
इनके कपड़ों में अन्तर्राष्ट्रीय अपील होती है। यह कोशलपूर्ण ढंग से परम्परागत

भारतीय और अन्तर्राष्ट्रीय का मेल कराती है। इनके कपड़े अन्डर–स्लेटेड होते हैं, जो शेप्ड सिलहौटीज़ और कैरेक्टरिस्टिक ड्रेप्स में होते हैं। यह व्यक्तिगत महिलाओं के लिए डिजाइन करती हैं। अपने डिजाइन्स में सरलता व सत्यता पर संकेन्द्रित करती है। इनका लेबेल 'किमोनो' भारत के सबसे ज्यादा बिकने वाले डिजाइनर लेबेल्स में से एक है।

कृष्णा मेहता:-

इन्होंने फैशन डिजाइनिंग में परा–स्नातक किया तथा वीविंग में विस्तृत ट्रेनिंग लेने के बाद, १९८२, में वस्त्र निर्यात के अपने पुश्तैनी व्यवसाय से जुड़ गई। आपने पुरूषों के लिए कृत पहनावों के साथ फैशन उद्योग में तूफान ला दिया। इनके परफेक्टली कट और साफ फिनिस्ड लाइन्स ने मेन्स वियर में इन्हें एक सम्मानित नाम के रूप में स्थापित कर दिया। पहली मेन्स वियर डिजाइनर जल्दी ही इन्डो–वेस्ट लाइन लेकर आई और १९९४ मे महिलाओं के लिए फ्यूजन लाइन्स लेकर आई, जो निश्चित ही, देश में देखी जाने वाली अपनी तरह की एक ही रचना थी।

ललित व सुनीता जलान:-



ललित में बाल्यावस्था से कपड़ों के प्रति पागलपन था। मेल कोटर में वह देश के सफलतम डिजाइनरों में से एक हैं। अपनी पत्नी सुनिता के साथ, इन्होने कोलकाता का पहला, विशिष्ट व परम्परागत मेन्स वियर स्टोर, 'ह्यूमर' एक डिजाइन स्टूडियो खोला। संग्रह का मानकचिन्ह हल्के क्रीम्स, पीच, ब्राउन, मार्वस और हरे रंग के टोन्स हैं जो बहुत परिपक्व प्रभाव उत्पन्न करते हैं। इनके कपड़े जटिल व बारीक कढ़ाई, कपड़ों पर कन्सेप्ट्स व सिलहौटीज़ के अनोखे मेल के लिए जाने जाते हैं। कलात्मक सिलहौटीज़ का कौशलपूर्ण संयोजन इनके कपड़ों को समकालीन ढांचा देता हैं प्रयास परिश्रमी है, हर बुनाई, टेक्सचर, ड्रेप करने की क्षमता और रख–रखाव में आसानी के लिए कपड़े का निरीक्षण किया जाता है।

लीना टिपनिस:-

यह उन डिजाइनर्स की श्रेणी में आती है जिन्होने धीरे–धीरे, कड़ी मेहनत और अनुशासित व्यावसायिक बोध के साथ सफलता की सीढ़ियाँ चढ़ी हैं। इनमें औपचारिक अध्ययन की कमी है परन्तु इनके अन्दर एक जन्मजात इच्छा है, कपड़ों की रचना करनी की। इनकी फ्यूजन लाइन्स भारत और यूरोप में बिकती हैं। जोर सदा से अभियांत्रिकी और पहनने की क्षमता पर रखती है। इन्हे प्राकृतिक रेशों पर कार्य करना प्रसन्द है। प्राकृतिक रेशों पर कार्य करना इनका मजबूत पक्ष भी रहा है। लीना टिपनिस पिछले कुछ सीजन्स से फ्यूजन कोटर में संभावनाएँ खोज रही हैं और अब ऐसे लुक तक पहुँच गई हैं

जिसमें क्लासिक इलीगैन्स को साफ्ट सेंसुवल्टी के साथ संयोजित किया गया है।

मनीष मल्होत्राः-

'स्वर्ग' में जूही चावला के लिए डिजाइन करके, इन्होने डिजाइनर के रूप में अपना प्रभाव बनाया। आज उनका नाम हिन्दी फिल्मों के स्टाइल का पर्याय माना जाता हैं तब से, इन्होने, श्रीदेवी, उर्मिला मांतोडकर, करिश्मा कपूर, करीना कपूर, काजोल, रवीना टंडन, मनीषा कोईराला, माधुरी दीक्षित, ट्विंकल खन्ना, शिल्पा शेट्टी से लेकर ऐश्वया राय, रानी मुखर्जी और प्रीति जिंटा तक के लिए डिजाइन किया है। कई अवसरों पर इन्होनें शाहरूख खान व आमिर खान को भी अलंकृत किया है। मनीष की फिल्मों की सूची का अन्त नही है और इन्होने कई पुरूस्कार प्राप्त किए हैं। कई प्रतिष्ठित परिवारों के लिए शादी के ट्रोस्यू भी इन्होने तैयार किए हैं। इनकी लोकप्रियता और भी बढ़ी जब इन्होने विशिष्ट रूप से माइकल जैक्सन के लिए डिजाइन किया। माइकल इतना प्रसन्न हुए कि उन्होने 'मुनिच' में अपने शो के लिए परिधान डिजाइन करने के लिए मनीष से आग्रह किया। इनके कपड़ो को अच्छी प्रतिक्रिया मिलती है। इनके संग्रह का एक भाग थी कढ़ाईदार डेनिम वियर जो सब जगह अति लोकप्रिय हुई।

मनोविराज खोसलाः-

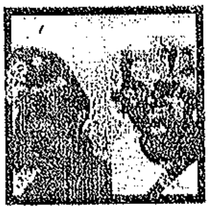
इन्होने मेन्स वियर से शुरू किया और वोमेन्स वियर की ओर बढ़े। फिर इन्होने स्पोर्टी, कैजुवल, रेडी–टू–वियर, किंगफिशर लाइन डिजाइन किया जिसने विविधता दी। यह भारतीय व पाश्चात्य, दोनो शैलियों में डिजाइन करते हैं, और कट्स और कपड़ों के साथ प्रयोग करते हैं। इनके भारतीय परिधानों में शैली और कट पर, इम्ब्रायडरी से ज्यादा, जोर होता है। भारतीय वोमेन्स वियर के लिए लॉयरा और सिंथेटिक निटेड कपड़े के प्रयोग ने, इनके कपड़ों को अन्तर्राष्ट्रीय फील दी है। भारतीय मेन्स वियर कुर्ते, शेरवानी और बन्दगला में न्यूनतम कढ़ाई होती है।

मीरा और मुजफ्फर अलीः-

इन्होने सदियों पुरानी परम्परा को पुर्नजीवित कर दिया हैं ज़रदोजी और चिकनकारी, दोनों ही आज, समकालीन व अन्तर्राष्ट्रीय बन गए हैं। इनके कपड़ों से सौन्दर्य और मानवता, शान्ति व सहृदयता जुड़ी होती है। इनका प्रयास शैली को सबसे विस्तृत रूप में देखना और वैश्विक अपील व रेवेलेन्स की डिजाइनिंग करने का है। बारीक विस्तृत कार्य करे, इनकी श्रृंखला में, भारतीयता और पश्चिमी फार्मस को सरल शिल्प तकनीकों जैसे चिकन, जरदोजी, टुकड़ी और ऐप्लीक्यूज़ का प्रयोग करके नाटकीय प्रभाव उत्पन्न किया जाता है। परम्परागत लहंगो से लेकर, लम्बे कोट्स, शार्ट जैकेट, ड्रेसेस, स्कर्टस और ट्राउजर्स तक इनकी श्रृंखला काफी

विस्तृत है। यह जैन्टली विचल्टेड, हल्के, कढ़ाईदार और हस्त निर्मित हैं।

मोना और पालीः-



यह बंगाली बहनों की जोड़ी, कैजुवल से लेकर हैवी फार्मल तक के कपड़े डिजाइन करती हैं। इनके कपड़ों में कई डिजाइन तत्वों का मिश्रण होता है जो मुख्यतः भारत की पारम्परिक व सांस्कृतिक जड़ों से प्रेरित होते हैं। इनके डिजाइन्स में माध्यम का असामान्य मिश्रण मिलता है। चाहे वह टेक्सचर्स हो, टेक्सटाइल प्रिन्ट या कढ़ाई। इन्होने कांथा, लोककला मोटिफ्सं (मधुबनी, वरली, पट्चित्र) और अल्पना को लुप्त होने से बचाकर, हाउट कोटर संस्कृति के स्तर की ऊँचाई पर ला दिया। इनहोने ब्लॉक प्रिन्ट को स्प्रे/स्मूज प्रिन्ट और हैन्ड पेन्ट के साथ संयोजित किया और कपड़ों की तहों में काटकर विशिष्ट पैटर्नस् तैयार किए। इन्होने कई प्रकार की अलंकरण तकनीकों का प्रयोग किया और सेरेमिक कार्ड, टेराकोटा, मौली, रस्सी, लकड़ी और शेलेक बटन तथा गाज जैसे कई वस्तुओं के साथ काम किया है।

मोनिशा बजाज़ः-

मोनीशा के कार्य की अपनी अलग पहचान है और व्यक्ति में सभी कुछ खरीद लेने की इच्छा जगाती है। इन्होने गुजरे जमाने की लोक–परम्परा को पूरी तरह समकालीन पैलीट में डालकर पेश किया है। मोनीशा के लिए फैशन का अर्थ, सौन्दर्यपूर्ण शैली का होने से है। वह अपनी प्रेरणाएँ उन तत्वों से लेती हैं जो उनकी स्वाभावित शैली और रचनात्मकता से मेल खाती है। कलात्मक होने के कारण वह अपने डिजाइन्स में प्रयोगात्मकता का उत्साह भी लाती हैं। परम्परागत कपड़ों पर बारीक विस्तार, टेक्स्चरल खूबसूरती बढ़ाने के लिए कग्ढ़ाई की प्रयोग और सिलहौटीज़ का सुन्दर प्रयोग जो फंक्शनल होने बावजूद फेमिनिन होते है; मोनिशा फैशन की अच्छी रचनाकार हैं। उनके टेक्सटाइल आकर्षक होते हैं, रंग विविध, बुनाई एक मजबूत पक्ष होता है। फिट के साथ फार्म का प्रयोग जो भारतीय ड्रेप परम्परा का अभिन्न अंग है। मोनीशा का डिजाइन बोध नव–निर्माणी है किन्तु कलात्मक भी।

मोनीशा जयसिंहः-

यह स्त्रियों के वस्त्रों की डिजाइनर–कम निर्माता के रूप में कार्य कर रही हैं। इनका काम, इनके लाजवाब प्रिन्ट्स, व्यावसायिक कटिंग की साफ्टनेस और मूल्य के प्रति सजगता के कारण प्रंशनीय है।

निकी महाजनः-

यह बिहार, गुजरात, राजस्थान, असम और अन्य पिछड़े क्षेत्रों के अति कुशल कारीगरों के साथ कार्य करती हैं। इनका प्रयास, देश के रहस्यमयी ऑन्तरिक हिस्सों में छिपे विशाल कौशल स्रोतों के साथ सम्बन्ध बनाए रखना हैं आदिवासियों के साथ काम करके निकी ने अपलिटिंग घास को प्राकृतिक तत्वों से ट्रीट करके एक कपड़े 'रीड्स' की रचना की है। यह ट्रोस्यू और ओकेजन वियर में विशेषज्ञ हैं जिसमें ज़ोर-क्लीन कट सिलहौटीज़ और विस्तृत हस्तकारी पर रहता है।

पायल जैनः-

यूनाईटेड स्टेट्स से फैशन में स्नातक तक, यह एक स्टाडीज चलाती हैं जहाँ डिजाइन का सीमलेस इन्टीग्रेशन और निर्माण प्रक्रिया के साथ पारम्परिक शिल्पों का पुर्नउत्थान भी होता है। अधिकतर प्रयुक्त कपड़े अनुपम और हाथ से बुने होते हैं। विविध कपड़ों जैसे रेशम, सूती ऊनी और मलमल के साथ कार्य करते हुए, इनका प्रयास नए प्रयोग करने और कुछ नया रचने का होता है। छपाई हाथ से, वेजीटेबल डाईज द्वारा की जाती है। इन्होने पुरानी भारतीय तकनीकों को आधुनिक नजरिए के साथ प्रयोग करके ध्यानाकर्षक प्रिन्ट्स डिजाइन किए हैं। हर सीजन में भिन्न, यह प्रशंसनीय प्रिन्ट्स इनकी पहचान है। अन्य मजबूत पक्ष है हाथ की कढ़ाई, जहाँ पारम्परिक मोटिफ और तकनीकों को बार–बोर नए रूपों में ढ़ाल कर, समकालीन प्रचलनों के लिए बनाया जाता है। यह पर्यावरण संरक्षित एसेसरीज को प्राथमिकता देती है।

पूनम भगतः-

इनके कपड़े रोमांटिक, मिस्टिकल लेकिन साथ ही स्वप्न जैसी खूबसूरती से ओत–प्रोत होते हैं इनका डिजाइन फिलॉस्पी है अन्डर–स्लेटेड चिक और यह इनके कट्स और कपड़े के प्रयोग में झलकती है। यह प्राकृतिक शुद्ध कपड़ों पर संकेन्द्रित रहती हैं सूती, वॉयल, चंदेरी, क्रेप, टसर और खादी सिल्क इनके पसन्दीदा कपड़े हैं। इनके सिलहौटीज़ अधिकतर भारतीय होते हैं और फ्यूजन वियर इनके संग्रह का महत्वपूर्ण भाग है।

प्रियदर्शिनी रावः-

इनके कपड़ों का महत्वपूर्ण पक्ष है आराम। इनकी पोशाके क्लीन कट होते हैं और साथ ही प्रशंसनीय कपड़ा व फिनिश का प्रयोग होता है। इनका मानना है कि कपड़े का टेक्सचर महत्वपूर्ण है और पोशाक की सौन्दर्य अपील को बढ़ाता है। यह अपने कार्यो पर भारी काम या कढ़ाई नही करती क्योंकि इन्हें

लगता है कि इससे पोशाक पर से ध्यान हट जाएगा। इन्होने सिलहौटीज़ के साथ प्रयोग किए है और इन्हे बॉयस का रूप बहुत पसन्द है। कपड़ों को व्यक्ति के व्यक्तित्व का सौन्दर्य बढ़ाना चाहिए और वाइस–वर्सा और उनके कपड़े इसी विश्वास पर आधारित हैं।

पूजा नय्यरः-

इनकी रचनाओं का मजबूत पक्ष है हस्तनिर्मित पोशाकें। वह एक स्वच्छ व न्यून छवि की रचना करती हैं। वह अपनी हस्तनिर्मित पोशाकों पर विशेष ध्यान देती हैं और विशेष प्रकार से ट्रीटेड रेशों तथा विविध सरफेस ट्रीटमेन्ट्स द्वारा जटिल टेक्सचर का निर्माण व प्रयोग कर विशिष्ट कपड़ों का विकास करती हैं। पूजा का मानना है कि आज की स्त्रियों के कपड़े फैशनेबल, इन्डीविजुलस्टिक, इन्टेलीजेन्ट, स्टाइलिश होने चाहिए और उनमें ऐटीट्यूट और पैसे का मूल्य भी सिद्ध होना चाहिए। इनके परिधान टेक्सचर्ड, नई कढ़ाई तकनीकों द्वारा खूबसूरत कढ़ाईदार या फिर सादे वूवेन या निट्स में होते हैं। इनके साथ वह, स्टोर्स, स्कार्फर्स, बैग्स, कैप्स, जीवनशैली उत्पाद जैसे स्क्रीन्स और मेड–अप्स भी बनाती है। मेन्स वियर में इनका आना, जॉकेट, कमीजों और टेक्सचर्ड टाईज़ के लिए विशेष रूप से तैयार कपड़ों की उत्पत्ति लाया।

रान्ना गिलः-

इनका हर संग्रह सौन्दर्य और कल्पनाओं का मिला जुला सफर हैं। इनमें रचनात्मकता और प्रतिभा है और सौन्दर्य विस्तार पर ध्यान देती हैं। हर सीजन उनके लिए एक अनुभव है और हर संग्रह अपने अर्न्तमन का एक सफर है जहाँ वह हर बार एक नई दुनिया की खोज़ करती है जहाँ से वह अपनी प्रेरणा लेती है। एक दुनिया जो नई हो, ओस की तरह ताजी और अनुमानित राह से अलग हो।

रीना ढ़ाकाः-

यह अपने विषयक संग्रहों, जिनमें शीर ट्राउजर्स, क्रोशिए, स्ट्रेच जर्सी, ऊनी व स्पाइडर वेब मोटिफ्स शामिल हैं, के लिए बेहतर जानी जाती है। उनका मजबूत क्षेत्र है वेस्टर्न वियर और उन्हें गर्व है कि उनका ही पीस अलग–अलग पहना जा सकता है। एक दृश्यात्मक व्यक्तित्व क्योंकि उनकी छवि शब्दो से अधिक महत्वपूर्ण है। वह सिलहौटीज़ पर जोर देती हैं और खतरे उठाने के लिए सदैव तैयार रहती है। एक संग्रह में उन्होने भारतीय परिधानों के साथ फर और बूट्स का मेल करा दिया था। यह हर संग्रह में पाँच से छः लुक्स देती हैं।

रितु बेरीः

परम्परा कला और प्रेम इनकी रचनाओं की प्रेरणा हैं। रितु के अनुसार, "भारतीय सम्भाव्यों के लिए डिजाइन करना सम्माननीय और चुनौतीपूर्ण है।" इन्होन 'केरिंग मीन शेरिंग' फार पिपुल फार एनीमल नामक एक प्रोजेक्ट की स्थापना की जिसमें पशु–देखभाल केन्द्रो को फंड किया जाता है। इन्होने पशुओं पर आधारित शैली का अपना नया और अतुलनीय संग्रह भी निकाला जिसे "केरिंग मीन्स शेरिंग" कहा गया। इस संग्रह में टी–शर्ट, कैप्स, स्टफ्ड ट्वायज़ जग्स, नोट–पैड्स, पोस्टर्स पेन्स और की–चेन्स शामिल थे। इन उत्पादों को बेच कर उगाहे गए धन का प्रयोग देश भर में पशु–देखभाल केन्द्र स्थापित करने में किया जाएगा।

रितु कुमारः-

यह मुख्यतः ब्राइडल वियर में विशेषज्ञता रखती हैं, साथ ही इनके डिजाइन्स राष्ट्रीय व अन्तर्राष्ट्रीय सौन्दर्य प्रतियोगिताओं के लिए होते हैं। परम्परागत वीव्स और कपड़ों के साथ पश्चिमी डिजाइन्स को फ्यूज करना और इन्नोवेशन इनकी खूबी है।

'६०' व ७० के दशक में भारतीय परिदृश्य में काफी परिवर्तन आया, प्लास्टिक की जगह मिट्टी का प्रयोग होने लगा। यहाँ जीवनशैली का रीती–नीती से, परम्परा का आधुनिकता से सामना हो रहा था। तब, कुछ लोगों ने भारतीय शिल्प और डिजाइन की महत्ता को समझा। उन्होने जाना कि भारत सुन्दर कौशल्य की खान है। रितु कुमार ने इन्हे खोजा और पोशाक, कपड़े व एसेसरीज़ का निर्माण किया। उन्होने हाथ के ब्लॉक प्रिन्टर्स और कोलकाता के पास एक छोटे गाँव में दो टेबलेट्स से शुरू किया, और पिछले २८ सालों में, रितु के समर्पित डिज़ाइनर्स ने देश के कुछ अतिविशिष्ट पोशाकें और एसेसीज, सिल्क, सूती और चमड़े में बनाई हैं। इन श्रृंखलाओं में पारम्परिक टेक्सटाइल शिल्प और भारतीय डिजाइन्स की परम्परा देनो मिलती हैं।

इन्होने दिखा दिया है कि हस्त–निर्मित उत्पाद भी, मशीन से बनी वस्तुओं जितने लाभकारी और उनसे अधिक सौन्दर्यवान हो सकते हैं। उनका मजबूत पक्ष है पारम्परिक भारतीय कपड़े, जो भारत की टेक्सटाइल और कढ़ाई की विरासत पर बहुत निर्भर रहते हैं और अपने में क्लासिक माने जाते हैं। इनके इन्डो–वेस्टर्न फ्यूजन वियर में ब्लॉक प्रिन्ट्स, कढ़ाई और शिल्प को पश्चिमी शैली में डाला गया हैं।

इन्होने मिस इन्डियाज़ के लिए डिजाइन किया है, उनके अन्तर्राष्ट्रीय सौन्दर्य प्रतियोगिताओं (क्रमशः मिस यूनीवर्स, मिस वर्ल्ड, मि० एशिया पेसीफिक) के लिए डिजाइन किया है जिनमें मनप्रीत बरार, रूचि मल्होत्रा, रानी जयराज और लारा दत्ता शामिल हैं।

रॉकी एसः-

इन्होने कई बॉलीवुड सितारों के लिए डिजाइन किया है जिनमें अक्षय कुमार, रवीना टंडन, शिल्पा शेट्टी, रेखा, मनीषा कोईराला और श्रीदेवी शामिल हैं। इनके रिटेल आउटलेट में स्त्रियों व पुरूषों के लिए विशिष्ट रूप से डिजाइन करते हैं।

रोहित बालः-

टाइम पत्रिका ने इन्हे फैब्रिक और फैन्टेसी का मास्टर कहा है। भारतीय फैशन के सबसे उच्च वर्ग में इनका जो सम्मान है, वह हाई प्रोफाइल मुव्वकिल के कारण है जिनमें भारतीय मीडिया, फिल्म, फैशन और कार्पोरेट जगत के कुछ सबसे बड़े नाम शामिल हैं।

डिजाइन्स को कला मानने वाले, यह इतिहास, कल्पना, और लोककला की दुनिया से प्रेरणा लेकर अपनी कलाकृतियाँ तैयार करते हैं। फैशन दृश्य को इनका सम्बोधन बुद्धिमत्ता और अध्ययन के साथ–साथ कल्पनाशीलता और प्रेरणात्मकता का परिचायक हैं। इनका सौन्दर्य–बोध जबरदस्त है और इनकी हर रचना, हाथ से रची खूबसूरत कहानी होती है जिस पर हर चीज़ पर विशेष ध्यान दिया जाता है। यह सर्वश्रेष्ठ मैटेरियल्स और कारीगरी के साथ कार्य करते हैं, स्थानीय करीगर इनके सपनों को हकीकत में बदलते हैं।

रोहित गाँधीः-

स्नातक करने और न्यूयार्क आधारित फैशन हाउस में पाँच साल काम करने के बाद, इन्होने एच०टू०ओ० नामक ब्रान्ड उतारा जो घरेलू मार्केट के लिए मेन्स शर्ट और टाईज़ विक्रय करता हैं एच०टू०ओ० की सफलता के बाद, इन्होने राहुल खन्ना के साथ जुड़कर "सीयूई" लॉंच किया है।

राहुल खन्नाः-

निफ्ट् से अपारेल मर्चेन्डाईजिंग का अध्ययन करने के बाद, इन्होने नयी दिल्ली और मुम्बई के कई एक्सपोर्ट हाउसेस के लिए फ्रीलॉंस डिज़ाइनर और स्टाइलिस्ट के रूप में कार्य किया। १६६८ में इन्होने डिजाइनर रोहित गाँधी के साथ जुड़कर "सीयूई" लॉंच किया।

इनके संग्रह स्ट्रेट लाइन क्लोदिंग पर आधारित हैं, जिसमें शैली और गुणवत्ता के अति आधारभूत तत्वों का ध्यान रखा जाता है, और भारत में पाश्चात्य परिधानों की बढ़ती माँग को ध्यान में रखते हुए, जिसे पहले अनदेखा किया जाता रहा है, बनाए जाते हैं। यह अपने सिलहौटीज़ शार्प और डिफाइन्ड रखते हैं जिनमें कपड़े कट्स और अलंकरण से ज्यादा डिटेलिंग पर ध्यान दिया जाता है।

शाहाब दुराजीः-

दुराजी वह डिजाइनर है जो अपनी तरह कार्य करते हैं। वह न तो सौन्दर्य सामाग्रियों के लिए कपड़े बनाते हैं, न वर्दी और न ही अपने कपड़ों को फैशन शो में प्रदर्शित करते हैं। वह सभी कार्य खुद करते हैं, अपने संग्रह के हर पोशाक को काटने तक का काम स्वयं करते हैं। वह सहायक नही रखते क्योंकि उन्हे लगता है कि कार्य डिल्यूट हो जायेगा। यह वही डिजाइनर है जिन्होने भारतीय महिलाओं को टेलर्ड जैकेट पहनाई। यह कढ़ाईदार औपचारिक इवनिंग वियर भी डिजाइन करते हैं। अपने १९९५ के संग्रह में, इन्होने अपने संग्रह का सिलहौटी साफ्टेन करने के लिए सिफोन और आर्गेन्जा का प्रयोग किया। इन्होने कपड़े को टेक्सचर देने के लिए कढ़ाई का सफल प्रयोग किया। बाद में, इनके काले, सफेद और ग्रे लुक काफी कलात्मक रहे।

पहले, दुराजी सिर्फ पतली महिलाओं के लिए डिजाइन करते थे जो ६–१२ साइजेस में फिट हो जाएँ। आज उनहोने अधिक साइज जोड़ दिए हैं।

शान्तनु और निखिलः-

इनकी कम्पनी उच्च गुणवत्ता के परम्परागत भारतीय परिधानों के निर्माण व्यवसाय में लगी है जो भारत व उड़ीसा दोनो बाजारों के लिए है। भारतीय फैशन उद्योग में आवश्यक सभी सामग्री है, रचनात्मकता, विविध कपड़े और कशीदाकारी का खजाना जो एक बहुत बड़े उद्योग को उन्नत कर सकता हैं, शान्तनु इन सभी जटिलताओं का प्रयोग अपने डिज़ाइन्स के विपणन में करते हैं।

संगीता चोपड़ाः-

इन्होने १६ साल की छोटी उम्र में फैशन की दुनिया में कदम रखा। इन्होने कई शो की कोरियोग्राफी और निर्देशन किया, भारत में और अन्य देशों में भी। इन्होने विभिन्न मिस इण्डियाज़ के लिए मिस यूनीवर्स वार्डरोब्स भी डिजाइन किए हैं जिनमें सुष्मिता सेन, मधु सप्रे और नम्रता शिरोडकर शामिल हैं। कई म्यूजिक विडियोज़ और कई विज्ञापनों, प्रेसो और फिल्म दोनो ने इनके डिजाइन्स देखे हैं।

सेयियोजॉनः-

यह एक गोआ मूल के डिजाइनर और स्टाईलिस्ट हैं। बचपन में, वह किराना लाने वाले थैलों को काटकर, हैंगर पर टॉग कर, उन्हे टॉप्स की तरह दिखाकर दोस्तों के साथ गैरेज सेल्स आयोजित करते थे। इन्होने रॉक स्टार रेमो फर्नैन्ड्स के लिए स्टेज कस्ट्यूम्स तैयार किए हैं। इनका व्यवसाय १९९३ में चल निकला जब उन्होने पहला शापर्स स्टॉप

डिजाइनर आफ दा ईयर का पुरूस्कार मिला और साथ ही,उनके हर आउटलेट पर रिटेल जगह भी मिली। वह अपनी सफलता के शीर्ष पर थे जब, डायना हेडन ने उनकी रचना कैनेस फिल्म फेस्टिवल में पहनी, जिस साल उन्होने मि० वर्ल्ड टाईटिल जीता था। १९९९ में, दा ताज एक्जोटिका ग्रु. ने अपनी पूरी वर्दी डिजाइन करने का दायित्व इन्हे सौंपा।

उसके बाद, उन्होने वापिस मुड़ के नही देखा। हालांकि इनके पास कोई ऑपचारिक प्रशिक्षण नहीं है, सेवियोजॉन का विश्वास है कि सीखना एक निरन्तर चलने वाली प्रक्रिया है। पूरी तरह कन्ट्रोल ब्रेक होने के कारण, वह अपने संग्रह का हर पीस स्वयं काटते हैं और स्ट्रीट को ऐवैन्ट गार्डे में मिश्रित करना पसन्द करते हैं जिससे कपड़े अति वियरबिल बन जाते हैं। अपनी वाइल्ड फैशन बोध के लिए बेहतर जाने वाले, इनका विश्वास संख्या से ज्यादा गुणवत्ता में है और इनका ध्यान शिल्पकारी और विस्तार पर रहता है। इनके डिजाइन्स में झलकता है कपड़े सिर्फ आपके रूप को ही नहीं बल्कि आपके एहसास को भी बदल देते हैं। इन्होने कला/फैशन के बीच के विभाजन को, वियरबिल्टी खोये बिना, प्रभावशाली ढंग से पाटा है।

तरूण तहलियानी:-

इनके क्लोदिंग सेंस शैली, कारीगरी, गुणवत्ता और रिफाइनमेन्ट की प्रतिमूर्ति है। इन्होने अपनी पत्नी के साथ, कुछ युवा प्रतिभावान गुमनाम डिजाइनर्स चुने और "इसेम्बेल" की शुरूआत की। इनके संग्रहों का प्रयास समकालीन भारतीय जीवन के नव–निर्माण की ओर बढ़ते विचारों को उत्साहित करना है। उनके ट्रेडमार्क ड्रेप्स कई प्रकार के सिलहौटीज़ और स्टाइल्स में मिलेंगे। आज, तरूण, ड्रेप्स का सरताज, देश के सफलतम फैशन डिजाइनर्स में से एक हैं जिनके मुव्वकिल में घरेलू व अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के लोग शामिल हैं। वह मेन्स वियर और घरेलू फर्निशिंग्स का कार्य भी करते हैं।

वन्दना रॉय:-

चमक–धमक वाले लोग, सुन्दर व अच्छा महसूस करने के प्रयास में अपना विश्वास कुछ गिने–चुने डिजाइनर्स के हाथों में दे देते हैं जिनके भारी भरकम मूल्य होते हैं। यह पक्ष की खोज व केटर किया वन्दना ने। उन्होने ऐसे वर्ग की खोज की जो पोशाक का वही एहसास वहन करने योग्य मूल्यों में चाहता था। वह ऐसे कपड़े चाहते हैं जो कैजुवल वियर हों लेकिन, पार्टी में पहने जाएँ, तो ट्रेन्डी लगें। इन्होने "सेन्टीमेन्ट्स" नामक एक ब्रॉन्ड की शुरूआत की जो सलवार–कमीज बनाता था। यह अपने उपभोक्ताओं को पैसे का मूल्य देती हैं। सलवार–कमीज आज के वार्डरोब की आवश्यकता है लेकिन एक सीमित बजट के अन्दर

महिलाएँ [illegible] व राजसी लगना चाहती हैं। इन्हें लगता है कि बुद्धिमान महिलाओं पर ध्यान केन्द्रित करना आवश्यक है, जिनका न सिर्फ टेस्ट अच्छा हो बल्कि जो बड़े डिजाइनर्स की सस्ती नकल न ढूँढ़ रही हों।

इनके द्वारा प्रयुक्त कपड़े अतिविशिष्ट होते हैं, और भले ही पोशाक बहुतायत में बन रही हो, उसकी हर डिटेल पर पूरा ध्यान दिया जाता हैं अगर उनकी पोशाकें बहुतायत में भी बन रही हैं, तो विशेष ध्यान रखा जाता है कि एक डिजाइन का, एक रंग के, दो या तीन पीस से ज्यादा, एक शहर के एक आउटलेट में न पहुँचे। यह बाँधनी हथकरघा, सूती, जूट लिनेन, जामवार और बागड़ू प्रिन्ट्स का प्रयोग करती हैं।

विजय और शोभा अरोरा:-

कला असीमित है। समय के साथ यह बदलती रहती है, जिससे एक सौन्दर्यपूर्ण संतुलन बनता जाता है। जिसके चारों ओर जीवन घूमता है। हमारे जीवन की हर क्षेत्र को यह प्रभावित करती है और फैशन इसी का एक पहलु है।

इनका लेबेल अनन्त है और इसका मुख्य पक्ष कढ़ाई और अलंकरण हैं सिलहौटीज़ साफ, स्ट्रीमलाइन्ड हैं और फोकस जटिल हाथ की कढ़ाई पर है जो स्टाईल स्टेटमेन्ट बनाते हैं। रूप हमेशा सोफिस्टीकेटेड, चाहे दबा हुआ या चमकता हुआ, पर प्रभावशाली होता है। अनन्त पुरुष व महिलाओं को सादे लेकिन प्रभावशाली, सौन्दर्यवान, पहनने योग्य, समकालीन और परम्परागत परिधान उपलब्ध कराता है।

वेन्डेल रॉड्रिक्स:-

यह भारत के सर्वोच्च प्रजनक कोर्टइयस में से एक हैं। इन्होने होटल मैनेजमेन्ट में कोर्स किया और थोड़े समय के लिए "मसकैट" में कार्य किया। तब, इन्होने फैशन डिजाइन का अध्ययन किया, अमरीका और पेरिस गये और अन्त में, भारत वापस आये। यह अपने आस–पास की हर चीज़ से डिजाइन की प्रेरणा लेते हैं। इन्होने विविध प्रकोर के कपड़ों पर काम किया है जिसमें अनानास के रेशे और नारियल हस्क से रचित कपड़ा भी शामिल है। प्लीट्स, पिन टक्स और व्यावहारिकता इनका चिन्ह है। यह पहले डिजाइनर हैं जिनहोने ब्रॉन्डेड टी–शर्ट बहुतायत में बाजार में उतारी।

अभ्यास:-

१– डिजाइनर्स और उनके लेबेल्स की सूची बनाइए।

२– डिजाइनर्स और उनकी शैलियों की सूची बनाइए।

१५.४ सारांशः-

इस युनिट में सूचीबद्ध किए गए भारतीय डिजाइनर्स हैः– अबु जानी और सन्दीप खोसला, अकी न्यला, अनुराधा वाकिल, अनीता डोंगेरे, अन्जना भार्गव, अंशु अरोरा सेन, अपर्णा जगधारी, अर्जुन खन्ना, आशिमा और लीना सिंह, आशीष सेनी, दीपिका गोविन्द, हेमन्त त्रिवेदी, जतिन कोच्चर, जे० जे० वलाया, किरन उत्तम घोष, कृष्णा मेहता, ललित व सुनीता जलान, लीना टिपनिस, मनीष मल्होत्रा, मनोविराज खोसला, मीरा और मुजफ्फर अली, मोना और पाली, मोनीषा बजाज, मोनीशा जयसिंह, निकी महाजन, पायल जैन, पूनम भगत, प्रियदर्शिनी राव, पूजा नायर, रान्ना गिल, रीना ढ़ाका, रितु बेरी, रितु कुमार, रॉकी एस, रोहित बाल, रोहित गाँधी, राहुल खन्ना, शहाब दुराज़ी, शान्तनु और निखिल, संगीता चोपड़ा, सेवियोजॉन, तरूण तहिलयानी, वन्दना रॉय, विजय और शोभा अरोरा और वेन्डेल रॉड्रिक्स।

सूची किसी लोकप्रियता दर या वरिष्ठता या मेरिट पर आधारित नही है। इस लेख के अध्ययन से आपको ज्ञान मिला होगा कि फैशन डिजाइनर किस किस क्षेत्र में कार्य कर सकते हैं।

यह भी पता चला होगा कि सभी डिजाइनर्स औपचारिक रूप से प्रशिक्षित नहीं होते और कुछ इस क्षेत्र में सिर्फ अपनी रचनात्मकता के बलबूतें पर आए हैं।

इनके मनपसन्द रंग पैलीट्स विविध हैं, यह विविध कपड़ों पर वीव्स, अवसरों जसे औपचारिक, दैनिक, दुल्हन, पाश्चात्य, भारतीय, इन्डो–वेस्टर्न, स्पोटर्सवियर, विभिन्न वर्ग इत्यादि पर कार्य करते हैं। कुछ व्यक्तिगत उपभोक्ताओं के लिए डिजाइन करते हैं, तो कुछ सिर्फ स्त्रियों या बच्चों के लिए। कुछ सिर्फ बड़े–बड़े सितारों या फिल्मों और टेलीविजन के लिए बनाते हैं। विविधता असीमित है। आवश्यकता है, लक्ष्य को पाने की क्षमता के साथ इच्छाशक्ति की।

१५.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ औपचारिक पारम्परिक भारतीय पहनावें रचने वाले डिजाइनर्स की सूची बनाइए। इनके कार्यो के कुछ चित्र एकत्र करने का प्रयास करिए ?

प्रश्न–२ पुरूषों के पहनावें रचने वाले डिजाइनर्स की सूची बनाएँ और इनके कार्य के कुछ चित्र एकत्र करने का प्रयास करे ?

प्रश्न–३ बॉलीवुड के सितारों के लिए डिजाइन करने वाले डिजाइनर्स कौन–कौन हैं। इनकी

रचनाओं को पहने फिल्मी सितारों का छायाचित्र एकत्र करने का प्रयास करें ?

प्रश्न–४ रितु कुमार और रितु बेरी की कार्यशैली के बीच अन्तर बताइए। इनके कार्यो की तुलनात्मक विवेचना करें।

प्रश्न–५ भारतीय डिजाइनर्स हस्तशिल्प को इतनी महत्ता क्यों देते हैं? अपने उत्तर को उदाहरणों से समझाइएँ।

१५.६ स्वाध्ययन हेतु

डिजाइनर्स के नवीनतम कार्यो के विषय में जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रचलित पत्रिकाएँ पढ़े जिनमें फैशन घटनाक्रमों और फैशन आधारित लेख दिए जाते हों। अखबारों में छंपे लेख और रविवार का साप्ताहिकी भी पढ़े।

१– फैशन कैलीडोस्कोप– मेहेर कैस्टेलिनो द्वारा प्रकाशक रूपा एण्ड कम्पनी।

संरचना

१६.१ यूनिट प्रस्तावना

१६.२ उद्देश्य

१६.३ पश्चिमी फैशन डिजाइनर

१६.४ सारॉश

१६.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

१६.६ स्वाध्ययन हेतु

१६.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

वस्त्र डिजाइनिंग उद्योग में, व्यावहारिक और कार्यकारी पोशाकों और अति मूल्यवान व महंगे वस्त्रों के बीच में फैशन का साम्राज्य है। इसका एक भाग रचनात्मक कला तो दूसरा फैब्रीकेशन के तरीके व तकनीक है जो फैशन को ऐसे डिजाइनिंग कन्सेप्ट्स के चारो ओर घूमने के लिए मजबूत करती है जो इतिहास, मनोविज्ञान, सामाजिक ज्ञान, संस्कृति के साथ कलाएँ और मास–मार्केट उपभोग का सम्मिश्रण है। फैशन एक भाषा है और जो हम पहनते हैं, उसके द्वारा हमारा समाज संस्कृति और हमारे व्यक्तित्व के बारे में बहुत कुछ कहते हैं।

यह एक मल्टी–बिलियन–डॉलर व्यापार भी है जिसमें विज्ञापन, ब्रॉन्डिंग और रिटेलिंग जैसी शक्तियाँ, वैश्विक बाजार को निरन्तर बदलती रहती हैं। विश्व भर के अपॉरेल और टेक्सटाइल तक कपड़े, फुटवियर और एसेसरीज़ पर ३ बिलियन डॉलर खर्च होना अनुमानित, जिसमें पुरूष, बच्चों और ऐथलेटिक वियर का बाजार सबसे तेजी से बढ़ेगा। हेमलाइन की लम्बाई, सिलहौटी का आकार, लेबेल का नाप या मौसम का नवीनतम रंग या पैटर्न, हाल के इतिहास के किसी भी अन्य समय में, स्टाईल में रहने या न रहने का छवि के प्रति जागरूक बाजार में, इतना प्रभाव नही देखा गया।

इस यूनिट में विदेशी या अन्तर्राष्ट्रीय फैशन डिजाइनर्स की चर्चा की गई है। पश्चिमी फैशन उद्योग लम्बे समय से विकसित रहा है। इन डिजाइनर्स के कार्यो पर एक नजर विद्यार्थियों को अवगत कराएगा कि अन्तर्राष्ट्रीय बाजार कैसे कार्य करता है।

१६.२ उद्देश्यः-

अन्तर्राष्ट्रीय फैशन जगत भारतीय फैशन परिदृश्य से काफी भिन्न है। सिलहौटी, रंग, डिजाइनिंग की पूरी धारणा ही भिन्न है। यह अधिक सोबरे है। चटख रंगों का प्रयोग लगभग प्रतिबन्धित है। बाजार भारतीय बाजारों की तुलना में अधिक संस्थागत है।

डिजाइनर्स द्वारा अविष्कारण आकारों और मोनोक्रोम टोन्स का प्रयोग, काले का प्रयोग, डिजाइनिंग के तत्व इत्यादि विद्यार्थियों द्वारा जानना आवश्यक है। क्योंकि कल इस राह पर वही आगे चलेगें। स्थापित डिज़ाइनर्स फैशन जगत के ट्रेन्ड्स सेट करने में महत्वपूर्ण भाग निभाते हैं।

१६.३ पश्चिमी फैशन डिजाइनर्सः-

काल्विन क्लेइनः-

काल्विन क्लेइन फैशन जगत का ज़ाना माना नाम है। इनका नाम इनकी कम्पनी द्वारा विपणित कपड़ों का ब्रान्ड नेम भी है जिसकी स्थापना १६६८ में की गई थी।

मिनिमल डिजाइन्स और पहनने योग्य शहरी शैली की इनकी अडिग विचारधारा ने ही इन्हे आदर्श बना दिया है, साथ ही इनका मार्केटिंग जेनियस भी पहचाना जा चुका है। ७० के दशक के अन्त में, क्लेइन ने एक डिजाइनर जीन्स की श्रृंखला लॉच की, जिसकी कम कीमतों ने मूल्य की रूकावटों को तोड़ा। यह आज भी डिजाइनर जगत के सबसे जाने माने नामों में से एक हैं।

क्लेइन, बरून डे गंजबर्ग के संरक्षाधीन हो गए, जिनके परिचयों द्वारा वह न्यूयार्क के उच्च वर्गीय फैशन दृश्य के टोस्ट बन गए, तब जब उन्होने अपने पहली जीन्स लाइन को उतारकर अपनी पहली मुख्य धारा सफलता भी हासिल नही की थी। वह कोट्स और सूट्स में अपनी क्लीन लाइन्स और सीधे कट्स के लिए जाने जाते थे। काल्विन क्लेइन ने कोट्स कम्पनी की तरह शुरू किया और स्पोर्टस्‌वियर की ओर बढ़ी।

यह कहा जाता है कि एक खरीदार लिफ्ट से गलत फ्लूर पर उतर गया और इनके पास पचास हजार डॉलर का आर्डर छोड़ गया। उद्योग के कुछ सर्वप्रथम किए गए कार्यो में इन्होने अपना प्रभाव छोड़ा जिसमें उपयोगी पुरूषों के अन्तःवस्त्रों को सेक्सी बनाना और पहली यूनीसेक्स खुशबू बनाना शामिल है।

यह शहरी और सोफिस्टीकेटेड महिलाओं के लिए डिजाइन करते हैं, जो दिखावे वाली शैलियों या लोगोज़ पर न जाकर, पहनने योग्य फैशन को महत्व देती है। इनके अनुसार फैशन परिवर्तन का नाम हैं और कपड़े सही मायने में आधुनिक होने चाहिए और महिलाओं को अति सुन्दर दिखाने चाहिए। क्लेइन आधुनिक व व्याबहारिक फैशन में विश्वास रखते थे।

वेरा वैंगः-

यह अपनी, शादी के लिए पोशाकों के लिए बेहतर जानी जाती है। इन्होने अपना कैरियर वोग्यू पत्रिका की फैशन सम्पादक के रूप में आरम्भ किया। इन्होने राल्फ लॉरेन के साथ दो साल तक डिजाइन निर्देशक के रूप में कार्य किया। स्केटर नैन्सी केरीगन के लिए डिजाइन किए पोशाको द्वारा इन्हे अन्तर्राष्ट्रीय उन्मुक्ति मिली, नैन्सी ने इनके डिजाइन्ड कपड़े १६६४ के ओलम्पिक में पहने। अपनी स्वयं की इत्र, आभूषण, जूते और हाउसवेयर बनाकर, इन्होने अपने ब्रॉन्ड नेम का विस्तार किया। वह चीनी अमरीकी हैं।'

विलियम रोन्डिनाः-

कार्लिस्ले कलेक्शन विलियम रोन्डिना द्वारा खोजा गया था, जिससे वह स्त्रियों को निजी ऐप्वाइंटमेंट द्वारा सुरूचिपूर्ण कलात्मक कपड़े व एसेसरी उपलब्ध कराते थे। न्यूयार्क शहर के बाहर स्थापित इस फर्म के देश भर मे एक हजार से अधिक कन्सल्टैन्ट हैं।

रोन्डिना एक अनुभवी रिटेलर्स, जो पूरी तरह समझता था कि इस बाजार की महिलाएँ– प्रभावशाली व्यावसायी और होम–मेकर्स को क्या चाहिए, गुणवत्ता व मूल्य दोनो, के साथ, ध्यान और दिशानिर्देश भी जो अधिकतर स्टोर्स में नही मिलता। उनकी सेल्स टीम और उपभोक्ताओं के बीच का सम्बन्ध ही उनका ट्विस्ट है। यह ऊँचा नीचा सर्विंग नही है बल्कि बराबरी का सम्बन्ध है। कार्लिस्ले प्रतिनिधि जिन्हे कन्सल्टैन्ट कहा जाता है, समाज से अच्छी तरह जुड़े होते हैं और अपने मित्रों और जानकारों से एक निष्ठावान उपभोक्ता वर्ग खड़ा करते हैं। मुँह के शब्दो का जाल इतना विस्तृत होता है कि कार्लिस्ले अधिक विज्ञापन नही करते, सिवाय टाउन एण्ड कन्ट्री के एक पन्ने के।

न सिर्फ वार्डरोब की हर वस्तु, स्कार्फ से लेकर बेल्ट तक और जूते से लेकर पर्स तक,समन्वित होती है, बल्कि कन्सल्टैन्ट इसकी भी समीक्षा करते हैं कि महिला ने पहले क्या खरीदा था, जिससे अगे के संयोजन या नवीन रूप निर्देशित कर सकें जो, मुव्वकिल की आलमारी में पहले से उपलब्ध वस्तुओं का ही विस्तार करके रचे जा सकें। इस बात का भी ध्यान रखा जाता है कि हर बाजार में नई वस्तु का विक्रय सीमित हो जिससे कि उपभोक्ता यह बात सोचकर निश्चित हों कि खाने पर कोई भी वैसा ही डिजाइन पहनें नही मिलेगी।

ओस्कार डे ला रेन्टाः-

यह वह फैशन डिजाइनर हैं जिन्हे फैशन आलोचकों द्वारा, २०वीं शताब्दी के फैशन रचनाकारों में सबसे प्रभावशाली समझा जाता है।

१८ साल की उम्र में, यह स्पेन चले गए, जहाँ इन्होने मैड्रिड की अकैडमी ऑफ सैन फर्नैन्डों में पेन्टिंग का अध्ययन किया। उन्होने जल्दी ही अपना ध्यान फैशन की ओर कर लिया। जल्दी ही स्पेन के कुछ उच्च फैशन हाउसेस में स्केचर का कार्य मिल गया। थोड़े

समय बाद, यूरों के सर्वोच्च कोर्टइयर्स में से एक क्रिस्टोबाल बैलेन्सियागा के साथ इन्होने डिजाइनिंग क्लास ली। फिर यह हेयर्स चले गए जहाँ इन्होने ऐन्टोनियो कैस्टीलियो से बतौर कोटर ऐसिस्टैन्ट जुड़ गए।

१९६३ में, डे ला रेन्टा वापस न्यूयार्क आए जहाँ वह बरून डे गंजबंग के संरक्षणाधीन हो गए और एलीजाबेथ अर्डेन के लिए कार्य करने लगे। यह अनुभव और कन्टैक्ट्स ने बाद में उन्हें, अपनी कपड़ों व इत्र की श्रृंखला की नींव रखने में सहायता की।

१९६५ में, इन्होने एलिजाबेथ अर्डेन को छोड़ दिया और एक अमरीकी फैशन कम्पनी, जेन डर्बी लिमिटेड के साथ कार्य करने लगे, जो १९३० से इसी व्यापार में लगी थी। कपड़ों का लेबेल था "आस्कर डे ला रेन्टा फॉर जेन डर्बी"। १९६६ में डर्बी की मृत्यु के बाद, डे ला रेन्टा ने कम्पनी अपने हाथ में ले ली और नाम दिया "ऑस्कर डे ला रेन्टा"।

सिगनेचर ऑस्कर डे ला रेन्टा उत्पादों के अलावा, इन्होने पिंग लेबेल उत्पाद लॉच किए और महिलाओं की एसेसरीज, पुरूषों के कपड़े, स्पोर्टस्वियर और इत्र में कार्य करना शुरू किया है। एक अमरीकी निर्माता सेन्चरी फर्नीचर के साथ मिलकर, पुरातत्व पर आधारित होम फर्निशिंग का संग्रह तथा कुछ अन्य वस्तुएँ, जो कनेक्टिकट, न्यूयार्क सिटी और डोमिनिकल रिपब्लिक में उनके घरों को फर्निश करती है, का निर्माण भी कर रहे हैं।

पेरी ईलिसः-

पेरी एडविन ईलिस ने डिपार्टमेन्ट स्टोर में रिटेल करना शुरू किया, फैशन उद्योग में बॉयर और मर्चेन्डाईजर तथा बाद में स्पोर्टस्वियर कम्पनी के द्वारा अनुभव प्राप्त करने के लिए, बाद में मध्य १९७० में उनके तब के स्वामी, दा वेरा कम्पनीज़ जो अपने पोलिस्टर के डबल निट पैन्ट सूट्स के लिए प्रख्यात थी, ने इन्हें अपने लिए एक फैशन संग्रह डिजाइन करने का निमंत्रण दिया। ईलिस ने, नवम्बर १९७६ में, अपना पहला, पोर्टफोलिज़ नामक, वोमेन्स स्पोर्टस्वियर लाइन पेश किया। यह नवीनतम विचारों के स्वामी सिद्ध हुए जिन्होने "नयू क्लासिक्स" की रचना की जिनके लिए उस समय की हर अमरीकी महिला लालायित रहती थी।

आलोचकों द्वारा, उस समय का आदर्श अमरीकी स्पोर्टवियर डिजाइनर, बनाकर प्रशंसित और अपने क्लीन–कट लेकिन कैज़ुवल स्टाईल के लिए महिलाओं द्वारा प्रेम किए जाने वाले, ईलिस ने, "दा वेरा कम्पनीज़" की मूल कम्पनी के साथ मिलकर अपने फैशन हाउस पर्सी ईलिज़ इन्टरनेशनल की १९७८ में स्थापना की। बाद में, इन्होने पर्स ईलिज़ मेन्सवियर कलेक्शन का बिकास किया– अति सिफल और "गैर–पारम्परिक, आधुनिक कलात्मक" के रूप में चिन्हित। धीरे–धीरे इन्होने जूते, एसेसरीज़, फर और इत्र की भी शुरूआत की जिनमें उनका नाम था। इनका ट्रेडमार्क बन गया–फैशन शो के बाद रनवे से नीचे कूदना।

पूरे १६८० के दौरान, कम्पनी में विस्तार होता रहा और विविध लेबेल्स जैसे पर्सी ईलिस कलेक्शन और पर्सी इलिस पोर्टफोलिज़ इसमें शामिल होते रहे। मई १६८६ में, ईलिस की मृत्यु हो गई। तब से कम्पनी कई हाथों में गई। आज पर्सी ईलिस दुनिया में पाँचवीं सबसे बड़ी कम्पनी हैं।

डिएने वोन फर्सटेनबर्गः-

डिएने वोन फर्सटेनबर्ग एक फैशन डिजाइनर हैं, एक बिजनेस वोमैन और न्यूयार्क शहर की सोसिलाइट है। उन्होनें अपना व्यवसाय यू० एस० बाजार में निट ड्रेसेस के विक्रय से शुरू किया। १६७३ में, "रैप ड्रेस" की शुरूआत के लिए यह सबसे ज्यादा प्रसिद्ध हैं, जिसका एक उदाहरण, स्त्रियों के फैशन पर इसके महत्वपूर्ण प्रभाव के कारण, न्यूयार्क के मेट्रोपोलिटेन म्यूजियम ऑफ आर्ट में प्रदर्शित किया गया हैं । यह आजकल हाई–ईन्ड वोमेन्स पोशाकों की रचना करती है जो, सबसे उच्च स्टोर्स में ही उपलब्ध होते हैं।

एडिथ हेडः-

यह एक अमरीकी कस्ट्यूम डिजाइनर थीं। अपने लम्बे कैरीयर के दौरान, इन्हे चौंतीस अकेडमी पुरूस्कारों के लिए नामित किया गया और आठ बार जीतीं, किसी स्त्री द्वारा जीते गए सबसे ज्यादा ऑस्कर्स हैं। हॉलीवुड की कुछ सर्वश्रेष्ठ छवियों को बनाने का श्रेय इनको जाता है, उनकी पोशाकें, करोड़ों लोगो द्वारा देखी जाने वाली फिल्मों की सबसे सौन्दर्यवान व ख्याति प्राप्त अभिनेत्रियों द्वारा पहनी जाती थीं।

डोन्ना करनः-

करन ने ऐनी क्लेइन के लिए कार्य करना शुरू किया जहाँ उन्हें पदोन्नति देकर, १६७१ में ऐसोसिएट डिजाइनर बना दिया गया। १६८४ में, डेन्ना करन ने ऐनी क्लेइन को छोड़कर, अपना व्यवसाय शुरू किया "आधुनिक लोगों के लिए आधुनिक कपड़े डिजाइन करने के लिए"।

शुरू में जिस चीज़ ने उसे उद्योग में ख्याति दिलाई, वह थे उनके ईलास्टिक बॉडी सूट्स। वह अपनी अति सफल एसेन्सियल श्रृंखला के लिए भी जानी गई, जो शुरू में साल आसान पॉयस ऑफर करता था। जिन्हें आपस में मिक्स एण्ड मैच कराके पूरी वार्डरोब की रचना की जा सकती थी। ऐसे समय में, जब अधिक से अधिक अमरीकी महिलाएँ व्यवसाय की दुनिया में कदम रख रही थीं और सोफिस्टीकेटेड सुरूचिपूर्ण लेकिन सरल और कार्यकारी पहनावों को, अधिकतर ब्लैक, सफेद या ग्रे रंगो, में पसन्द कर रही थीं; कम्पनी को जबरदस्त सफलता प्राप्त हुई अपने "पावर ड्रेसिंग आउटफिट्स" के कारण और १६८० के दशक में आलोचकों ने इन्हे बहुत सराहा। मिस करण सदा इस बात पर जोर देती थी कि वह ऐसे ही कपड़े डिजाइन करेगी जो वह खुद भी पहन सकें जैसे– जर्सी ड्रेसेस और अपारदर्शी लेकरा टाइट्स।

लिली पुलितजरः-

लिली पुलितजर एक सोसियोलाइट और जानी मानी फैशन डिजाइनर हैं। १६४६ में, इन्होंने मिस पोस्टर्स स्कूल, फार्मिंगटन, कनेक्टीकट से स्नातक किया।

एक जूस स्टैन्ड में काम करने के दौरान, लिली ने पाया कि रस निचोड़ते समय उनके कपड़े खराब हो जाते हैं। इस के दागों को छिपाने के लिए, लिली ने अपने ड्रेस मेकर से एक, चटख, रंग बिरंगे सूती कपड़े की, बिना आस्तीन की शिफ्ट ड्रेस बनाने को कहा। इनके लिए बनाई इस ड्रेस को लिली ने बहुत पसन्द किया और बाद में, यही ड्रेस उनकी "क्लासिक शिफ्ट ड्रेस" बनी।

लिली को जल्दी ही पता चल गया कि ग्राहकों को उनकी पोशाक बहुत पसन्द आ रही है और इसीलिए, उन्होने अपने ड्रेसमेकर से वैसी ही और पोशाकें बनवाई अपने जूस स्टैंड पर बेचने के लिए। जल्दी ही, लेकिन, वह रस से ज्यादा पोशाकें बेच रही थी, अतः उन्होने रस बेचना छोड़कर, वही डिजाइन और बेचने पर ध्यान केन्द्रित किया, जो अब उनकी "लिलीज़" बन गया था। जैकी केनेड, तब की प्रथम महिला, जिन्हे लिली मिस पोस्टर्स से जानती थी, लिली की शिफ्ट ड्रेस पहनने वाले पहले कुछ सितारों में से एक थीं, और एक ड्रेस पहनकर लाइफ मैगजीन में भी दिखी थी। लिली की शिफ्ट-ड्रेस अचानक एक फैशन सनसनी बन गई।

कारा सॉनः-

सॉन ने बचपन से डिजाइनर बनने का सपना देखा था। वह हॉलीवुड, कैलीफोमिया चली गई जहाँ, उन्होने बहुत से सितारों से सम्बन्ध स्थापित किए.' क्वीन वतीफाह ने २००० आस्कर्स में पहनने के लिए अपनी पोशाक डिजाइन करने के लिए इन्हे चुना।

मनोरंजन जगत में कई सम्बन्ध होने के बावजूद, सॉन का काम अनदेखा होता रहा, जब तक वह रियल्टी, शो "प्रोजेक्ट रनवे", जिसकी शुरूआत यूनाईटेड स्टेट्स में दिसम्बर, २००४ को हुई, के पहले सीजन में भाग लेने के लिए चुनी गई। शो पर, शान ने अपने डिजाइन्स को "रॉक-स्टार" जैसे बनाया।

नौ में से च्रार चुनौतियाँ जीतने के बाद, शॉन के सौन्दर्यपूर्ण डिजाइन्स ने उन्हे सर्वश्रेष्ठ तीन डिजाइनर्स में लोकर खड़ा कर दिया, साथ ही, न्यूयार्क में, २००५ के ओलम्पस फैशन वीक में अपने संग्रह को प्रदर्शित करने का गौरव भी प्राप्त किया। उनका भविष्यात्मक ऐवेटर-इन्सपायर्ड संग्रह, जिसे "फैन्टेसी फ्लाई-गर्ल" का सटीक नाम दिया गया था, ने शॉन को अग्रिणियों में लोकर खड़ा कर दिया।

कारा शॉन क्रो, क्वीन वतीफाह के टॉक-शो के लिए उनके लिए एक नया लुक रचने के लिए कस्ट्यूम डिजाइनर के तौपर पर लाया गया, साथ ही क्वीन के २०० ऐकेडमी पुरूस्कारों के लिए रेड कारपेट गाउन्स डिजाइन करने का दायित्व भी इन्हे सौंपा गया। कस्ट्यूम डिजाइनिंग में इनकी शुरूआत "मैलकम एण्ड इड्डी" नामक श्रृंखला से हुई। फिर

यह इडडी ग्रिफिन की व्यक्तिगत कस्टमर बन गई और उनके एच.बी.ओ. स्पेशल "वूडो चाइल्ड" के साथ–साथ सी.डी. कवर्स और अन्य विशेष अवसरों पर कार्य करने लगी।

नार्मन हार्टनेलः-

इन्होने अपना व्यवसाय १६२३ में शुरू किया और अपने विस्तृत और जटिल अलंकरणों वाले गाउन के लिए ख्याति प्राप्त की। हार्टनेल ने, क्वीन एलिजाबेथ द्वितीय द्वारा प्रिंस फिलिप, ड्यूके ऑफ इडिनबर्ग के साथ, १६७१ में हुई उनकी शादी और १६५३ में उनके राज्याभिषेक में, पहनी गई पोशाके डिजाइन् की। इन्होने एलिजाबेथ, दा क्वीन मदर और क्वीन मैरी की पोशाकें भी डिजाइन की।

क्वीन की शादी के लिए निर्मित पोशाके ने, १०,००० सीड पर्लस् और कई हाजर सफेद क्रिस्टल बीड्स लगी थीं। महारानी के राज्याभिषेक की तीसरी वर्षगांठ पर, २००३ में, इसके प्रदर्शन के लिए, १० रिस्टोर्स ने इस पर कार्य किया। कढ़ाई में, कॉमनवेल्थ के विभिन्न देशों के विविध–चिन्ह देखे जा सकते हैं– जैसे स्कॉट का गोखरू पौधा, आस्ट्रेलिया की वैटेल, कनाडा की मैपेल पत्ती और भारत का कमल का फूल।

हार्टनेल ने क्वीन एलिजाबेथ दा क्वीन मदर का प्रसिद्ध "व्हाइट वार्डरोब" भी उनके पति किंग जार्ज सिक्सथ् के साथ १६३८ के फ्रॉस के स्टेट विजिट पर जाने के लिए डिजाइन किया। क्वीन एलिजाबेथ की माता, दा काउन्टेस ऑफ स्ट्राथमोर की मृत्यु पर, हार्टनेल ने क्वीन का पूरा वार्डरोब, द्वारा सफेद रंग में बनाया, राजसी शोक के लिए सफेद प्रयोग करने की प्राचीन फ्रॉसीसी रीति को पुर्नजीवित किया।

एलेक्जेण्डर मैक्वीनः-

एलेक्जेण्डर मैक्वीन सबसे प्रभावशाली अंग्रेजी फैशन डिजाइनर्स में से एक है। १६वीं शताब्दी के फ्लैमबाउयन्ट शैलियों से समकालीन शार्प टेलरिंग जो उनका हस्ताक्षर बन गया है, तक इन्होने पैटर्न काटने के छः तरीकों में महारत हासिल की है।

छोटी उम्र में ही यह अपनी तीन बहनों के लिए पोशाकें बनाते थे और तभी, इन्होने उच्च डिजाइनर्स बनने की अपनी मंशा जाहिर कर दी थी। इन्होने स्कूल छोड़ा और स्वयं को टॉप सैव्ले रो टेलर्स एन्डरसन एण्ड शेफर्ड के प्रशिक्षु के रूप में जोड़ लिया, फिर उन्होने गिव्स एण्ड हॉकेस और प्रसिद्ध थियेटर कस्ट्यूमर्स एंजेल्स और बर्मेन्स के साथ कार्य किया। सैव्ले रो के साथ रहते हुए, मैक्वीन के मुव्वकिल में माइखेल गोरबैच्यू और चार्लेस प्रिंस ऑफ वेल्स शामिल थे। यह कहा जाता है कि प्रिंस की सैव्ले रो जैकेट्स के अस्तर में चार अक्षरों का शब्द मैक्वीन ने रोपित किया था। जब वह बीस साल के थे, मैक्वीन कोजी टैटस्यूनों और रोमियो जिगली के साथ काम करने चले गए। मैक्वीन ने लन्दन के सबसे प्रतिष्ठित फैशन विद्यालय, सेन्ट्राल सेइन्ट मार्टिन्स कॉलेज ऑफ आर्ट एण्ड डिजाइन में परास्नातक डिग्री की अर्जी लगाई। हालॉकि इनके पास कोई औपचारिक शिक्षा नहीं थी, इनके पोर्टफोलियो के बल

पर इन्हे त्वरित दाखिला मिल गया। १६६१ में इन्होने स्नातक किया।

१६६२ में, पूर्वी लंदन में अपना स्टूडियों खोलने से पहले ही, इनकी प्रतिष्ठा एक विवादित और शॉक टैक्टिस अपनाने वाले डिजाइनर की हो गई थी, क्योंकि इनके ट्राउजर्स को "बमस्टर्स" और एक संग्रह को "हाईलैण्ड रेप" नाम दिया था। इनके उत्तेजक डिजाइन्स ने एक छोटी लेकिन निष्ठावान मुव्वकिल को आकर्षित किया जिसमें कुछ प्रभावशाली फैशन फिगर्स जैसे स्टाइलिस्ट इसाबेला ब्लो शामिल थे, जिन्होने उनके पहले संग्रह से सभी कुछ खरीदा था और कहा जाता है कि इन्होने ही मैक्वीन को अपना फैशन कैरीयर शुरू करते समय, अपना नाम ली से ऐलेक्जेण्डर करने के लिए प्रेरित किया था।

ब्रूस ओल्डफील्डः-

ब्रूस एक अंग्रेज फैशन डिजाइनर है। यह अपने कोटर इवनिंग वियर और हॉलीवूड अभिनेत्रियों को पोशाकें बनाने के लिए, अंगेज राजसत्ता, विशेषकर डायना, प्रिंसेस आफ वेल्स और कई यूरोपीय ऐरिस्टोक्रेसियस के लिए डिजाइन्स करने के लिए प्रख्यात हैं।

बचपन में, वह कन्ट्री डरहम के एक पालक परिवार के साथ वायलेट मास्टर्स के संरक्षण में रहते थे जो एक स्ट्रीमस्ट्रेस की तरह कार्य करती थीं। वायलेट ने ओल्डफील्ड को कम उम्र में ही सिलाई करना सिखा दिया था; उन्होने देखा कि सात साल की उम्र में ही, ब्रूस उनकी सिलाई की मेज़ से टुकड़े उठाकर स्वयं गुड़िया के कपड़े बनाते थे। युवावस्था में, वह वापिस बैरनार्डो आए और रिपोन नार्थ यार्कशायर की ग्रामर स्कूल शिक्षा के बाद, १६६८ से १६७१ तक, केन्ट के रावेन्स बोर्न कॉलेज ऑफ आर्ट, में फैशन और डिजाइन का अध्ययन किया। इन्होने तब टीचर ट्रेनिंग कॉलेज के बारे में सोचा परन्तु बैरनार्डो से मिली सहायता से, लन्दन के संत मार्टिन्स स्कूल ऑफ आर्ट में आगे का अध्ययन करने लगे।

१६७५ में स्नातक होने के बाद, ओल्डफील्ड ने स्वयं का रेडी–टू–वियर लेबेल स्थापित किया, जिसके बाद १६७ मे, कोटर लेबेल लाए। इनका बड़ा अवसर १६७६ में आया, जब चार्लोट रैम्बलिंग ने फोन करे, इन्हे अपने लिए डिजाइन करने को कहा। ओल्डफील्ड अमरीका के असफल सेल्स ट्रिप से वापस आए थे और रैम्बलिंग ने न्यूयार्क में उनके कुछ डिजाइन्स देखे थे। हॉलाकि ओल्डफील्ड को कॉफी सम्पादकीय मिल जाते थे किन्तु रैम्बलिंग के लिए कार्य करने के बाद, इन्हे व्यावसायिक सफलता मिली।

मैरी क्वैन्टः-

मैरी क्वैन्ट एक अंग्रेजी फैशन डिजाइनर हैं, जो उन कई डिजाइनर्स में से एक हैं ज़िनको मिनी स्कर्ट और हाफपैन्ट का आविष्कार करने का श्रेय जाता है।

ओपनिंग के लिए डिजाइन्ड एक "मैड हाउस पैजामाज़" की जोड़ी को मिल सकारात्मक प्रक्रिया के बादि और अपने लिए उपलब्ध कपड़ों से असंतुष्ट होकर, क्वैन्ट ने

अपनी कपड़ों की श्रृंखला शुरू करने का निर्णय लिया। शुरू में अकेले काम करने के बाद, इन्होने जल्दी ही कुछ मशीनकारों को राजगार दिया और उनके द्वारा फन समझे जाने वाले असामान्य कपड़ों का निर्माण शुरू किया।

लगभग १६५८ के बाद से इनकी स्कर्ट छोटी होती जा रही हैं— एक विकास जिसे वह व्यावहारिक व स्वतन्त्रतापूर्ण मानती है, जिससे महिलाओं का भागकर बस पकड़ने में आसानी होती है। मिनीस्कर्ट, जिसके लिए वह सबसे प्रख्यात हैं, १६६० के दशक के परिभाषित फैशन में से एक थी। इनके अलावा, आद्रे करेजेस ने भी अलग से, मिनीस्कर्ट का विकास किया था और इस पर आज भी मतभेद है कि इसका विचार पहले किसे आया था। क्वैन्ट ने इसका नाम मिनीस्कर्ट, अपनी पसन्दीदा गाड़ी, दा मिनी, के नाम पर रखा था।

मिनी स्कर्ट के साथ—साथ, क्वैन्ट को प्रायः रंग बिरंगी पैटर्नड् टाइट्स का आविष्कार करने का श्रेय भी दिया जाता है जिन्हे गारमेन्ट के साथ पहने जाने के लिए बनाया गया था, हालाँकि इसमें क्रिस्टोबाल बैलेन्सियगा का श्रेय भी है।

चाहे क्वैन्ट इन वस्तुओं की आविष्कारक हों या न हो, इनकी लोकप्रियता बढ़ाने में उनका योगदान ज़रूर था। १६६० के दशक के मध्य में क्वैन्ट की लोकप्रियता शीर्ष पर थी, जिस दौरान उन्होने खतरनाक रूप से छोटी माइक्रो—मिनी—स्कर्ट, "पेन्ट बाक्स मेक—अप" और प्लास्टिक रेनकोट का निर्माण किया। पेरिस के बाहर उन्हे लीडिंग फैशन फोर्स कहकर परिभाषित किया जाता था।

१६६० के दशक के अन्त की ओर, क्वैन्ट ने "हॉट पैन्ट्स" बाजार में उतारे जो उनका आखिरी बड़ा फैशन विस्तार था। १६७० और ८० के दौरान उन्होने घरेलू वस्तुओं और मेक—अप पर ध्यान केन्द्रित किया।

विविएनी वेस्टवूडः-

डेन विविएनी वेस्टवूड एक अंग्रेज डिजाइनर हैं जो आधुनिक पंक और न्यू वेव फैशन के लिए मुख्य रूप से जिम्मेदार हैं।

पंक स्टाइल कुख्यात होना शुरू हो गया जब सेक्स पिसटोल्स ने अपने पहले गिक पर वेस्टवूड और मैक लॉरेंस की दुकान से खरीदे कपड़े पहनने शुरू कर दिए। पंक स्टाईल में बी.डी.एस.एम फैशन शामिल था, बॉन्डेज़ गियर, सेफ्टी पिन्स, रेजर ब्लेड्स, साईकिल या लैवोटरी चेन्स, और कॉटेदार डॉग कालर्स जो आभूषणों की तरह और प्रचंड मेक—अप और केशसज्जा के लिए प्रयोग करते थे। अंग्रेज डिजाइन के अधिक पारम्परिक तत्वों, जैसे टारटन कपड़ा, को उनकी शैली के बाकी असामान्य तत्वों के बीच में डालने से, उनके डिजाइन्स का पूरा प्रभाव और भी ज्यादा शॉकिंग हो गया।

वेस्टवूड और मैक लॉरेन ने साथ मिलकर, फैशन में क्रांतिकारी परिवर्तन किए जिसका प्रभाव आज भी महसूस किया जा सकता है।

इनके डिजाइन और स्टाईल विकसित हो गए थे जिससे उनकी मुख्य रूचियों में सिर्फ युवा व स्ट्रीट कल्चर ही नही, परम्परा और तकनीक भी शामिल हुए।

कार्ल लेजरफेल्डः-

कार्ल (ओट्टो) लेजरफेल्ड को अधिकतर लोग २०वीं शताब्दी के सबसे प्रभावशाली जर्मन डिजाइनर के रूप में जानते हैं। इन्होने अपना नाम एक स्वतंत्र रचनाकार के रूप में बनाया जिसने विविध फैशन लेबेल्स, जिनमें चोले, फेन्डी और चॉंद शामिल हैं, के साथ मिलकर कार्य किया। १९८० के दशक के शुरू में, इन्होने अपना लेबेल स्थापित किया, जिसे लेजरफेल्ड कहते हैं और जो इत्र और कपड़ों की श्रृंखला बनाता है। अग्रिणी कलाकारों की सजा–सज्जा में भी इन्होने भूमिका निभाई।

१९९० के दशक की शुरूआत में, एक बार इन्होने अपने फेन्डी के काले–सफेद संग्रह को मोडेल करने के लिए स्ट्राइपर्स और एडल्ट फिल्म स्टार को नियुक्त किया। इन्होने कई स्मरणीय डिजाइन्स बनाए– जैसे 'शोवर ड्रेस', जिसके सामने की ओर बीड्स के रूप में पानी नीचे गिर रहा था; कारड्रेस जिसमें रेडिएटर ग्रिल और फेन्डर था और अति विशिष्ट इसेन्ट्रिक हैट्स का संग्रह।

२००१ में, लिंकोल्न सेन्टर, न्यूयार्क सिटी पर एक फैशन प्रीमियर के दौरान, लेजरफेल्ड पेटा द्वारा पीसिंग का निशाना बने थे।

जिल सैन्डरः-

जिल सैन्डर एक जर्मन फैशन डिजाइनर हैं जो अपने अन्डरस्टेटेड और स्लीक डिजाइन्स, विलासी कपड़े और अपनी इत्र श्रृंखला के लिए जानी जाती हैं।

इनके द्वारा शुरू किए गए फ़ैशन हाउस का नाम भी यही है– जिल सैन्डर ए०जी०। इनके ट्रेडमार्क में आकर्षक सिलहौटी, हाई–ईन्ड कपड़े, और गम्भीर विस्तार जिसमें चमक से ज्यादा गुणवत्ता पर जोर हो, शामिल है। इनका काम कोको चैनेल से उतरता है, लेजरफेल्ड और गाल्टियर के ब्लीडिंग–एज सौन्दर्य–बोध के ठीक विपरीत, या स्पोर्टवियर डिजाइन की ट्रेनड्निनेस के उलट, जो जार्जजियो अमारी और कॉल्विन क्लेइन द्वारा बढ़ाए गए।

इनका ट्रेडमार्क लुक; १९८० में एक्सक्यूटिव पदों पर पहुँचने वाली महिलाओं के लिए लगभग नया रूप था, परफेक्टली कट पैन्ट–सूट, एक फार्म–फिटिंग, सादा परन्तु सुरूचिपूर्ण कोट या स्लिम ब्लाउज़ जो प्लेन, ग्रे, काले, नीले या सफेद रंग में, बिना डिजाइन डिटेल या भारी आभूषण और रंग का तथा विलासी कपड़े से बना होता था। तथ्य कि उनकी रचनाएँ कोर्डिनेट्स होती थी, जिन्हें एक दूसरे से आसानी से संयोजित किया जा सकता था, एक लोकप्रिय चरित्र बना। इन्होने ओनियन लुक कहे जाने वाले डिजाइन की रचना की, जिसमें

एक पोशाक में कई कपड़ों, की लेयर्स होती थी। इन्हे क्वीन ऑफ लेस, काश्मीरी–क्वीन, मास्टर ऑफ मिनीमेलिज्म, कूल ब्लोन्ड, जेन्टिल जिल या फैशन रिडक्शन्स सम्बोधित किया गया है।

आज भी, इनका फैशन हाउस केवल दो महंगे हाई–ईन्ड लाइन्स का निर्माण करता है– एक स्त्रियों के लिए और एक पुरूषों के लिए। मि० सैन्डर, स्वयं हमेशा किसी सेकेन्डरी लाइन या ब्राइज संग्रह को उतारने के विरूद्ध रही हैं।

पियरे कार्डिनः-

"पियरे कार्डिन एक फ्रॉसीसी फैशन डिजाइनर है। इनका जन्म १६२२ मे, वेनिस के पास, इटली में, फ्रॉसीसी माता–पिता के यहॉं हुआ था। १६४५ में यह पेरिस आ गए। यहॉं इन्होने भवन–निर्माण का अध्ययन किया और युद्ध के बाद, पैक्विन के साथ कार्य करने लगे। इसके बाद स्चियापरेल्ली के साथ काम किया और १६४७ में, यह क्रिश्चन डॉयर के प्रमुख बन गए, लेकिन बैलेन्सिएगा पर काम नही करने दिया गया। १६५० में इन्होने अपना फैशन हाउस शुरू किया और १६५३ में हाउट कोटर की शुरूआत की।" कार्डिन अपने एवैन्ट–गार्डे शैली और स्पेस–ऐज डिजाइन्स के लिए जाने थे। यह ज्यामितीय आकार व बूटिया अधिक पसन्द करते हैं, प्रायः स्त्रियों को नजर अन्दाज़ करते हुए। यह यूनीसेक्स फैशन में आगे बढ़े, कभी प्रयोगात्मक परन्तु सदा व्यावहारिक नही होते थे। १६५४ में इन्होने "बबल ड्रेस" बाजार में उतारी।

कार्डिन पहले कोर्टियर थे जिन्होने १६५६ में, एक यात्रा के दौरान, जापान में उच्च फैशन बाजार की सम्भावनाएँ देखी।

१६५६ में, प्रिन्टेम्प्स डिपार्टमेन्ट स्टोर, के लिए, पेरिस के पहले कोर्टियर के रूप में रेडी–टू–वियर संग्रह लॉच करने पर, इन्हें चैम्बर सिंडीकेट से निकाल दिया गया लेकिन, जल्दी ही वापिस रख लिया गया। परन्तु १६६६ में इन्होने, चैम्बर सिंडीकेल से इस्तीफा दे दिया और अपने संग्रह अपने वेन्यू पर प्रदर्शित करते हैं।

कोको चैनेलः-

गैब्रिले बोनहियूर कोको चैनेल एक अग्रिणी फ्रॉसीसी कोर्टियर थी जिनके आधुनिक–दर्शनशास्त्र, मेन्स वियर प्रेरित फैशन्स और महंगी सादगी के व्यवसाय ने इन्हे २०वीं सदी के फैशन डिजाइन के इतिहास की सबसे महत्वपूर्ण व्यक्तित्व बना दिया।

अपने ऑन्तरिक जानने वालों में "कोको" या "मैडेमवसेल्ली" से सम्बोधित, इनका जन्म फ्रॉस के साउमर नामक छोटे से शहर में सन् १८८३ में हुआ था। हॉलाकि वह कहती थी कि वह १८६३ में एवरगन में पैदा हुई थी। जब चैनेल छः साल की थी, इनकी मॉं का देहान्त हो गया और थोड़े ही समय बाद, इनके पिता ने इन्हें, इनके चार भाई–बहनों के साथ अकेला छोड़ दिया; जब यह बच्चे रिश्तेदारों के संरक्षण में चले गए और इन्होने कुछ समय अनाथालय में भी गुजारा। कुछ उदार धनी व्यक्तियों के साथ प्रेम करने के बाद जिनमें एक

सेना का अधिकारी और बाद में एक अंग्रेज उद्योगपति शामिल हैं– १६१० में, यह पेरिस में अपनी एक दुकान खोलने में कामयाब हो गई जहाँ यह लेडिज हैड्स विक्रय करती थीं और एक साल के अन्दर अपना व्यापार फैशनेबल रियू कैम्बोन में स्थापित कर लिया। हाउट कोटर में इनका प्रभाव इतना अधिक था कि यह इस क्षेत्र की एकमात्र व्यक्तित्व हैं जिन्हे टिमी पत्रिका ने २०वीं शताब्दी के सबसे प्रभावशाली १०० लोगों की श्रेणी में रखा था।

१६२१ में, चैनेल ने, चैनेल न० ५ इत्र पेश किया। १६२४ में, इत्र व्यापार में पियरे वर्थियूमर इनके सहयोगी बने। १६२३ में उतारा गया, प्रभावशाली चैनेल सूट, एक सुरूचिपूर्ण सूट था जिसमें घुटनों तक लम्बी स्कर्ट और ट्रिम–बाक्सी जैकेट– पारम्परिक रूप में बुनी हुई ऊन से बनी, जिसमें काली ट्रिम और सुनहरे बटन होते थे और बड़े कस्ट्यूम पर्ल हरों के साथ पहने जाते थे। कोको चैनेल ने एक छोटी काली पोशाक भी लोकप्रिय बनाई जिसकी खाली–स्लेट विविधता, इसे दिन में या शाम को, एसेसरीज बदल कर पहनने योग्य बनाती थी। हालाँकि विशिष्ट काली पोशाकों का अस्तित्व पहले भी था, लेकिन इनके द्वारा डिजाइन्ड पोशाके हाउट कोटर स्तर की मानी जाती थी। १६२३ मे, इन्होने हार्पर बेजार से कहा कि "सच्ची इलीगैन्स सादगी में है।" इनके कई जगह उल्लेखित शब्दों में से एक है, "फैशन सिर्फ कपड़ों से सम्बन्धित नही है। फैशन हवा में है, आँधी के उपर जन्मा है। व्यक्ति इसे देखता है। यह आकाश में है या सड़क पर।"

पेरिस मे, हाउस ऑफ चैनेल, कार्ल लेजरफेल्ड की देख–रेख में आज के शीर्ष डिजाइन हाउसेस में से एक हैं।

क्रिश्चन डॉयरः-

क्रिश्चन डायर एक प्रभावशाली फ्रेंच फैशन डिजाइनर थे। डॉयर ने कैथोलिक स्कूल कॉलेज स्टैनिस लाज़ में शिक्षा ग्रहण की और फिर पेरिस इन्स्टीट्यूट ऑफ पोलीटिकल स्टॉडीज (साइन्सेस पी.ओ. के रूप में बेहतर जाना जाता है) में अध्ययन किया, जिसके बाद, १६४६ में, टेक्सटाइल उद्योगपति मार्शेल बाउसैक की सहायता से परिस में, कोटर के लिए अपना मुख्य हाउस स्थापित किया। बारह साल में, इन्होने अपना व्यवसाय पन्द्रह देशों तक फैलाया और २००० से अधिक लोगों को रोजगार दिया।

डॉयर मुख्यतः १६४७ के "न्यू लुक" के लिए जाने जाते हैं, जिसमें संकीर्ण कंधे, अवरोधित कमर, प्रभावशाली बस्ट और लम्बी, चौड़ी स्कर्ट होती थी, जो युद्ध के समय के फैशन की अति से एकदम विराधाभासी था। इनके डिजाइन्स नियमित कलात्मक ईलीगैन्स के प्रतिनिध थे। जो फेमिनिन लुक पर जोर देते थे। न्यू लुक ने स्त्रियों के परिधानों में क्रान्तिकारी परिवर्तन ला दिया और दूसरे विश्व युद्ध के बाद, पेरिस को पुनः फैशन जगत के केन्द्र के रूप में स्थापित कर दिया। डॉयर ने अपने फैशन विश्व में फैलाने शुरू कर दिए जब, अपने साझेदार जैक्स राउट के साथ मिलकर फैशन के सहायक बन गए और उन्हें ही डॉयर का पदाधिकारी बनना था, लेकिन उनकी सैन्य सेवा का समय आने पर मजबूरी वश

उन्हें छोड़कर जाना पड़ा। लौटने पर, उनकी जगह पर, अस्थायी तौर पर रखे गए मार्क बोहन से विवाद होने के बाद, सेइन्ट–लॉरेन्ट ने जल्दी ही अपना मैरोन डे कोटर शुरू किया, जैसे ही उनकी सैन्य दायित्व पूर्ण हुए।

जीन पाउल गाल्टियरः-

जीन–पाउल गाल्टियर एक फ्रॉसीसी फैशन डिजाइनर जो पहले एक टी०वी० प्रेजेन्टर थे।

गाल्टियर ने डिजाइनर्स के रूप में कोई भी औपचारिक प्रशिक्षण नही लिया। इसकी जगह, कम उम्र में ही उन्होने अपने स्केचेस प्रख्यात कोटर स्टाइलिस्ट को भेजने शुरू कर दिए। पियरे कार्डिन इनके काम से प्रभावित हुए और १६७० में इन्हें अपना सहायक बना लिया। १६७६ में, इनका पहला व्यक्ति संग्रह निकला और इनकी विशिष्ट अनादरपूर्ण शैली, १६८१ से शुरू हुई और इन्हे लम्बे समय से फ्रॉसीसी फैशन के बुरे लड़के के नाम से जाना जाता है। इसके बाद आने वाले, गाल्टियर के कई संग्रह स्ट्रीट वियर पर आधारित थे, लोकप्रिय संस्कृति पर केन्द्रित, और दूसरी ओर, विशेषकर उनके हाउट कोटर संग्रह अति औपचारिक लेकिन अनुपम व प्लेफुल थे। जीन–पाउल गाल्टियर ने ६० के दशक में, मडोना के लिए स्कल्पचर्ड कस्ट्यूम का निर्माण किया और वूल्फोर्ड होजरी का निकट सहयोगी बनकर भी कार्य किया। इन्होने स्कर्ट्स के प्रयोग को लोकप्रिय बनाया विशेषकर पुरूषों के लिए किट्स को और डिजाइनर कलेक्शन को भी स्वीकार्य बनाया। गाल्टियर अपनी प्रदर्शनियों के लिए असामान्य मोडेल्स का चुनाव कर सबको चौका देते थे– जैसे बूढ़ी और मोटी महिला या पियर्सड् और ढ़ेरों टैटूज़ भारी मोडेल्स को लेकर–और शोज़ में पारम्परिक लिंग भूमिकाओं के साथ भी खिलवाड़ करते थे। इससे उन्हे भारी आलोचना व लोकप्रियता, दोनो मिली।

गाल्टियर ने कई चलचित्रों के लिए भी वार्डरोब्स डिजाइन की। आजकल यह तीन संग्रहों के लिए डिजाइन करते हैं, अपने हाउट कोटर और रेडी–टू–वियर लाइन्स के साथ–साथ नवीनतम लॉन्च्ड कपड़ों की श्रृंखला हर्मेस के लिए जो एक फ्रेंच कम्पनी है और अपने घुड़सवारी सम्बन्धी पृष्ठभूमि, स्कार्फस् और महंगे तथा खोलने में मुश्किल हैन्डबैग्स के लिए जानी जाती है।

जीन पाउल गाल्टियर अपने लोकप्रिय इत्र की श्रृंखला के लिए भी जाने जाते हैं।

हुबर्ट डे गिवेन्चीः-

हुबर्ट डे गिवेन्ची एक फ्रेंच फैशन डिजाइनर हैं जो १६५२ में गिवेन्ची नामक हाउस शुरू किये। वह सभी किस्म की आउड्रे हेपबर्नस क्लोदिंग और कास्ट्यूम तथा जैक्वेलिन केन्नेडी के काम के लिए प्रसिद्ध हैं।

१६५२ मे, गिवेन्यची ने पेरिस में अपना डिजाइन हाउस खोला। कुछ समय बाद, पेरिस की शीर्ष की मोडेल के लिए बने अपने पहले संग्रह का नाम "बेटिना ग्रैजियनी" रखा।

इनकी शैली, नवीनता के लिए जानी जाती थी जो डॉयर के अधिक रूढ़ीवादी डिजाइन्स के विपरीत थे।

२५ साल की उम्र में, पेरिस के बढ़ते फैशन परिदृश्य के वह सबसे छोटे डिजाइनर थे। इनके पहले संग्रह, आर्थिक कारणों से सस्ते कपड़ों से बने थे, परन्तु, अपने डिजाइन्स के कारण सदा उत्सुकता उत्पन्न करते थे।

आउड्रे हेपबर्न, जो बाद में गिवेन्ची के फैशन की सबसे बड़ी समर्थक बनीं, और गिवेन्ची पहली बार सोब्रिना की स्कूल पर मिले। गिवेन्ची ने उनकी हर फिल्म के लगभग हर कपड़े डिजाइन किए। उन्होने अपना पहला परफ्यूम कलेक्शन भी उनके लिए विकसित किया। गिवेन्ची के अन्य ख्याति प्राप्त ग्राहकों में ग्रेस केली और जैकी केनेडी थे।

इसी समय, गिवेन्ची अपने आदर्श, क्रिस्टोबॉल बैलेन्सियागा से भी मिले, जिन्होने पहले पैको राबैने का कार्य भी प्रभावित किया था।

१९६८ मे, गिवेन्ची ने अपना पहला प्राइट–अ–पोर्टर संग्रह भी पेश किया, बाद में एक मेन्स लाइन भी लॉच किया।

१९८१ में, दा हाउस ऑफ गिवेन्ची विभाजित हो गया, इत्र श्रंखला वियू क्लीकॉट को मिली और फैशन शाखा लुईस विटोन मोएट हैन्सी ग्रुप के अपस्केल ब्रॉन्ड्स के पोर्टफोलियों को गई।

हाबर्ट डे गिवेन्सी ने १९९५ में फैशन से किनारा कर लिया। जॉन गैलिएनों और बाद में, एलेक्जेन्डर मैक्वीन के थोड़े समय के लिए क्रियेटिव डॉयरेक्टर बनने के बाद, जूलियन मैकडोनाल्ड, गिवेन्ची पर डिजाइन इन्चार्ज हैं।

पाउल प्वाइरेटः-

पाउल प्वाइनेट, प्रथम विश्व युद्ध से पहले, पेरिस में स्थापित कोर्टियर है, बेली इपोक्यू के दौरान। फैशन डिजाइनर जैकस डाउसेट ने इन्हे ड्राफ्ट्समैन (नक्शा बनाने वाले) के रूप में रख लिया। जब इन्होनें अपना प्रशिक्षण, दा हाउस ऑफ वर्थ के साथ पूरा कर लिया, तब १९०४ में इन्होने अपना फैशन हाउस खोला। यह राजसी ओरिएन्टल और आर्ट डेको गाउन्स डिजाइन करने के लिए प्रख्यात थे। वह अपना इत्र लॉच करने वाले पहले कोर्टियर थे (जिसका नाम अपने सबसे बड़ी पुत्री के नाम पर रोज़िन रखा था) और इन्होने सस्पेन्डर बेल्ट, फ्लेस कलर्ड स्टोकिंग्स और कलोट्स और आधुनिक ब्रेजरी भी लॉच किये। इन्होने पहली शीथ ड्रेस और सैक ड्रेस भी पेश की।

यह ज्ञात होना आवश्यक है कि प्वाइरेट का सिगनेचर था गुलाब– इनके डिजाइनर लेबेल में यह अलंकरण की वस्तु था और उनकी रचनाओं में समय–समय पर दिखता रहा

है (लेपेल्स और अन्य जगहों पर)। यह उनका हस्ताक्षर था और हर उस वस्तु को निर्दिष्ट करता था जिस पर उन्हें विशेष रूप से गर्व होता था। पाउल इरिबे नामक एक ग्राफिक कलाकार और ज्वेलरी डिजाइनर को डिजाइन करने के लिए नियुक्त किया। लेबेल में एक साधारण गुलाब का रेखाचित्र के साथ 'पाउल प्वाइरेट अ पेरिस" लिखना था।

प्वाइरेट अतिव्ययी दावते आयोजित करने के लिए सुप्रसिद्ध थे। जब कुछ अतिथि सही प्रकार की पोशाकों में नही आते थे, तो उन्हे या तो प्वाइरेट के पर्सियन पोशाके पहनने का अग्रह किया जाता था या फिर पार्टी छोड़कर चले जाने को कहा जाता था। १६०६ में, प्वाइरेट ने राउल डफी को हाउस के लिए स्टेशनरी डिजाइन करने और उनकी पोशाकों में प्रयुक्त टेक्सटाइल पैटर्नस् को डिजाइन करने के लिए नियुक्त किया।

यावेस सेइन्ट लॉरेन्टः-

इन्श्योरेन्स कम्पनी के प्रबन्धक चार्लेस सेइन्ट लॉरेन्ट और उनकी सोसलाइट पत्नी लुसिने मैथ्यू जो अलजैकी होरेइन के एक परिवार के सदस्य थे जो फ्रॉको पर्सियन युद्ध के दौरान उत्तरी अमरीका में बस गए थे, के घर जन्में सेइन्ट लॉरेन्ट ने १७ साल की उम्र में अपना घर, डिजाइनर क्रिश्चन डॉयर के साथ काम करने के लिए छोड़ दिया था। १६५७ में डॉयर की मृत्यु के बाद, डॉयर हाउस को आर्थिक बर्बादी से बचाने के प्रयासों का दायित्व, २१ वर्षीय सेइन्ट लॉरेन्ट को सौंपा गया। १६६२ में, सेइन्ट लॉरेन्ट ने अपना कोटर हाउस शुरू किया जिसमें उनकी पत्नी पियरे बर्ग ने धन लगाया। १६७६ में, यह जोड़ी अलग हो गई लेकिन व्यापारिक साझेदारी जारी रही।

उनके नर्वस ब्रेकडाउन होने के कारण, डॉयर ने उन्हे आजाद कर दिया और पियरे बर्ग के साथ मिलकर सेइन्ट लॉरेन्ट अपना लेबेल शुरू किया, सेइन्ट अब तक यश के नाम से जाने, जाने लगे थे। १६६० और ७० के दशक में, फर्म ने ब्रेटनिक लुक, ट्वीड सूट्स, टाईट पैन्ट्स और टॉल थाई–हाई बूट्स जैसे कई फैशन ट्रेन्ड्स लोकप्रिय बनाएँ। इनके चाहने वालों में लाउलू डे ला फैलेजी, जो फ्रॉसीसी मारक्यूस की बेटी और एक एंग्लों आयरिश फैशन मोडेल थी, बेट्टी कैट्राक्स जो एक अमरीकी डिप्लोमैट की अर्घ ब्राजीलियन बेटी व फ्रेंच डेकोरेटर की पत्नी थीं और कैथेरिन डेन्यू– एक आदर्श फ्रेंच अभिनेत्री थीं, शामिल थे। इस कोटोरियर के लिए, १६७० के अन्त और ८० के दशक की शुरू में, लन्दन सोसलाइट मिलियनरेस डियने बाउल्टिंग–कैजरले वैन्डिली राजदूत बनी। जिन्होने इनके ब्रॉन्ड को यूरोपीय उच्च वर्ग और प्रभावशाली लोगों के बीच और भी अधिक लोकप्रिय बना दिया।

२००२ मे, कई वर्ष बुरे स्वास्थ्य, नशाखोरी, शराब, मानसिक तनाव, यश के डिजाइन्स की आलोचना और लीड डिजाइनर टॉम फोर्ड के साथ चलती समस्याओं के चलते, सेइन्ट–लॉरेन्ट और गुसी ने यश हाउस को बन्द कर दिया। हालॉकि हाउस अब नही है, परन्तु ब्रॉन्ड अपनी मूल कम्पनी गुसी के सहारे आज भी अस्तित्व में है।

२००४ मे, टॉम फोर्ड के रिटायरमेन्ट के बाद, स्टेफैनो पिलैटी के निर्देशन में आज भी प्रिट–अ–पोर्टर लाइन निर्मित की जा रही है।

१६.४ सारांशः-

इस लेख को पढ़ने के बाद आपको यह समझ आया होगा कि फैशन जगत में नाम कमाने के लिए लोगों ने क्या–क्या अजीबो–गरीब कार्य किए हैं। अपने फोटोग्राफ के स्टीकर लगे नोट बॉटने से लेकर स्थापित व्यवसाय से फैशन डिजाइनर में परिवर्तित होने तक।

इस यूनिट में कुछ विश्व प्रसिद्ध फैशन डिजाइनर्स के कार्यो के विषय में चर्चा की गई है जैसे– काल्विन क्लेइन, वेरा वैंग, विलियम रोन्डिना, आस्कर डे ला रेन्टा, पेरी ईलिस, डायना वॉन फेयरस्टेन्बर्ग, एडिथ हेड, डोम्ना करन, लिलि पुलितजर, कारा शॉन, नारमैन हार्टनेल, एलेक्जेण्डर मैक्वीन, ब्रूस ओल्डफील्ड, मैरी क्वैन्ट, विविन्ने वेस्टवूड, कार्ल लेजरफेल्ड, जिल सैन्डर, पियरे कार्डिन, कोको चैनेल, क्रिश्चन डॉयर, जीन–पाउल गाल्टियर, ह्यूबर्ट डे गिवेन्ची, पाउल प्वाइरेट और यवेस सेइन्ट–लॉरेन्ट।

१६.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ विश्व के सबसे प्रभावशाली फैशन हाउसेस के नाम बताइये ?

प्रश्न–२ मिनि स्कर्ट का अविष्कार किसने किया ?

प्रश्न–३ किस डिजाइनर ने पंक लुक की शुरूआत की ? पंक लुक क्या था ?

प्रश्न–४ किन्ही दो जापानी डिजाइनर्स के नाम बताइए ?

प्रश्न–५ गिवेन्ची और क्रिश्चन डॉयर के कार्यो की तुंलनात्मक विवेचना करें ?

प्रश्न–६ अपने शादी के संग्रह के लिए कौन सा डिजाइनर प्रख्यात है ?

प्रश्न–७ किस डिजाइनर ने अपना व्यापार फलों का रस बेचकर शुरू किया ?

प्रश्न–८ निम्न की डिजाइन शैली के विषय में लिखें–

कॉल्विन क्लेइन, आस्कर डे ला रिन्टा, कोको चैनेल और पियरे कार्डिन।

प्रश्न–९ रैप ड्रेस किसने प्रस्तावित किया ?

प्रश्न–१० किसने अपनी डिजाइनिंग के लिए ८ बार ऑस्कर जीता ?

प्रश्न–११ किसने इलास्टिक सूट्स बनाये?

प्रश्न–१२ इंगलैण्ड की महारानी की पोशाकें किसने डिजाइन की ?

प्रश्न–१३ बचपन में कौन अपनी बहनों के लिए पोशाकें डिज़ाइन करता था ?

प्रश्न–१४ क्रिश्चन डॉयर और यश सेइन्ट–लॉरेन्ट फैशन जगत के शक्तिशाली नाम हैं। इस वक्तव्य को न्यायसंगत बनाइये।

श्न–१५ किस डिजाइनर का सिगनेचर लेबेल गुलाब था?

१६.६ स्वाध्ययन हेतु

इनसाइक्लोपीडिया आफ क्लोदिंग एण्ड फैशन वालूम ३ – वालेरी स्टील पब्लिकेशन गेल ग्रुप

DFD-01/UGFD-02

उत्तर प्रदेश
राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

फैशन डिजाइनिंग

फैशन सामान्य ज्ञान

ब्लाक

२

ग्लोसरी

यूनिट-५
वस्त्र उद्योग में प्रयोग किए जाने वाले शब्दों की ग्लोसरी 'ए' से 'सी' तक

यूनिट-६
वस्त्र उद्योग में प्रयोग किए जाने वाले शब्दों की ग्लोसरी 'डी' से 'जे' तक

यूनिट-७
वस्त्र उद्योग में प्रयोग किए जाने वाले शब्दों की ग्लोसरी 'के' से 'आर' तक

यूनिट-८
वस्त्र उद्योग में प्रयोग किए जाने वाले शब्दो की ग्लोसरी 'एस' से 'जेड' तक

ब्लाक-२

विषय परिचयः-

फैशन उद्योग में एक निश्चित शब्दावली का प्रयोग होता है। इस विशाल उद्योग का हिस्सा बनने के लिए, इस शब्दावली को जानना आवश्यक है।

इस इकाई में फैशन व कपड़ा उद्योग में सामान्यतः प्रयोग किए जाने वाले शब्दो की सूची बनाई गई है। साथ ही शब्दों के अर्थ भी दिए गए हैं। इस पाठ्य का अध्ययन करते समय यह ध्यान रखना आवश्यक है कि एक शब्द के कई अर्थ हो सकते हैं। साथ ही यह की शब्द कई बार इस प्रकार प्रयोग हो जाते हैं कि वह अपने असल अर्थ से अलग अर्थ देते हैं। फैशन ऐसा विषय है जिसमें दृष्टि अध्ययन का प्रयोग होता है। इसीलिए कुछ शब्दों को रेखाचित्रों द्वारा भी समझाया गया है। पूरे खण्ड को अल्फाबेटिकल आर्डर में क्रमबद्ध किया गया है।

यूनिट-५

कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस् की ग्लोसरी ए से सी तकः-

इस यूनिट में फैशन व कपड़ा उद्योग में सामान्यतः प्रयोग किए जाने वाले उन शब्दों की सूची है जो अंग्रेजी अक्षर ए, बी, और सी से शुरू होते हैं।

यूनिट-६

कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस् की ग्लोसरी डी से जे तकः-

इस यूनिट में अंग्रेजी अक्षर डी, ई, एफ, जी, एच, आई, और जे से शुरू होने वाले उन शब्दों की सूची है जो कपड़ा उद्योग में सामान्यतः प्रयोग किए जाते हैं।

यूनिट-७

कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस् की ग्लोसरी के से आर तकः-

इस यूनिट में अंग्रेजी अक्षर के, एल, एम, एन, ओ, पी, क्यू और आर से शुरू होने वाले उन शब्दों की सूची है जो कपड़ा व फैशन उद्योग में सामान्यतः प्रयोग किए जाते हैं।

यूनिट-८

कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस् की ग्लोसरी एस से जेड तकः-

इस यूनिट में फैशन उद्योग में प्रयोग किए जाने वाले उन शब्दों की सूची हैं जो अंग्रेजी अक्षर एस, टी, यू, वी, डब्लू, एक्स, वाई और जेड से शुरू होते हैं।

संरचना

५.१ यूनिट प्रस्तावना

५.२ उद्‌देश्य

५.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस की ग्लोसरी ए से सी तक

५.४ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

५.५ स्वाध्ययन हेतु

५.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

इस यूनिट में फैशन व कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाले उन शब्दों की सूची है जो अंग्रेजी अक्षर ए, बी, और सी से शुरू होते हैं। इस यूनिट में प्रयोग किए गए कुछ शब्द परम्परागत भारतीय परिधानों से सन्दर्भित हैं, लेकिन आधुनिक फैशन परिदृश्य में आज भी प्रचलित है।

५.२ उद्‌देश्यः-

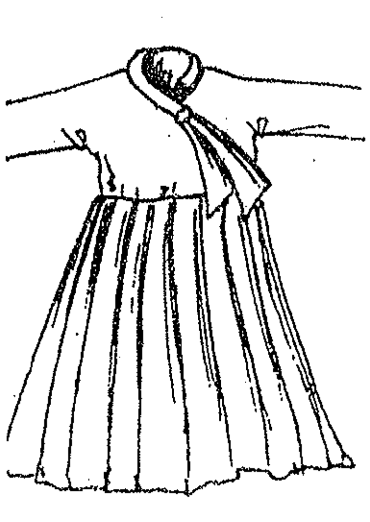
इस सूची को देने का एकमात्र उद्‌देश्य विद्यार्थियों को फैशन के शब्दावली से परिचित कराना है जिससे कि पाठ्यक्रम को समझना आसान हो जाए। जब कोई फैशन शब्दावली का प्रयोग कर बात कर रहा हो, तो उस वस्तु की आकृति मस्तिष्क में बननी चाहिए, जिससे कि व्यक्ति साफ–साफ समझ सकें कि क्या कहा जा रहा है।

५.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाले शब्दो की ग्लोसरी ए से सी तकः-

अ

अबाः- एक ढ़ीला क्लोक; शायद अरब मूल का। पुरूषों के लिए जामा जैसा और महिलाओं के लिए ऐबो जैसा। (चित्र५.१)

अभोः- एक कमीज़ जैसा ढ़ीला परिधान, अधिकतर गुजरात व राजस्थान की महिलाओं द्वारा पहना जाने वाला। यह सामान्यतः चौड़ी व छोटी आस्तीन वाला, गले पर खुला, ऊपर से ढ़ीला और अपनी स्कर्ट पर घेरदार होता था। इसे अक्सर शीशों व कढ़ाई से सजाया जाता था।

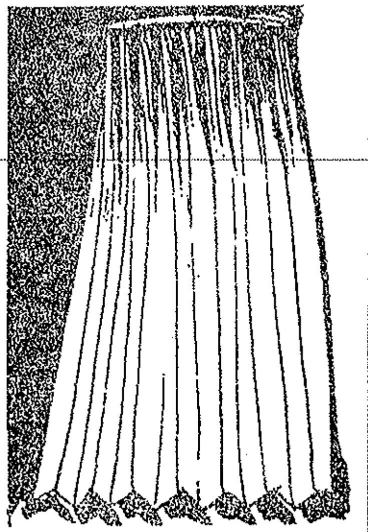


(Fig. 5.1)

एसेसरीजः- होजरी से लेकर जूते, बैग्स, दस्ताने, बेल्ट, स्कार्फ, गहने और हैट्स तक सभी चीजें; जिनका प्रयोग परिधान की खूबसूरती बढ़ाने के लिए किया जाता है। या किसी परिधान के साथ कोई सजावट, कोई लुक या इमेज उत्पन्न करने के लिए प्रयुक्त वस्तुएँ।

एसेसराइजिंगः- किसी परिधान पर, डिसप्ले या फैशन शो में मॉडल के लिए या ग्राहकों के लिए विशेष आग्रह पर; एसेसरी जोड़ने की प्रक्रिया।

एकोर्डियन प्लीट्सः-कपड़े को एकोर्डियन से मिलती–जुलती प्लीट्स में मोड़ना या बराबर–बराबर मुड़ी व क्रीज की गई सीधी प्लीट्स जो कपड़े से फैन आउट करें। (चित्र ५.२)



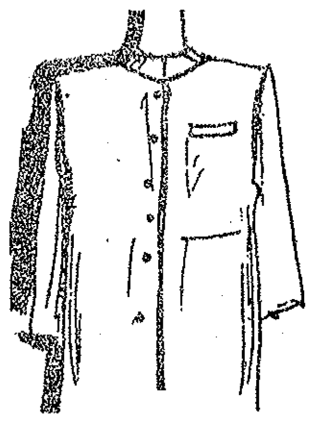
(Fig. 5.2)

अचकनः- पुरूषों की लम्बी आस्तीन वाला, कोट–जैसा परिधान, शरीर के पास पहना जाने वाला, तथा घुटनों तक या उससे भी नीचे तक लम्बा तथा सामने केन्द्र में बटन वाला।

एक्रेलिकः- हल्का व टिकाऊ, मानव–निर्मित कपड़ा जिसकी ड्रेपिंग क्षमता अच्छी होती है, एक्रेलिक सामान्यतः सस्ते होते हैं।

एक्रोमैटिक रंगः- काला या सफेद जिससे कोई रंग न हो, बेरंग।

एडैप्टेशनः- एक ऐसा डिजाइन जो किसी अन्य डिजाइन के विशेष फीचर लिए हो लेकिन उसकी पूरी नकल न हो।



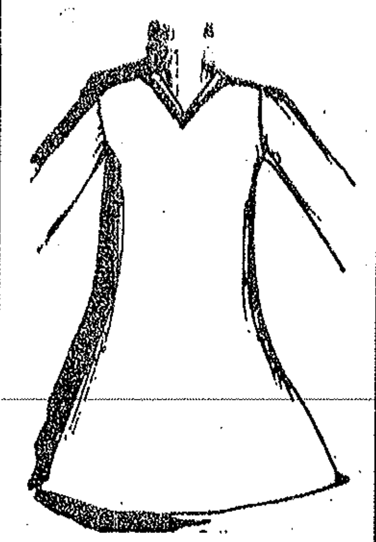
(Fig. 5.3)

एडजस्टिंग दा पैटर्न प्रोडक्शनः- कपड़े के टेक्सचर के कारण किसी पैटर्न में फेरबदल की जरूरत पड़ सकती है। पैटर्न बनाने के बाद पहला ट्रेल सैम्पल गारमेन्ट काट लिया जाता है लेकिन मैटेरियल में इतनी विभिन्नता होती है कि पैटर्न को बदलना पड़ सकता है तथा कपड़े की प्रकृति के अनुसार लम्बा या छोटा करना पड़ सकता है।

ऐडवासिंग रंगः- वह रंग जो पैटर्न में नजदीक आते हुए प्रतीत होते हैं। उदाहरणार्थ– लाल, नारंगी व पीला। इन रंगों को गर्म रंग भी कहा जाता है। जैसा कि ये प्रकृति में सूर्य और अग्नि के रूप में पाये जाते हैं।

एडवरटाइजिंगः- बिक्री को प्रभावित करने के लिए, एक आइडेन्टीफाइड स्पोन्सर द्वारा पेड संदेश पहुँचाने का एक अव्यक्तिगत तरीका।

अफ्रीकन प्रिन्टः- एक रंग बिरंगा व गतिमान छपाई जो अफ्रीका की पारम्परिक कपड़ो व टेक्सटाइल्स से लिए जाते है।


(Fig. 5.4)

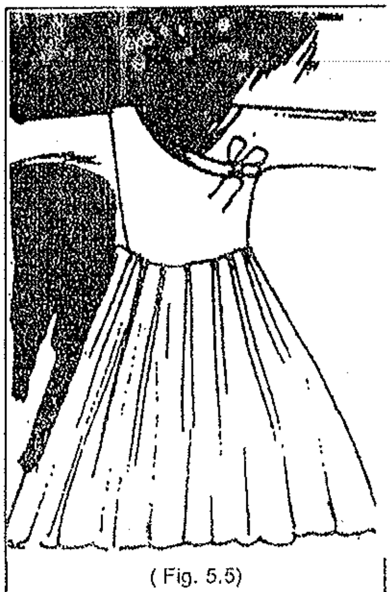
अ-लाइनः- ढ़लती किनारी वाला परिधान जिसका सबसे चौड़ा भाग हेमलाइन होती है या कोई ड्रेस या स्कर्ट जिसका सिलहौटी पिरामिड के आकार के जैसा हो। ऐसी स्कर्ट या ड्रेस के लिए प्रयोग किए जाने वाला एक अन्य शब्द, जो ऊपर से संकीर्ण, व नीचे की धीरे–धीरे चौड़ा व धेरदार हो और इसीलिए अंग्रेजी अक्षर ए से मिलता–जुलता हो। हर प्रकार की फिगर के लिए अच्छा है; बटन हैवी फिगर्स को छिपाने के लिए अच्छा। (चित्र ५.४)

ऑल वेदर कोटः- एक ऐसा कोट जो हर प्रकार के मौसम में पहना जा सकता है। यह हल्के कपड़े का बना होता है।

अल्पाका: ल्पाका, दक्षिण–अमरीका का एक स्तनपायी जीव, के काले या भूरे ऊन से बुना गया कपड़ा।

अल्टरः- किसी पैटर्न को शरीर के नाप के अनुसार परिवर्तित करना।

अमेरिकन स्टाइलः- यूरोपीय या जापानी शैली के विपरीत; यह शैली, स्पोर्टी, कैजुवल और ईजी गोइंग होती है।


(Fig. 5.5)

एनालोगसः- सम्बन्धित रंगो, जिनका ह्यू एक समान होता है को परिभाषित करने के लिए एक शब्द। यह रंग कलर व्हील पर एक दूसरे के अगल–बगल रखे जाते हैं।

एनीमल प्रिन्टः- कपड़े का एक पैटर्न जो किसी जानवर की त्वचा जैसा है। जैसे– जेब्रा या चीता।

अंगरक्खाः- पुरूषों के लिए लम्बा, पूरी आस्तीन का बाहरी वस्त्र, शाब्दिक अर्थानुसार "अंगो को ढंककर या सुरक्षित रखने वाला"। जामा से सम्बन्धित लेकिन परम्परागत, भारतीय मूल का (सामान्यतः छाती पर

खुला व सामने की ओर बाँधा गया, जिसका अन्दर का फ्लैप या पर्दा छाती को ढंकता हुआ हो, फुल स्कर्टेड और भिन्न लम्बाइयों वाला। (चित्र ५.५)

अंगईअंगिका:- बहुत पुराने ज़माने से, भारत में महिलाओं द्वारा पहनी जाने वाली छोटी, कसी हुई चोली। शाब्दिक अर्थानुसार– "शरीर को ढंकने वाला"।

(Fig. 5.6)

ऐन्टीक:- एक फिगरेटिव शब्द जो पुराने फैशन की शैली को विस्तृत करता है। एक सच्चा ऐन्टीक वही है जो, अमरीकी कानून के अनुसार, १०० साल से ज्यादा पुराना हो।

अपारेल:- पुरूष, महिला व बच्चों के कपड़ों के लिए प्रयोग होने वाला शब्द।

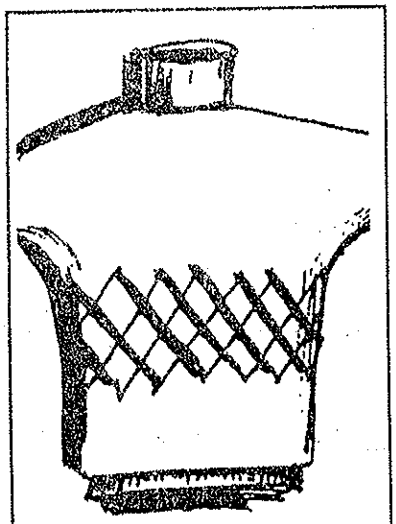
एप्रोन फ्रन्ट:- किसी ड्रेस या स्कर्ट के सामने की ओर एप्रोन जैसा फ्लैप। (चि ५.६)

अराबेस्क्यू:- कपड़े की एक शैली जिसमें, ज्यामितीय व सिवरलिंग मोटिफ वाले पूर्वी पैटर्न होते हैं।

ऐप्लीक्यू:- किसी अन्य कपड़े पर सिली कई सजावट।

अरजिल:- तीन मूल रंगों में हीरे के आकार का स्कोटिश पैटर्न; अधिकतर मोजो व स्वेटर में प्रयोग किया जाने वाला। (चित्र ५.७)

आर्मी लुक:- सेना की वर्दी की शैली, आकार या रंग (आर्मी ग्रीन या गहरा ओलिव ग्रीन)



(Fig. 5.7)

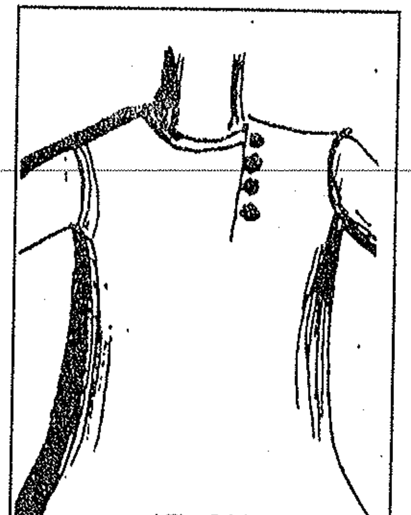
आर्ट डेको:- २०वीं सदी की शुरूआत में फ्रॉस और इंग्लैण्ड में चलाया गया डेकोरेटिव और फाइन आर्टस् मूवमेन्ट, स्टाइलिश, ज्यामितीय पैटर्न की विशिष्टता के साथ इसमें परपिल, पीला, हरा, गोल्ड, सिल्वर और काले रंग का प्रयोग किया जाता था।

आर्ट नोवीयू:- १६वीं सदी के अन्त में फ्रॉस, जर्मनी, बेल्जियम और ऑस्ट्रिया में जन्म लेने वाली डेकोरेटिव और फाइन आर्ट।

एस्कॉट:-एक चौड़ा, गले का स्कार्फ है जिसे कई तरीके से बाँधा जा सकता है। एस्कॉट टाई, स्कूली बच्चों के लिए प्रयोग किया जाने वाला बना बनाया टाई है।

अशर्फी बूटीः- यह एक प्रचलित टेक्सटाइल डिजाइन है जिसमें छोटे–छोटे फूलों के गोले बने होते हैं। कभी–कभी कुछ डिजाइनों में गोले के अन्दर पैटर्नस् होते हैं।

असेम्बलिंगः- किसी विशेष डिजाइन के लिए पैटर्न बनाने के बाद पैटर्न के सभी भागों को इकट्ठा रखकर परिधान बनाया जाता है।



(Fig. 5.8)

ऐसमेट्रिकलः- बिना संतुलन का; असंतुलित; संतुलन तोड़कर बहाव उत्पन्न करने के लिए प्रयुक्त। एक ओर में खुला, लेकिन दूसरी ओर बिना कोई संतुलन करने वाली फीचर के। (चित्र ५.८)

अटानसोंः- एक चौड़ा, चोगा जैसा कपड़ा, शीर के चारों ओर बाँधने के लिए।

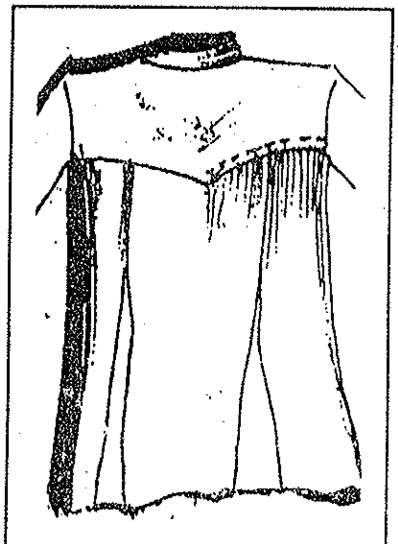
अवैन्ट गार्डेः- किसी भी कला के प्रयोगकर्ताओं में सबसे जाबॉज, मौलिक व नए डिजाइनों, विचारों व तकनीकों की किसी विशेष समय में शुरूआत। फैशन के सन्दर्भ में इसका अर्थ है– मौलिक डिजाइन जिसे सामान्यतः हाई फैशन कहा जाता है।

ऐवीएटर जैकेटः- यह एक ब्लाउज के तरीके की जैकेट है जो विमान चालकों के लिए उपयुक्त डिजाइन से प्रेरित है।

बी

बी अबुस्खाः- एक त्रिकोणीय स्कार्फ जो सिर पर ओढ़कर ठुड्डी के नीचे बाँधा जाता है।

बैक ड्रेपः- एक लम्बा कपड़ा जिसे कन्धे या कमर पर लगाया जाता है और जो पीछे की ओर जमीन पर गिरा रहता है। कुछ जगहों पर इसे हटाया भी जा सकता है।



(Fig. 5.9)

बैक योकः- स्कर्ट के ऊपर की ओर या विभिन्न कपड़ों के कंधों पर जुड़ा एक कसा या आकार दिया गया टुकड़ा। (चित्र ५.९)

ब्रेसलेट लेंथः- यह आस्तीन या दस्ताना है जो ब्रेसलेट पहने जाने वाली जगह तक लम्बा होता है।

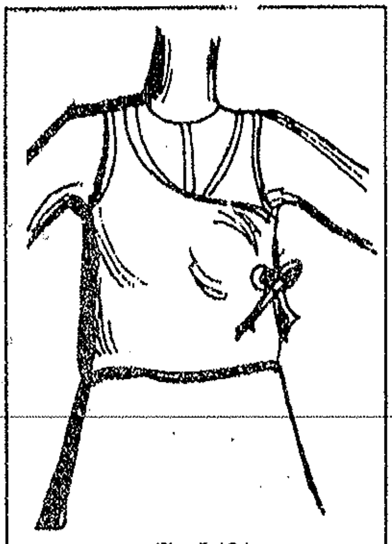
बादलाः- चपटा, धातु का तार, अधिकतर चॉदी–गिलेट

का, जिसको ब्रोकेड व कढ़ाई में इस्तेमाल किया जाता है।

बघाल बन्दी:- एक प्रकार का ट्यूनिक या जैकेट, जो बगल के नीचे बाँधा जाता है। (चित्र ५.१०)

बालाबार:- एक बाहरी कपड़ा पुरूषों द्वारा पहना जाने वाला, जो आकार में कोट–जैसी अचकन जैसा होता है।

बैलेन्स:- परिधान का संतुलन सही तब माना जाता है जब उसका ग्रेन सामने और पीछे, ठीक केन्द्र से नीचे लटकता हो, साथ ही बाना या बेड़ा ग्रेन, बस्ट और नितम्ब पर क्षैतिज दिशा में हों।


(Fig. 5.10)

बैलेरिना नेकलाइन:- यह एक गहरी नेकलाइन है जो अधिकतर बिना स्ट्रैप वाली या स्पैघेटी स्ट्रैप वाले कपड़ों में होती है।

बांधनी:- कपड़े पर टाई एण्ड डाई करके पैटर्न बनाने की एक प्रक्रिया जिसमें डिजाइन को बिना रंगे कपड़े पर, धागे से छोटे–छोटे बिन्दु कस के बाँध कर सुरक्षित कर लिया जाता है, जिससे उन पर डाई न चढ़े। राजस्थान और गुजरात में विशेषकर लोकप्रिय।

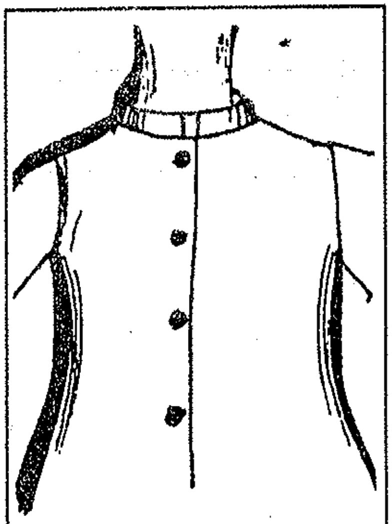
बन्द कॉलर:- कपड़े की पतली पट्टी जो गले के ऊपर सीधी खड़ी रहती है। (चित्र ५.११)

बैन्ड्रियू:- एक हल्का, ब्रेजियर जैसा पट्टा, टॉप या स्तनों को ढंकने के लिए आकार दिया गया पट्टा।

बैन्ड्वाइलर:- कंधें के ऊपर से छाती पर तिरछी पहने जाने वाली बेल्ट।

बैंजल:- गोलाकार ब्रेसलेट; यह या तो हाथ के ऊपर से फिसल जाता है या इसमें एक बड़ा सा कब्ज़ा लगा होता है जिससे इसे कलाई के ऊपर खोला या बन्द किया जाता है।

बैरोक्यू:-अधिकतर; अनियमित फैशन या शैली के लिए प्रयोग किया जाता है।

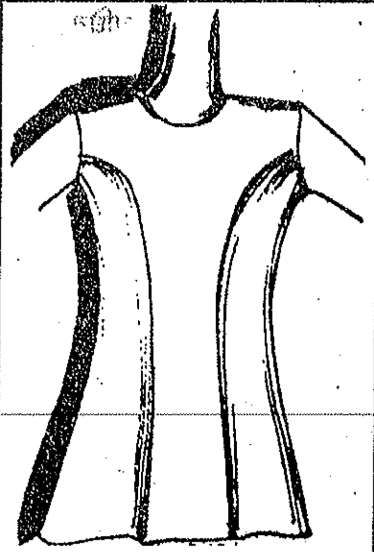

(Fig. 5.11)

बैरेट्टे:- बालों को बाँधने के लिए एक वस्तु।

बार पिन:- एक लम्बा व पतला आयताकार आभूषण जिसके पीछे एक पिन लगी होती है और महिलाओं द्वारा पहना जाता है।

बेसिक कट्स:- पाँच मूल कट्स निम्न हैं।

१. शीथ, चेमाइस, सैक्यू या शिफट:- इसमें आगे व पीछे के भाग एक पीस में होते हैं।

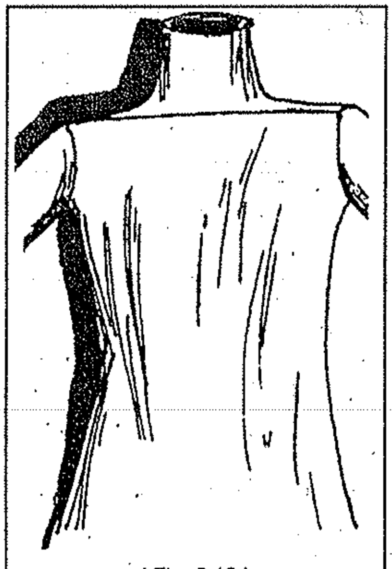

(Fig. 5.12)

२. प्रिंसेस:-इस शैली को बिना कमर की सिलाई के काटा जाता है किन्तु यह शीथ से ज्यादा कसे होते हैं। चोली की फ्रेंच डार्ट, स्कर्ट पर, नीचे तक जाती है। (चित्र ५.१२)

३. वन पीस ड्रेस:- इसका नाम वन–पीस, पसोपेस में डाल सकता है क्योंकि इसमें वेस्टलाइन पर सिलाई होती है।

४. मिडी टाई:- यह एक लॉंग वेस्ट कट है। यह प्रिंसेस या शीथ टाइप से विकसित किया गया है, और इसमें वेस्टलाइन और हिप लाइन के बीच एक क्षैतिज सिलाई होती है।

५. टू पीस ड्रेस:- टू–पीस में एक जैकेट और ड्रेस; एक सूट; एक ड्रेस और एक कोट; या एक ओवर ब्लाउज और स्कर्ट आ सकते हैं। कई डिजाइन मूल कट्स को मिला–जुला कर बनाएँ जाते हैं; जैसे सामने शीथ स्टाइल हो सकता है और पीछे का हिस्सा वेस्ट पर सिलाई के साथ कटा हो सकता है।


(Fig. 5.13)

बैटीएयर नेक:-एक सीधा, हाई नेक जो कंधो पर चौड़ी और कम गहरी होती है। (चित्र ५.१३)

बास्टिंग:- लम्बी, खुली हाथ की सिलाई, कपड़े के दो टुकड़ों को जोड़े रखने का तरीका, जिस पर पक्की सिलाई असानी से हो सकती है।

बाटिक:- कपड़े को रंगने का एक प्रचलित तरीका जिसमें पैटर्न पर मोम लगाया जाता है। यह मोम, डाई करते समय, चटख हो जाता है और जाल जैसा प्रभाव उत्पन्न करता है।

बैटल ड्रेस टॉप:- परिधान का ऊपरी हिस्सा या एक जैकेट जो, अंग्रेजी सेना द्वारा पहने जाने वाले बैटल ड्रेस टॉप शैली का होता है। अर्थात् पीछे की ओर ब्लाउज्ड और नितम्ब पर, एक चौड़े बेल्ट पर चुन्नटदार होता है।

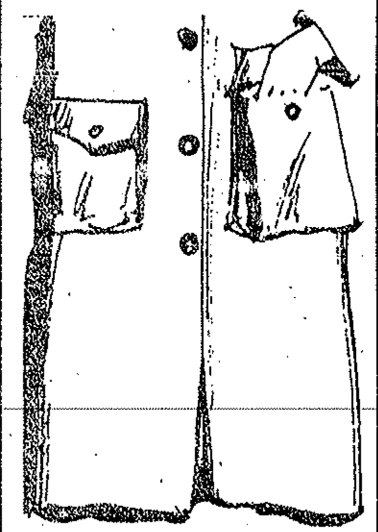
बैट्विंग स्लीव:- इसे डोलमैन स्लीव भी कहा जाता है। इस शैली को आर्महोल पर बहुत लम्बा काटा जाता है जो लगभग कमर तक फैला होता है तथा कलाई पर चौड़ाई कम हो

जाती है। यह अधिकतर सेट–इन आस्तीन न होकर परिधान का ही भाग होती है।

बीडिंगः- कपड़े पर पैटर्न बनाने के लिए या पूरा कपड़ा ढंकने के लिए मोतियों को सिलना।

बिल ब्याय कैपः- एक कड़ी, बिना किनारे वाली हैट जो सामने की ओर पहनी जाती है।

बेल बॉटम ट्राउजरः- कसे हुए ट्राउजर जो घुटनों से नीचे की ओर घेरदार होते हैं।



(Fig. 5.14)

बेल्लोज पॉकेटः-सेना के डिजाइन की जेब जिसमें एक इनवर्टेड प्लीट होती है और बटन द्वारा बन्द की जाती है, इसमें शस्त्र रखें जा सकते हैं। (चि ५.१४)

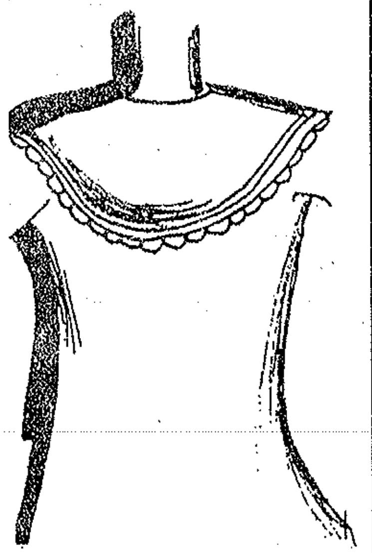
बेल स्लीवः- एक सीधी आस्तीन जो नीचे की ओर घेरदार हो या आस्तीनें जो उपर कंधे की ओर संकीण व नीचे की ओर चौड़ी हो।

बरमूडा शार्टसः- कसे हुए, संकीर्ण शार्टस, घुटनों तक लम्बे। बरमूडा द्वीप के छुट्टियाँ–मनाने वालों द्वारा पहने जाने वाले शार्टस से लिया गया है। (चित्र ५.१५)

बरथाः- एक चौड़ा, चपटा कॉलर जिसके बाहरी किनारे, सामान्यतः गोल होते हैं।

बीस्पोकः- एक बीस्पोक टेलर वह होता है जो महिलाओं, पुरूषों या बच्चों के लिए व्यक्तिगत आउटर–वियर (बाहर पहनने वाले) कपड़े बनाने में लगा हो।

बेसोर्न पॉकेटः- परिधान के अन्दर सिली गई जेब जिसे एक पट्टीदार, कटी हुई ओपनिंग द्वारा प्रयोग में लाया जा सकता है।



(Fig. 5.15)

बायसः- कपड़े की कोई भी दिशा जो ताने या बाने की निश्चित दिशा में न हो। सही बायस, कपड़े की लम्बाई व चौड़ाई के सापेक्ष ४५ डिग्री का कोण बनाता है। बायस पर कटे कपड़े में सबसे ज्यादा खिंचाव होता है।

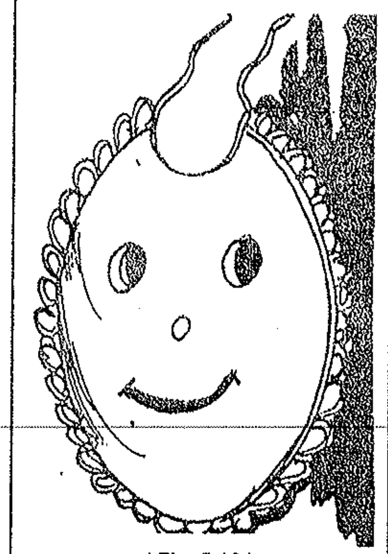
बिबः- ऐप्रन का वह भाग जो कमर से ऊपर के भाग में फैला होता है। बच्चों के लिए प्रयुक्त, गले व कमर पर बाँधा जाता है जिससे की खिलाते समय कपड़े न खराब हो। (चित्र ५.१६)

बाइक टार्डस्:- एक कसा हुआ, वन पीस परिधान– शरीर के उपरी भाग से शार्टस के किनारे तक।

बिकिनि:- ब्रीफ, दो पीस वाला स्नान का परिधान।

बाइडिंग:- एक कच्ची किनारी को बॉधने के लिए प्रयोग की गई एक कपड़े की पट्टी; जैसे– तिरछी बाइन्डिंग, गोटा इत्यादि।

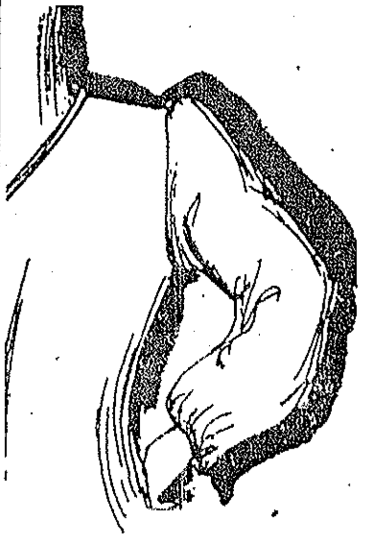
बिशप स्लीव:- एक लम्बी, पूरी आस्तीन जिसे कफ पर चुन्नटदार कर दिया जाता है। (चित्र ५.१७)



(Fig. 5.16)

ब्लेजर:- एक लम्बी आस्तीनों वाली, खेलों में पहने जाने वाली जैकेट। जिसमें लेबेल्स होते है। रेवर कॉलर वाली स्ट्रेट जैकेट; इसकी जेबें स्कूल के बच्चों व खिलाड़ियों द्वारा पहने जाने वाली जैकेट की जेबों जैसी होती है।

ब्लेन्ड:- एक फैशन शब्द जो दो रेंशों के आपसी संयोजन को समझाने के लिए प्रयोग होता है। जैसे ४० पोलीस्टर और ६० कॉटन।



(Fig. 5.17)

ब्लॉक पैटर्न:- एक मूल या मास्टर पैटर्न या टेम्प्लीट; किसी व्यक्ति के नाप के अनुसार विशेष रूप से तैयार किया गया या निर्माण के लिए मानक आकार का बनाया गया।

बोआ:- बहुत लम्बा स्कार्फ, सामान्यतः फर या फीदर का बना हुआ।

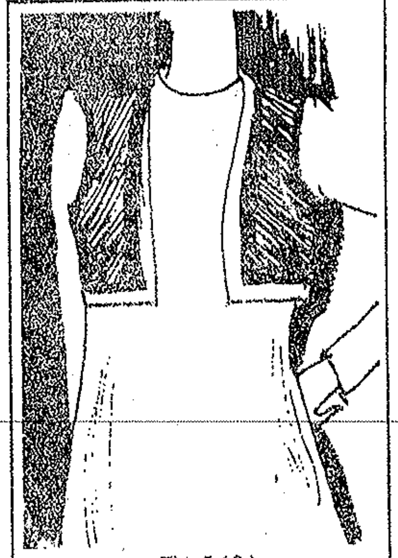
बोटर:- बॉस की टोपी की एक शैली जिसका शीर्ष कड़ा व चपटा होता है तथा किनारी भी होती है।

बोट नेक:- एक ऊँची, चौड़ी, सीधी नेकलाइन जो आगे और पीछे के एक्रास सीधी जाकर कंधों पर मिलती है और आगे–पीछे बराबर गहराई होती है।

बोडिस:- कसा हुआ, महिलाओं के परिधान का ऊपरी भाग। इस शब्द का प्रयोग महिलाओं के अन्दर पहने जाने वाले बनियान के लिए भी किया जाता है।

बॉडी बैग:- इसे बॉडी सैक्स या पैक्स भी कहा जाता है। कोई भी हाथ खाली छोड़ने वाला बैग, जैसे– बैक पैक्स, हाथ वाले पाउचेस, शरीर पर तिरछे कर टॉगे गए बैग्स, कमर पर बॉधे जाने वाले बैग्स, पहले इन्हे फैन्सी पैक्स कहा जाता था।

बोलेरो जैकेटः- एक अर्ध--फिटिंग वाली, कमर तक की लम्बाई की सामने से खुली जैकेट। (चित्र ५.१८)



(Fig. 5.18)

बूटलेग या बूटकटः- एक पैंट की शैली जो घुटने तक पतली व उसके नीचे धीरे--धीरे घेरदार होती जाती है जिससे जूते का परिमाण इसके अन्दर चला जाए। इसका घेर काफी ज्यादा होता है हालाँकि बेल--बोटम की चौड़ाई काफी ज्यादा होती है।

बूट टापर्सः-एक बिना पंजे का मोजा जो सामान्यतः जूते के नीचे पहना जाता है या उनके ऊपर, घुटने से एड़ी तक कवर की तरह पहना जाता है।

बाक्स प्लीटिंगः- चपटी प्लीटिंग, लेकिन एक उल्टा व एक सीधा मोड़ डाला जाता है।

बूटीकः- एक खाली, खड़े रहने वाली दुकान या किसी रिटेल स्टोर के अन्दर बनाया गया एक स्थान, जहाँ विशेष रूचि वाले खरीदारों के लिए विशिष्ट उत्पाद रखे जाते हैं। एक छोटी दुकान या स्टोर जहाँ फैशन परस्त व अद्वितीय चीजें बेची जाती हों। फैशन के लिहाज से जहाँ डिजाइनर--वियर बेंचा जाता हो, जिसका हर पीस नायाब हो।

ब्लीच्डः- सफेद किया हुआ; कपड़ा जिसमें सारा रंग हटा दिया गया हो। जैसे-- ब्लीच की हुई जींस।

ब्लाउजिंगः- महिलाओं का ब्लाउज़ जैसा जैकेट या शर्ट जो कमर या उससे थोड़ा नीचे, अन्दर की ओर डाला गया हो।

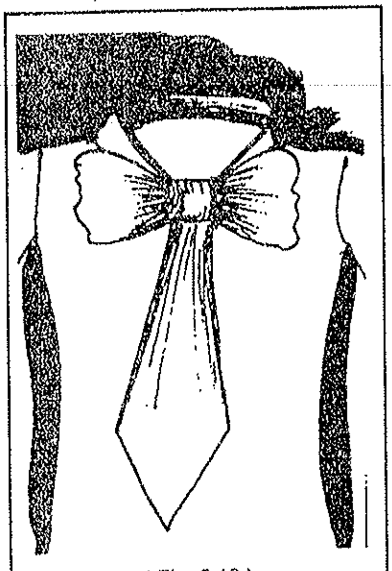
बार्डर प्रिन्टः- हेम (किनारी) या कफ पर बना डिजाइन।

बॉटमः- कमर से नीचे पहने जाने वाले कपड़े जैसे--पैंट या स्कर्ट।

बो-टाईः- एक छोटी नेक लाइन जिसपर, फार्मल वियर के लिए गले पर दो लूप्स पहने जाते हैं। (चित्र ५.१९)

ब्राइडल रजिस्ट्रीः- दुल्हन द्वारा चुनाव किए गए उपहारों की सूची जो स्टोर द्वारा रखी जाती है जिससे कि मेहमान एक ही जैसे दो उपहार न दे पाएँ।

बबल अम्ब्रेलाः- एक छतरी जो क्लीयर और विनयल से बनी एक गुम्बद नुमा कैनोपी से सिर व कंधों को पूरी तरह ढंक लेती है।



(Fig. 5.19)

बुल्कीः- बड़ा स्वेटर तथा मोटे रेशों के बने क़ोट का विशिष्ट गुण, ढ़ीला।

बन्टिंग बैगः- बच्चे का स्लीपिंग बैग, जिसमें टोपी व एक जोड़ा आस्तीन होती है, लेकिन नीचे से बन्द होता है। इसमें सामने की ओर बटन या जिप हो सकती है। यह निचली किनारी पर बन्द, कोट जैसा लगता है। (चित्र ५.२०)

(Fig. 5.20)

बरबेरीः-मौलिक रूप से, एक उच्च श्रेणी का, परम्परागत रेनकोट, अब, उसी शैली में बने डेसक्रिप्टिव कोट्स का नाम।

बूटाः- शाब्दिक रूप में 'एक पौधा'। एक फूलदार मोटिफ। जो सामान्यतः पारसी स्त्रोतों से लिया जाता है, भारतीय टेक्सटाइल डिजाइन में काफी प्रयोग किया जाता है, और पारम्परिक रूप में, फलता हुआ पौधा जिसके ऊपर एक कली खिली हो, बनाया जाता था। कभी–कभी इसे एक पौधे के अन्दर ही फूलों वाला पैटर्न बना देते हैं।

बूटीः- बूटा का छोटा रूप, भारतीय कपड़े के डिजाइन में बहुत प्रयोग किया जाता है।

बटन डाउनः- सामने से खुला परिधान जिसमें नीचे तक बटन हो। इस शब्द का प्रयोग साधारणतयः सामने से खुले लम्बे कोट के लिए होता है। (चित्र ५.२१)

ब्रॉड क्लॉथः- चमकीला सूती या पोली ब्लेन्ड्स जिसमें क्रासवाइज रिब्स हो।

ब्रोकेडः- एक भारी, कामदार कपड़ा जिस पर बारीक, उभरा तथा बुना हुआ डिजाइन हो।

(Fig. 5.21)

ब्रूचः- एक आभूषण जिसके पीछे पिन या क्लैस्प लगा हो, इसे गले या उसके पास पहना जाता है।

बुशेलिंगः- आइटम को ग्राहक द्वारा खरीदे व फिट किए जाने के बाद पुरूष परिधानो कि की गई सिलाई।

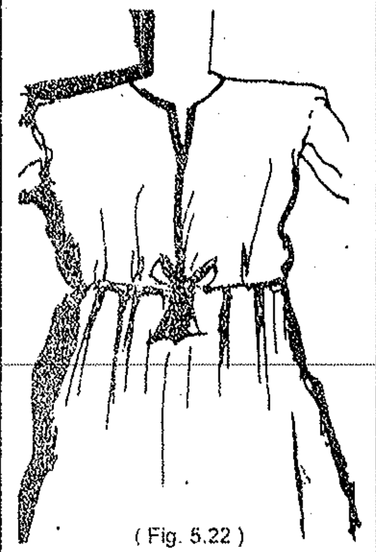
बुस्टरः- एक कैमीसोल डिजाइन का परिधान।

बायरः- व्यक्ति जो फुटकर विक्रेता के लिए माल खरीदता है। ग्राहक क्या खरीदेगा, इसका पूर्वानुमान लगाना ही बायर का मुख्य कार्य है।

कैबेज रोजः- बड़े व पूरे खिले गुलाब के पैटर्न के लिए प्रयुक्त एक फिगरेटिव शब्द।

कैबेजः- परिधान बनाने के बाद बचे कपड़े के बड़े टुकड़े के लिए प्रयुक्त स्टैन्ग।

कैफटनः- लम्बे कोट जैसा परिधान, ढ़ीला व आगे से स्लिट वाले गले वाला, अधिकतर गोटा इत्यादि से भारी सजावट वाला होता है। इसका उद्भव मध्य पूर्व में हुआ था। (चित्र ५.२२)



(Fig. 5.22)

कैमीसोलः-एक शमीज़ जैसा, पतली स्ट्रैप के साथ या एक छोटा, बिना आस्तीन वाला महिलाओं का वस्त्र।

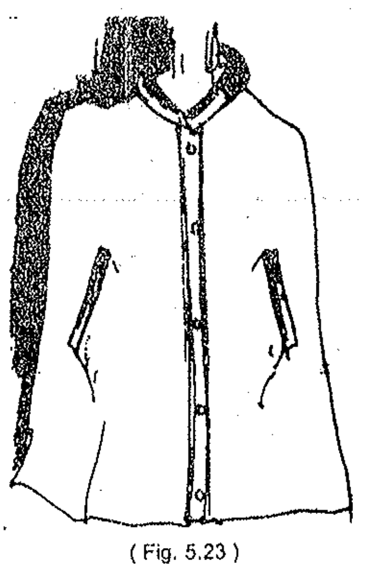
कैमेल हेयरः- ऊँट का मज़बूत, मोटा बाहरी बाल और अन्डर कोट।

केपः- एक ऊपर पहना जाने वाला वस्त्र जो कंधे से लटकता है क्योंकि इसमें आस्तीन नहीं होती।

कैमूफ्लैजः- सेना का भूरा–हरा कैम्यूफ्लेज छपाई लिया हुआ एक डिजाइन, आर्मी लुक।

कैम्प पॉकेट्सः- **जेबें** जो कपड़े पर बाहर की ओर सिली जाती हैं, सामान्यतः स्क्वायर्ड ऑफ और सजावटी सिलाई वाली होती है।

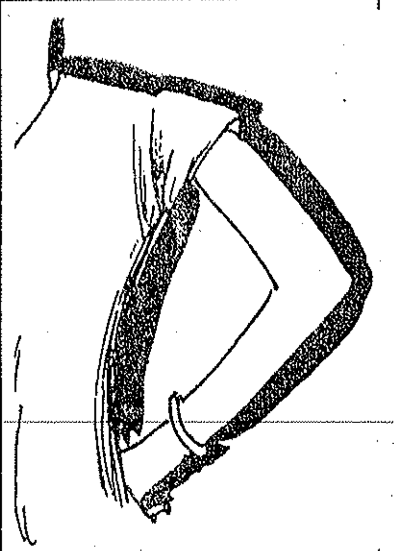
केपेः- एक सामने की ओर बटन वाला वस्त्र, जो कंधे से लटकता है। उसकी आस्तीन नही होती परन्तु बॉहें निकालने के लिए कटा होता है। यह सर्दियों में पहना जाने वाला वस्त्र है और ऊपर पहना जाता है। इसमें कॉलर भी हो सकते हैं। (चित्र ५.२३) यह शरीर को ड्रेप करने के लिए सिले गए शॉल की तरह भी लगता है।



(Fig. 5.23)

कैपरिसः- पतली–फिटिंग पैंट जो घुटने तक लम्बी या थोड़ी नीचे तक हो सकती है। इन्हे पेडल पुसर्स भी कहते हैं जो काफी सीधी कटी पैन्ट होती है और पिण्डलियों पर संकीर्ण हो जाती है।

कैप स्लीवः- कंधे व आर्महोल का ऊपरी भाग थोड़ा बढ़ा दें जिससे की बाँह का ऊपरी भाग ढँक जाए तो कैप स्लीव होता है। यह शब्द एक छोटी; कम लम्बाई की आस्तीन के लिए भी प्रयोग में लाया जाता है जो कंधे पर टिकी होती है और या तो एक बड़ी टोपी जैसे होती है या फिर बाँहे को थोड़ा ढंकती हुई गिरती है। (चित्र ५.२४)

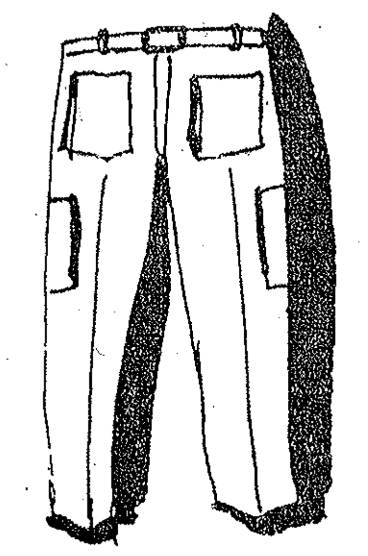


(Fig. 5.24)

कार्डिगैन जैकेटः- बुने हुए कार्डिगन के आधार पर कपड़े से बनी एक जैकेट; जैसे–बिना कॉलर की या किसी पट्टी पर बटन वाली। इस शब्द का प्रयोग; सामान्यतः बिना कॉलर वाली स्वेटर या जैकेट जो आगे, मध्य से पूरी खुली होती है; के लिए भी किया जाता है।

कार्गोः- एक बड़ी जेब, जिस पर फ्लैप व प्लीट होती है, और यही इसकी विशेष पहचान है।

कारपेन्टर पैन्ट्सः- पाँच जेबों वाली पैंट, जिसका 'हैमर होल्डर' इसकी विशिष्ट पहचान है। अक्सर इसे डंगैरी जैसा बनाकर, सामने बिब लगाकर, औजार रखने के लिए जेब बना दी जाती है। (चित्र ५.२५)



(Fig. 5.25)

काशमीरीः- काशमीरी बकरी के बारीक अन्डरकोट से बना कपड़ा। इस शब्द का प्रयोग, कशमीर व तिब्बत में मिलने वाली केपरा हिरकस बकरी के असली बालों के लिए भी किया जाता है। अब १६ माईक्रोन से पतली व दुनिया में कही भी बनाई गई ऊन को परिभाषित करने के लिए प्रयुक्त।

कैजुअल वियरः- अनौपचारिक, दैनिक वस्त्र, अमरीकी जनजीवन की विशिष्टता।

कैरियर ड्रेसिंगः- एक व्यावसायिक महिला का ड्रेस कोड। सामान्यतः मौलिक रूप से "पुरूषों की दुनिया" में पहनने लायक रूढ़ीवादी शैली के कपड़े। आधारभूत लुक में एक टेलर्ड ब्लेजर, एक सीधी स्कर्ट व एक डिटेल्ड ब्लाउज।

कैथेड्राल ट्रेनः- इसे मोनार्च ट्रेन भी कहते हैं। एक लहराता हुआ ट्रेन जो गाउन के पीछे ६ से ८ फीट तक लटकता है और अधिकतर औपचारिक शादियों में प्रयोग किया जाता है।

सेन्टर फ्रन्टः- यह पैटर्न या परिधान का वह भाग है जो आगे ठीक मध्य में आना चाहिए।

धाक स्ट्राइप्सः- चौड़ी लम्बवत् धारियाँ।

चैलिसः- एक हल्का–फुल्का कपड़ा जो नाजुक फूल–पत्ती के पैटर्न में छापा जाता है।

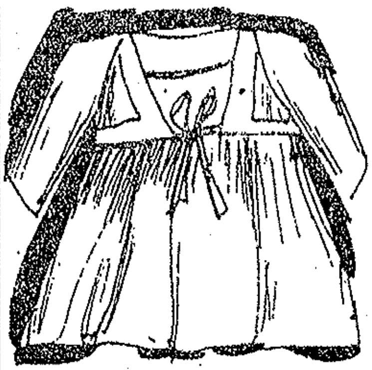
चैमब्रेः- एक चिकना सूती कपड़ा जिसमें एक रंगीन धागा, दूसरे रंगीन होरीजेन्टल बुने गए धागे के आर–पार, लम्बवत् बुना जाता है।

चाम्विसः- मुलायम, पीले से रंग की, भेड़ की त्वचा से बना चमड़ा जो त्वचा की ओर से स्वूडे की तरह फिनिश किया जाता है। इसे कपड़ों व दस्तानों में प्रयोग किया जाता है।

चाँद ताराः- शाब्दिक अर्थ "चाँद व तारा"। भारतीय वस्त्रों में प्रयोग हेतु एक पैटर्न।

चैनेल सूटः-फ्रॉसीसी डिजाइनर गैब्रिले द्वारा डिजाइन किया गया महिलाओं का एक सूट जिसमें एक सादी स्कर्ट के साथ छोटी, बिना कॉलर की जैकेट होती है।

चैपेल ट्रेनः- सभी ट्रेन लेंथ में सबसे प्रचलित, यह गाउन के पीछे तीन से चार फीट लम्बी होती है।

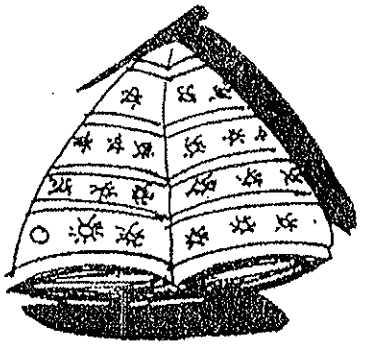

(Fig. 5.26)

चौबन्दी चोलाः- एक छोटी ट्यूनिक या कमीज़, जो बाँधने वाली डोरियों से बँधती है और बच्चों द्वारा पहनी जाती है। (चित्र ५.२६)

चौउगोशियाः-एक चार कोनों वाली टोपी। (चित्र ५.२७)

चौरीः- एक फ्लाईव्हिस्क जो अधिकतर यॉक की पूंछ से बनाया जाता है। राजसी तथा देवता स्वरूपी चिन्ह के रूप में महत्वपूर्ण।

चेक ऑन चेकः-चेक पैटर्न और रंगों के कई तहों वाली।


(Fig. 5.27)

चेविसः- एक सादी, सीधी बिना बेल्ट की ड्रेस, विभिन्न लम्बाईयों व आस्तीनों वाली। अधिकतर यह बिना आस्तीन की होती है।

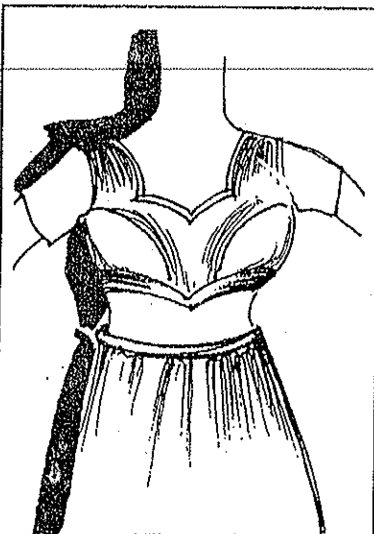
चेवकॉटः- एक भारी, रूखा, ऊन या वर्सटेड कपड़ा जिसके रेशे ऊँचे नीचे व रोएँदार सतह होती है। इनका प्रयोग कोट या सूट के लिए किया जाता है।

चिकः- सोफिस्टीकेटेड व स्टाइलिश।

चिफॉनः- एक हल्का व बहुत मुलायम, साधारण तरीके से बुना गया झीना कपड़ा।

चिकनकारीः- सफेद सूती कपड़े (मलमल) पर सफेद सूती धागे से की गई कढ़ाई। चिकन कारी की कई तकनीकें जानी जाती हैं। लखनऊ चिकनकारी का प्रमुख केन्द्र है।

चिनोइसः- चीनी शैली।


(Fig. 5.28)

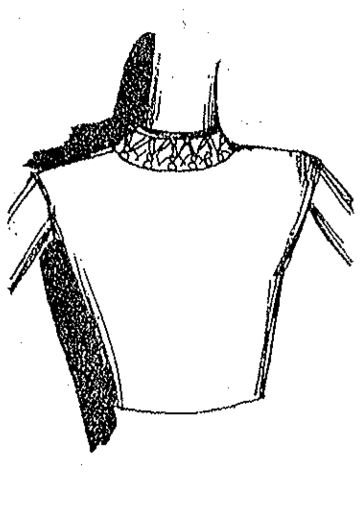
चोलीः- एक छोटा, बोडिस जैसा परिधान जो पुराने जमाने से भारतीय महिलाओं में अत्यधिक प्रचलित है। संस्कृत साहित्य में उल्लेखित चोलाका से सम्बन्धित है। यह परिधान कई शैलियों में पहना जाता है। पीछे की कवरिंग के साथ व उसके बिना, डोरियों से बंधा या बढ़ाकर लगाये गये कपड़ो के टुकड़े, छाती के आकार के टुकड़ों वाले या सपाट इत्यादि। (चित्र ५.२८)

चोगाः- एक ढ़ीला, आस्तीनों वाला, कोट जैसा वस्त्र जो किसी अन्दरूनी वस्त्र, जैसे अंगरखा, के ऊपर पहना जाता है। सामान्यतः भारी भरकम व उत्सवों के लिए उपयुक्त। इसका उद्‌भव तुर्की में हुआ चोगा को चुघा, चुहा, ओरजुहा भी कहा जाता था, रूस में इसे शुबा या स्बुका कहते थे।

चोकरः-गले पर ऊँचाई पर पहना गया एक कसा हुआ हार। (चित्र ५.२९)

चोलूः- एक ढ़ीला, कमीज़ जैसा परिधान।

चुक्काः- एक ऊँची–एड़ी का स्वूडे या चमड़े का जूता जिसे बकल या लेस से बाँधा जाता है। इसका तल्ला मोटा होता है।


(Fig. 5.29)

चूड़ीदारः-पैर या आस्तीन के नीचे के भाग में चूड़ी जैसी सिलवट या चुन्नट। यह चूड़ीदार पाजामा या चूड़ीदार आस्तीन हो सकती है।

सिना मोडः-फैशन की ऐ शैली जिसका फिल्मों से उद्‌भव हुआ। जैसे– ऐनी हाल लुक या दा क्रैट्स।

सरकिल स्कर्टः-कपड़े को गोलाई में काटकर बनाई

ग... ...र्ट, जिसके केन्द्र में कमर रखी जाती है। यह स्कर्ट इतनी घेरदार होती है कि यह लहर जैसी दिखती हैं। इस स्कर्ट के साइड में कोई सिलाई नहीं होती।

सिटी वियरः- स्ट्रीट ड्रेस जिसकी एक अच्छी फैशन इमेज है।

क्लासिकः-पारम्परिक, टाइमलेस। ऐसी शैलियाँ जो लम्बे समय से लोकप्रिय हों। फैशन एक निरन्तर चलने वाली प्रक्रिया है जिसके कुछ ट्रेन्डी व क्लासिक स्टाइल हैं।

क्लासिक प्रिन्टः- पेजली और लोक कला जैसे पैटर्न, जो फैशन ट्रेन्ड्स से प्रभावित नहीं होते।

कोबाल्ट कलर्सः-गर्म रंग जो ६० के दशक में लोकप्रिय हुए। तीव्र रंग जैसे लाल, पीले और हरा रंग इसके प्रमुख रंग हैं।

क्लासिक स्टाइलः- एक ऐसी शैली जो छोटे मोटे बदलावों के साथ बार–बार प्रयोग मं लाई जाती है।

क्लोचः- एक ऊँचे शीर्ष वाली, कसी हुई हैट जिसकी किनारी अत्यन्त छोटी या नही होती है।

(Fig. 5.30)

क्लोगः-एक जूता जिसका पिछला हिस्सा नही होता, पंजे पर बड़ा स्लिप–ऑन भाग होता है और मोटी लकड़ी या कॉर्क का प्लेटफार्म होता है।

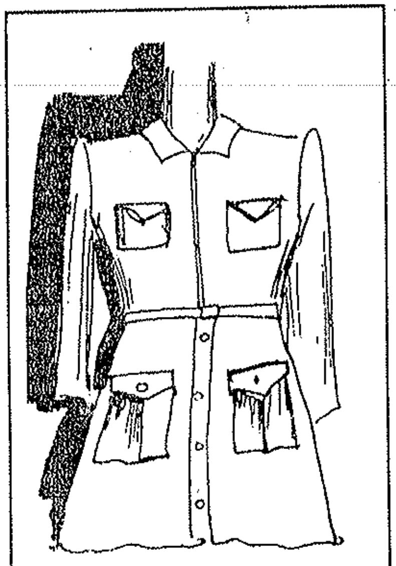
क्लिपः-एक छोटा कट या 'वी' जो सिलाई मे ढील देने के लिए दिया जाता है। इससे मोड़ या कोने ठीक से बैठ जाते हैं।

क्लचः- हाथ में पकड़ा जाने वाला छोटा पर्स।

सी.एम.टीः- व्यापार में "कट, मेक एण्ड ट्रिम" के लिए प्रयोग किए जाने वाला ऐब्रेविएशन।

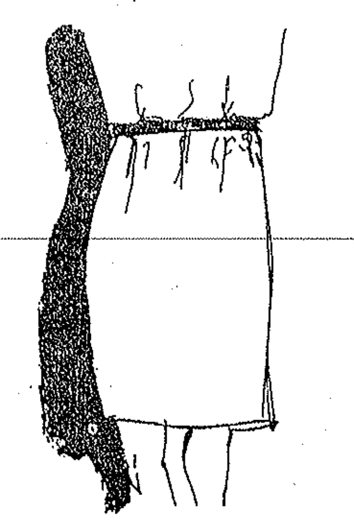
कोट ड्रेसः- कोट की तर्ज पर बनी एक ड्रेस जो कोट और ड्रेस की जगह पहनने के लिए बनाई जाती है। (चित्र ५.३१)

कोलाजः- फैशन में इसका अर्थ ऐसे आर्टवर्क से है जो कपड़ों के टुकड़े, ऐप्लीक्यू या सितारों को साथ जोड़कर बनाया गया पैटर्न हो।



(Fig. 5.31)

कलेक्शनः-एक निर्माता या डिजाइनर का एक विशेष मौसम के लिए तैयार किया गया स्टाइल्स या डिजाइन क्रिएसन का संग्रह। मौसम के कुल डिजाइन, जिन्हे ग्राहकों को दिखाने के लिए एकत्र किया जाता है, कलेक्शन कहलाता है। या किसी डिजाइनर या निर्माता के चुनिंदा डिजाइन का संग्रह।


(Fig. 5.32)

कलर ब्लाकिंगः-किसी एक परिधान में रंगो को बराबर–बराबर मात्रा में रखना जिससे एक विजुअल कलर स्टेटमेन्ट बनता है। फाइन आर्ट में, मोन्ड्रेन सभी रंग ब्लाकर्स में महानतम थे।

कलर कोर्डिनेशनः- किसी परिधान की योजना रंगो के बीच आपसी सम्बन्ध को ध्यान रके करना।

कलर फास्टः- इसका अर्थ है कि कपड़ा अपना मौलिक, डाई किया हुआ रंग, धोने के बाद भी छोड़ेगा नही।

कालम स्कर्टः- इसे पेसिल स्कर्ट या स्ट्रेट स्कर्ट भी कह सकते हैं। यह वह स्कर्ट है जो एकदम सीधी रेखा में बनती है और कमर व हेम पर कोई घेर या फुलनेस नही होती। (चित्र ५.३२)

कोलारेटः- यह कॉलर की जगह लेता है जहाँ बॉयर पर कटी एक भारी झालर को गले पर लगाया जाता है। (चित्र ५.३३)

(Fig. 5.33)

कन्ट्रैक्टरः- एक निर्माण कम्पनी जो दूसरे निर्माताओं के लिए सिलाई करती है। ऐसा इसलिए कहा जाता है क्योंकि यह ठेके पर काम करते हैं।

कमप्लेक्स हारमोनीः- हारमोनियस कलर स्कीम्स जिन्हे ऐसे रंगों के साथ उत्पन्न किया गया हो जो साथ–साथ न जाते हों; एक ऐसा संयोजन जो लाल/पीले रंगो को गहरा तथा नीले/हरे को चटख बना दें। टरक्विस और गहरा भूरा इसका उदाहरण है।

कन्जरवेटिवः-पारम्परिक, फैशन के प्रचलन से दूर रहकर, पारम्परिक शैलियों पर जोर देना।

कन्टेम्पोरेरीः- आज के समय का; वह लुक जो आज प्रचलित है।

कन्टीनेन्टल:- चारित्रिक विशेषता; आज का लुक लिए; नया लुक।

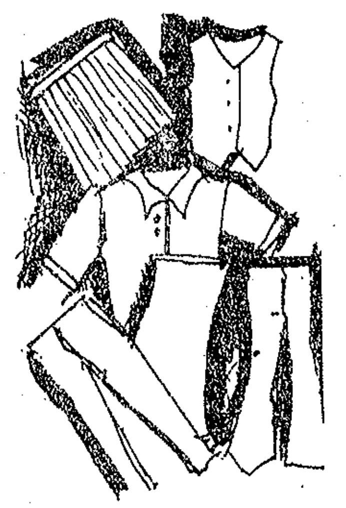
कूल कलर्स:- नीलापन लिए रंग जो शान्ति का एहसास देते हैं। इसमें नीला, हरा व बैंगनी रंग आता है। यह प्रकृति में रिड्यूसिंग होते हैं अर्थात यह आब्जेक्ट से दूर जाते प्रतीत होते हैं जिससे उसका आकार बड़ा दिखता है। कूल कलर्स एक ठंडा व आरामदायक प्रभाव छोड़ते हैं।

कार्डुरे:- टिकाऊ, शनील जैसा सूती या रेयॉन कपड़ा जो चौड़ी या पतली कार्डस् में डिजाइन किया जाता है। फ्रेंच टर्म "कार--डू--रॉय" से लिया गया है जिसका अर्थ है "फ्रॉस की राजसत्ता"; जैसे--डेनिम जो हर उम्र के लोगों द्वारा पहना जाता है।

कन्सील्ड स्नैप, वेल्क्रो, बटन पॉकेट:- गारमेन्ट में एक स्लिट जहाँ ओपनिंग छिपती है।

प्लैकेट:- परिधान में एक चीरा होता है जहाँ ओपनिंग छिपाई जाती है।

कन्साइनमेन्ट:- माल को बिना खरीदे, बेचने की कला, इस सुविधा के साथ कि एक निश्चित तिथि तक, बिना बिके आइटम निर्माता या सप्लायर को वापिस कर सकते हैं।



(Fig. 5.34)

कॉस्मेटिक कलर:- चेहरे के मेक--अप से सम्बन्धित रंग; जैसे पीच, गुलाबी, ब्राइगे।

को-आर्डिनेट्स:- कई सारे परिधान जो विभिन्न प्रकार से मैच कराकर पहने जा सकें। जैसे-- एक मेल खाता ब्लाउज; एक स्कर्ट; एक ट्राउजर्स; एक स्कर्ट व उसके ऊपर जैकेट या ट्राउजर और जैकेट के साथ पहना जा सकता है। जिससे विभिन्न मूड व शैलियाँ बन जाती है। (चित्र ५.३४)

कॉपी कैट:- किसी फैशन डिजाइनर के अनाधिकारिक नकल के लिए इस शब्द का प्रयोग होता है। यह अधिकतर असल से निम्न गुणात्मक श्रेणी का होता है।

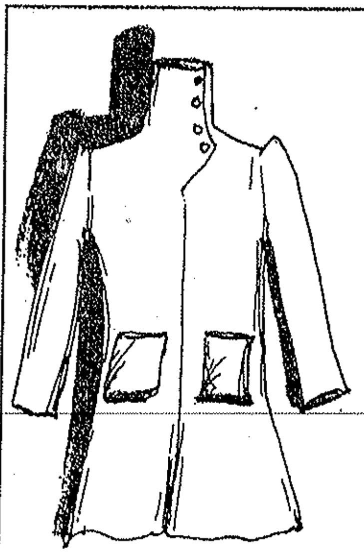
कोरसेट:- एक पूरा, अन्दर पहना जाने वाला बोडिश जो शरीर को आकार देने में सहायक होता है तथा

(Fig. 5.35)

किसी विशेष ड्रेस के लिए पहना जाता है। (चित्र ५.३५)

कॉसमोपोलिटैनः- पूर्ण रूप से अन्तर्राष्ट्रीय, किसी व्यवहार या ड्रेस का विश्व के नागरिक के आधार पर विवरण, न कि किसी एक देश के नागरिक के आधार पर।

कोसैक कॉलरः- एक ऊँचा, खड़ा, पट्टीदार कॉलर जो साइड में बन्द होता है। (चित्र ५.३६)



(Fig. 5.36)

कॉस्ट्यूमः- किसी कथा या कथावस्तु के अनुसार तैयार किए गए स्टाइलाइज्ड और कोर्डिनेटेड परिधान।

कॉस्ट्यूम ज्वेलरीः- मौलिक रूप से, नाटकों में प्रयोग किए जाने वाले सस्ते आभूषण। आज इसका अर्थ नकली आभूषणों से है।

कॉस्टिंगः- किसी परिधान का मूल्य निश्चित करते समय, इस्तेमाल हुए कपड़े का मूल्य, मज़दूरी, प्रयोग किए गए किसी भी ट्रिमिंग, जिप, सूत, बटन, अस्तर इत्यादि के मूल्य का हिसाब लगाया जाता है। ऊपरी खर्चों के लिए एक रकम भी जोड़ी जाती है और इन सब का कुल मूल्य परिधान की "कॉस्टिंग" कहलाता है।

कोटुरियरः-फ्रॉसीसी शब्द जिसका प्रयोग प्रायः उस पुरूष डिजाइनर के लिए होता है जिसका अपना फैशन हाउस हो।

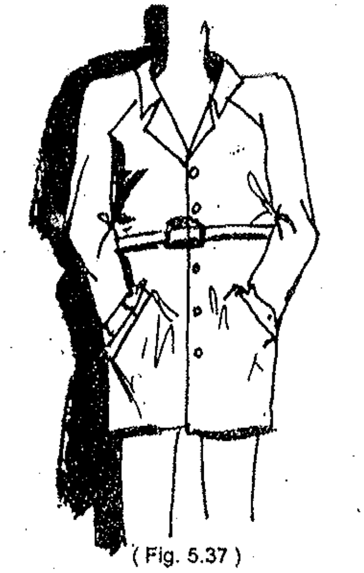
कोरूरियरः- फ्रॉसीसी शब्द जो प्रायः उस महिला डिजाइनर के लिए प्रयोग में लाया जाता है जिसका अपना फैशन हाउस हो।

कॉनकेवः- एक शैली जिसमें कट और सिलाई परिधान के ऊपर की ओर एक अन्दर घुमी हुई कर्विंग लाइन बनाते हैं।

कोटरः- उच्च फैशन के कस्टम–मेड कपड़ों की डिजाइनिंग करने, उन्हें बनाने व बेचने का व्यापार।

कन्ट्री लुकः- आदर्श अंग्रेजी पुरूष की तरह पारम्परिक ट्विड्स या बुने हुए कपड़े पहन कर आने वाला रूप।

काउलः- बायस कपड़े पर काटा गया गला, जो बोडिस पर सामने की ओर सॉफ्ट 'यू' फोल्ड में गिरता है। (चित्र ५.३७)



(Fig. 5.37)

काउलेड बोडिसः- कंधे की सिलाई से।

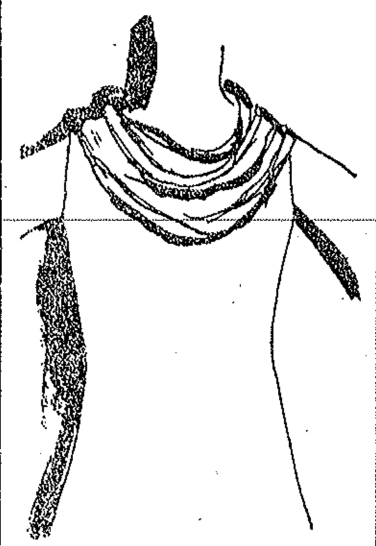
क्रेपेः- सिलवटों वाला, कसी बुनाई का, पतला व हल्का कपड़ा जो अपारदर्शी होता है तथा कई रेशों व ब्लेन्ड्स में मिलता है।

क्रेपे प्रोसेसः- सिल्क, रेयॉन और एसीटेट की सतह को सिकोड़कर चमकदार बनाने की प्रक्रिया।

क्रेजेः- फैशन का एक फैड जिसकी विशेषता है भारी भीड़ के साथ जोश व उत्साह।

क्रेप डी चाइनः- पोली ब्लेन्ड, पोलीस्टर या सिल्क जर्सी कपड़े से बना क्रीप।

क्रेव नेकः- एक गोला, रिब वाली नेकलाइन जो गले के आधार के नीचे से हल्की सी उभरी रहती है। (चित्र ५.३८)



(Fig. 5.38)

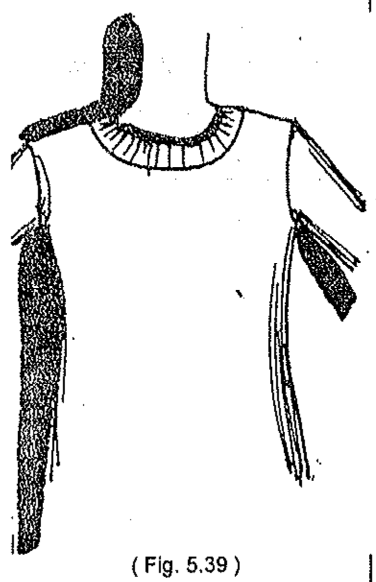
क्रॉप्ड पैन्ट्सः- छोटी पैन्ट्स; प्रायः एड़ी तक लम्बी।

क्रॉप टॉपः- छोटा टॉप जिसमें से माइड्रिफ दिखती रहती है।

कफः- आस्तीन या ट्राउजर के नीचे के भाग में, ऊपर की तरफ मोड़ा गया भाग।

कफ लिंक्स्ः- फ्रेंच कफ को बाँधने के लिए प्रयुक्त आभूषण।

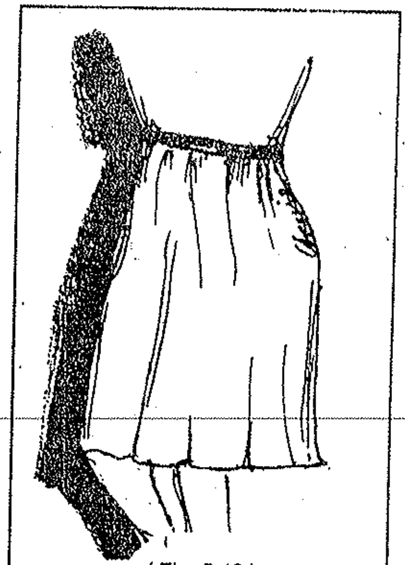
कूमर बन्दः- एक चौड़ा कमर पर बाँधने वाला पट्टा जो पुरूषों के ड्रेस क्लोथेस के साथ पहना जाता है। यह महिलाओं की बेल्ट जैसा होता है। पुरूषों के लिए इसका रंग प्रायः लाल या काला होता हैं



(Fig. 5.39)

करस्टम मेडः- परिधान जो एक व्यक्तिगत ग्राहक के आदेश पर बनाया जाता है और उसी के नाप व फिटिंग के अनुसार बनता है। बहुतायत में निर्मित पोशाकों के विपरीत यह व्यक्ति विशेष के लिए बनाया जाता है।

कुलोटेः- ड्रेस (स्कर्ट) और शार्टस का एक संयोजन, प्रायः जिसमें सामने व पीछे की ओर एक प्लीट होती है जिससे आसन की सिलाई छिप जाएँ। कभी–कभी इसे डिवाइड स्कर्ट भी कहते हैं। (चित्र ५.३६)



(Fig. 5.40)

कटर या ट्रिमरः- बेसपोक टेलरिंग में; वह व्यक्ति जो नाप लेकर, पैटर्न काटता है। थोक व्यापार में; कैंची, बैन्ड नाइफ; बिजली संचालित सरकुलर या वर्टिकल नाइफ से काटने वाला। वह व्यक्ति जो निम्न कार्य करे– कपड़े, अस्तर इत्यादि, पर निशान लगाना, कपड़ा बिछाना, सिलाई के लिए तैयार कपड़े के गट्ठर को अलग करना।

कटिंगः- परिधान कटने के बाद बचे टुकड़े।

अभ्यास-

१– पत्रिकाओं व अखबार में दिए गए फैशन आधारित लेख पढ़िए और दिए गए शब्दों को पहचानने की कोशिश कीजिए।

५.४ स्वर्निधर्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ निम्न शब्दो का अर्थ समझाइए।

अडैप्टेशन, ऑल वेदर, बारोक्यू, बीस्पोक, बूटलेग, बुशेलिंग, चिवियॉट, चाइना मोड, कलर ब्लाकिंग, कन्टीनेन्टल।

प्रश्न–२ निम्न के बीच में अन्तर बताइए।

चोली एवं चोकर, केप स्लीव्स एवं केपे, क्लासिक एवं क्लासिक प्रिन्ट, बादला एवं बागलबन्दी, एप्रोन फ्रन्ट एवं कारपेन्टर पैन्ट्स।

प्रश्न–३ निम्नलिखित शब्दों के रेखाचित्र बनाइए।

अचकन, ए–लाइन, कैपरीज, क्लोचे एवं बिशप स्लीव।

प्रश्न–४ इस भाग में दी गई विभिन्न नेकलाइन्स की सूची बनाइए। रेखाचित्र भी बनाइए।

प्रश्न–५ पाठ्य में दिए गए दो महिला परिधानों के चित्र बनाइए।

५.५ स्वाध्ययन हेतु

सुझाव दिया जाता है कि पत्रिकाओं व अखबारों के फैशन सम्बन्धी लेख पढ़कर नयी फैशन शब्दों की जानकारी प्राप्त करें।

संरचना

६.१ यूनिट प्रस्तावना

६.२ उद्देश्य

६.३ वस्त्र उद्योग में प्रयोग होने वाले शब्दो की ग्लोसरी "डी" से "जे" तक

६.४ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

६.५ स्वाध्ययन हेतु

६.१ यूनिट प्रस्तावना:-

इस इकाई में अंग्रेजी अक्षर डी, इ, एफ, जी, एच, आई और जे से शुरू होने वाले ऐसे शब्दो की सूची दी गई हैं जो फैशन व कपड़ा उद्योग में प्रचलित हैं। यह यूनिट ५ का ही अगला भाग है तथा इस यूनिट में दिए गए कुछ शब्द पारम्परिक भारतीय पोशाकों के सन्दर्भ में हैं। लेकिन आज के फैशन उद्योग में भी प्रयोग किए जाते हैं।

६.२ उद्देश्य:-

इन शब्दो को देने का उद्देश्य विद्यार्थियों को फैशन टर्मस से परिचित कराना है जिससे अन्य खण्डों का टेक्स्ट् समझना आसान हो जाए। फैशन शब्दावली का प्रयोग करते समय, वस्तु की छाया व्यक्ति के मस्तिष्क में बननी चाहिए जिससे किस चीज़ की बात की जा रही है, स्पष्ट समझा जा सके। इसका अध्ययन करना अत्यन्त उपयोगी साबित होगा क्योंकि इस तकनीकी शब्दावली का प्रयोग महत्वपूर्ण है।

६.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग की जाने वाली शब्दावली की ग्लोसरी "डी" से "जे" तक:-

डी

डार्ट:- कपड़े को मोड़करे सिला गया; जिसके एक या दोनो किनारे पतले होकर खत्म हो जाते हैं।

डिजाइन:- पार्ट फार्म, रंग कपड़े या रेखा को क्रमवश रखना या सजाना जैसे– कोई वर्जन या स्टाईल की रचना करना।

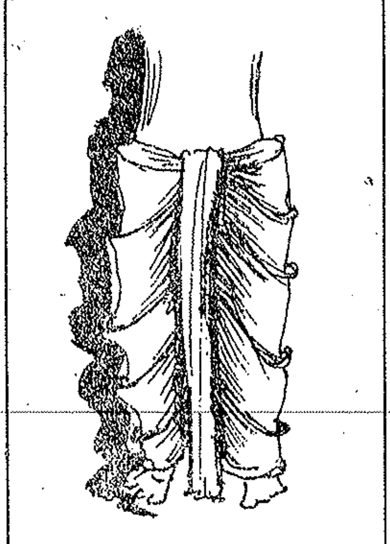
डिजाइनरः- वह जो वस्त्रों के नए कन्सेप्ट की शुरूआत करता है, चाहे रेखाचित्र में या असली कपड़े के साथ।

डेकोलेटेः- एक बहुत ज्यादा गहरी कटी नेकलाइन।

डर्बीः- गोल शीर्ष तथा छोटी, ऊपर की ओर मुड़ी किनारी वाली हैट।

डिजाइनरः- फैशन उद्योग का रचनात्मक कलाकार।

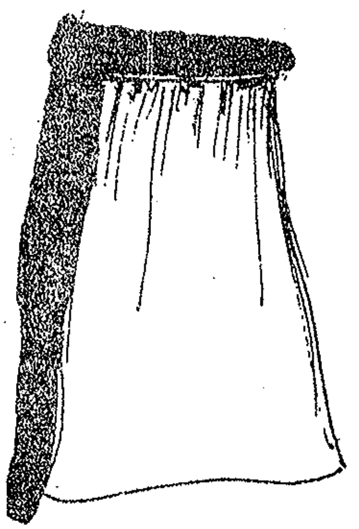
धीटाः- ढीला या बैगी। जैसे– ढीला पाजामा, चौड़ा व जगहदार।



(Fig. 6.1)

धोतीः- भारत की नीचे पहने जाने वाली पारम्परिक पोशाक, जिसमें कपड़े का एक बिना सिला टुकड़ा नितम्बों व पैरो पर ड्रेप किया जाता है। यह देश के विभिन्न भागों में पुरूषों व महिलाओं द्वारा अलग–अलग तरह से पहनी जाती है। (चित्र ६.१)

डिक्केः- एक छोटा सजा हुआ, बोडिश के आगे ऐप्रान जैसा अटैचमेन्ट।



(Fig. 6.2)

डिसप्लेः- उत्पाद या विचारों का दृष्टिगत प्रदर्शन।

डिसट्रेस मर्चेन्डाइजः- स्टोर उस समान को इस शब्द से पुकारता है, जिसे किन्ही कारणोवश, अपेक्षित से कम दामों पर बेचना पड़ता हैं।

ड्रिन डल स्कर्टः- सादी, प्लेन स्कर्ट की ए शैली जो सीधी, पतली रेखा में लटकती है तथा वेस्ट–बैन्ड हल्की घेरदार होती है। (चित्र ६.२)

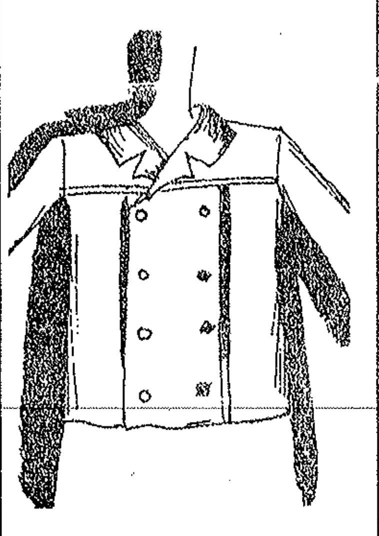
डोलमैन स्लीवः- एक ऐसी आस्तीन जो आर्महोल पर अतयन्त चौड़ी होती है पर धीरे–धीरे पतली होती हुई कलाई पर कस जाती है। एक अत्यन्त फुल–कट डोलमैन स्लीव को बैटविंग भी कहते हैं। (चित्र ६.३)

(Fig. 6.3)

डोरूः- लम्बी रस्सी जिससे मोटे ऊनी कोट कमर पर

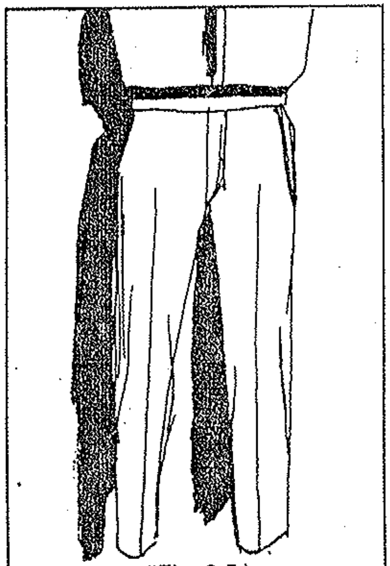
बाँधे जाते हैं।

डबल ब्रेस्टेड:- एक ब्लाउज, जैकेट या कोट जिसमें छाती पर एक तरफ से दूसरी ओर एक चौड़ा कवर फ्लैप जाता है। इसे अधिकतर बटन की दो लाइनों से बाँधा जाता है। (चित्र ६.४)


(Fig. 6.4)

डबल ऐजः- जब किसी कपड़े को लम्बाई में बीच से मोड़ा जाता है, तो किनारों के बीच में पड़ने वाला मुड़ा हुआ किनारा डबल ऐज कहलाता है।

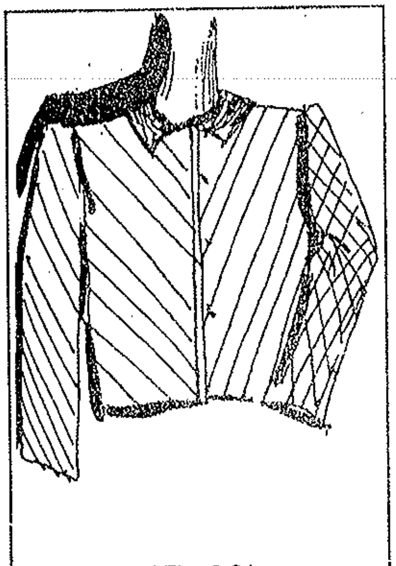
ड्रेन पाइप ट्राउजर्सः- कसे हुए ट्राउजर्स जिनके निचले किनारे बहुत कम चौड़ाई के होते हैं। (चित्र ६.५)


(Fig. 6.5)

ड्रैप्ड:- एक शैली जिसमें कपड़े को चुन्नट देकर या मोड़कर बिना दबाई प्लीट्स बनाकर साफ्ट प्रभाव तथा आकार देते हैं या किसी मोडेल पर या फिगर पर लटकता कपड़ा जिससे कपड़े पर सीधा पैटर्न लिया जा सके।

ड्रेपिंगः- ड्रेपिंग का अर्थ है किसी बॉडी फार्म को खुले कपड़े से सजाना या लटकाना; और जरूरी सिलाई का प्रयोग कर फिट परिधान हासिल करना।

डाउन जैकेटः- एक जैकेट जो ऐसी चीज़ से भरी जाती है जिससे ठंड को रोका जा सके। (चित्र ६.६)


(Fig. 6.6)

ड्राफ्टिंगः- एक नाप के सेट से पैटर्न पतले कागज़ पर एक विशिष्ट शैली के ड्राफ्ट की आउट–लाइन बनाता है। इस स्टेज पर मूल डार्टस् हटा कर, अतिरिक्त सिलाई तथा फुलनेस जोड़ी जा सकती है। पतले कागज़ के ड्राफ्ट से, मोटे कागज या दफ्ती पर नई शैली के लिए मूल रेखाएँ ट्रेस की जाती हैं। जिस पर पैटर्न फाइनालाइज करके सभी सिलाईयाँ, नाचेस और टर्निंग जोड़ दी जाती है।

ड्रेपऐबिल्टीः- डिजाइनर द्वारा प्रयोग में लाया गया शब्द

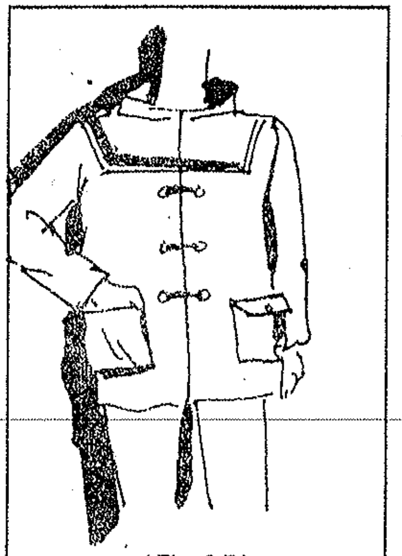
जो किसी कपड़े की रेखाओं तथा मोड़ो में ढलने की क्षमता को परिभाषित करता है।

ड्रॉपः- पुरूषों की जैकेट में छाती से कमर तक की लम्बाई को ड्रॉप कहते हैं।

ड्रॉप शोल्डरः- कंधा–आस्तीन शैली जहाँ सिलाई कंधे से नीचे गिरी होती है।

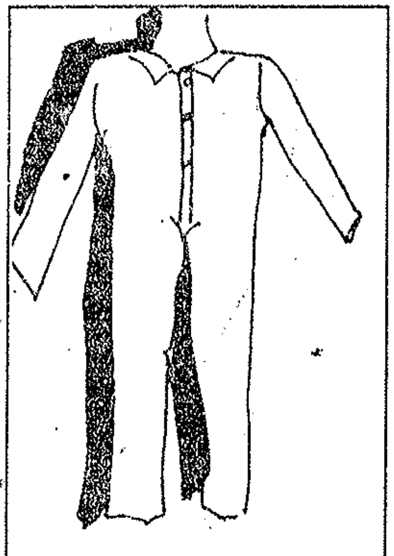
ड्रॉप वेस्टः- कमर की सिलाई जो कमर से नीचे आती है।

डफल कोटः-एक छोटा, हूड वाला कोट, जो लकड़ी के बटन तथा रस्सी के छल्लों से बाँधा जाता है, पुरूषों का, बेलनाकार कोट। (चित्र ६.७)



(Fig. 6.7)

डंगरीः- मौलिक रूप से, एक मोटा सूती कपड़ा (डेनिम), भारत में बना, जो काम करने के लिए बनाए जाने वाले कपड़े, बनाने के लिए प्रयोग में लाया जाता था; अब डेनिम जीन्स। एक वन पीस में बना ओवर आल वर्क आउटफिट को भी कहा जाता है। (चित्र ६.८)



(Fig. 6.8)

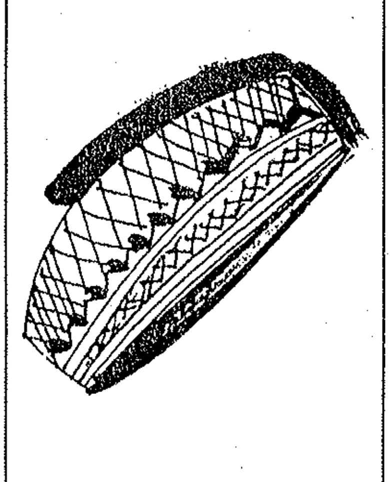
डुपालरी टोपीः- छोटी कसी हुई टोपी साधारणतः मलमल से बनी, जिसमें दो एक जैसे कपड़े के टुकड़े, जो ऊपर से थोड़ा गोल व घुमावदार कटे होते हैं; जुड़े होते हैं। (चित्र ६.६)

दुपट्टाः- घूंघट का कपड़ा जो महिलाओं द्वारा पहना जाता है और शरीर के ऊपरी भाग में ढ़ीला–लिपटा रहता है।

डस्टरः- लम्बा, लहराता, बड़े आकार का कोट, जो प्रायः हल्के कपड़े में काटा जाता है।

ई

ईजः- ईज शरीर के असली माप व परिधान के आकार के बीच का अन्तर है।



(Fig. 6.9)

ईज स्टचिंग:- सिलाई की रेखाएँ जो, सिर्फ हल्की फुलनेस से कुछ ज्यादा होने पर, दी गई ईज को नियंत्रित करती है। जैसे—आस्तीनों के उपर की ओर।

अर्थ कलर्स:- प्रकृति में पाए जाने वाले तथा भूरे रंग से सम्बन्धित रंगो का समूह— बर्नट् सिएन्ना, ओचर, ब्राउन टोन्स और गहरा हरा। प्राकृतिक पेड़ों से बनी डाईज अक्सर प्राकृतिक रेशों को रंगने के लिए प्रयोग में लाई जाती है और इन्हे भी अर्थ कलर्स कहा जाता है।

(Fig. 6.10)

एम्पायर लाइन:- बिना वेस्ट—लाइन की एक शैली; लेकिन सिलाई बस्ट के ठीक नीचे होती हैं यह फैशन सबसे पहले फ्रॉस में विकसित किया गया। जब नेपोलियन सम्राट थे और जल्दी ही बाकी पश्चिमी देशों में भी लोकप्रिय हो गया। (चित्र ६.१०)

(Fig. 6.11)

ईटोन कॉलर:- एक स्पष्ट कॉलर जो हल्का सा रोल होता हैं अंग्रेजी पब्लिक स्कूल के लड़कों द्वारा पहने जाने वाले कॉलर पर आधारित। (चित्र ६.११)

इलास्टीसिटी:- खिंचने या डिफार्मड् होने पर वापस अपना आकार व साइज लेने की, किसी कपड़े की क्षमता।

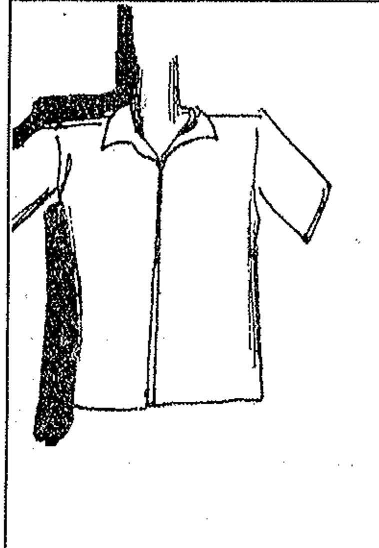
इलेक्टिक कलर्स:- एक चमकदार रंग।

इलीगैन्स:- कपड़े पहनने में सोफिस्टीकेसन व खूबसूरती।

एमब्लेम:- एक चिन्ह या बिल्ला।

ईन्ड साइजेस:- फैशन में इसका अर्थ चरम आकारों से है (सबसे छोटा, सबसे बड़ा, सबसे चौड़ा इत्यादि)

एसेम्बेल:- एकता व संयोजन लिए कोई भी परिधान; प्रायः परिधान के सभी कपड़ों के लिए एक ही कपड़ा प्रयोग किया जाता है।


(Fig. 6.12)

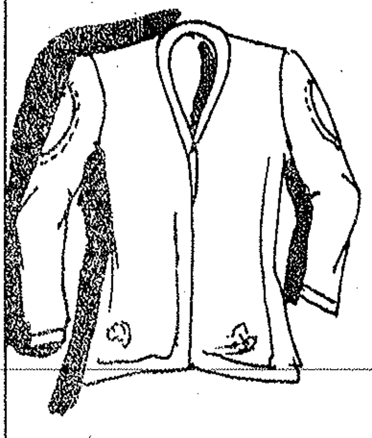
इपाउलेट:- कंधे के उपर प्रयुक्त एक बढ़ी हुई पट्टी। इसे मौलिक रूप से सेना में, सजावटी कंधे की स्ट्रैप के रूप में लगाया जाता था। (चित्र ६.१२)

एसपैड्रिल:- हेम्प और कैनवस से बना एक सैंडिल जो शुरू में बैस्क्यू लोगों द्वारा पहना जाता था। इस देश में सरफेस द्वारा प्रचलित किया गया; सत्तर के दशक में

महिलाओं का पसंदीदा।

ईथनिकः- स्वदेशी, पारम्परिक।

एक्सोटिसिज्मः- पारम्परिक व स्वदेशी शैली के कपड़ों में रूचि या विदेशी कपड़ों में रूचि; जैसे अमरीका या यूरोप; पूर्व, मध्य पूर्व व अफ्रीका के लोगों की पारम्परिक वेशभूषा में रूचि।



(Fig. 6.13)

एफ

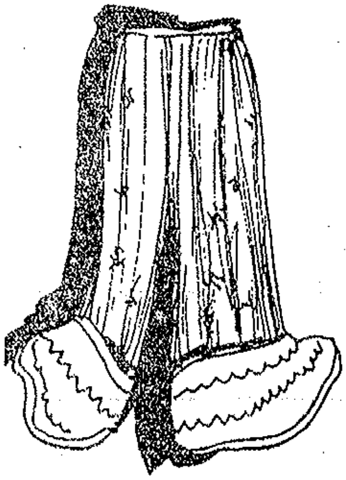
फैडः- एक कम समय के लिए प्रचलित फैशन या फैशन जो केवल थोड़े समय तक अच्छा लगता है। यह शायद ही कभी भविष्य के फैशन पर न मिटने वाली छाप छोड़ पाते हैं। यह थोड़े समय के लिए और अचानक सब जगह दिखते हैं और फिर इतनी ही जल्दी गायब भी हो जाते हैं।

फेइलेः- सिल्क, सूती या रेयॉन में निर्मित कपड़ा जिसे क्रॉसवाइस या बारीक रिब या रिड्ज लाने के लिए बुना जाता है।

फारगुलः- एक प्रकार का जैकेट। (चित्र ६.१३)

फारजीः- यह शायद बिना आस्तीन का लम्बा ओवर गारमेन्ट था, या फिर बहुत छोटी आस्तीन वाला, सामने से खुला और पायजामें या अंगरखा के उपर कोट की तरह पहना जाता था।

फारशी पैजामेः- चौड़े पायचे वाला पाजामा जो जमीन पर लटकता रहता है, कभी–कभी पूरा पैर ढंक जाता है; प्रायः कुर्ते या अंगरखें के साथ पहना जाने वाला। (चित्र ६.१४)



(Fig. 6.14)

फैशनः- कपड़ों की शैली में आते बदलावों की निरन्तर चलने वाली प्रक्रिया जो किसी विशेष समयावधि में, समाज के एक बड़े वर्ग द्वारा स्वीकार तथा अनुसरित किया जाता है या किसी निश्चित समय में प्रचलित शैली या शैलियाँ।। जब कोई शैली या फैशन कई लोगो द्वारा स्वीकार व अनुसरित की जाती है, तो वह फैशन बन जाता ह।

फैशन कन्सल्टैन्टः- व्यक्ति जो व्यवसायिक दिशा निर्देश, फैशन सम्बन्धी सलाह व सेवाएँ देता हो।

फैशन कोआर्डिनेटर या डायरेक्टर:- वह व्यक्ति जिसपर फैशन ट्रेन्ड्स व विकासों की जानकारी लेते रहने की जिम्मेदारी होती है तथा यह दूसरों के लिए फैशन सम्बन्धी जानकारी का स्त्रोत होता है।

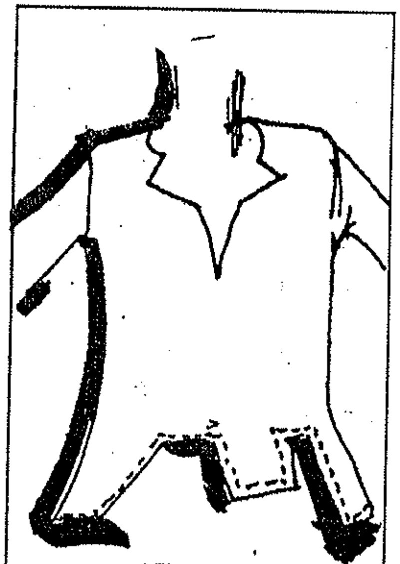
फैशन साइकिल:- एक टर्म जो फैशन के उभरने, प्रचलित होने व खत्म होने से सन्दर्भित है। या उद्योग में फैशन का साइकिल जो उभरता है, चोटी पर पहुँचता है, गिरता है और अन्त में त्याग दिया जाता है।

फैशन फोरकास्ट:- भविष्य में लोकप्रिय । वाले फैशन या शैलियों का पूर्वानुमान लगाना या किसी फैशन निर्देशक का किसी डिजाइन के ट्रेन्ड का पूर्वानुमान लगाना।

फैशन इमेज:- ग्राहक पर बनने वाली इमेज जो डिजाइनर्स, फैशन ट्रेन्ड्स की अगुवाई कर रहे हैं उनके बारे में विक्रेताओं व उपभोक्ताओं की राय। इसमें गुण, चुनाव, मूल्य व व्यक्तित्व भी शामिल होता हैं

फैशन इन्डस्ट्रीज:- परिधानों या अन्य फैशन उत्पादों में संलिप्त व्यापार। कुछ अन्य उद्योग फैशन निर्माताओं के सप्लायर या फैशन उत्पादों को बनाने के लिए उपयोगी भागों के निर्माता भी हैं।

फैशन सेटर:- वह व्यक्ति, जो दूसरों से पहले, शैली को विकसित कर बेचता या पहनता है। इन्हे आम भाषा में ट्रेन्ड इन्नोवेटर्स या ट्रेन्ड सेटर्स कहा जाता है।


(Fig. 6.15)

फ़ैशन ट्रेन्ड:- एक दिशा जिधर की ओर फैशन का रूख हो।

फाउक्स:- फ्रेंच शब्द जिसका फैशन में प्रयोग नकली या नकलकर बनाई चीजों के लिए होता है।

दा फैशन प्रेस:- पत्रिकाओं, अखबारों, ब्रोडकास्ट मीडिया, के लिए फैशन खबरों के संवाददाता (रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा और आडियो–विजुअल)

फैशन शोज:- स्टाइल्स या डिजाइन्स के संग्रह का औपचारिक प्रदर्शन।

फेसिंग:- कपड़े का टुकड़ा जिसे किनारी को फिनिशिंग देने के लिए लगाया जाता है। (चित्र ६.१५)

फैब्रिक:- मैटेरियल जैसे कपड़ा जिसे रेशों की बुनाई फिटिंग, निटिंग इत्यादि करके बनाया जाता है।

फेक फर:- सिंथेटिक चीजों से बना नकली फर।

फैशन वार्प्ः-नितम्बों पर ड्रेप किया गया सैस या कपड़ा जो खूबसूरत स्ट्रीम–लाइन्ड प्रभाव देता है (चित्र ६.१६)

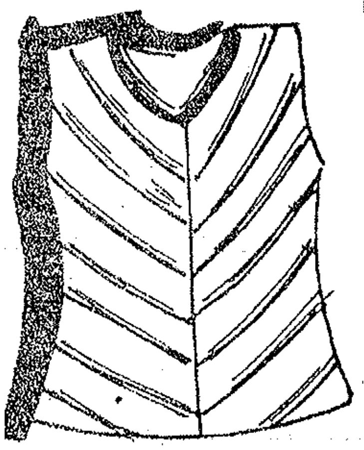
(Fig. 6.16)

फैनटास्टिकः- काल्पनिक, रोमाटिंक, स्वप्न–जैसा।

फैशन फारवर्डः- नए फैशन प्रचलन के अगुवा। इसे "एडवांस्ड फैशन" भी कहा जाता है। क्लासिक या बेसिक डिजाइनिंग के विपरीत।

फैशन विकटिम्सः- वह दुर्भाग्यपूर्ण लोग जो सदा लेटेस्ट लुक को अपनाने में आगे रहने की सोचते हैं, बिना इस बात पर ध्यान दिए कि वह फैशन उन पर कैसा लगता हैं। यह समूह अक्सर अति बिजैरी फैशन पहनते हैं।

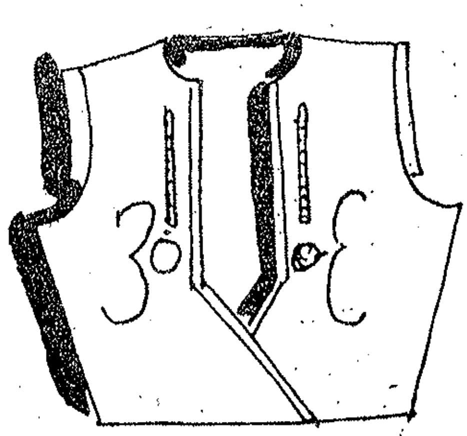
फैशन डिजाइनरः- व्यक्ति जो पिरियोडिकल्स या निजी फर्म के लिए विचारों को रिकार्ड करता है, या जो चित्र बनाता व रिकार्ड करता है। डिजाइनर परिधान नही बनाता।

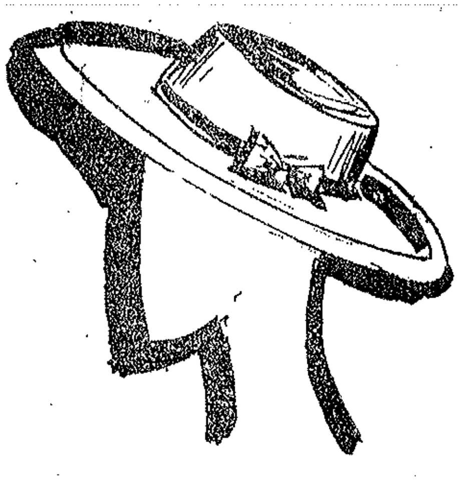

(Fig. 6.17)

फतुहीः-"बिना आस्तीन की एक जैकेट" सामान्यतः, एक बनियांन जिसमें हल्की रूई की पैडिंग कर तगाई कर दी जाती है, के रूप में जाना जाता है। (चित्र ६.१७)

फाउक्स पासः- शाब्दिक अर्थ "गलत कदम"। फैशन फाउक्स पास का अर्थ गलत स्टाइल का निर्णय।

फाजवीः- बिना आस्तीन की एक जैकेट। (चित्र ६.१०)

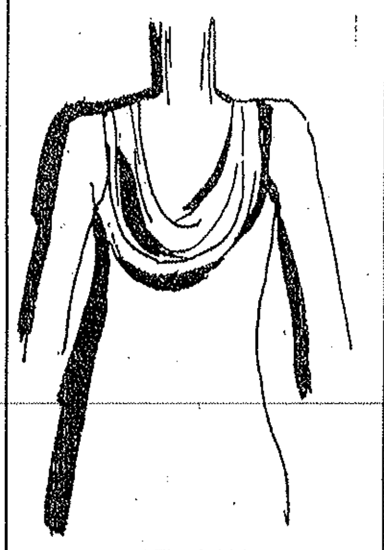

(Fig. 6.18)


(Fig. 6.19)

फेडोला:- एक मुलायम फेल्ट का हैट, जिसके किनारे उपर की ओर मुड़े और शीर्ष पर क्रीज होती है। (चित्र ६.१९)

फिफ्टीज:- ५० के दशक के कपड़ों को समझाने का एक शब्द, जब सिलहौटी पर जोर था; रॉक एण्ड रोल फैशन। गुलाबी, काला, ग्रे और अक्वा आदर्श रंग थे।

फाइन ज्वेलरी:- सोने या चॉंदी जैसे बहुमूल्य धातुओं से बने आभूषण जिसमें प्रीसियस व सेमी–प्रीसियस रत्न जड़े होते हैं।

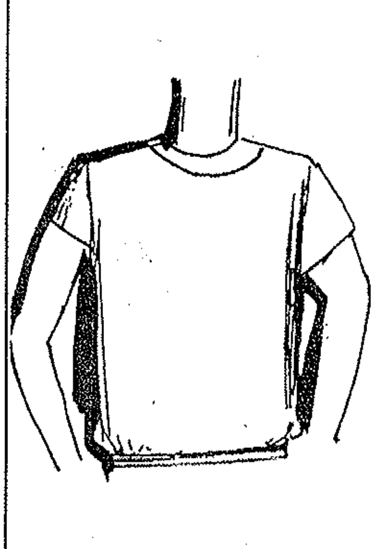


(Fig. 6.20)

फिनिश:- वह कुशलता जिससे परिधान/कपड़ा पूरा किया जाता है।

फिटिंग:- परिधान को जिस व्यक्ति के लिए चाहें, उस व्यक्ति के आकारानुरूप ढ़ालने की प्रक्रिया।

फिशर:- एक गहरी नेकलाइन के चारो ओर साफ्ट फोल्ड्स में ड्रेप किया हुआ कपड़े का टुकड़ा। १८वीं सदी के लो–कट–ड्रेसेस में अत्यधिक प्रयुक्त। (चित्र ६.२०)



(Fig. 6.21)

फिशरमेन निट स्वेटर:- मोटा, कई पैटर्न वाला स्वेटर जो उत्तरी यूरोप् के मछुआरों द्वारा पहने जाने वाले स्वेटर की नकल है।

फ्लैन्ज:- बढ़ाया गया कंधा, जो चौड़ाई का आभास देता है। (चित्र ६.२१)

फ्लैनेल:- एक हल्का, मध्यम भार का मुलायम सूत या ऊन, सामान्यतः इसके दोनो ओर मुलायम, बारीक ब्रसेस रहते हैं।

फ्लेर:- बॉयस पर कटे कपड़ो को कहते हैं जो स्लीक, पतली इमेज देता है; उदाहरणार्थ— फ्लेर्ड स्कर्ट। एक शैली जिसमें नीचे की किनारी व सिलाई अत्यधिक चौड़ी और ग्रेन से हटी हुई होती हैं। (चित्र ६.२२)

(Fig. 6.22)

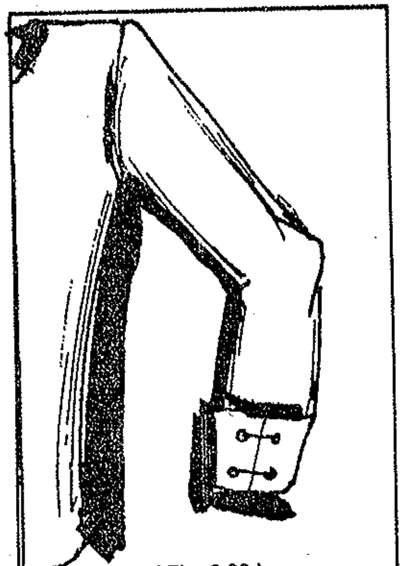
फ्लोउन्स्ड:- कपड़े की घेरदार पट्टियॉं।, कभी–कभी चुन्नटदार भी, जिनका प्रयोग परिधान की किनारी

सजाने में होता है, या एक के उपर एक रखकर स्कर्ट या ड्रेस बनाई जाती है। या बहुत चौड़ा एफल जिसे एक ओर चुन्नट किया गया हो।

फ्लाई फ्रंटः- एक क्लोजिंग जो बटन या ज़िप छिपा लेती है। केवल ट्राउजर्स में ही नही, जैकेट व ड्रेसेस में भी प्रयोग की जाती है।

फ्लैनेलः- एक मुलायम सूती वीव, अधिकतर धारी या चेक पैटर्न में छपी, जैकेट और पैन्ट के लिए।

फ्लैपरः- २०वीं सदी में, एक ऐसी महिला जो अलग–अलग फैशन पहनने के कारण जाबॉज कहलाती थी। कभी–कभी बोब्ड केश सज्जा को "दा फ्लैपर" बोलते हैं।


(Fig. 6.23)

फ्लाजः- कपड़े में खामियाँ; जो बुनाई या निर्माण के समय गलती से आ जाती है।

फोल्डः- दोहरे कपड़े का बिना कटा किनारा।

फोल्क लोरिकः-पारम्परिक शैली की चारित्रिक विशेषता।

फारमलः- वह ड्रेस कोड जिसमें महिलाओं को इवनिंग ड्रेस और पुरूषों को टक्सेडों पहनने होते हैं।

फार्म फिटिंगः- सेमी फिटेड या बायस पर कटे स्टाइल जो एक महिला को फिट की परिभाषा देते हैं लेकिन शरीर से चिपके या फुल नही होते।

फोर्ट ऑफ आ गारमेन्टः- अर्थात परिधान की सबसे मजबूत विन्दु।

फाउलार्डः- कपड़े का पैटर्न या वीव, आदर्श छपाई वाला, जो छोटे दोहराएँ गए ज्यामितीय पैटर्न से बने होते हैं। इनका प्रयोग टाइज व स्कार्फ में अक्सर होता हैं या एक हल्का सिल्क, रेयॉन इत्यादि का कपड़ा जिसमें छोटी आकृतियाँ छपी हों।

फाउन्डेशनः- फिगर को एकसार करने के लिए अन्तः वस्त्र; चेहरे के कास्मेटिक्स का आधार।

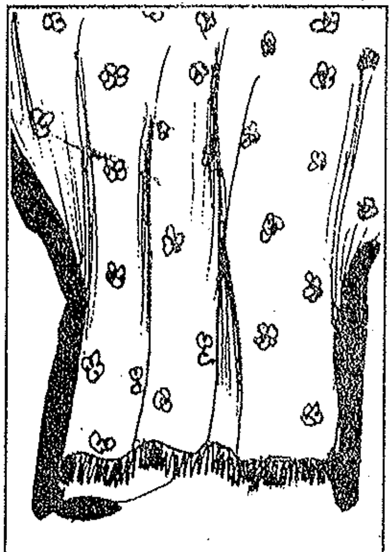
फ्रेन्च कफः- एक चौड़ा आस्तीन का कफ जो कलाई पर वापस मुड़ा होता है और चार बटन होल्स के द्वारा बटन्स या कफ लिंक्स से बन्द होता हैं। (चित्र ६.२३)

(Fig. 6.24)

फ्रे:-कपड़े से काम करते समय निकल आने वाले धागे।

फ्रेन्च डार्ट:- जब कंधे की डार्ट को हिलाकर, कंधे के बीच में लाकर, वेस्ट डार्ट से मिला दिया जाएँ। (चित्र ६.२४)

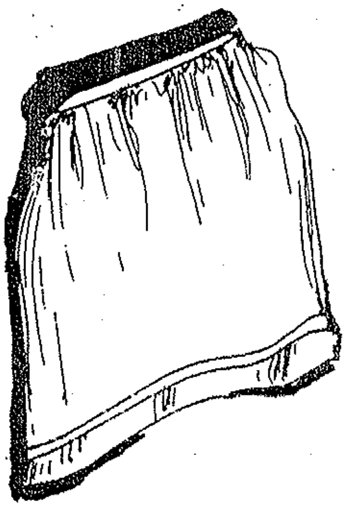
फ्रिंज:- लटकते धागे, डोरी या टसेल को कहते हैं; इसे बार्डर पर अधिकतर प्रयोग किया जाता है। (चित्र ६. २५)



(Fig. 6.25)

फ्रॉग क्लोजर:- सजावटी कार्ड या गोटे द्वारा की गई चीनी शैली की क्लोजिंग कार्डिंग की साफ्ट बॉल या बटन इस क्लोजर को पूरा करने के लिए प्रयोग की जाती है।

फुनेल नेक:- बिना सिलाई की ऊँची नेकलाइन जो स्ट्रीमलाइन्ड लुक देता है।



(Fig. 6.26)

जी

गाबरडाइन:- ऐंठे हुए धागे से कसकर बुना गया एक कपड़ा जिसमें एक ओर तिरछी धारी का प्रभाव आता है। इसे सूट्स या स्लैक्स के लिए मुख्यतः प्रयोग किया जाता है।

गमला बाटी:- भारतीय वस्त्र डिजाइन में एक प्रचलित मोटिफ, जिसमें एक गमले में विभिन्न प्रकार के फूल उगे होते हैं तथा साफ सुथरे ढंग से व्यवस्थित होते हैं।

गैदर्स:- जब कपड़े में बड़े–बड़े टॉके लगाकर, खींचा जाता है तो उससे पड़ने वाला मुलायम फोल्ड्स को गैदर्स कहते हैं।

गारमेन्ट इन्डस्ट्री:- अपारेल इन्ड्रस्टी का दूसरा नाम।

गारकॉन लुक:- महिलाओं द्वारा पहने जाने वाला लड़कों जैसा फैशन।

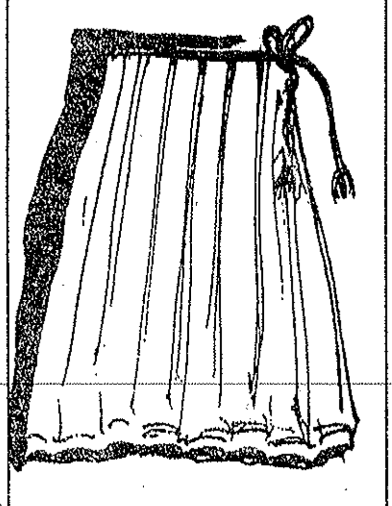
Gaucho:- चौड़े–पॉयचे वाली पैंट्स या डिवाइडेड स्कर्ट जो मिड–कॉफ तक लम्बा होता है और जूतों के साथ पहना जाता है। (चित्र ६.२७)

(Fig. 6.27)

गाउथो हैटः- फेल्ट की हैट जिसका छोटा, चपटा शीर्ष होता है, एक ठीक--ठाक चौड़ा, उपर की ओर मुड़ा किनारा, और ठोडी के नीचे डोरी द्वारा बाँधी जाती है।

गान्टलेट्सः- कलाई से आगे की ओर बढ़े हुए दस्ताने।

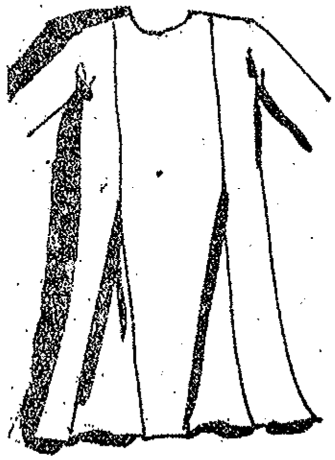
ग्नैघोः- ऐबो से सम्बन्धित महिलाओं की ड्रेस। घाघों का स्कर्ट वाला भाग ऐबो से ज्यादा घेरदार होता है, कमर के दोनो ओर इकट्ठा हुए चुन्नटे परिधान को एक विशेष प्रकार की खूबसूरती देता है, जब पहनने वाल, इसे पहन कर चलता हैं।



(Fig. 6.28)

घुटन्नाः- एक छोटी तौलिया, पुरूषों द्वारा पहना जाने वाला, कसा तथा घुटनों के थोड़ा नीचे तक लम्बा। १६वी सदी के सिख पंज़ाब में काफी लोकप्रिय।

घाघराः- स्कर्ट, जिसमें सामान्यतः अत्यधिक घेर होता है। सादे घाघरों में केवल एक लम्बवत् सिलाई होती है, जो कपड़े या घाघरा पटा को एक ट्यूब जैसा बना देती है, जिसे कमर पर बने एक लम्बे, पतले स्लाट से गुजरती डोरी से बॉधा जाता है। अधिक घेर वाला घाघरा कई त्रिकोणीय टुकड़ों को जोड़कर बनाया जाता है। (चित्र ६.२८)



(Fig. 6.29)

घेरदारः-अधिक स्कर्ट वाला घेरदार, जैसे घेरदार/जामा।

घुंडीः-छल्ला, जो साधारणतः, टकमा नामक बटन को पकड़े रखने के लिए प्रयोग किया जाता है।

गिंघमः- चेक्स या धारी में प्लेन वीव।

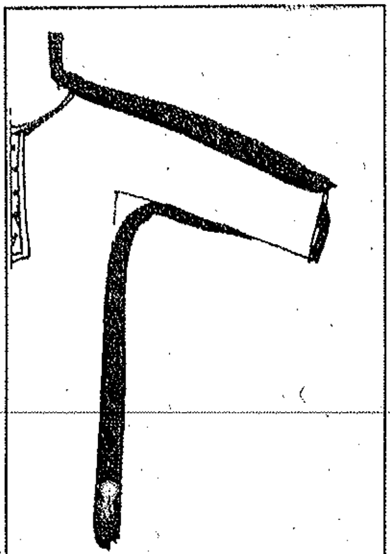
ग्लेन चेकः- महिलाओं व पुरूषों के लिए नीले व सफेद में चेक्ड सूट

ग्लेन प्लेडः- एक सादा स्काट प्लेट जिसका प्रयोग सामान्यतः स्कर्ट या सूट में होता हैं।

ग्रेडेशनः- रंगों के विभिन्न शेड्स। सम्बन्धित शेड्स या विरोधाभासी रंग एकता उत्पन्न करते हैं।

गोडेट्सः- परिधानों में डाले गए घेरवाले या प्लीटेड भाग (चित्र ६.२६)

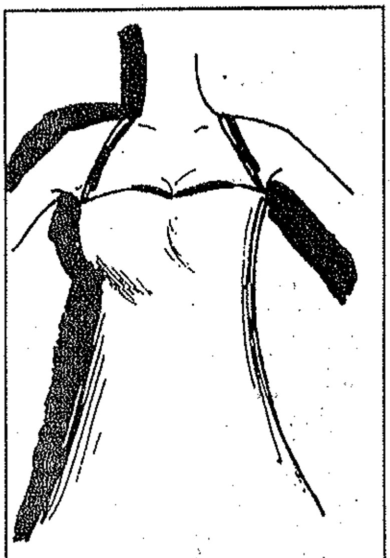
ड्राफ्ट को बनाने की प्रक्रिया।


(Fig. 6.30)

ग्रेनः- ग्रेन कपड़े का सीधा धागा है जो बुना गया है। लम्बवत् (वेफ्ट अर्थात ताना) या चौड़ाई में डाले गए (वार्प या बाना) धागों के लिए प्रयुक्त शब्द।

ग्रोगः- गोटा या डोरी द्वारा बाँधने का पूर्व का तरीका। इसे प्रायः तीन गोलाकारों, और एक गॉठ, परिधान के एक ओर तथा, तीन गोले व एक छल्ला, दूसरी ओर डालकर डिजाइन किया जाता है।

ग्रन्जः- फैशन ट्रेन्ड जो फैशन नाम से जानी जाने वाली हर चीज के विपरीत हो।


(Fig. 6.31)

गसेट्सः- कपड़े का टुकड़ा जो वस्त्र में ढ़ील लाने के लिए लगाया जाता है; अधिकतर आस्तीनों की बगल में। (चित्र–६.३०) कभी–कभी इसे उस त्रिकोणीय टुकड़े को भी कहा जाता है जो टुकड़ो के बीच, गोलाकार लाने के लिए (जैसे टोपी में), लगाया जाता है।

एच

हैबरडैशरीः- टेलर्ड पुरूषों के द्वारा पहने जाने वाले स्टाईल्स।

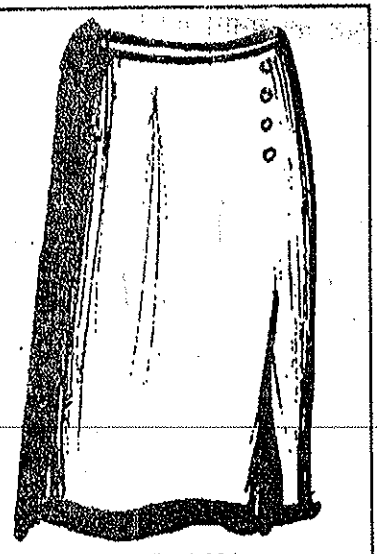
हाल्टर नेकः-एक नेकलाइन जो बोडिस वाले कपड़े को बगल से निकाल कर सामने की ओर ले जाकर गले के पीछे ले जाते हैं। यह बोडिस टाईपिकली 'बैकलेस' होता है। (चित्र ६.३१)

हाउट कोटर (ओट-कू-दूर):-उच्च फैशन के कस्टम मेड कपड़ों की डिजाइनिंग, निर्माण व बेचने का व्यापार। हाई–फैशन परिधान जिनका सिर्फ एक ही पीस बनाया जाता है, के लिए

प्रयुक्त एक शब्द। यह अत्यधिक महंगा, विवेकहीन, अद्वितीय व पूर्णतः अनफोर्डबिल है।

हैन्ड:- कपड़े का टेक्सचर या भार; विशेष रूप से बुनाई की गुणवत्ता।

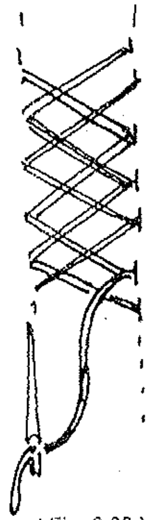
हारेम पैन्ट्स:- ढ़ले, तरंग जैसे ट्राउजर्स जो एड़ी पर चुन्नट कर, पट्टी द्वारा बाँध दिए जाते हैं।


(Fig. 6.32)

हैरिस ट्वीड:- स्काटलैण्ड में बुने जाने वाले ट्वीड कपड़ों का ट्रेड मार्क।

हवाईयन शर्ट:- चटख ट्रोपिकल प्रिन्ट वाली, छोटी आस्तीन की कमीज़।

हेमलाइन स्लिट:- ड्रेस या स्कर्ट की सिलाई में हेम के निचले हिस्से से उसके उधर के किसी बिन्दु तक कट या स्पिलिट। (चित्र ६.३२)


(Fig. 6.33)

हेरिंगबोन:-एक कढ़ाई का पैटर्न जिसमें यार्न के धागों को कपड़े पर बनाई गई तिरछी रेखाओं से इन्टरसीट कराके जिग–जैग पैटर्न बनाया जाता है। (चित्र ६.३३)

हाई फैशन:- स्टाईल या डिजाइन जो डिजाइनर्स द्वारा अपने में एक ही बनाए जाते हैं या वह फैशन जो सीमित लोगों द्वारा स्वीकार्य हो।

हाई टेक:- विकसित औद्योगिक तकनीक; फैशन में अति आधुनिक रूप।

(Fig. 6.34)

हाई हुगर:- पैन्ट्स या स्कर्टस जिनकी कमर नितम्बों पर टिकती हो; साठ के दशक में प्रचलित व लोकप्रिय। इन्हे हिपस्ट्रेस भी कहा जाता है। (चित्र ६.३४)

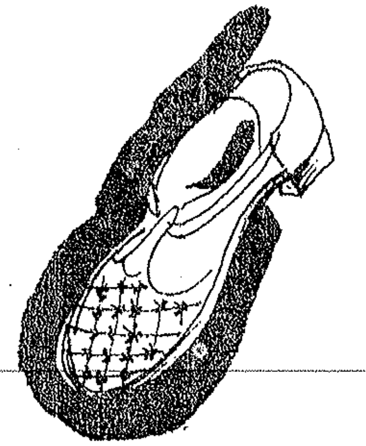
हिप्पी स्टाइल:- साठ के दशक के बच्चों की स्टाईल; जिसकी विशेषता स्त्री व पुरूषों के लम्बे व महिलाओं के लिए मोज़े व स्टाकिंग।

होजरी:- महिलाओं और पुरूषों के मोजों का भण्डार।

हॉट आइटमः-इस शब्द का प्रयोग उस उत्पाद के लिए किया जाता है। जो ग्राहकों में अत्यधिक रूचि व स्वीकृति उत्पन्न करता है। वह उत्पाद जो जल्दी और ज्यादा मात्रा में बिकता है।

हाउन्ड-स्टूथः- नुकीला चेक वाला पैटर्न जो पुरूष व महिलाओं के फैशन में वीव किया जाता है।

हेमः- कपड़े की खुली किनारी को उल्टी तरफ मोड़कर, खुली किनारी को सफाई से मोड़कर, कपड़े में सिलने से आने वाली फिनिश को हेम कहते हैं।



(Fig. 6.35)

हुर्राचेः- एक कम ऊँची एड़ी की सैड़िल, जिसका ऊपरी भाग इन्टर वूवेन चमड़े से बना होता है। (चित्र ६.३५)

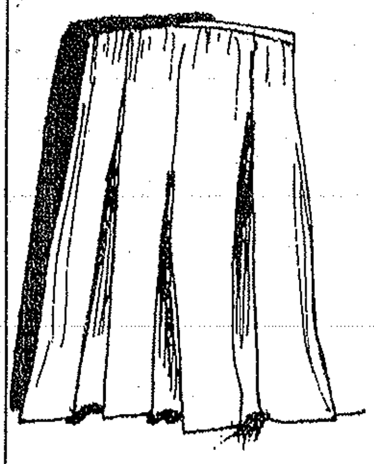
ह्यूः-रंग के शेड व डिग्री। यह वह गुण है जिससे हम एक रंग को दूसरे से अलग करते हैं।

आई

ईकतः- यह एक रेसिस्ट डाई प्रक्रिया है जिसमें डिजाइन को सुरक्षित करने के लिए ताने या बाने के धागों को पाम की पत्ती की पट्टियों या उन्ही जैसे किसी चीज से छोटे बंडलों में बाँधा जाता है जिससे डाई अन्दर न जा सके। अर्थ बाँधना' या 'बाइन्ड' करना।

इमिटेशनः- नकली या नकल, सामान्यतः फर या आभूषणों की। असल चीजों से सस्ती, नकली एसेसरीज और फर हाल के मौसम कॉफी लोकप्रिय रहें हैं।

इमपैक्ट कलरः-शुद्ध रंग का प्रयोग जिससे सनसनीपूर्ण प्रभाव आए। उदाहरणार्थ– चटख लाल फायर इंजन।



(Fig. 6.36)

इनर वियरः- कोट या जैकेट के नीचे पहने जाने वाले कपड़ों को कहा जाता है।

इन्टासियाः- फल, फूल इत्यादि वाला बोल्ड पैटर्न, जो स्वेटर में बुना जाता है।

इन्टीमेट अपारेल:- महिलाओं की लिजरी या लुंगी वियर को कहा जाता है।

इनवर्टेड प्लीट:- परिधान के बाहर की ओर, मुड़े हुए किनारों को एक दूसरे की ओर रखकर बनाई गई प्लीट। (चित्र ६.३६)

इरिडेससेन्ट:- इन्द्रधनुष जैसे रंगो की छटा होना या दिखाना। एक रूप जो रेयॉन और पोलीस्टर जैसे दो रेशों को एक साथ बुनकर पाया जाता है।

इरेगुलर्स:- डिपार्टमेन्ट स्टोर्स द्वारा उन उत्पादों को कहा जाता है, जिनमें कुछ कमी हो । जरूरी नही है कि उत्पाद के दिखने में कोई कमी हो, पर पहनने की क्षमता प्रभावित हो सकती है।

ईवी लीक:- ५० के दशक का पुरूषों को लोकप्रिय रूप जो हारवार्ड, याक और प्रिंसटन जैसे कैम्प्यूसेस में विकसित हुआ; प्रिपेयर रूप का अगुवा; एक स्टाइल जिसकी विशेषता, बटन डाउन कॉलर कमीज़े और पैंट में पीछे की ओर बकल का होना था।

इन्टरफेसिंग या इन्टरलिनिंग:- परिधान को मजबूती व सहारा देने के लिए लगाया गया कपड़ा। और जब पैड सिलाई के साथ लगाएँ तो कॉलर्स और लैपेल्स को आकार देता है।

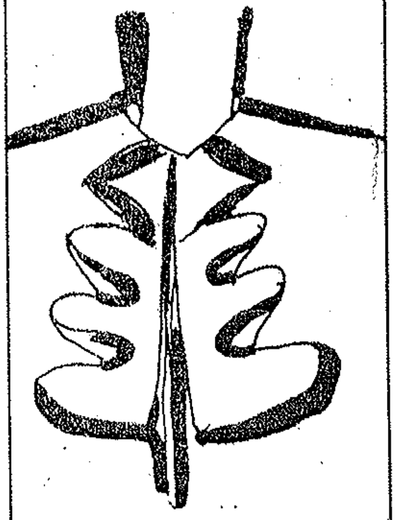
आइजार:- एक प्रकार का पाजामा (चित्र ६.३७)

आइजारबैन्ड:- पाजामा जैसे परिधान की कमर पर डोरी। शाब्दिक अर्थ 'आईजर को बॉधना'।

जे

जैबॉट:- एक बारीक कपड़े या लेस में फ्लून्स्ड डेकोरेशन, जो बोडिस के गले में जुड़ा होता है, या लेस की एक या ट्राइस्ड फ़ॉल, नेकबैन्ड के आगे की ओर, एक रफल

(Fig. 6.37)



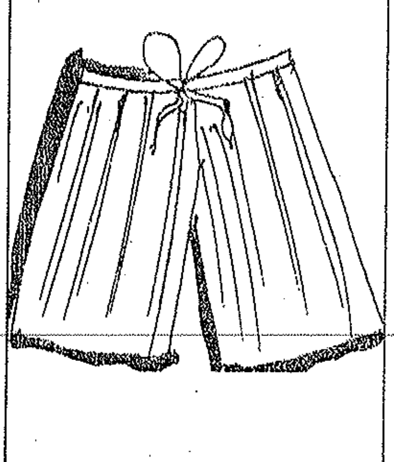
(Fig. 6.38)

(Fig. 6.39)

या प्लीट किया हुआ कपड़ा या ब्लाउज अथवा ड्रेस के सामने केन्द्र में लगी लेस। (चित्र ६.३८)

जैकार्डः- कपड़े में बुना गया एक पैटर्न जो ब्रोकेड से कम टेक्स्चर्ड और वजन में हल्का होता है।

जामाः- पुरूषों द्वारा बाहर पहनने वाला पूरी आस्तीन का परिधान, मुगल व राजपूत दरबारों में लोकप्रिय और १६वीं शताब्दी तक पहना जाता रहा। शाब्दिक रूप में एक परिधान, रोब, वेस्ट, गाउन या कोट (चित्र ६.३६)



(Fig. 6.40)

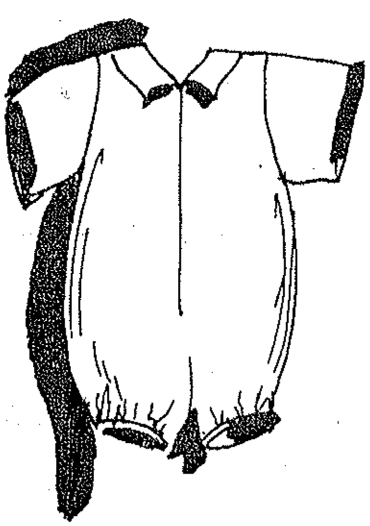
जामदानीः- बारीक सूती मलमल जिसपर मोटी मुलायम सूत से फूल वाले पैटर्न ब्रोकेड किए जाते हैं। डाका अच्छी जामदानी का विख्यात निर्माण केन्द्र था।

जाँघियाः- छोटे ड्रावर्स; पुरूष तथा लड़कों द्वारा पहने जाने वाले। (चित्र ६.४०)

जीन्सः- मौलिक रूप से, डेनिम में बने काम करने के कपड़े। साठ के दशक में, डेनिम जीन्स बड़ा फैशन व स्टाइल बन कर विश्वभर में फैल गया।

जर्सीः- सूत, ऊन, सिल्के, रेयॉन या नायलॉन से बना अत्यधिक चिकना निटेड फैब्रिक। इसे सामान्यतः ड्रेसेस और ब्लाउजेस के लिए प्रयोग किया जाता है।

जेवेल टोन्सः- रत्नों की खूबसूरती व गहराई लिए, लाल, नीला, हरा व बैगनी के गहरे हेम्स।



(Fig. 6.41)

झबलाः- ढ़ीला, बच्चों द्वारा पहने जाने वाला ट्यूनिक जैसा परिधान।

झूलाः- बच्चों के लिए एक प्रकार का ब्लाउज।

झम्बः- सिर व शरीर को ढँकने के लिए बना, इसे एक ओर एक चादर या कंबल बाँध कर बनाया जाता है तथा सिर पर लपेट लिया जाता है।

जम्प सूटः- पैंट वाला वन–पीस परिधान; सत्तर व अस्सी के दशक में कैजुवल फैशन के रूप में लोकप्रिय या वन–पीस परिधान जिसमें ब्लाउज या शर्ट और ट्राउजर्स या शार्टस होते हैं।

(चित्र ६.४१)

जंक ज्वेलरी:- नकली आभूषण; फन एसेसरीज जिन्हे अजीबोगरीब प्रेरणास्त्रोतों जैसे फल, सब्जी या बेकार सामान से बनाया जाता है।

अभ्यास-

१– पत्रिकाओं व अखबारो में दिए गए फैशन लेखों को पढ़िए व इस शब्दावली में दिए गए शब्दों को पहचानिए।

६.४ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ निम्न शब्दों का क्या अर्थ है?

फ्रेन्च डार्ट, फिचू, फैशन विक्टिम, फैशन सेटर, जर्सी, गिंघम, डबल कोट, डस्टर, फ्लैने।

प्रश्न–२ निम्नलिखित में अन्तर बताइए?

जंक ज्वेलरी एवं इमीटेशन ज्वेलरी, जैबॉट एवं जैकार्ड, आइजार एवं आइजारबैन्ड, हाई फैशन एवं हाई हुगर, गोलेस एवं गोडेट्स।

प्रश्न–३ निम्नलिखत के रेखाचित्र बनाइए?

फारसी पाजामा, हेमस्लिट, गाउचो हैट, जैबॉट एवं ईटोन कॉलर।

प्रश्न–४ इस पाठ्य में दिए गए विभिन्न पाजामों की सूची बनाइए। चित्र भी बनाइए?

प्रश्न–५ पाठ्य में दिए गए दो पुरूषों के परिधान बनाइए?

६.५ स्वाध्ययन हेतु

यह सुझाव हैं कि अखबारों व पत्रिकाओं में दिए गए फैशन लेखो को पढ़कर स्वयं को नयी शब्दावली से अवगत कराइए।

संरचना

७.१ यूनिट प्रस्तावना

७.२ उद्‌देश्य

७.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस की ग्लोसरी 'के' से 'आर' तक

७.४ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

७.५ स्वाध्ययन हेतु

७.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

इस यूनिट में फैशन व कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाले उन शब्दों की सूची है जो अंग्रेजी अक्षर ए, बी, और सी से शुरू होते हैं। इस यूनिट में प्रयोग किए गए कुछ शब्द परम्परागत भारतीय परिधानों से सन्दर्भित हैं, लेकिन आधुनिक फैशन परिदृश्य में आज भी प्रचलित है।

७.२ उद्‌देश्यः-

इस सूची को देने का एकमात्र उद्‌देश्य विद्यार्थियों को फैशन के शब्दावली से परिचित कराना है जिससे कि पाठ्‌यक्रम को समझना आसान हो जाए। जब कोई फैशन शब्दावली का प्रयोग कर बात कर रहा हो, तो उस वस्तु की आकृति मस्तिष्क में बननी चाहिए, जिससे कि व्यक्ति साफ–साफ समझ सकें कि क्या कहा जा रहा है।

५.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाले शब्दो की ग्लोसरी 'के' से 'आर' तकः-

(Fig. 7.1)

के

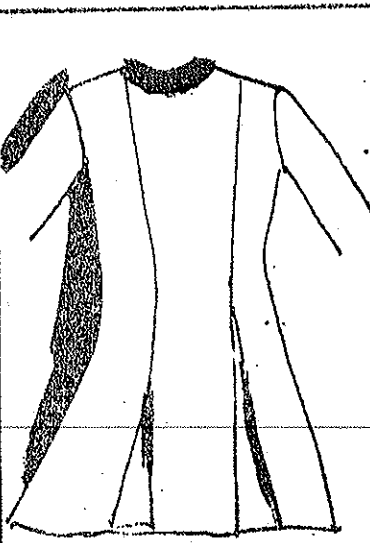
कैरी बुटीः- भारतीय वस्त्र डिजाइन में एक फ्लोराल मोटिफ, जो आम के आकार पर आधारित है जिसकी नोक हल्की मुड़ी होती है। पारम्परिक भारतीय वस्त्रों में प्रयुक्त आम का आकार। (चित्र ७.१)

कालाबैटॉनः- चॉदी–गिलट का धागा, जो कढ़ाई में

प्रयोग होता है।

कालघा:- भारतीय वस्त्र डिजाइन में लोकप्रिय बूटी,सरों के वृक्ष के आकार का तथा ऊपर से एक ओड़ मुड़ा हुआ; क्रेस्ट शेप्स।

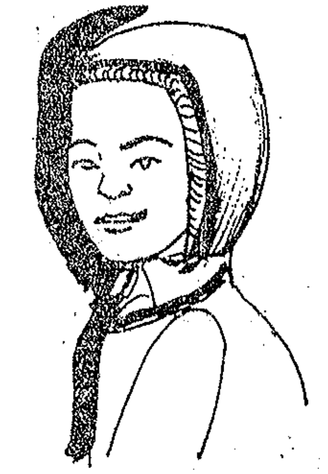
कली:- एक वेड्ज आकार का, त्रिकोणीय कपड़े का टुकड़ा,जो ज्यादा घेर देने के लिए लगाया जाता है। (चित्र ७.२)



(Fig. 7.2)

कलीदार घाघरा:-घाघरा जो कई टुकड़े जोड़कर बनाया जाता है जिससे इसका बहुत बड़ा घेर हो जाता है।

कजरी:- ब्लाउज जैसा परिधान, आगे से थोड़ा लम्बा व अधिकतर बैकलेस, बाँधने वाली डोरियों से जुड़ा और कप के आकार का कोई भाग नही होता।



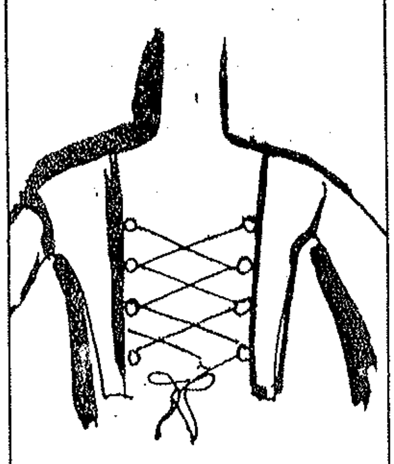
(Fig. 7.3)

कानटोपी:- शाब्दिक अर्थ "कानों के चारों ओर पहनी जाने वाली टोपी"। इस प्रकार की टोपी कानों को व गर्दन के पिछले भाग को ढंकती है तथा इन्हे अत्यधिक ठंड या गर्मी से बचाती हैं।

कपाडू:- स्तनों को ढंकने के लिए प्रयुक्त कपड़ा। राजस्थान व गुजरात, एक सादे चोली–ब्लाउज को इस नाम से पुकारा जाता है।

कारचोबी वर्क:- जरदोजी से मिलता काम जिसमें सुनहरा या चाँदी के धागे को शनील या सटिन पर ध ातु के धागों द्वारा सिला जाता है जिससे असली कढ़ाई का प्रभाव आता है।

कासनिस:- कसने के लिए प्रयोग में लाए गए डोरियाँ या टाई–कार्डस्। (चित्र ७.४)



(Fig. 7.4)

कोटोरिस:- कप; इस शब्द का प्रयोग ब्रेस्ट कप्स के लिए किया जाता है जैसे चोली में।

किमखाब:- सोने व चाँदी से ब्रोकेड किया सिल्क। इस

ब्रोकेडिंग के लिए प्रयुक्त धातु, का धागा, धातु के पतले तार को चपटा करके, रेशम के धागे को बीच में रखकर, उसके उपर लपेटकर बनाया जाता है। सोने के लिए पीली रेशम व चाँदी के लिए सफेद रेशम का प्रयोग करते हैं।

खाकी:- एक रंग का नाम जिसका हिन्दी में अर्थ "६ ारती" है और गहरा या हरापन लिए पीला होता; प्रायः सेना का या सफारी रंग या एक अत्यधिक मजबूत सूती कपड़ा, लिनेन या मैनमेड ब्लेन्ड्स वाला कपड़ा जिसका प्रायः प्रयोग स्पोर्टस्वियर और आराम वाले कपड़ों में होता है।

किड्सकिंगः- युवा बकरियों से लिया गया बारीक ग्रेन का चमड़ा जिसका प्रयोग प्रायः दस्ताने, जूते, कपड़े और पर्स जैसी एसेसरीज बनाने के लिए किया जाता है। अधिकतर स्वूडे किड्स्किन से बनते हैं।

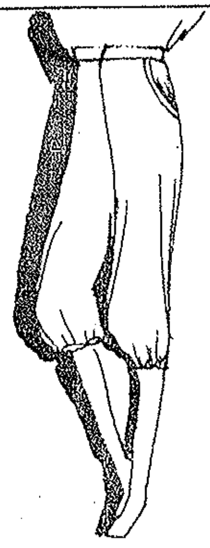
किमोनोः- एक ढ़ीला, आयताकार का, मौलिक रूप से जापानी शैली का रोब (ढ़ीला, बाहरी वस्त्र) जिसकी आस्तीने चौड़ी होती हैं। कुछ लोग इसके साथ कमर पर सैस पहनते हैं। यह बोडिस के साथ काटी गई आल–इन–वन स्लीव को भी कहते हैं। जो छोटी, तीन चौथाई या लम्बी होती है। बगल में अतिरिक्त कपड़े के फोल्ड्स देती है। (चित्र ७.५)

निक्केसः- निक्काबोकर्स। १६वीं सदी के अन्त, पुरूषों के साइकिल चलाने के लिए बनाए गए शार्ट पैन्टस; इसमें अक्सर फैशन रिवाइवल होता रहता है। इंग्लैड में, निककेस अन्दर पहने जाने वाले पैन्ट्स या अच्छे खासे ढ़ीले शार्टस् पैन्ट्स को कहते हैं जो घुटने पर चुन्नटदार होते हैं।

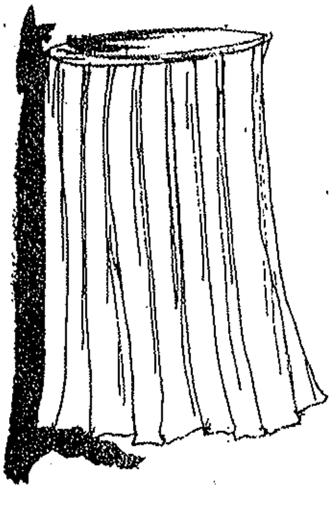
नाइफ प्लीट्सः- साइड प्लीट्स भी कहा जाता है। पतली, कपड़े का एक–एक मोड़ जो एक ही और मुड़े हो। (चित्र ७.७)

नॉक-आफः- एक डिजाइन जो किसी बहुमूल्य परिधान या डिजाइन की नकल हो, तथा नकल, बिना डिजाइनर या निर्माता से अधिकार प्राप्त किए, मौलिक से कम मूल्य पर बेचा जा रहा हो। इन्हे आम भाषा में चीप

(Fig. 7.5)



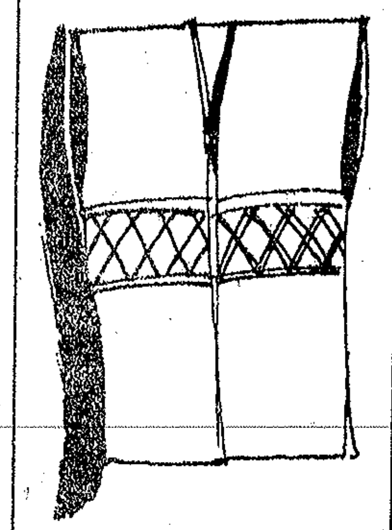
(Fig. 7.6)



(Fig. 7.7)

कापी कहते हैं।

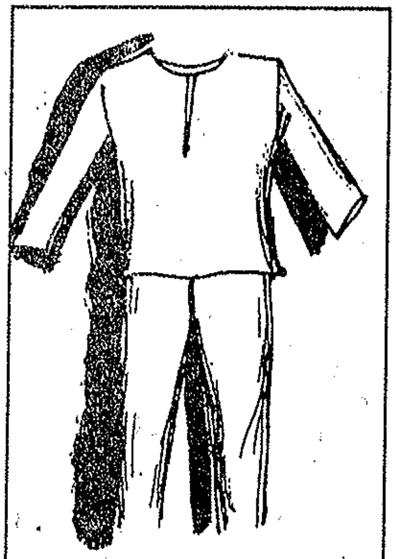
कुर्दीः- बाहर की ओर पहनने के लिए बना जैकेट या कोट। पर्सिया में इस नाम से प्रचलित पोशाक, भारत में नादीजी के नाम से प्रचलित था। आस्तीन बोडिस के साथ मिली हुई कटती है छोटी, तीन चौथाई या लम्बी। (चित्र ७.८)



(Fig. 7.8)

कुर्ताः- डिक्स्नरीज में विभिन्न प्रकार से विस्तृत जैसे "ट्यूनिक वेस्ट कोट, जैकेट, शर्ट," कुर्ता १८वी व १९वी सदी में एक हल्के ढ़ीले परिधान के रूप में लोकप्रिय हुआ, प्रायः गोल गला, घुटने तक या थोड़ा ज्यादा लम्बा, सिलाई पर साइड–स्लिट और घेरदार स्कर्ट। लखनऊ व हैदराबाद जैसी जगहों में इसने अत्यधिक खूबसूरत रूप पाया।

कुर्तीः- एक कमीज़ जैसी पोशाक, जिसमें कुर्ते के अधिकतर फीचर्स होते हैं, लेकिन प्रायः थोड़ा छोटा पहना जाता है। महिलाओं द्वारा पहने जाने पर, इसे नितम्ब तक लम्बा "थाट बोडिस" कहते हैं। इसकी आस्तीन, अगर है, तो छोटी होती है। इसमें बन्द गोल गला होता है तथा सामने की ओर स्लिट होती है। (चित्र ७.९)



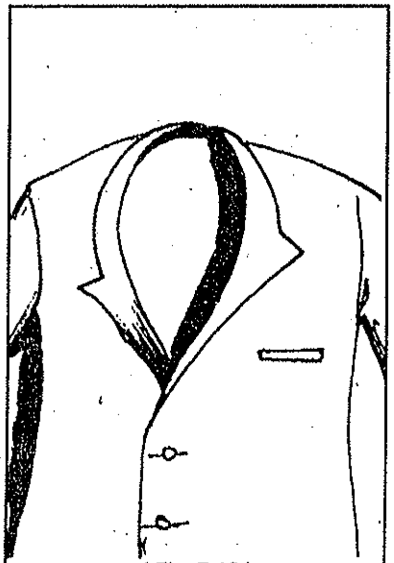
(Fig. 7.9)

एल

लबेदाः- एक ढ़ीला, ट्यूनिक जैसी पोशाक, पुरूषों के लिए, अधिकतर नेपाल में पहने जाने वाली। शायद पारसी लिबादा से प्रेरित।

लैम्ब्सवूलः- भेड़ के बच्चों की शीयरिंग से बनी बहुत बारीक ऊन।

लैपेलः- वस्त्र का आगे का भाग जिसे छाती पर वापिस मोड़ा जाता है और जो कॉलर से आगे की ओर निकलता है। (चित्र ७.१०)

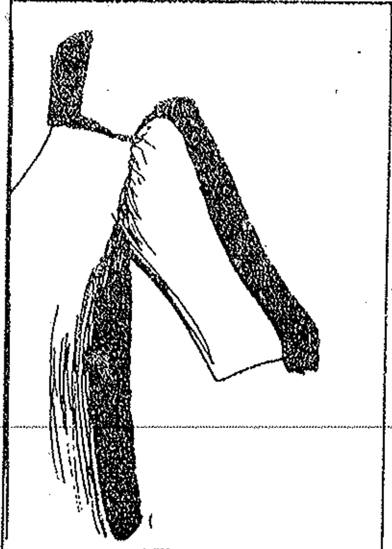


(Fig. 7.10)

लारियॉटः- एक काउब्वाय बेल्ट जो रस्सी के जैसी लगती है। यह अधिकतर चमड़े की बनी होती है।

Layaway:- उत्पाद को भुगतान कई किस्तों में करने का तरीका; माल को ग्राहक के लिए अलग रख दिया जाता है, जब तक वह उसका पूरा भुगतान नहीं करता।

लेग 'ओ' मटन स्लीवः- यह लम्बी, फिटिंग, आस्तीन होती है जिसमें ढ़ेर सारी चुन्नट डाली जाती है तथा इसका शीर्ष उठा होता है; इसे अक्सर बॉयस फैब्रिक पर काटा जाता है। (चित्र ७.११)



(Fig. 7.11)

लाइनर सीमिंगः- कपड़े के आगे या पीछे की ओर, लम्बी लम्बवत सिलाई।

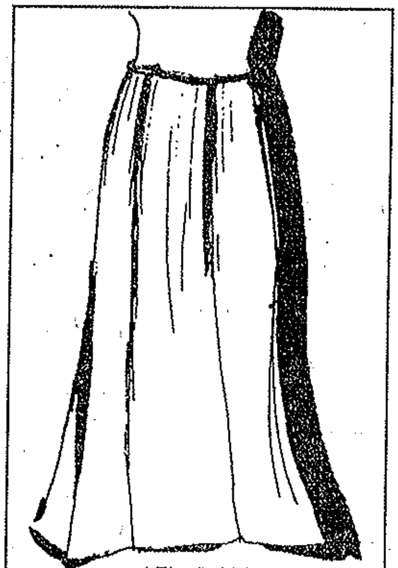
लैप फार बटन होल्सः- अन्डरटैप उस कपड़े को कहा जाता है जो कपड़े की बटन वाली साइड पर, बटन की सेन्टर लाइन से आगे बढ़ाया जाता है।

लैकी निटः- लेस के जैसे दिखने वाली वीव।

लैड्रेयॉनः- एक छोटी जैकेट, प्रायः भारी कढ़ाईदार। इसे अधिकतर कच्छ व सौराष्ट्र मे, कढ़ाईदार पाजामें के साथ पहना जा सकता है।

लेयरः- लेयर करने का अर्थ विभिन्न चौड़ाइयों के सीम अलाउन्सेस को ट्रिम करने से है जिससे बल्क घटकर, एकसार, फ्लैट रूप आ जाता है।

लेयरेडः- एक फैशन लुक को कहते हैं जिसमें दिखने लायक, अलग–अलग लम्बाई की कई तह में कपड़े पहने जाते हैं।



(Fig. 7.12)

ले आउट या लेः- जब पैटर्न पूरा कर लिया जाता है, सभी टुकड़ों को, कपड़े की चौड़ाई के बराबर की चौड़ाई के कागज़ पर बिछाया जाता है।

लेग वार्मरः- ट्यूब के आकार का मोजा जो एड़ी से उपर, पैर गर्म रखने के लिए पहना जाता है।

लहँगाः- एक प्रकार का स्कर्ट। सामान्यतः ओढ़नी के साथ पहनी जाती है जो एक ओर से, लहंगे की कमर पर बँधी होती है। शायद संस्कृत शब्द लंका से लिया गया, जिसका अर्थ है– 'कमर', और 'अंगा' या अंग। (चित्र ७.१२)।

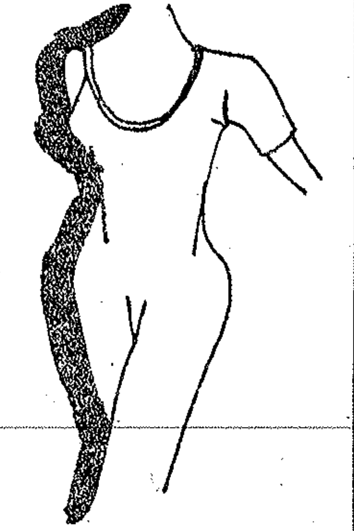
लियोटार्डः- एक स्विम सूट जैस, वन पीस, कसा हुआ बॉडी सूट जिसका प्रयोग नर्तक करते हैं। (चित्र ७.१३)

लिबर्टी प्रिन्ट्सः- इंगलैण्ड की लिबर्टी कम्पनी के छोटे फूलों वाले पैटर्नस्।

लाइनः- किसी विशेष मौसम में निर्माता को प्रदर्शित किए गए स्टाइल्स का समूह।

लाइन फार दा लाइन कॉपीः- विदेशी कोर्टियर के द्वारा उत्पन्न शैली की पूरी की पूरी नकल।

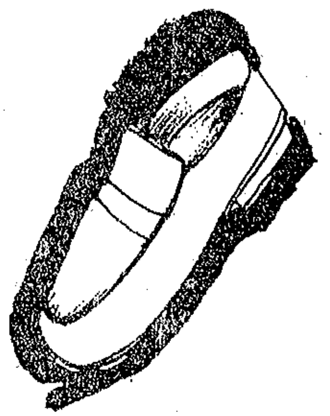
लाइन प्लेसमेन्टः- डिजाइन की रेखाओं को पैटर्न पर सही प्रकार से रखना। सिलाई के लिए रखे गए अलाउन्सेस की लेयरिंग व ट्रिमिंग, जब अलग–अलग चौड़ाई पर सिलाइयाँ लग चुकी हो; जिससे बल्क धीरे–धीरे कम हो जाएँ।


(Fig. 7.13)

लिंजरीः- महिलाओं का सजावटी अन्तःवस्त्र, कैनीसोल की तरह जो फेमीनिटी बढ़ाता है या महिलाओं के अन्तःवस्त्र पर टॉप स्टिच कर के या किसी सिलाई में दबाकर, सिलकर बटनहोल की तरह प्रयोग किया जाता है।

लूज फिटः- जान–बूझ कर पहना गया ढ़ीला परिधान।

लोउज वियरः- कैजुवल कपड़े जिन्हे सामान्यतः घर में पहना जाता है। बाहर नहीं। लॉगवियर कपड़ों मे काफतान और लम्बे, ढ़ीले कपड़े शामिल हैं या यह हाउसकोट, रोबेस और जैकेट जैसे लिंजरी हो सकते हैं।


(Fig. 7.14)

लुंगीः- पुरूषों द्वारा पहना जोने वाला कपड़ा, एक लम्बा, सीधा स्कर्ट जैसा कपड़ा होता है। इसकी लम्बाई लगभग सवा दो मीटर होती है। (चित्र ७.१५)

लक्सेः- पैने वेलवेट, सिल्क ब्रोकेड इत्यादि जैसे– महँगे कपड़ों का एक नाम।

लाइसीः- पेरिस की सेकेन्ड्री स्कूल की लड़कियों की कैजुवल क्लोदिंग पर आधारित फैशन लुक। यह लुक सेवर्ट और स्टाइलिश लगता है और इसमें बेरेट, नीची कमर वाले, प्लीटेड जम्बर और एक बड़े कॉलर वाला सफेद ब्लाउज़ शामिल है।

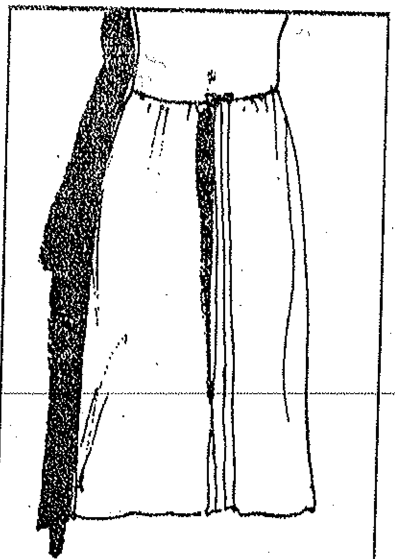
एम

मैक्रमेः- मोटे धागे को आपस में गॉठकर, सजावटी बेल्ट, बैग व अन्य चीजें बनाने की कला।

मेयलॉट:- वन पीस, बिना स्ट्रैप का महिलाओं का नहाने का सूट।

मद्रास:- एक सूती कपड़ा जो सबसे पहले मद्रास, भारत में निर्मित हुआ, जिसमें बहुरंगी प्लेन पैटर्न बने होते थे। इसका प्रयोग कमीजें व स्कर्ट बनाने में होता था। इसका रंग धोने पर, कभी–कभी बह जाता है।

मेयलॉट:- महिलाओं का वन पीस नहाने का सूट, कलात्मक व सादी शैली वाला जिसमें कोई सजावट नही होती और यह शरीर के प्राकृतिक आकार को उभारता है।


(Fig. 7.15)

मन्दारिन कॉलर:- एक छोटा कॉलर जो एक क्लोज नेकलाइन पर खड़ा रहता है परन्तु आगे की ओर मिलता नही है या एक छोटा, खड़ा कॉलर जिसे क्लोज फिटिंग एशियन कॉलर से लिया गया है। (चित्र ७.१६)

मैनडील:- सजाकर पहनी जाने वाली एक प्रकार की पगड़ी।

मैनेक्विन्स:- एक नकली, फुल मानव आकृति जिसका प्रयोग दुकानों पर कपड़ों के डिसप्ले के लिए किया जाता है। यह डमी से अलग होती है जिनका चेहरा व हाथ–पैर नही होता।

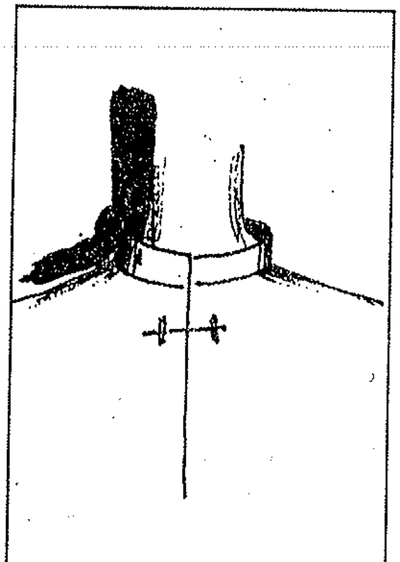
मानतिला:- सिर पर पहना जाने वाला बड़ा स्कार्फ।

मार्क डाउन पीस:- माल की बिक्री बढ़ाने के लिए मूल्य घटाने की प्रक्रिया।

मैटी जर्सी:- डल, मैटी फिनिश वाला जर्सी का कपड़ा।

माशरू:- सिल्क और सूत में बुना कपड़ा, ताना एक कपड़े का व बाना दूसरे मैटेरियल का होता है। शाब्दिक रूप से "वह जो मुस्लिम कानून, शरा, के नियमानुसार हो, जिसमें सिल्क के बने कपड़े अस्वीकृत किए गए हैं।

मैसकुलाइन:- पुरूष; महिलाओं के वह कपड़े जो पुरूषों के मार्बल प्रिन्ट से मिलते जुलते सिले गए हों। एक ध ब्बेदार पैटर्न जो प्राकृतिक पत्थरों के पैटर्नस् की नकल हो; जूते, बैग्स और एसेसरीज में प्रयुक्त।


(Fig. 7.16)

मर्चेनडाइजिंग:- नए उत्पादों का प्रदर्शन। उत्पाद के सभी पहलु, डिजाइन गुणवत्ता और माँग सहित, ध्यान में रखे जाने चाहिए।

मैरी जेनेस:- ब्लन्ट पंजे वाला, एक पट्टी का जूता जो विभिन्न ऊँचाइयों की हील्स और गोल से चर्तुर्भुज से ऐसमेट्रिकली टोज तक का हो सकता है।

मेशनेट:- गर्मियों के बैग्स व जूतों में पाया जाने वाला नेट; इसका प्रयोग सजावट के लिए या हवादार बनाने के लिए किया जा सकता है।

(Fig. 7.17)

मेटालिक क्लोथ:- सोने, चाँदी या किसी अन्य धातु के धागों से बना कपड़ा।

मिलिटैरी लुक:- एक रूप जिसका कट, स्टाईल और रंग, रक्षा बलों के रूप की नकल करने के लिए डिजाइन किया गया हो। (चित्र ७.१७)

मिल्क टोन:- एक नर्म आफ–व्हाइट रंग जो अन्य रंगों में मिलाया जाता है।

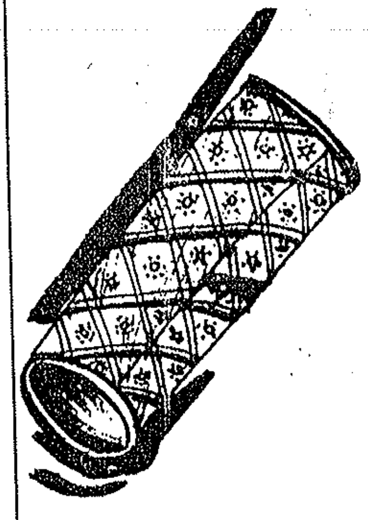
मिलिनेरी:- अर्थात महिलाओं की हैट्स।

मिनाउडियर:- बहुमूल्य धातुओं से बना व प्रायः प्रीसियस व सेमी प्रीसियस रत्न–जड़ित छोटा सा इवनिंग बैग। (चित्र ७.१८)

मिरजै:- एक प्रकार का जैकेट, जो प्रायः 'तगे हुए कोट' से जाना जाता है। यह सामान्यतः कमीज़ के ऊपर, बिना आस्तीन का पहना जाता है; कभी–कभी नीचे बिना कुछ पहने भी, पहना जाता है। (चित्र ७.१९)

मिसमैच्ड:- अप्रत्याशित रूप से मिलाया गया। संयोजन जैसे सिल्क ब्लाउज के साथ चमड़े की जैकेट, लड़कोनुमा पैन्ट के साथ लेस पहनना, प्लेड्स के साथ ट्वीड्स और एक परिधान में दो विभिन्न वीव्स का होना।

मोक्कासिन्स:- नर्म चमड़े के कैजुवल जूते; सबसे पहले स्वदेशी अमरीकियों द्वारा पहने गए, या नर्म स्वूडे या चमड़े के स्लिप–आन जूते, बिना हील व चपटे तलवे वाले। (चित्र ७.२०)


(Fig. 7.18)

मोडः- २०वीं व ३०वीं सदी का फैशन जो फंक्शन पर जो देता था।

मोड लुकः- लंदन की सड़कों से लिया गया फैशन; विशिष्टता फूलों वाले प्रिन्ट्स व रंग संयोजन; यूरोपियन--शैली के सूट भी।

मोनोटोनः- एक अकेला रंग। एक काला व सफेद रंग की कलर स्कीम।

मैचबाक्स स्कर्टः- आगे और पीछे उठी हुई सिलाई वाली स्कर्ट, जो इसे रेक्टेन्गुलर आकार दे देती है; सामने व पीछे के चौड़े पैनेल तथा साइड में पतले पैनेल "मैचबाक्स" का प्रभाव उत्पन्न करते हैं। (चित्र ७.२१)

मिलिटरी कालर्सः- मैनड्रेन से मिलता--जुलता ऊँचा, खड़ा कॉलर लेकिन शेप्ड और गर्दन से कसा हुआ। १९वीं शताब्दी के अंग्रेजी सेना की वर्दी के कॉलर से प्रेरित।

मिनि लेंथः- बहुत छोटी स्कर्ट, घुटनों से २० से २५ से०मी० ऊँची। एक शैली जिसका उद्भव इंग्लैण्ड में १९६० में हुआ।

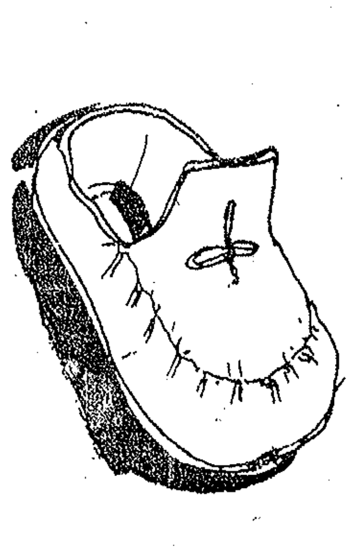
मिटरः- कोनों पर कपड़ों को तिरछा जोड़ना, जिसके कारण परिमाण कम हो जाता है क्योंकि ओवरलैपिंग नही होती।

मोनोक्रोमैटिकः- एक ही फेमली ह्यू के रंगो को कहते हैं। इनमें सिर्फ इन्टेन्सिटी। और वैल्यू का अन्तर होता है।

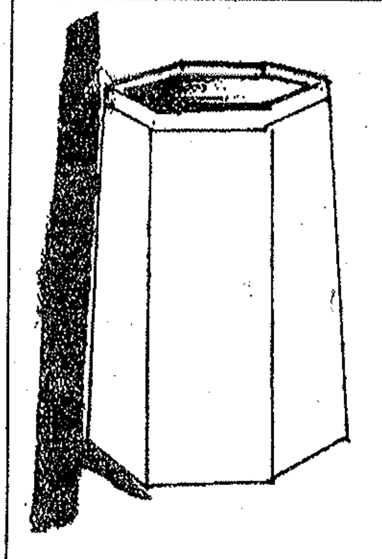
मोशलाः- एक टोपी, प्रायः बच्चों द्वारा पहनी जाने वाली, सिर व गर्दन के पिछले भाग को एक लम्बे, लटकते फ्लैप द्वारा ढ़कती है। (चित्र ७.२२)

मफः-फर, शनील या ऊन की कवरिंग वाला एक ट्यूब जो बाहर हाथ गर्म करने के लिए प्रयोग किया जाता

(Fig. 7.19)



(Fig. 7.20)

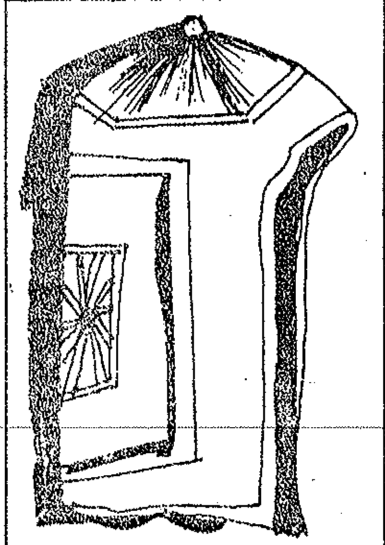


(Fig. 7.21)

है।

मफलरः- फैशन में इसका अर्थ लम्बे निटेड या वूवेन स्कार्फ़ से है। चित्र ७.२३)

म्यूल्सः- ऊँची एड़ी की चप्पल; बिना एंकल स्ट्रैप की जो स्लिप या स्लाइड कर पहनी जाती है।



(Fig. 7.22)

एन

नादिरीः- एक प्रकार की जैकेट, जो बाहरी वस्त्र की तरह पहनी जाती है। सम्राट जहाँगीर ने अपनी संक्षिप्त जीवनी में इसे "काबा के ऊपर पहने जाने वाले कोट" के रूप में चर्चित किया है। "इसकी लम्बाई कमर के नीचे से जाँघों तक की हो सकती है व इसमें आस्तीने नही होती हैं। इसे सामने से बटन द्वारा बन्द किया जाता है"।

नागशाः- अर्थात पैटर्न या योजना।

(Fig. 7.23)

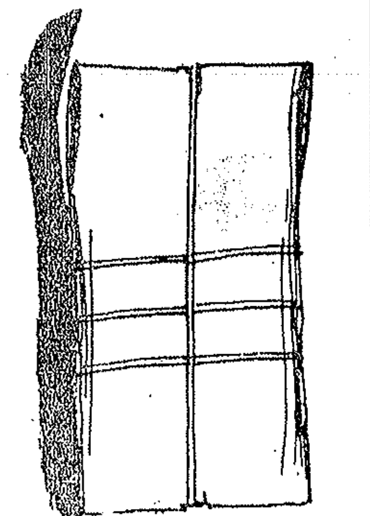
नैचुरल कलर्सः- रंग, हल्के ह्यू में। यह रंग लिनेन और गर्मियों के फैशन के लिए लोकप्रिय हैं। ग्रे, हल्का ब्लू, गुलाबी, पीच ऑफ व्हाइट और बीज महत्वपूर्ण प्राकृतिक रंग हैं।

नैचुरल फाइबरः- सूती, रेशम, ऊन और लिनेन, सभी रेशे जो प्रकृति में पाएँ जाते हैं। सिंथेटिक व रसायनों से बने रेशों से विपरीत होते हैं।

नाशतालिकः- उन कई लिपियों में से एक जिनमें पारसी कैरेक्टर्स लिखे जा सकते हैं।

नाटियोः- गुजरात व राजस्थान में प्रचलित एक टोपी। इसमें सामान्यतः एक बुना हुआ टुकड़ा व हेडबैन्ड के साथ, एक लम्बा फ्लैप होता है जो पीछे लटक कर गर्दन को ढंकता है। (चित्र ७.२५)

नाउटिकल ड्रेसः- नेवी या समुद्री पुरुषों की शैली के कपड़े।

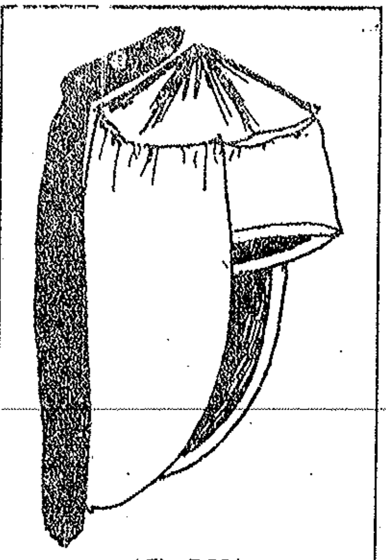


(Fig. 7.24)

नेहरू जैकेटः- मोहम्मदन डिजाइन पर स्टाइल की गई टेलर्ड जैकेट, सामने की ओर बटन, हल्की फिटिंग तथा खड़े कॉलर वाली। यह प० नेहरू द्वारा पहने जाने वाली जैकेट थी। (चित्र ७.२६)

न्योक्लासिकः- वह आधुनिक डिजाइन जिनमें पारम्परिकता शेप दी गई हो।

न्यू वेवः- वह फैशन प्रचलन, जिसका उद्भव लंदन में हुआ और जिसने पंक फैशन का अनुसरण किया; अत्यधिक ब्रॉस फैशन पर जोर।



(Fig. 7.25)

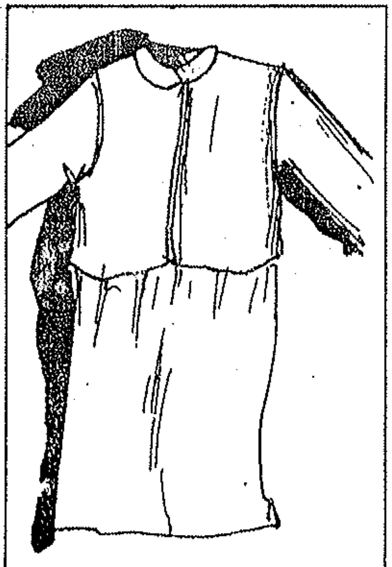
निम एइनिमतान्नाः- एक प्रकार का ट्यूनिक, कुर्ते का बदला हुआ रूप, सामान्यतः बहुत पतले कपड़े का बना।

नोसटालजिया फैशनः- एक रिवाइवल फैशन जो २०वीं, ३०वीं, ४०वीं ५०वीं व ६०वीं शताब्दी की याद दिलाता है।

नैपः- इसका अर्थ है "पाइल" और नैप वाला कोई भी कपड़ा एक ही दिशा में काटना चाहिए। नैप फैब्रिक वो होता है जिसमें वन–वे लेआउट की आवश्यकता होती है; इसीलिए कपड़े की हर लेंथ, काटने से पहले बहुत ध्यानपूर्वक देख लेना चाहिए।

नेक प्वाइन्टः- नेक प्वाइन्ट को फिगर पर निश्चित करना अत्यन्त मुश्किल है, परन्तु अगर एक पतले टेप को गर्दन के बेस के चारों ओर रखें और कान के नीचे से टेप तक एक काल्पनिक रेखा खींचीं जाए तो जहाँ पर वह रेखा टेप से मिले, वही नेक प्वाइन्ट है। कंधे की सिलाई साधारणतः नेक प्वाइन्ट से ही, कंधे की सबसे ऊँची किनारी के साथ फिट की जाती है। (चित्र ७.२७)

नोचेसः- इन्हे पैटर्न सेक्सन में, टुकड़ों की आसानी से इकट्ठे करने के लिए गाइड्स के रूप में प्रयोग करने के लिए, बनाया जाता है।

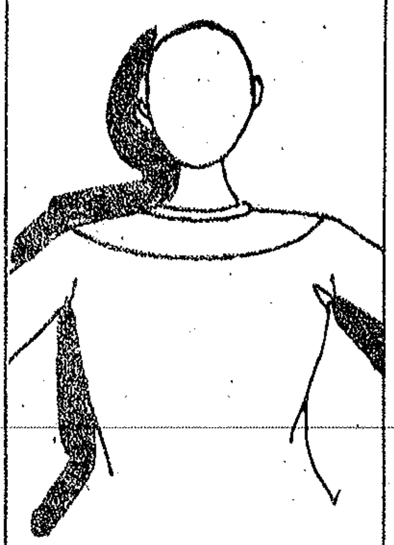


(Fig. 7.26)

नायलॉनः- मानव निर्मित रेशा जो अप्रत्याशित रूप से मज़बूत व न सोखने वाला है।

ओ

ओबिः- चौड़ा जापानी सैश जो कई प्रकार से बाँधा जा सकता है।



(Fig. 7.27)

ओढ़नीः- महिलाओं के लिए घुंघट का कपड़ा, प्रायः एक साइड से कमर पर फँसा हुआ और पीछे से ऊपर की ओर व सिर पर डाला गया, दूसरा सिरा कंधे पर ड्रेप्ड किया हुआ होता है। शाब्दिक रूप से 'एक लपेटने का कपड़ा'। (चित्र ७.२८)

ओपाक्यूः- ऐसा फैब्रिक जिसके आर–पार न देखा जा सके।

ओपनिंगः- मौसम की शुरूआत मे, वस्त्र निर्माता द्वारा नए संग्रह का फैशन शो।

ओपेन टू बाईः- किसी निश्चित महीने में, एक खरीददार द्वारा उत्पाद पर किया जाने वाला खर्च।

ऑरगैन्जाः- हल्का, सादी वीव वाला सिल्क या मानव निर्मित ब्लेन्ड्स जो अधिकतर ट्रिमिंग्स और ड्रेसेस में प्रयोग किया जाता है। शादी के गाउन्स के लिए भी यह काफी लोकप्रिय कपड़ा है।

ओरिजनलः- फैशन आइटम जो पूरा का पूरा, डिजाइनर द्वारा डिजाइन किया व बनाया गया हो।

ऑक्सफोर्डः- तिरछी वीव वाला एक कपड़ा जो इंग्लैण्ड की आक्सफोर्ड शहर व विश्वविद्यालय के नाम पर रखा गया है। शुरूआत में, यह कपड़ा, विश्वविद्यालय की टीम द्वारा टेनिस वियर के लिए प्रयोग किया जाता था।

ओवर ब्लाउजः-एक ढ़ीला ब्लाउज, नितम्ब तक लम्बा और बिना स्कर्ट ट्राउजर में टक किए। (चित्र ७.२९)

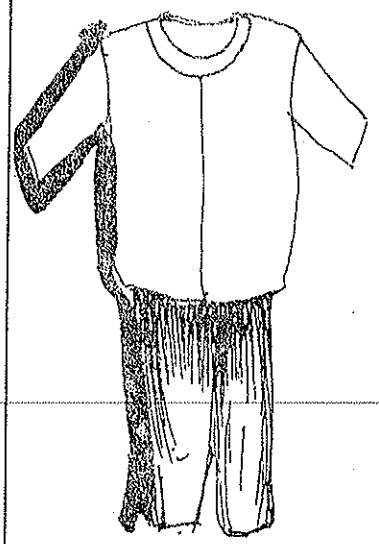
पी

पान शेप्डः- यह पान के पत्ते का आकार है जिसका प्रयोग पारम्परिक भारतीय वस्त्रों में बहुतायत में होता

(Fig. 7.28)

है। (चित्र ७.३०)

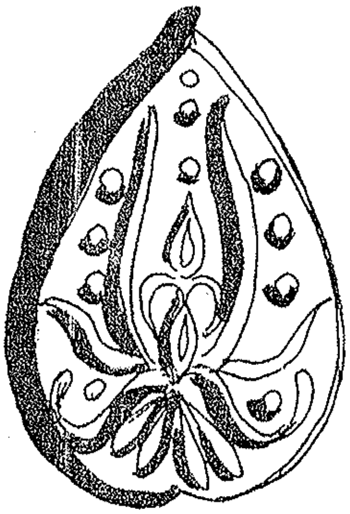
पाजामाः- ट्राउजर जैसा परिधान, शरीर के निचले भाग में पहना जाने वाला, पुरूष व महिला दोनों पहनते हैं। शाब्दिक अर्थ "पैरो का वस्त्र"। पाजामा कई कट्स व आकारों का पहना जाता था, जिसके घेर में, लम्बाई, कसाव, कपड़ों इत्यादि में कई भिन्नताएँ देखी गई हैं।



(Fig. 7.29)

पैलेटेसः- बड़े सितारे।

फिरानः- ढ़ीली क्लॉक जैसी कमीज़, पैरों तक लम्बा। कश्मीर में काफी लोकप्रिय जहाँ इसे अधिकतर ऊनी कपड़े में बनाया जाता है। (चित्र ७.३१)



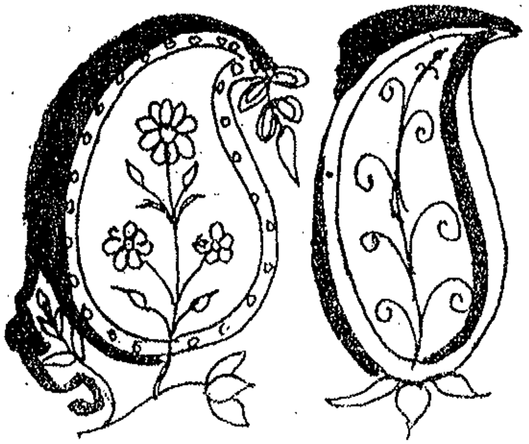
(Fig. 7.30)

पेजली प्रिन्टः- रंग बिरंगा मध्यपूर्वी डिजाइन जो भारी, खूबसूरत रेपिटेटिव रंग संयोजनों में बना होता है या पत्तियों के पैटर्न में छपा होता है। मौलिक रूप से प्राचीन भारत और पर्सिया में जन्मा, पेइजली और स्काटलैंड के ऊन बुनकरों द्वारा पेइजली डिजाइन लोकप्रिय बनाये गए। पेइजली पैटर्न में पारम्परिक व ईथनिक दोनो ही गुण होते हैं। (चित्र ७.३२)

पगड़ीः- पगड़ी।

पैनेल लाइनः- बंगल या कंधे से कमर या हेमलाइन तक सीधे पैनेल्स में लगी सिलाइयाँ। (चित्र ७.३३)

(Fig. 7.31)

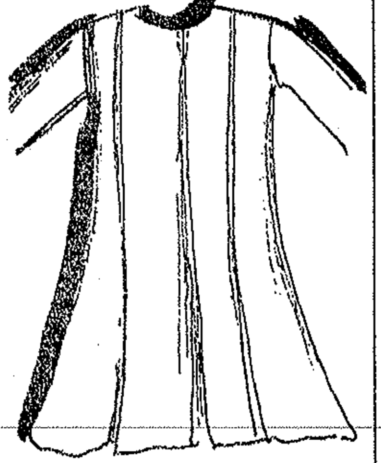


(Fig. 7.32)

गुच्छा; अब डैश या स्टाइल।

पैन्ट ड्रेसः- ड्रेस और शाउट्स का संयोजन। (चित्र ७.३३४)

पैटर्नः- कोई भी पोशाक बनाने से पहले बनाने वाले का मार्गदर्शक पैटर्न होता है। यह डिजाइनर वियर्स कपड़ो को काटने के नक्शे होते हैं।



(Fig. 7.33)

पैटर्न कटर या पैटर्न डिजाइनरः- वह व्यक्ति जो फैशन या स्टाइल के विचारों को परिधान बनाने के लिए, पैटर्न में बदलते हैं।

पैटर्न ग्रेडरः- एक अनुभवी व्यक्ति जो पैटर्नस् की विभिन्न साइजेस में श्रृंखला तैयार करता है।

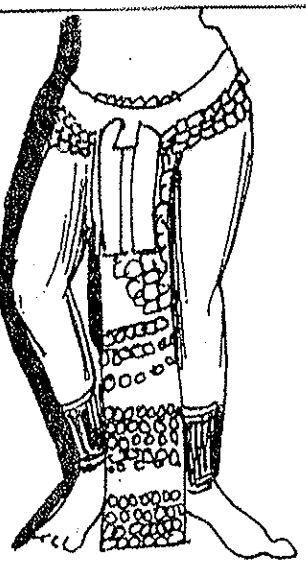
(Fig. 7.34)

पैसरः- एक व्यक्ति, जो कपड़ा उद्योग में वस्त्रों का परिक्षण करने के लिए रखा जाता है; चाहे यह परीक्षण बनने के दौदान या पूरा होने पर हो।

पेस्टल कलरः- एक पेल, नर्म रंग जो किसी चटख रंग से सफेद रंग मिला कर बनता है; बसन्त का यह आदर्श रंग है।

पैरटोरॉल प्रिन्टः- लैण्डस्कैप दृश्य दिखाता एक डिजाइन्स; प्रायः टी—शर्ट पर बनाया गया।

पाटकाः- एक कमरबन्द जिसे प्रायः पाजामें के ऊपर पहना जाता है, प्रायः बहुमूल्य व सजावटी होता है। (चित्र ७.३५)

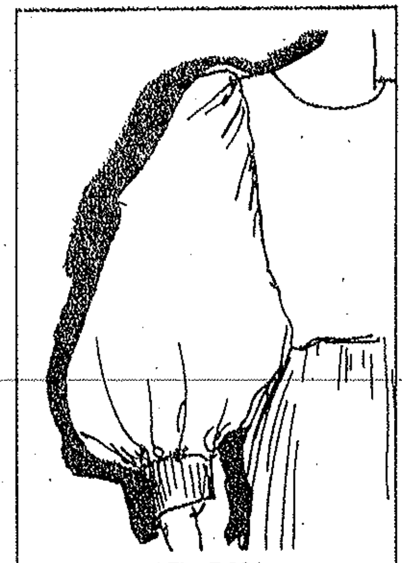


(Fig. 7.35)

पैच वर्कः- एक लोक डिजाइन जो कपड़े के टुकड़ों को जोड़—जोड़ कर बनाया जाता है, पारम्परिक रूप से इसका प्रयोग कुशन व चादर बनाने के लिए किया जाता था, पर अब इसका प्रयोग एसेसरीज और कढ़ाईदार कपड़ों के लिए भी किया जाता है।

पीजैन्ट लुकः- फुल स्कर्ट और कढ़ाईदार ब्लाउज वाला एक सादा किन्तु रोमांटिक रूप।

पीजैन्ट स्लीवः- एक लम्बी, फुल, चुन्नटदार आस्तीन जो साधारणतः कलाई पर बैन्ड या इलास्टिक से बन्द की जाती है। (चित्र ७.३६)



(Fig. 7.36)

पेपलमः- कमर पर लगी फिल या फ्लैप जो नितम्बों को भी ढंके या एक छोटा फ्लून्स जो ब्लाउज़ या स्कर्ट के वेस्टबैन्ड पर कस कर लगाई गई हो। (चित्र ७.३७)

(Fig. 7.37)

पेशवाज़ः- लम्बा, गाउन–जैसा ड्रेस, जिसमें एक चोली आवश्यक रूप से हो, थोड़ी ऊँची पहनी गई जिसमें एक सामने से खुली स्कर्ट जुड़ी होती है। शुरूआत में यह पुरूषों द्वारा भी पहना जाता था लेकिन यह मुख्यतः महिलाओं का परिधान है। घरेलू त्योंहारों पर इसे अधिक सौन्दर्यपूर्ण व सुरूचिपूर्ण ढंग से पहना जाता है।

पीटर पैन कॉलरः- एक चपटा कॉलर जिसमें कोई रोल नहीं होता है। जे० एम० बैरी के नाटक के पेअर पैन के परिधानके कॉलर से यह नाम लिया गया है।

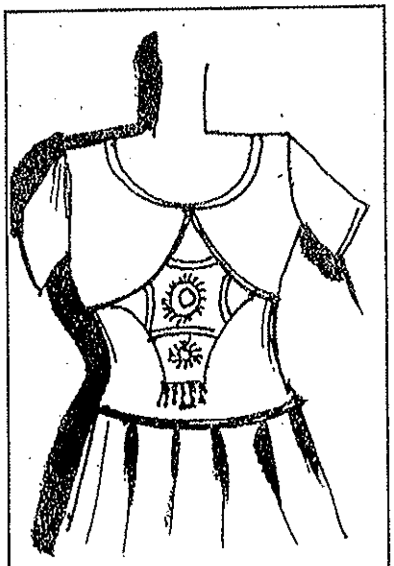
पेटियाः- चोली या कंजरी के निचली किनारी पर जुड़ा ऐप्रन जैसा कपड़े का टुकड़ा और पेट को थोड़ा ढंकता हुआ। (चित्र ७.३८)

प्राइस डी रेसिस्टैन्सः- फैशन का एक महत्वपूर्ण रूप या टुकड़ा।

पिलिंगः- कपड़े की सतह पर रोएँ की छोटे–छोटे गोलों का बनना।

पिन बास्टिंगः- कपड़े को अस्थायी रूप से जोड़ने के लिए धागे द्वारा टॉके लगाने की जगह पिन द्वारा जोड़े रखने का तरीका।

पाइपिंगः- पतला, ट्यूबनुमा कपड़ा या डोरी जो किसी कटी हुई किनारी या गले की फिनिशिंग के लिए प्रयोग

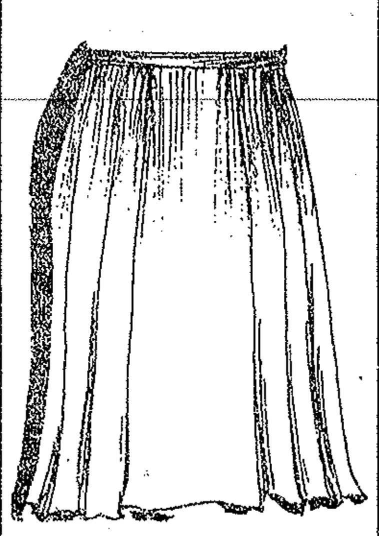


(Fig. 7.38)

की जाती है; प्रायः विरोधी रंग या टेक्सचर की लगाई जाती है।

पिवोटः- वह बिन्दु जिस पर कोई चीज़ मुड़ती है, एक कम्पास एक बिन्दु पर पिवाट कर पूरा गोला या आर्क बनाती है। पिवाट बिन्दु और खींचे गए कर्व के बीच के अन्तर को कर्व की त्रिज्या कहते हैं। इस तरीके का प्रयोग उच्च पैटर्न मेकिंग तकनीकों में होता है। जहाँ डार्टस एक जगह से दूसरी जगह शिफ्ट की जाती है।

प्लैकेटः- वस्त्रों में दी गई ओपनिंग, जिससे वस्त्र को पहनना व उतारना आसान हो जाता है। यह साइड की सिलाई मे, आगे या पीछे बीच में, या जहाँ कहीं भी डिजाइन की माँग हो, हो सकती है।


(Fig. 7.39)

प्लेडः- विभिन्न रंगों की धारियाँ लेकर, उन्हे समकोणों पर क्रास कराकर बनाए गया पैटर्न।

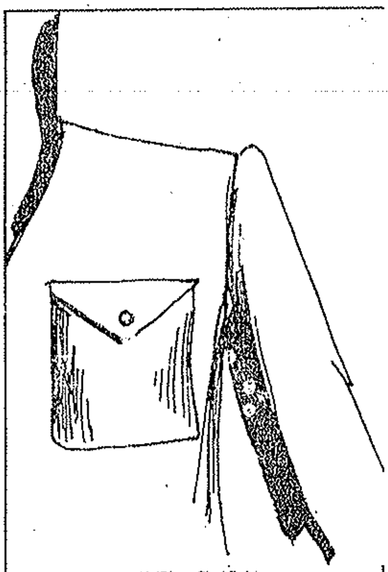
प्लेनः- सादा; बिना सजावट का; साफ।

प्लीटः- कपड़े को उसके अपने ऊपर दोहरा कर डाला गया चपटा फोल्ड। (चित्र ७.३९)

प्लीटिंगः- कपड़े को मोड़ों में क्रीज करना। फ्लैट या नाइफ प्लीटिंग में मोड़ सपाट पड़े रहते हैं।

पॉकेट फ्लैपः- कपड़े का पतला सा टुकड़ा जिसका कभी—कभी प्रयोग जेब के उपर सजावट के लिए किया जाता है; नीचे की किनारी विभिन्न आकारों की कर दी जाती है। (चित्र ७.४०)

पोलो नेकः- ऊँचा रोल्ड कॉलर, गर्दन के करीब पहना जाने वाला। पालो के लिए पहने जाने वाले ऊँचे गले के जम्पर्स से प्रेरित।


(Fig. 7.40)

पोलि शर्टः- शुरूआत मे, पोलो खेलने के लिए पहने जाने वाली कमीज़; अब फैशनेबल स्पोर्टसवियर, प्रायः छाती की जेब पर एक लोगो भी लगा होता है।

पुवर चिकः- सस्ते कपड़े, प्रायः पुराने कपड़े बेचने वाले स्टोर से लिए गए, से रचो गया फैशन।

पॉपलिनः- फाइन होरीजेन्टल रिब्स से बना एक मध्यम भार का सूती कपड़ा।

पोस्ट मोडर्नः- उस ट्रेन्ड का नाम जिसमें सजावट पर ज़ोर दिया जाता था, आधुनिक युग के विपरीत जहाँ फंक्शन पर अधिक जोर होता है।

प्री श्रंकः- कपड़ा जो निर्माण के समय सिकुड़ गया हो।

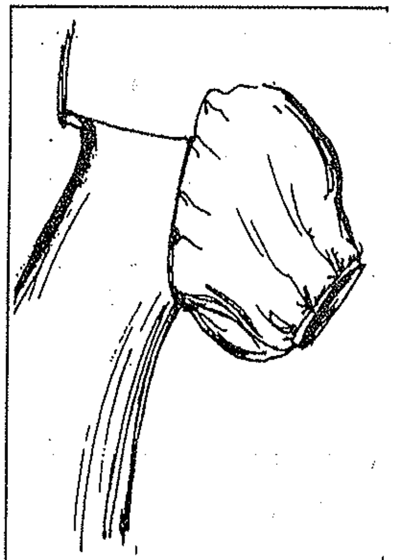
प्रेट आ पोस्टरः- फ्रेंच शब्द है जिसका अर्थ है– पहनने को तैयार। या फ्रॉसीसी पहनने को तैयार परिधान जो कोटर कपड़ों से अलग है क्योंकि वह कस्टम मेड अर्थात् विशेष रूप से तैयार होते हैं।

(Fig. 7.41)

प्राइमरी कलर्सः- लाल, नीला व पीला रंग। अन्य सभी रंग इन्ही रंगो से प्राप्त किए जाते हैं।

प्रिंसेस लाइनः- कंधे या आर्महोल से निचली किनारी तक लगाई गई सिलाइयॉ जो बस्ट प्वाइन्ट से होकर जाती है। इस परिधान में वेस्ट लाइन सिलाई नही होती है। (चित्र ७.४१)

प्रिन्ट ऑन प्रिन्टः- एक पैटर्न को विरोधाभासी पैटर्न पर छापना, जैसे– फूलों को धारियों पर छापना; विभिन्न पैटर्नस् को एक साथ पहनना।



(Fig. 7.42)

सिचेडेलिकः- एसीडिक रंग, अजीब प्रिंन्टस और शरीर पर पेन्टिग से सम्बन्धित; ६० के दशक में हिप्पी तथा कलाकारों में लोकप्रिय, जिसका मस्तिष्क पर झिंझोड़ देने वाला प्रभाव पड़ता था।

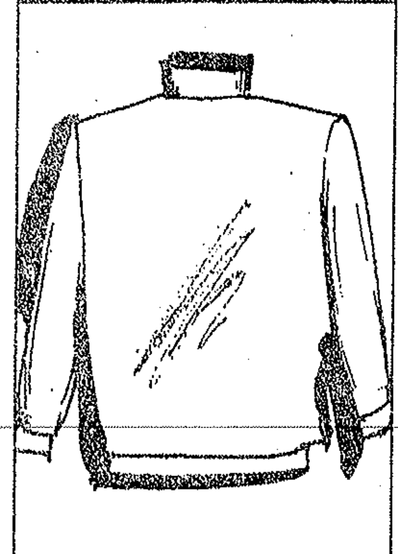
पफ स्लीवः- छोटी, फूली हुई आस्तीन जो बगल पर चुन्नदार होती है और दूसरी ओर से एक बैन्ड या बाइन्डिंग होती है या कंधे व निचली किनारी पर चुन्नटदार फुलनेस वाली आस्तीन। (चित्र ७.४२)

फुलकारीः- शाब्दिक अर्थ, "फूलदार काम"। पंजाब की महिलाओं द्वारा की जाने वाली कढ़ाई जिसके सिर के घूंघट और अन्य परिधान बनाए जाते हैं। यह कढ़ाई ज्यादातर सूती कपड़े पर रेशम सिल्के के धागों से करते हैं; गिने हुए धागों पर रफूगरी के टॉकों द्वारा कपड़े के पीछे की ओर से बनाई जाती है।

प्रेस मार्कः- कपड़े के सीधी ओर गलत इस्त्री करने के कारण चमकती रेखाएँ।

पुकरः- मोड़ या सिलवटे बनाना।

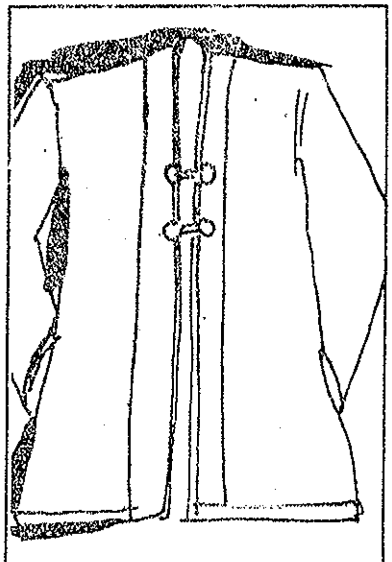
पुल ओवरः- एक बाहरी तह, सामान्य एक स्वेटर, बिना बटन वाला। (चित्र ७.४३)


(Fig. 7.43)

प्योर कलरः- रंग की सबसे स्वच्छ वैल्यु।

क्यू

काबाः- बाहर पहने जाने वाला एक पूरी आस्तीन का परिधान, पुरूषों द्वारा पहना जने वाला, लगभग जामा जैसा। विलियम थेवेनॉट, "भारतीयों के काबा" को "पारसियों को काबृा" से ज्यादा चौड़ा बताया था। और कोई इसे इससे ज्यादा बुद्धिमता से नही समझाया जा सकता कि यह एक प्रकार का गाउन है जिसमें एक लम्बी जरकिन लगी होती है। (चित्र ७.४४)


(Fig. 7.44)

आर

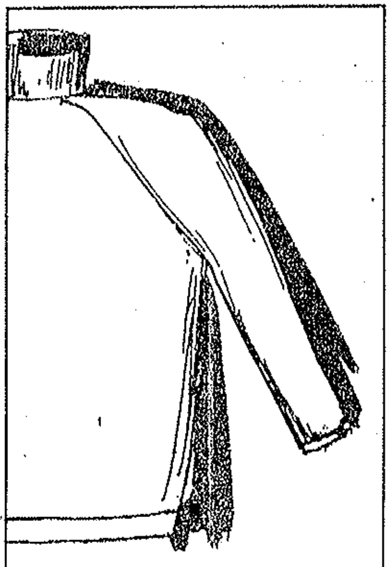
रैगलॉन स्लीवः- बगल से गले तक बढ़ी हुई तिरछी सिलाई वाली आस्तीन; आरामदायक जैकेट और कोट के लिए। (चित्र ७.४५)

राइट साइडः- कपड़े की वह साइड जो बेहतर फिनिस्ड हो और जो वस्त्र में बाहर की ओर रहेगी।

रिसीडिंग कलरः- एक गहरा रंग या कलर वैल्यु जो देखने में असल से छोटा दिखता है क्योंकि छोटा होता या घटता लगता है।

रेजिमेन्टल स्ट्राइपः- अंग्रेजी सेना के झण्डों के रंगो में गले की टाई की धारीदार डिजाइन; लाल, नीली या हरी धारियाँ, गहरी नीली पृष्ठभूमि पर।

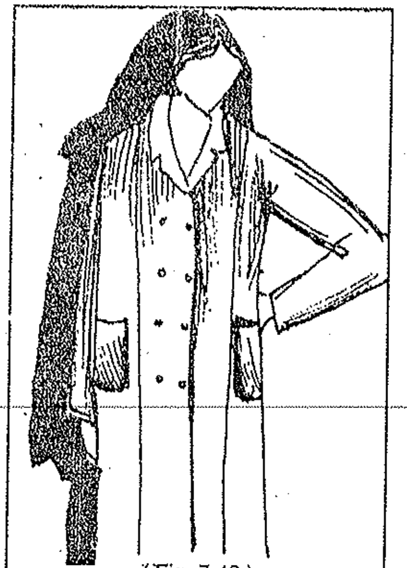
रीसार्ट वियरः- सामान्य कपड़े होते है; जिनमें टी–शर्टस्, सनड्रेस स्विम वियर और शार्टस् होते हैं जो तालाब के किनारे या धूप वाली जगहों पर सर्दियों की छुट्टियाँ मनाने के लिए उपयुक्त हैं।


(Fig. 7.45)

रिवर्सीबिलः- यह एक लम्बी आस्तीनों की, होरीजेन्टल धारी वाली, रग्बी खिलाड़ियों द्वारा पहने जाने वाली कमीज़ थी। आजकल, दोनो ओर से पहना जा सकने वाला कोई भी परिधान रिवर्सबिल कहलाता है।

रेडी टू वियरः- परिधान जो बहुतायत में बनाए जाते हैं; अपारेल जिन्हे आर्डर पर बनाया गया हो (कस्टम मेड) से विपरीत।

रिकार्डर नम्बरः- एक स्टाइल नम्बर जो विक्रेताओं व ग्राहकों द्वारा लगातार आर्डर किया जा रहा हो।

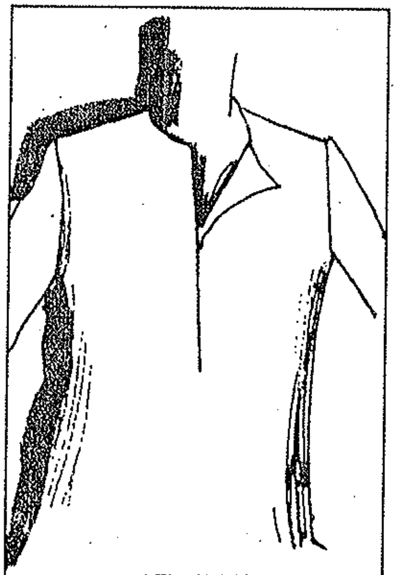


(Fig. 7.46)

रिसोर्सः- थोक विक्रेताओं के लिए प्रयुक्त फुटकर विक्रेता का शब्द।

रेडिनगोटः- डबल ब्रेस्ट वाल, अर्ध–फिटिंग का कोट। (चित्र ७.४६)

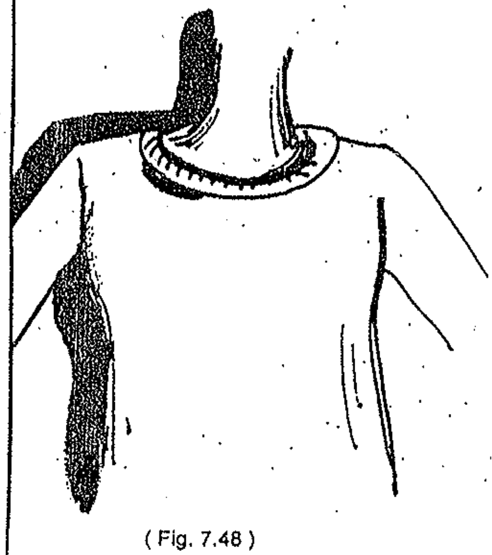
रिवरः- बोडिस के आगे का भाग जो वस्त्र के सामने की ओर वापिस मुड़ता है, खुले गले की शैली में। (चित्र ७.४७)



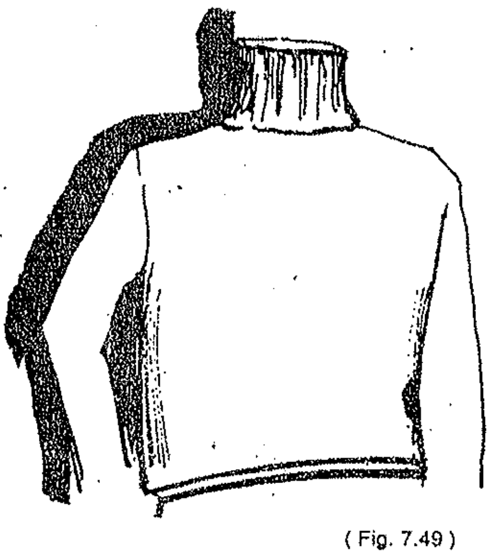
(Fig. 7.47)

रिंग कॉलरः- एक पट्टीदार कॉलर जो गर्दन से दूर खड़ा होता हैं। (चित्र–७.४८)

रोल कॉलरः- एक कॉलर जो गर्दन पर उठता है और मुड़कर, बिना क्रीज बनाए, वापिस



(Fig. 7.48)



(Fig. 7.49)

गिरता है। पीछे की ओर लो–रोल (जैसे ईटोन कॉलर) से पोलो–नेक की तरह ऊँचा, आल–राउन्ड रोल तक जैसा हो सकता है। (चित्र ७.४६)

अभ्यास-

१– पत्रिकाओं व अखबारों में दिए गए फैशन लेखों को पढ़िए व इस भाग में दी गई शब्दावली को पहचानिए।

७.४ स्वनिंधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ निम्न शब्दो का क्या अर्थ है?

लोफर्स, मोशला, रैगलॉन स्लीव्स, रोल कॉलर, कनटोपी, किमोनो, कुर्ती, लियोटार्ड, पगड़ी एवं पटका।

प्रश्न–२ निम्नलिखित में अन्तर बताइए--

मान्दारिन कॉलर और मिलिटरी लुक

कैरी बुटी और कालाबैटोन

लेपल और रेवर

लाइन और लिनिंग

प्रिंसेस लाइन और पैनेल।

प्रश्न–३ निम्नलिखित शब्दों को रेखाचित्रो द्वारा विस्तृत करिए–

नादिरी, पान–शेप्ड, रोल कॉलर, पॉकेट फ्लैट और कनटोपी।

प्रश्न–४ इस वर्ग में दिए गए विभिन्न टोपियों की सूची बनाइए व चित्र भी बनाइए।

प्रश्न–५ पाठ्य में दिए गए दो फूटवियर्स के चित्र बनाइए।

७.५ स्वाध्ययन हेतु-

सुझाव है कि पत्रिकाओं व अखबारों में दिए गए फैशन लेखों को पढ़े व नई फैशन शब्दावली से स्वयं को अवगत कराएँ।

संरचना

८.१ यूनिट प्रस्तावना

८.२ उद्देश्य

८.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग होने वाली टर्मस की ग्लोसरी 'एस' से 'जेड' तक

८.४ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

८.५ स्वाध्ययन हेतु

८.१ यूनिट प्रस्तावना:-

इस इकाई में फैशन व कपड़ा उद्योग में प्रयोग होनेवाले शब्दों की सूची दी गई है जिनकी शुरूआत अंग्रेजी अक्षरों एस, टी, यू, वी, डब्लू, एक्स, वाई और जेड से होती है। यह यूनिट ७ का आगे का भाग है और इसके कुछ शब्द पारम्परिक भारतीय वस्त्रों से सन्दर्भित है पर यह आज के आधुनिक परिदृश्य में भी लोकप्रिय हैं।

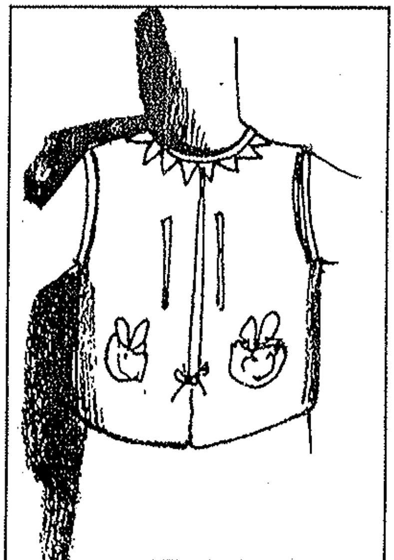
८.२ उद्देश्य:

इस शब्दों की सूची देने का उद्देश्य विद्यार्थियों को उन फैशन शब्दों से परिचित कराना है जिससे कि अन्य खण्डों को समझना आसान हो जाए। जब कोई इस शब्दावाली का प्रयोग करें तो यह ध्यान रखें कि वस्तु की आकृति मस्तिष्क में बननी चाहिए जिस से क्या बात कही जा रही हैं स्पष्ट रहें। इस शब्दावली का अध्ययन आवश्यक है क्योंकि फैशन शब्दावली का प्रयोग महत्वपूर्ण है।

८.३ कपड़ा उद्योग में प्रयोग किए जाने वाले शब्दों की ग्लोसरी "एस" से "जेड"तक

एस

सदरी:- एक बिना आस्तीन वाली जैकेट, कमीज़ या कुर्ते के उपर, पुरूष व महिला, दोनों ही द्वारा पहनी जाने वाली। इसका नाम संभवतः "औरा" से प्राप्त किया गया है जिसका अर्थ है, "मानव छाती का उपरी भाग।" (चित्र ८.१)

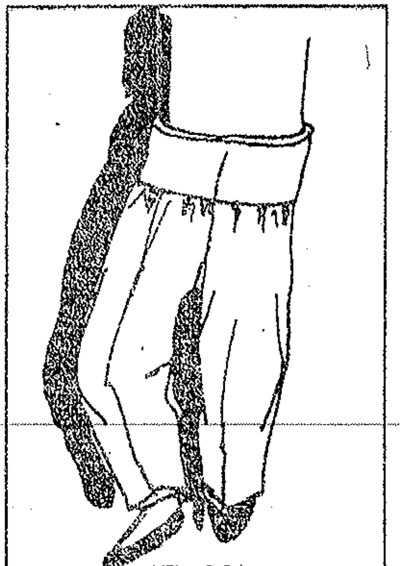


(Fig. 8.1)

सैक ड्रेस (चेमिस):- साठ के दशक की शैली, ढीला ड्रेस जो सिर से डालकर पहनी जाती है।

सेलः- स्टोर द्वारा उस उत्पाद के लिए प्रयुक्त शब्द, जिसे किन्ही भी कारणों से, अपेक्षित मूल्य से कम पर बेचा जाता है।

सलवाटीशालवारः- शरीर के निचले भाग में पहने जाने वाला पाजामा जैसा वस्त्र, उपर की ओर ढ़ीला व चौड़ा, और पैरों व एड़ी के आसपास ज्यादा कसा नही। अधिकतर महिलाओं द्वारा पहने जाने वाला यह वस्त्र, भारत के कुछ हिस्सों में, मुख्यतः उत्तर पश्चिम में पुरूषों द्वारा भी पहना जाता है। (चित्र ८.२)

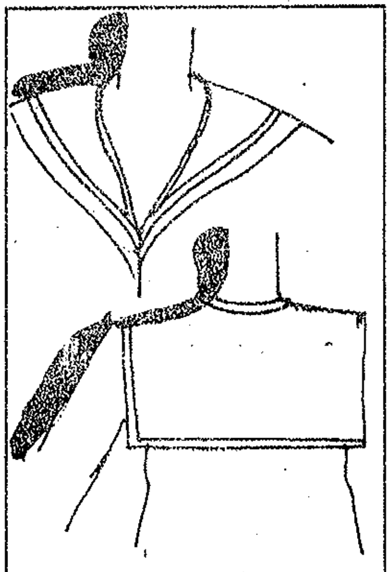


(Fig. 8.2)

सैन्डल शूजः- सैडिल आक्सफोर्ड जूते; दोरंगी जूते सफेद, काले या भूरे के साथ।

सफारी लुकः- अफ्रीका में शिकार जैसे बड़े खेल के लिए पहने जाने वाले कपड़ों से प्रेरित एक शैली; पैच पॉकेट और बेल्ट वाली जैकेट, प्रायः खाकी रंग के कपड़े की।

सेलर कॉलरः- सामने की ओर वी–आकार व पीछे की ओर स्क्वायर आकार का एक कॉलर; समुद्री लुक का एक भाग। (चित्र ८.३)



(Fig. 8.3)

साटिनः- चिकनी फिनिश वाला कपड़ा; एक ओर से चमकीला व सिल्क नायलॉन या रेयॉन से बना।

साड़ीः- सूती या रेशम का लम्बा टुकड़ा, शरीर पर लपेटा गया। यह भारत का पारम्परिक परिधान है जिसने पश्चिमी डिजाइनर्स को प्रेरित किया है।

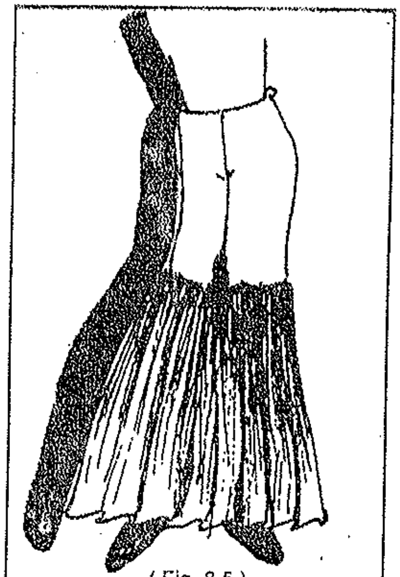
सारोंगः- मलयाली लोगों द्वारा कमर पर खोंसा हुआ, लम्बा सूती या रेशमी कपड़ा। पश्चिमी देशों में आमतौर पर पहने जाने वाले सारोंग पर आधारित शैली में ड्रेप्ड। (चित्र ८.४)

(Fig. 8.4)

स्कॉटिशः- स्काटलैन्ड से जुड़ा, स्कॉटिश लोक शैली जिसमें स्काटलैन्ड निवासियों का घाघरा, बनियान, घुटनों के मोजे और फेयर इजिल स्वेटर्स शामिल हैं।

सीड पर्लः- छोटा लम्बा मोती।

सेकेन्ड्री कलर्सः- नारंगी, हरा तथा वायलेट। यह रंग दो प्राइमरी रंगो को मिलाकर बनाया जाता है: पीला व लाल मिलकर नारंगी, लाल व नीला मिलकर वायलेट तथा नीला व पीला मिलकर हरा रंग बनाते हैं।


(Fig. 8.5)

सीमलेसः- बिना सीम अर्थात सिलाई वाला; उदाहरणार्थ बिना सिलाई वाले मोज़े, ब्रा, बुनी स्कर्टस् और स्वेटर्स।

सीम लाइनः- वह रेखा जो सिलाई की जगह चिन्हित करती है– या साधारण रूप में यह किसी भी वस्त्र की सिलाई की रेखा है।

सीजनलेस ड्रेसिंगः- एक ड्रेसिंग शैली जो ऐसे कपड़ों से बनी हो जो वर्ष के किसी भी समय पहने जा सकते हैं; जैसे एक रेयॉन ड्रेस।

सीरसकरः- शाब्दिक अर्थ "दूध व चीनी"। लिनेन या सूती से बना सिलवटों वाला कपड़ा; गर्मियों के लिए उपयुक्त।

(Fig. 8.6)

सेमी फारमलः- एक ड्रेस कोड जिसमें पुरूषों को इकहरा या डबल–ब्रेस्टेड काला सूट तथा महिलाओं को इवनिंया कॉकटेल ड्रेस पहनना अनिवार्य होता है।

शैगीः- लम्बे–बाल वाल; उदाहरणार्थ अंगोरा या मोहैर।

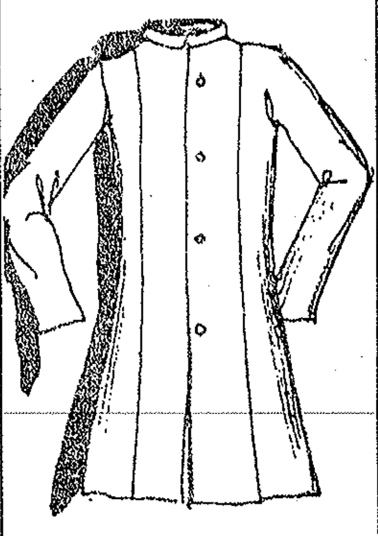
शराराः- एक प्रकार का ढ़ीला, लटकता पाजामा, महिलाओं द्वारा पहना जाने वाला। (चित्र ८.५)

शीथः- सीधी ड्रेस शैली जिसमें वेस्टलाइन नहीं होती। (चित्र ८.६)

शेरवानीः- एक कोट जैसी पोशाक, पुरूषों द्वारा शरीर

(Fig. 8.7)

के करीब पहना जाने वाला, घुटनों तक की लम्बाई का और सामने से खुला व बटन द्वारा बन्द किया जाने वाला होता है। अचकन से सम्बन्धित; हैदराबाद के दरबार व अलीगढ़ को विशेषतः लोकप्रिय। (चित्र ८.७)



(Fig. 8.7)

शेटलैन्ड:- स्काटलैन्ड में निर्मित ऊन या ऊनी वस्त्र; स्वेटर या कोट के उपयुक्त मैटेरियल।

श्रग:- एक स्वेटर, प्रायः सिकुड़े हुए समानुपात का, जो लेयरिंग प्राइस की तरह पहना जाता है। आज की शैली बिल्कुल ऐसी है जैसे केवल आस्तीनों के बने हों।

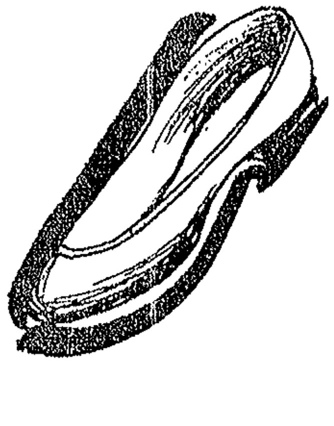
सीधा पाजामा:- सीधा कटा व सीधे ग्रेन पर बना पाजामा। (चित्र ८.८)

(Fig. 8.8)

सिलहौटी:- रेखाकृति; कपड़े का बिछाना; वस्त्र का आकार या यह वस्त्र का फार्म; आकार या रेखाकृति हैं किसी पोशाक की गहरी छाया वाला प्रोफाइल पोट्रेट भी कह सकते हैं।

स्लिम:- पतली, चिकना इकहरी शैली।

स्लिप ऑन:- ऐसे कपड़े जिन्हे सिर से डालकर पहना जा सके या ऐसे जूते जिनमें फीते या बकल न हो अर्थात लोफर्स। (चित्र ८.९)



(Fig. 8.9)

शेरिंग:-अर्थात् वस्त्र के किसी भाग में कसी हुई चुन्नट।

स्कैन्ट:- स्कर्ट (प्रायः मिनी) और पैन्ट्स का संयोजन।

स्लब:- वीव की सतह पर रेशे का प्राकृतिक चरित्र दिखने देना।

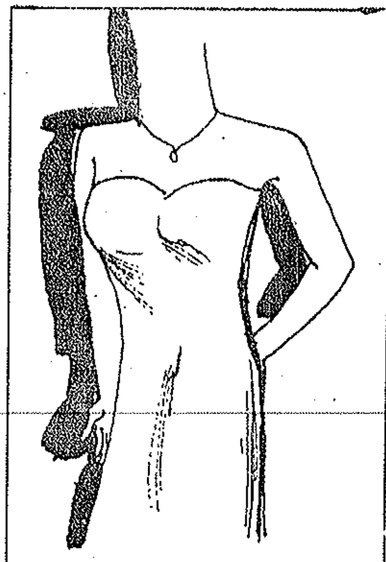
सोलिड कलर:- एक अकेला रंग बिना प्रिन्ट या पैटर्न के।

स्टेडियम जैकेट:- एक स्पोर्टी जैकेट, सटिन या फ्लैनेल की बनी, विरोधाभासी रंग की आस्तीनों के साथ।

मौलिक रूप से बेसबॉल खिलाड़ियों की ट्रेनिंग जैकेट, जिसपर स्कूल या टीम के नाम का लेबल रहता था।

सोफिस्टीकेटेडः- शहरी व स्टाइलिश।

स्पोन्सरः- एक लम्बी आस्तीनों वाली, छोटी जैकेट, सबसे पहले १६वीं शताब्दी में इंगलैण्ड के अर्ल ऑफ स्पोन्सर द्वारा पहनी जाने वाली।

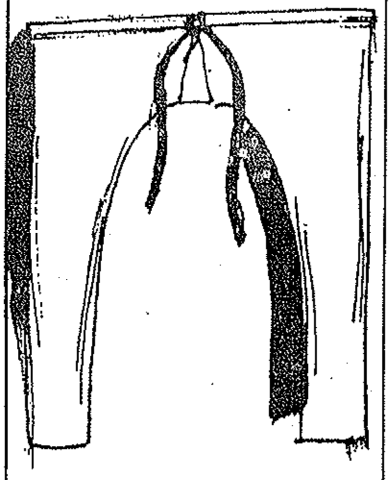


(Fig. 8.10)

स्टोन वाशः- कपड़े को बार–बार धोकर रंग का पक्कापन देखने के लिए; वाशिंग मशीन में कपड़ों के साथ पत्थर रखने का प्रभाव।

स्ट्रैपलेसः- बिना स्ट्रैप का, प्रायः शाम को पहने जाने वाली ड्रेस का नाम। (चित्र ८.१०)

स्टाइलिशः- एक विशेषज्ञ जो कपड़ो सुनियोजित कर, स्टाइलिश या लुक की रचना करता है, डिजाइनर की रचना से बिल्कुल भिन्न।



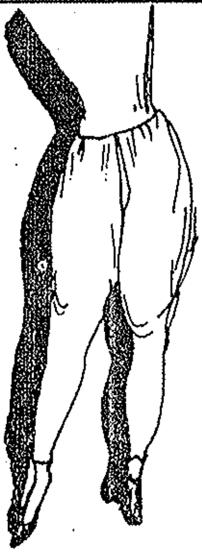
(Fig. 8.11)

सक्सेस ड्रेसिंगः- व्यावसायिक महिला के लिए फैशन जिसमें यप्पी प्रभाव हो; पुरूषों के फैशन से लिया गया परन्तु प्लीटेड स्कर्टस् और फेमिनिन ब्लाजेस का प्रयोग कर साफ्टेन किया गया लुक।

सुथानाः- पाजामा जैसा वस्त्र, अधिकतर महिलाओं द्वारा पहने जाने वाला; उपर से चौड़ा और पैरों व एड़ी पर आरामदेह जगह वाला। (चित्र ८.११)

सरफेस डेकोरेशनः- वस्त्र या पोशाक की सतह को अलंकृत करना। (जैसे–कढ़ाई इत्यादि)।

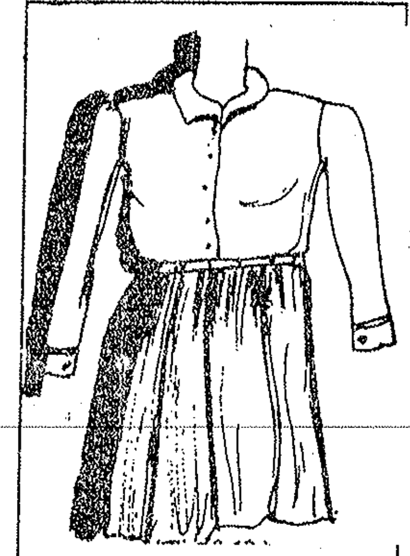
समर डार्कः- गर्मियों में प्रयुक्त, गहरे रंग तथा काला रंग के कपड़े जो सूती या लिनेन के बने होते हैं।



(Fig. 8.12)

सुरालिसुरवालः- शरीर के निचले भाग के लिए ब्रीचेस जैसी पोशाक, जो पैरों के पास कसा और ऊ पर से ढ़ीला होता है। (चित्र ८.१२)

सरफेस लुकः- शुरू में सर्फ करने वाले युवाओं द्वारा पहने जाने वाला एक फैशन; अब एक लोकप्रिय फुर्तीला स्पोर्ट व रिसार्ट लुक।

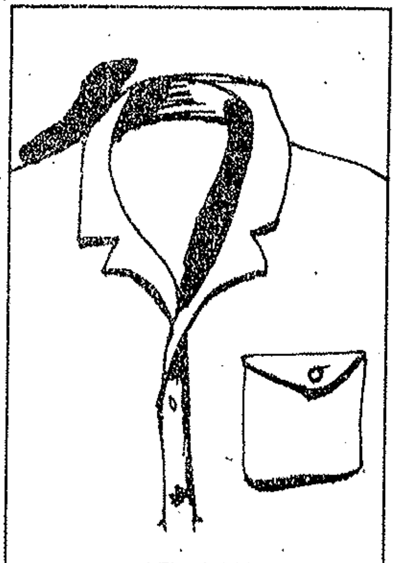

(Fig. 8.13)

स्वेटरः- सूती जर्सी, खेलों में पहनी जाने वाली।

सिंथेटिक फाइबरः- रेशा जिसका कोई प्राकृतिक उद्‌भव न हो, जैसे रेयॉन, एसीटेट, नायलॉन, वेनियल और एक्रेलिक।

स्साईः- बगल (आर्महोल) के लिए प्रयुक्त एक पुराना अंग्रेजी शब्द।

शर्ट ड्रेसः- एक पोशाक जो पुरूषों की कमीज़ को लम्बा कर, बनती हो। (चित्र ८.१३)


(Fig. 8.14)

शर्ट नेकः- एक ऊँची बटन वाली नेकलाइन, जिसमें टर्नड़–डाउन कॉलर होता है जो पीछे की ओर खड़ा रहता है। (चित्र ८.१४)

शर्ट स्लीवः- एक सीधी आस्तीन जिसकी निचली किनारी पर प्लीटेड स्लैश होता है, जिससे एक बटन वाला कफ जुड़ा होता है।

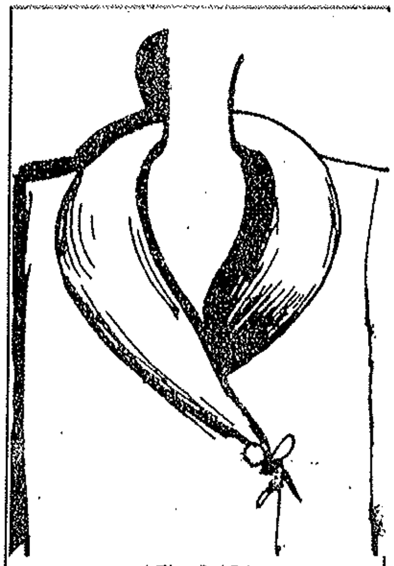
शर्टवेस्टरः- एक पोशाक; कमर पर बेल्ट, रेवर्स और शर्ट जैसे कॉलर वाली।

सिल्क नोइलः-सिल्क के छोटे रेशों से काता गया धागा जो एक फूली–फूली सूती ऐपियरेन्स उत्पन्न करता है।

स्किमरः- ऐसा वस्त्र जो फिगर की लाइन्स का अनुसरण करती है, न ज्यादा कसी और न ज्यादा ढ़ीली होती है।

स्लम्सः-धागे में हल्की ऐंठन या मोटी जगह जो कपड़े में बुने जाने पर रूखा और रस्टिक लुक देती है।

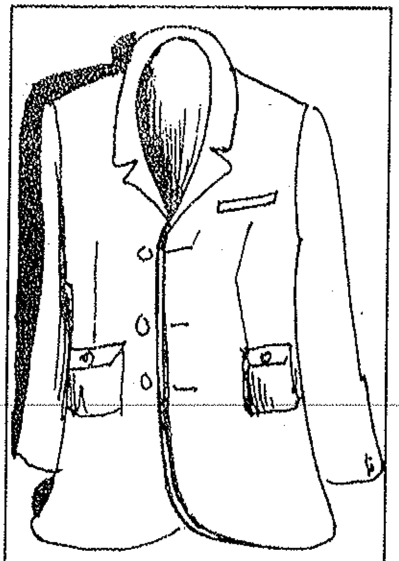
शॉल कॉलरः- कॉलर और रेवर सब एक ही में काटे गए, जिससे कंधों पर शॉल जैसा बन जाता है। उदाहरणः– ड्रेसिंग गाउन में, पुरूषों की डिनर जैकेट में। (चित्र ८.१५)


(Fig. 8.15)

शोविंगः- संग्रह, प्रायः किसी फैशन डिजाइनर के मौसम के नए उत्पादों को दिखाने से सम्बन्धित।

स्मॉकः- एक सीधा वस्त्र, जिसको चुन्नट डालकर योक बना दिया गया हो। खेती करने वाले मजदूरों द्वारा पहने जाने वाले स्मोक्ड ओवरआल्स से लिया गया।

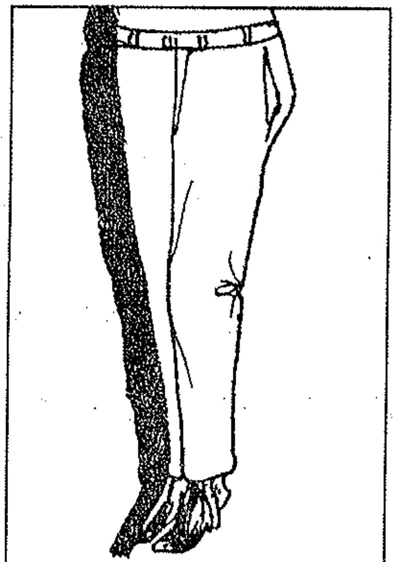
स्वैगर कोटः- एक हल्के घेर वाली, बिना आकार की जैकेट या कोट। (चित्र ८.१६)



(Fig. 8.16)

सैम्पलः- मोडेल या वस्त्र (डिजाइन में मौलिक, नकल या प्रेरित) जिसे व्यापारियों को दिखाया जाता है।

स्टिरप पैन्ट्सः- पैन्ट्स जिनमें बेल्ट, हील के नीचे से जाती है। (चित्र ८.१७)



(Fig. 8.17)

स्टाइल (संज्ञा):- एक ऐसा उत्पाद जिसके विशेष फीचर्स उसे, उसी के प्रकार के अन्य उत्पादों से अलग करते हैं।

स्टाइल (क्रिया):- किसी वस्तु या वस्तुओं के समूह को फैशन फीचर्स देना (जैसे– कोट्स और सूट के एक रेंज को स्टाइल करना)

स्टाइल (संख्या):- निर्माता द्वारा किसी स्टाइल या डिजाइन को दिया गया एक आइडेन्टीफिकेशन नम्बर। विक्रेता इस नम्बर का प्रयोग, आर्डर देते समय स्टॉक आइडेन्टीफिकेशन के लिए करते हैं।

स्टाइलिस्टः- ऐसा व्यक्ति जो अपने सुझावों से कपड़ों, फर्निशिंग इत्यादि को स्टाइल में बदलता है।

सेलवेजः-कपड़े की लम्बाई की ओर से पक्की किनारी; इस प्रकार बुनी गयी कि उसे खोला नहीं जा सकता।

शीथः- बिना कमर की सिलाई वाली एक ड्रेस जिसका स्कर्ट–बोडिस के साथ काटा जाता है। (चित्र ८.१८)

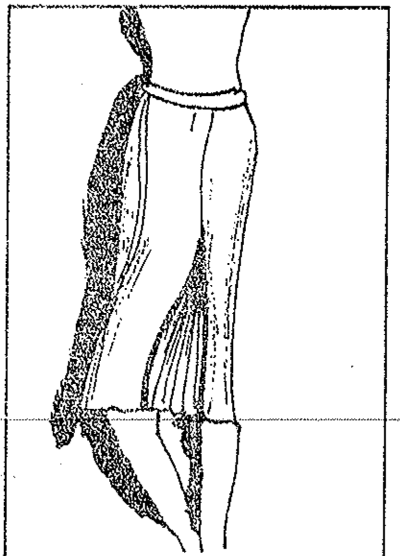
(Fig. 8.18)

सिलहाउटीः- पहने जाने पर पोशाक का आकार, रेखाकृति या प्रोफाइल।

स्लोपर्सः- बटन होल चिन्हित करने वाले।

स्क्वैरिंग आ लाइनः- किसी रेखा को दूसरी रेखा के समकोण (९० डिग्री) पर बनाना।

सनरे प्लीटिंगः- एकोर्डियन प्लीट के जैसा, लेकिन एक सामान्य बिन्दु से निकलती हुई। (चित्र ८.१९)



(Fig. 8.19)

सीम अलाउन्सः- असल सिलाई की लाइन से बाहर की ओर निकला कपड़ा।

स्लैशः- किसी बिन्दु या कोने पर लगाया गया लम्बा चीरा।

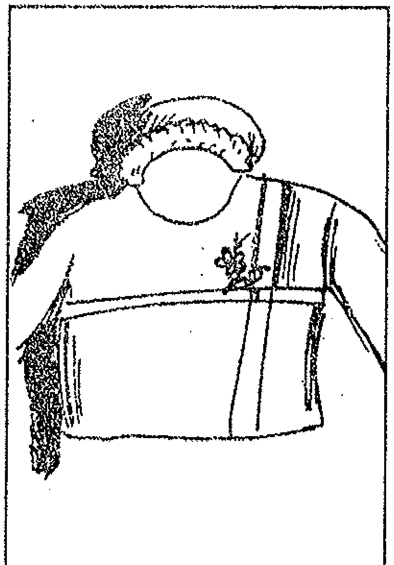
स्टेः- कपड़े या टेप में अधिक मजबूती के लिए दिया जाता है जिससे कपड़ा जगह पर टिका रहे।

स्टे स्टिचिंगः- सीम अलाउन्सेस के ठीक अन्दर लगाई गई एक और सिलाई, जो असल स्टिचिंग लाइन के पास और अनुसरित होती हैं। जिससे वस्त्र बनाते समय, बॉयर पर कटे स्थानों पर कपड़ा खिंच न जाए।

स्ट्रेट थ्रेडः- कपड़े का ताने या बाने का धागा।

टी

टैबोर्डः- एक ढ़ीला टॉप, प्रायः छोटी कैप स्लीव और एक सीधी नेकलाइन वाला। (चित्र ८.२०)



(Fig. 8.20)

तहबन्दः- एक प्रकार का कमरबन्द या बेल्ट।

तकाउचियाः- एक प्रकार का पाजामा। अबुल–फज़ल ने आइना–ए–अकबरी में इसके बारे में कहा है– "एक भारतीय तरीके का कोट जिसमें अस्तर नही होता। पहले इसकी स्कर्ट में स्लिट होती थी और इसे बॉयी ओर बॉधा जाता था; महाराज ने इस गोलाकार स्कर्ट और दायें ओर बॉधे जाने वाला बनाने का आदेश दिया है।" (चित्र ८.२१)

(Fig. 8.21)

टेलर्ड स्लीवः- टू–पीस आस्तीन, बिना डार्टस् वाली, लेकिन दो सिलाइयों द्वारा आकार दी गई– एक

कोहनी से छोटी उँगली तक और दूसरी आर्महोल के सामने से अंगूठे तक।

टेन्टः- एक ढ़ीली बिना कमर वाली ड्रेस या कोट, जो हेमलाइन पर चौड़ी होती है। (चित्र ८.२२)

(Fig. 8.22)

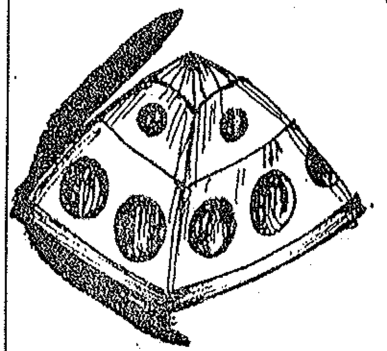
टेलेर्स चॉकः- विशेष चॉक जिसका प्रयोग कपड़े पर रेखाएँ। खींचने के लिए किया जाता है; यह लाल, नीला, पीला और सफेद हो सकता है।

टेलर्डः- फैशन या फिटेड; प्रायः पुरूषों की शैलियों को कहा जाता है, टेलर्ड स्टाइल एक निश्चित डिजाइन का अनुसरण करते हैं और लम्बे समय तक पहने जा सकते हैं।

तानिसः- बॉधने की डोरियॉ या धागें जो पोशाक पहने जाने पर उसे बॉधने या कसने का काम करती है।

टेपरः- चौड़ाई को धीरे–घीरे घटाकर अन्तिम बिन्दु तक लाना।

तीनतह टोपीः- एक टोपी जिसमें तीन विभिन्न टुकड़े आपस में जोड़े जाते हैं। (चित्र ८.२३)


(Fig. 8.23)

टेक्सटाइल्सः- कच्चा माल और बुने हुए कपड़े का सामान्य नाम।

टेक्सचरः- किसी वस्तु का रूप है। यह खुरदुरा या चिकना, नुकीला या पत्थर जैसा, चमकीला या डल, नर्म या कठोर हो सकता है।

दा लुकः- किसी विशिष्ट इमेज को दर्शाना। (समकालीन लुक्स अर्थात आज का लुक। गुजरे हुए दिनो का लुक)

थेड काउन्टः- यह कपड़े के एक वर्ग–इंच में ताने तथा बाने धागों की संख्या है। (ताने के धागे गुणा बाने के धागे प्रति वर्ग इंच)।

थर्टीज फैशनः- एक शैली जिसमें लम्बी, पतली लाइन्स और फेमिनिन बॉयस कट प्रमुख फीचर्स थे।

टाईरेड लुकः- चुन्नदार कपड़े की पट्टियों से बने ड्रेसेस या स्कर्टस् का फैशन। (चित्र ८.२४)

(Fig. 8.24)

टिकली:- एक गोल टुकड़ा; प्रायः वस्त्र पर टंका हुआ।

ट्रिम:- स्कैच लाइन के बाहर की टेढ़ी–मेढ़ी किनारी को काटना जिससे वस्त्र बेवजह भारी न हो और सीम को एक साफ फिनिश मिले।

टोन-ऑन-टोन:- एक ही रंग के शेड में हल्की भिन्नता। एक ही रंग के गहरे शेड के उपर हल्के शेड का प्रयोग कर बनाया गया पैटर्न या प्रभाव।

टॉप:- कमर से उपर पहने जाने वाला आइटम; जैसे एक ब्लाउज या जैकेट (चित्र ८.२५)

(Fig. 8.25)

टॉपी:- टोपी।

टोटल लुक:- एक, एकीकृत, संयोजित परिधान पहन कर उत्पनन्न किया गया रूप।

टाउन वियर:- स्ट्रीट क्लोथेस।

ट्रॉसपैरेन्सी:- एक टेक्सचर, इतना बारीक कि उसके आर–पार देखा जा सके, आर्गेन्जा, गाजेस और ज़ार्जेट ट्रॉसपैरेन्ट मैटेरियल के लोकप्रिय उदाहरण हैं।

ट्रॉनसेक्सुअल फैशन:- एक शैली जो न तो पूर्णतः महिलाओं की है, न पुरूषों की; जिसे पुरूष या महिला फैशन में वर्गित न किया जा सके; जैसे यूनीसेक्स।

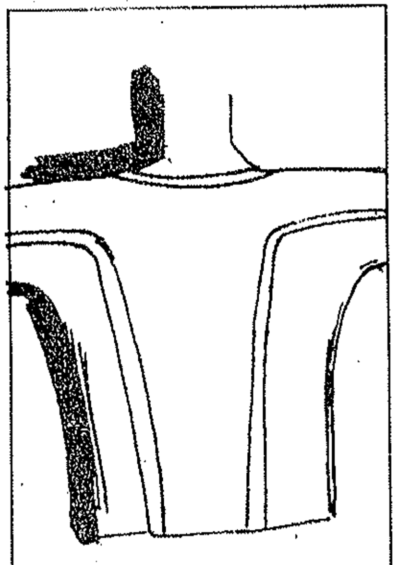
ट्रेन्ड:- फैशन रूकता नही है, यह हमेशा चलता है, एक निश्चित दिशा की ओर। जिस दिशा में फैशन चलता है उसे फैशन ट्रेन्ड कहते हैं।

ट्रेन्डीज:- फैशन समूह जो बिना कुछ सोचे हर नए फैशन मूवमेन्ट का अनुसरण करते है।।

ट्रेस चिक:- बहुत फैशनेबल।

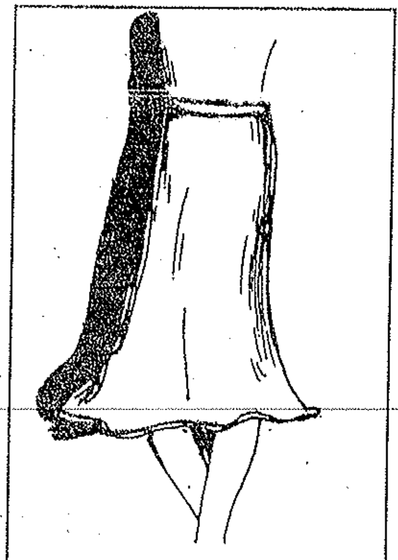
ट्राई कलर:- केसरिया, सफेद व हरा– भारतीय झण्डे के तीन रंग।

टी-शेप:- एक डिजाइन जो कंधे पर खिंचा होता है और नीचे टेपर हो जाता है। (चित्र ८.६)


(Fig. 8.26)

ट्रेस चिकः- फ्रॉसीसी शब्द जिसका अर्थ है अत्यधिक फैशनेबल। (चित्र ८.२६)

ट्रम्पेट स्कर्टः- एक पतली फिटिंग स्कर्ट जिसमें घुटनों पर से घेर या ट्रम्पेट बनना शुरू होता है। (चित्र ८.२७)


(Fig. 8.27)

ट्विलः- एक मध्यम भार का रिब्ड कपड़ा जिसे प्रायः सूत या **पोलीस्टर** से बनाया जाता है।

ट्वीडः- खुरदुरा ऊनी कपड़ा, मौलिक रूप से स्काटलैण्ड में बनने वाल, जैकेट, पैन्ट्स और स्कर्टस् के लिए या एक रूखा, ट्विल वूवेन फैब्रिक जिसकी सतह रोएँदार हो।

ट्विन प्रिन्ट्सः- दो प्रिन्ट, जैसे स्ट्राइप्स व बिन्दु, जब एक ही रंग संयोजन में बने हो। ट्विन प्रिन्ट को प्रायः एक ही वस्त्र में प्रयोग करते हैं जिससे प्रिन्ट और उभर जाता है। (चित्र ८.२८)

(Fig. 8.28)

टेक्सचरः- कपड़े की सतह की चारित्रिक विशेषता; उसे छूने पर आने वाला खुरदुरा या चिकना एहसास।

टोइलः- मोडेल परिधान के लिए मैटेरियल पैटर्न। साधारणतः **मसलिन** या सस्ते सूती कपड़े से, अपने द्वारा **रिप्रेजेन्ट किए** जा रहे मैटेरियल के प्रकार व वजन में बनाया जाता है।

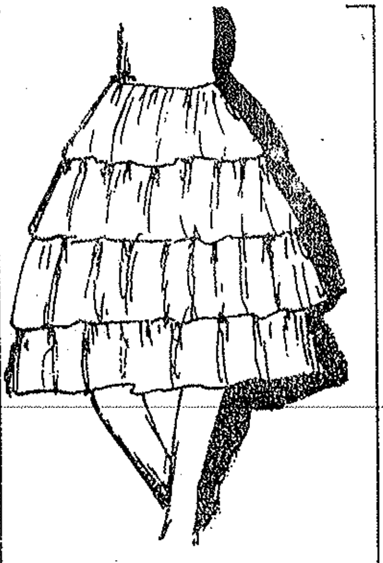
टोलेरैन्स (या ईज फार मूवमेन्ट):- फिगर नापते समय स्थिर होती है और हिलने–डुलने के लिए कोई ढ़ील नही दी जाती है; अगर कपड़े ठीक उसी नाप के बना दिए जाएँगे तो, पहनने वाले के हिलने–डुलने, झुकने या गहरी सांस तक ले लेने से, वस्त्र खिंच कर फट सकता है। अतः, फिगर में उसके प्राकृतिक हिलने–डुलने से, नाप में होने वाले बदलावों के लिए जगह देने के लिए, जहाँ–जहाँ जरूरत हो, अतिरिक्त चौड़ाई दी जाती है।

टू अपः- वस्त्रों पर लगें किसी भी लाइन या मार्क को ठीक करने की प्रक्रिया का नाम हैं चाहे कितनी भी सावधानी बरतें, ट्रेस की हुई रेखाएँ। या पैटर्न एकसार न हों या कर्वस् उतने एकसार न हो, सम्भव है।

ट्रंक शोः- एक निर्माता या डिजाइनर का सैम्पल का पूरा संग्रह जो किसी स्टोर में सीमित

समय के लिए लाया जाता है जिससे ग्राहक चुनाव करे, उनके साइज व रंग में स्टाइल नम्बर आर्डर किया जा सके।

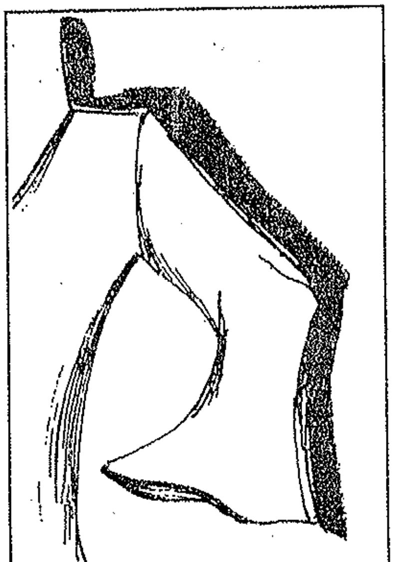
टायर्सः- फ्लोरेन्स्ड या प्लीटेड कपड़े की पट्टिया,जिन्हे एक के ऊपर एक रखा गया हो, प्रायः घटती–बढ़ती चौड़ाई में जिससे एक ड्रेस या लोवर बनता है। (चित्र ८.२६)



(Fig. 8.29)

ट्राउजर्स सूटः- जैकेट और ट्राउजर, पुरूषों के सूट पर आधारित।

ट्रम्पेट स्लीवः- मध्यम लम्बाई की घेरदार आस्तीन। (चित्र ८.३३०)



(Fig. 8.30)

टुकमाः- छोटा, बटन जैसा बाक्स जिसे घुन्डी या लूप के साथ बन्द करने के लिए प्रयोग किया जाता है।

ट्यूनिकः- एक ऊपर का वस्त्र जिसे एक थोड़ी छोटी, सीधी स्कर्ट के साथ पहना जाता है। (चित्र ८.३१)

यू

अनकन्स्ट्रक्टेड जैकेटः- सीधी या फुल जैकेट, सामान्यतः बिना अस्तर की व कम सिलाई, डार्टस् या शेपिंग की।

अन्डरलिनिंगः- वस्त्र को अतिरिक्त भार या कड़ापन देने के लिए प्रयोग करते हैं और इससे वस्त्र का आकार बनाए रखने में सहायता मिलती है।

यी

याजनीः- एक प्रकार का पायजामा, प्रायः भारी कढ़ाईदार, कच्छ व सौराष्ट्र में पहना जाने वाला।

येस्ट्ः- एक बिना आस्तीन की जैकेट जिसे थ्री पीस सूट के एक भाग की तरह पहना जाता है। कभी–कभी इसे पुरूषों द्वारा कमीज़ के नीचे पहने जाने वाले वस्त्र

(Fig. 8.31)

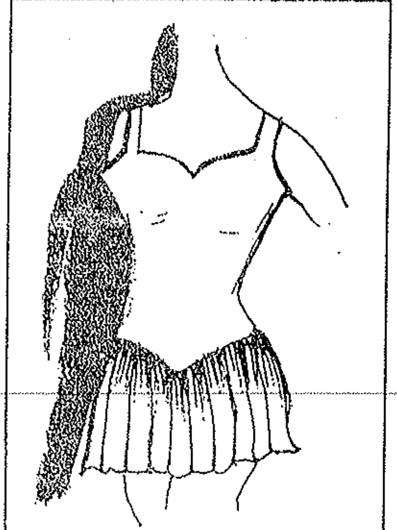
के रूप में भी जाना जाता है।

विस्कोसः:- रेयॉन का एक अन्य नाम।

वियेलाः:- सूत व ऊन का मिश्रण।

वोइलेः:- एक सादी वीव का हल्का कपड़ा।

वी-वेस्टः:- यह ड्राप्ड वेस्ट प्राकृतिक वेस्टलाइन पर या उसके ठीक नीचे शुरू होती है और बीच से "वी" शेप उत्पन्न करते हुए डिप करती है। (चित्र ८.३२)



(Fig. 8.32)

डब्लू

रैप टॉपः:- कपड़े की क्रास–रैपिंग कर बनाया गया बोडिस; चाहे सामने या पीछे की ओर और ऊँची या नीची नेकलाइन से जुड़ा होता है। (चित्र ८.३३)

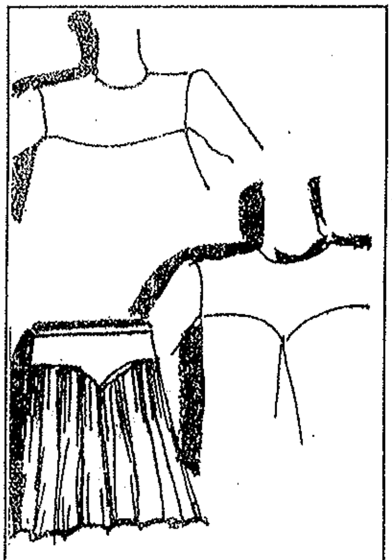
(Fig. 8.33)

वार्म कलर्सः:- लाल, नारंगी और पीला रंग वार्म कलर्स में वर्गीकृत किए जाते हैं, यह प्रकृति में एडवांशिंग होते हैं क्योंकि यह रंग पास आते प्रतीत होकर वस्तु का आकर घटाते हैं। वार्म रंग उत्साहजनक होते हैं।

वर्सटेड वूलः:- ऊनी धागे की फिनिशिंग का उच्चकोटि की प्रक्रिया।

वाई

योकः:- स्कर्टस् या पैन्ट्स पर शरीर के कन्टोर पर फिट किया गया एक वेस्टबैन्ड; यह किसी फ्रॉक या नाइटी का ऊपरी भाग भी हो सकता है जो अतिरिक्त कपड़े को पकड़कर व रिलीज करके पोशाक में फुलनेस उत्पन्न करता हैं (चित्र ८.३४)



(Fig. 8.34)

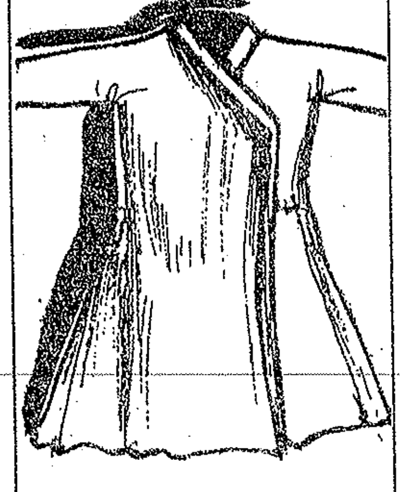
जेड

जारदोजी वर्कः:- वह काम जिसमें सोने या चाँदी धातु के धागे, सॉटिन या वेलवेट जैसे कपड़े पर धातु के ही

धागों से टॉके जाते हैं जिससे असली कढ़ाई का प्रभाव आता है।

जरी:- धातु का धागा जिसे रेशम या सूत पर ऐंठा गया होता है और ब्रोकेडिंग के लिए प्रयोग किया जाता है।

जिराह:- एक प्रकार का कोट। (चित्र ८.३५)



(Fig. 8.35)

अभ्यास-

१— पत्रिकाओं और अखबारों में दिए गए फैशन लेखों को पढ़िए और उपर दी गई शब्दावली को पहचानने का प्रयास करिए।

८.४ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न—१ निम्न शब्दो का अर्थ बताइए?

सदरी, साड़ी, ट्राईरेड लुक, ट्रम्पेट स्कर्ट, सरफेस डेकोरेशन, श्रग, सिलहाउटी, सैक ड्रेस, टेलर्ड एवं वार्म टॉप।

प्रश्न—२ निम्नलिखित में अन्तर बताइए।

टेलर्ड लुक एवं टेलर्ड स्लीव
स्टे एवं स्टे स्टीचिंग
ट्वीड एवं ट्विन प्रिन्ट
जिराह एवं जारदोजी वर्क
सीमलेस एवं सीम लाइन

प्रश्न—३ निम्न को चित्रित कीजिए।

सारॉग, शारारा, शीथ, शॉल कॉलर एवं स्टीरप पैन्ट।

प्रश्न—४ इस वर्ग में दिए गए विभिन्न कॉलर्स की सूची बनाइए। चित्र भी दीजिए।

प्रश्न—५ इस पाठ्य में दिए गए दो प्रकार के रैप्स के चित्र बनाइए।

स्वाध्ययन हेतुः-

सुझाव है कि फैशन सम्बन्धी लेखो का अध्ययन करें और नई फैशन शब्दावली से स्वयं को अवगत कराएँ।

उत्तर प्रदेश
राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

DFD/CFD - 02

फैशन डिजाइनिंग

बेसिक डिजाइन और स्केचिंग-१

ब्लाक

१

रेखांकन व सामग्री

यूनिट-१

इन्ट्रोडक्शन टू आर्ट मैटेरियल

यूनिट-२

बेसिक्स ऑफ स्केचिंग

यूनिट-३

पर्सपेक्टिव ड्राइंग

यूनिट-४

इलस्ट्रेशन्स फॉर स्केचिंग

ब्लाक-१

पाठ्यक्रम प्रतिरूप

मैटेरियल एण्ड ड्राइंगः-

ड्राइंग, डिजाइनर का प्राथमिक अवयव है। इस खण्ड में रेखांकन के मूल पहलुओं जैसे, रेखांकन कैसे शुरू करें, बाजार में उपलब्ध कला सामग्री, उसका रख रखाव व प्रयोग आदि विस्तार से उल्लेखित है। यह एक महत्वपूर्ण यूनिट है क्योंकि कला सामग्री मूल्यवान होती है और यदि इसका प्रयोग सही प्रकार से किया जाए तो लम्बे समय तक प्रयोग की जा सकती है।

मानव ने पहला संवहन संकेतों की भाषा, जो अत्यधिक अपक्व और कई ऐतिहासिक युग के विषय में बहुत सा ज्ञान देती है, परन्तु फिर भी घाटी सभ्यता की भाषा का आशय अभी तक स्पष्ट नहीं हो सका है। परन्तु लोगों के कलात्मक कौशल का परिचय अवश्य मिलता हैं। सत्य ही कहा गया है कि कला, किसी भी युग की कला की, समाजिक स्थितियों का दर्पण होती है।

एक कलाकार के लिए रेखांकन अनिवार्य है क्योंकि उसे अपने त्रिअयामी विचार, अपने उपभोक्ता तक पहुँचाने होते हैं

युनिट-१

इन्ट्रोडक्शन टू आर्ट मटेरियल्सः

यह यूनिट विद्यार्थियों को कला सामग्री और साज–संयन्त्रों, उनके प्रकार व प्रयोग से अवगत कराता है। साथ ही हर सामग्री के रख–रखाव के विषय में भी जानकारी देता है।

युनिट-२

बेसिक्स आफ स्केचिंगः

रेखांकन कैसे करें। इसके प्रति अपने अवरोधों को कैसे पार करें, पर उदाहरण भी दिए गए हैं। कला सचमुच भगवान की एक देन है। कुछ लोग स्वाभाविक रूप से अच्छा चित्रण कर लेते हैं। लेकिन जिनके पास यह कला नहीं है, वह भी अभ्यास और सतत क्रिया द्वारा, इस कला में कौशल व निपुणता हासिल कर सकते हैं।

यूनिट-३

पर्सपेक्टिव ड्राइंगः

पर्सपेक्टिव ड्राइंग आपके चित्रण में आयाम डालकर उसे सजीव कर देती है। यह आपके चित्रण को अधिक यर्थाथपूर्ण बनाती है। इस युनिट में पर्सपेक्टिव ड्राइंग की मूल तकनीकों के विश ाय में उल्लेख किया गया है।

युनिट-४

इलस्ट्रेशन्स फॉर स्केचिंगः

विद्यार्थियों को बताने के लिए कि क्या और कैसे स्केच करें, इस युनिट को विशेष रूप से शामिल किया गया है। प्रायः जब हम ड्रा करने के लिए बैठते हैं तो समझ नहीं पाते कि क्या बनाएँ। इस युनिट में क्या और कैसे ड्रा करें के विषय में उदाहरण व अभ्यास दिए गए हैं।

संरचना

१.१ युनिट प्रस्तावना

१.२ उद्देश्य

१.३ इन्ट्रोडक्शन टू आर्ट मैटेरियल

१.४ सारांश

१.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/ अभ्यास

१.६ स्वाध्ययन हेतु

१.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

मानव ने अपना विकास, अपने ज्ञान, विचार तथा सोच को अपने आस–पास के लोगों, के साथ आदान–प्रदान द्वारा किया है और अपनी उपलब्धियों का एक रिकार्ड आने वाली पीढ़ियों के लिए छोड़ दिया है, जिस पर नई पीढ़ी, उसकी जीवनशैली की चित्रात्मक रचना कर सके। शब्दों का प्रयोग, संवहन का सबसे स्वाभाविक तरीका है, परन्तु भाषागत अवरोधों के कारण सीमित हो जाता है। जबकि एक चित्र, चाहे वह गुफा की दीवार पर बना जानवर का एक अपक्व चित्रण हो या पूर्णतया रंगीन एक उच्च श्रेणी की पेन्टिंग, विषय का चरित्र व रूप एक ऐसे आकार में संवहित करता है, जो तब तक जीवित रहेगा, जब तक वह कलाकृति नष्ट नहीं होती। चित्र दृश्य की भाषा का प्रयोग करते हैं जिसके लिए किसी रूपान्तर की आवश्यकता नही होती।

किसी भी युग की कला, उस युग का दर्पण व रिकार्ड होती है। चित्रों द्वारा वस्तुओं को समझाना वह कला है, जहाँ से हमारी अक्षरमाला और संख्याओं का उद्भव हुआ है। अतः जब आप रेखांकन करते हैं तो आप उसे प्राकृतिक तरीके से अभिव्यक्त करते हैं।

१.२ उद्देश्यः-

कला सामग्री के सही प्रयोग व हैन्डिलिंग के लिए यह जानना अनिवार्य है कि एक कलाकार क्या कला सामग्री प्रयोग करता है। इसमें विभिन्न कला सामग्री को सूचीगत किया गया है। इसका उद्देश्य यह है कि विद्यार्थी जाने कि वह क्या खरीद रहे हैं और वही खरीदे जिनकी उन्हें आवश्यकता है।

१.३ कला सामग्री का परिचयः-

यह सेक्सन डिजाइनिंग के छात्रों के लिए प्रयोग किए जाने वाली कला सामग्री के बारे में बताएगा। इसमें आपका कार्यस्थल, इलस्ट्रेशन में प्रयोग की जाने वाली कलमों एवं निबो, पेसिंले, रबर, एवं ब्रशों का विवरण बताया गया है।

बेसिक रिक्वायरमेन्ट्स

आपका कार्यस्थलः-

कला के विद्यार्थी के रूप में आपको अपनी कला सामग्री ठीक प्रकार से रखना आना चाहिए और साथ ही आपका कार्यस्थल भी उपयुक्त होना चाहिए। अपना कार्यस्थल निश्चित करते समय सबसे ध्यान देने योग्य बात है "आराम"। स्मरण रहे कि आप कभी–कभी घंटों बैठे रहेगें। अतः अपने स्थल को जितना हो सके, उतना सुविधापूर्ण और प्रकाशमयी रखें। प्रेरणात्मक वस्तुएं व समबन्धित सामग्री अपने कार्यस्थल के आसपास रखें। अच्छी बड़ी, साफ, चपटी, मजबूत और प्रकाशमयी मेज का होना अनिवार्य है। कागज, समबन्धित सामग्री, टूल और अन्य कला सम्बन्धी वस्तुएँ स्टाक करने की जगह भी होनी चाहिए। आसानी से पहुँची जा सकने वाली टूल रैक और एक आरामदेह कुर्सी इस उद्देश्य को पूर्ण करेगा।

पेन्सिलः-

रेखांकन के लिए पेन्सिल का होना अनिवार्य है। यह हार्ड या साफ्ट हो सकती है। इनकी साफ्टनेस व हार्डनेस के आधार पर इन्हें संख्याएं दी गई हैं।

एच० पेन्सिल हार्ड पेन्सिल होती है। इनकी संख्या ६ एच० तक जाती है। जितनी बड़ी संख्या उतनी हार्ड या कड़ी लेड और लेड का चिन्ह उतना ही हल्का होगा। एच० बी० पेन्सिल मध्यम लेड की पेंसिल होती है। इसे रेखांकन में काफी प्रयोग किया जाता है, क्योंकि यह न अत्यधिक कड़ी (हार्ड) होती है, न अत्यधिक नर्म (साफ्ट)। बी० पेंसिल इससे थोड़ी नर्म होती है और इससे खींची गई रेखाएं एच०बी० से थोड़ी गहरी होती हैं। २बी पेंसिल और अधिक नर्म व गहरे रंग की होती है। इन्हें गहरी स्पष्ट रेखाएँ खींचने के प्रयोग में लाया जाता है। ३ बी पेंसिल अत्यधिक नर्म व गहरी होती है। इनका प्रयोग हल्के हाथ से करना चाहिए, नही तो लेड टूट सकती है। ४ बी पेंसिल काली होती है। इससे गहरे क्षेत्र छायांकित किए जाते हैं।

५ बी०, ६ बी०, बी०बी०, बी०बी०बी०, अन्य पेंसिलें है जिनका प्रयोग छायाकंन में किया जाता है। यह पेंसिल अत्यधिक काली होती है और इन्हें हल्के व गहरे क्षेत्रों को दिखाने के लिए प्रयोग किया जाता है, जिससे हाईलाइट्स उभर कर आयें।

बारीक रेखांकन के लिए न्यूरोटिप पेंसिल भी उपलब्ध है। हलांकि इसकी लेड केवल ड्राइंग व लिखने के लिए उपयुक्त होती है, सेडिंग के लिए नही। एच०बी० पेंसिल का प्रयोग बेहतर रहता है क्योंकि यह कागज पर अधिक ग्रेफाइट नहीं छोड़ती तथा हल्के हाथ से प्रयोग

करने पर निशान भी नहीं डालती।

अच्छे रेखांकन के लिये आवश्यक है कि पेंसिल को हल्के हाथ से प्रयोग करना चाहिए, जिससे कागज खराब न हो।

नाइफ, ब्लेड्स और शार्पनर्सः-

अच्छे परिणामों के लिए पेंसिल अच्छी तरह नोंकदार रहनी चाहिए। पेंसिल के साथ अत्यधिक काम करने वाले डिजाइनर्स कभी—कभी बिजली से संचालित शार्पनर्स का प्रयोग करते हैं। कभी—कभी लेड इतनी नर्म होती है कि शार्पनर्स से छीलने पर टूट जाती है। अतः पेपर नाइफ या ब्लेड का प्रयोग करना बेहतर रहता है।

रबरः-

अगली अनिवार्य वस्तु है, रबर या इरेजर । हलाँकि रबर जितना हो सके उतना कम प्रयोग करना चाहिए। रबर का निरंतर प्रयोग कागज को खराब कर देता है और आपका विश्वास कम करता है।

प्रयोग की गई रबर उच्चतम गुणवत्ता की होनी चाहिए। उसे नर्म परंतु अधिक तैलीय नही होना चाहिए। तैलीय रबर कागज पर धब्बे छोड़ देती है। रबर का प्रयोग करने से पहले इसे पुराने साफ कपड़े से साफ कर लेना चाहिए। प्रयोग के बाद भी इसे साफ करना चाहिए, क्योंकि लेड का कालापन रबर पर चिपक जाता है। एक गुंथी हुई रबर ग्रेफाइट समेट लेती है व कागज खराब नही करती। रबर को अपनी अंगुलियों के बीच गूंथ कर प्रयोग करने की स्थिति में रखा जा सकता है। ज्ञात हो कि पेंसिल व इंक के लिए अलग—अलग रबर होती है। स्याही वाले रबर अधिक कड़े होते हैं।

रूलर विद इंकिंग एजः-

असल में सभी औजारों में इंकिंग एज होनी चाहिए। रबर की इंकिंग एज ड्राइंग की सतह से ऊपर उठी हुई होती है जिससे इंक सफाई से लगाई जा सके। यदि यही किनारा कागज पर फ्लैट रहेगा तो इंक किनारी व कागज के बीच फैल कर गंदगी फैलाएगी।

टी, सेट स्कवायरः-

टी सेट स्क्वायर लकड़ी या प्लास्टिक के बने होते हैं और सेट स्क्वायर्स पारदर्शी, प्लास्टिक के बने होते हैं। इनका प्रयोग समानान्तर रेखायें खींचने के लिए किया जाता है। इसका प्रयोग इस पर बनाये गये किसी कोण की आधारभूत रेखा बनाने के लिए भी किया जाता है।

त्रिकोणः-

त्रिकोण आपके टी स्क्वायर्स पर बैठते हैं। टी स्क्वायर्स का प्रयोग होरिजेन्टल लाइन बनाने के लिये और त्रिकोण का प्रयोग लम्बवत रेखा बनाने के लिये करें। "वैनिसिंग प्वाइन्ट" तक जाती पर्सपेक्टिव रेखाएं खीचने में ४५ अंश कोण के त्रिकोण काफी काम आता है।

इन्स्ट्रूमेन्ट बाक्सः-

इसमें ज्यामिती के सभी यंत्र होते हैं और साथ ही एक इंक कम्पास भी होता है। ज्यामितीय सेट में एक रूलर, कम्पास, डिवाइडर, आ–सेट–आफ–सेट स्क्वायर्स, एक एच०बी० पेंसिल और एक इरेजर, शामिल होता है।

फ्रेन्च कर्व्सः-

यह औजार कई विभिन्न आकार व नाप में मिलते हैं। आप इन्हें अपने रेखांकन पर तब तक घुमाते हैं जब तक आपको वह किनारी नहीं मिलती जो आपके द्वारा इंक किये जाने वाले कर्व से करीब से मेल खाती हो।

कलमेंः-

विभिन्न कार्यों के लिये कई प्रकार की कलमों का प्रयोग होता है। क्रोकोबिल पेन का प्रयोग व्यावसायिक रेखांकनों के लिए होता है। बालपेंन्स, रूलिंग पेंन्स, स्केच पेन, बालप्वाइंट पेन, फेल्ट टिप्ड पेंन व टेक्निकल पेंन के विविध साइज प्रयोग किए जाते हैं।

इंकिंग पेन में टच पेन के सभी विशिष्ट गुण होते हैं, लेकिन इनकी टिप अर्ध लचीली होती है। अतः जितना सख्त तनाव पड़ेगा उतनी चौड़ी रेखा खींची जा सकती है। इंकिंग के लिए वैरिएबिल लाइन भार अत्यधिक महत्वपूर्ण है, अन्यथा, आपके रेखांकन रंग के खण्ड की तरह फ्लैट लगेंगे। यह ०.००५ (अत्यधिक फाइन) से ०.०८ (वेरी थिक) तक में आते हैं। कालीग्राफिक पेंन व निब भी उपलब्ध हैं। इन निब की नोक विभिन्न आकारों की होती हैं, जिससे रचनात्मक अक्षर बनाए जा सकते हैं।

टेम्प्लीट्सः-

टेम्प्लीट कई अकारों व नापों में आते हैं और बहुमूल्य रेखांकन में आपका अत्यधिक समय बचा लेते हैं। अक्षर व संख्याओं के टेम्पलेट भी उपलब्ध हैं।

ब्रशेसः-

पेंसिल की ही तरह ब्रश भी कलाकार का महत्वपूर्ण औजार है। ये कई प्रकार के होते हैं– थिक, थिन फ्लैट और राउन्ड। ब्रश बनाने में जानवरों के बालों का प्रयोग किया जाता है तथा यह कड़े या नर्म (हार्ड या साफ्ट) हो सकते हैं। यह ब्रश विभिन्न साइजों व अच्छरों में, विभिन्न माध्यमों में, विशिष्ट कार्यो के लिए प्रयोग करने के लिए उपलब्ध हैं।

ब्रशेस बाई शेपः-

ऐंगुलर, फ्लैट, शार्ट लेन्थ हेयर, एक ओर पर लम्बे बालों वाले, ये ब्रश बहुमूल्य स्ट्रोक्स और रेखाओं तथा कर्व को गाढ़े या भारी रंग द्वारा खीचने के लिए उपयुक्त हैं।

चौड़े, छोटी लम्बाई के बालों वाले ब्रश मोटे और भारी रंगो के संग, छोटे स्ट्रोक्स के लिए प्रभावशाली होते हैं। ब्रश के मत्थे की चौड़ाई और लम्बाई लगभग बराबर होती है।

फ्लैट तथा फैले बालों वाले ब्रश, स्मूथिंग, ब्लेन्डिंग तथा विशिष्ट प्रभावों व टेक्सचर्स के लिए उपयोगी हैं। नर्म ब्लेडिंग के लिए प्राकृतिक बाल वाले और टेक्सचरल प्रभावों के लिए संश्लेषित बाल वाले ब्रश बेहतर रहते हैं।

थिक, फ्लैट और ओवल शेप्ड, मध्यम से लम्बे बालों वाले ब्रश बहुत सारा रंग पकड़ने की क्षमता रखते हैं और असानी से प्रयोग किए जा सकते हैं। प्राकृतिक बाल वाले ब्रश जब भीगे होते हैं तो भी बालों द्वारा रंग पकड़ने के लिए बेहतर होते हैं।

चौड़े, वर्गाकार, मध्यम से लम्बे बालों वाले ब्रश बहुत सारा रंग पकड़ने और असानी से प्रयोग करने हेतु बहुत उपयोगी होते हैं। बोल्ड, स्वीपिंग स्ट्रोक्स या बारीक रेखाओं के लिए किनारों पर प्रयोग किए जाते हैं। भारी पेंट के भारी फिलिंग के लिए प्रयोग किये जाते हैं।

हेक ब्रश एक पूर्वी शैली के लम्बे, चपटे हैन्डिल वाले, वाश ब्रश हैं। यह रंग या पानी को बड़े क्षेत्रों में लगाने, सतह को गीला करने और अतिरिक्त माध्यम को सोखने के लिए उपयोगी हैं।

आउट लाइनर के रूप में भी जाना जाने वाला यह ब्रश, राउन्ड, स्क्वायर, इन्डेड, अतिरिक्त लम्बे बाल और छोटे हैन्डिल वाला होता है, इसकी रंग पकड़ने की क्षमता अधिक होती है। नाजुक लेटरिंग, आउट लाइनिंग और लम्बे निरंतर स्ट्रोक्स के लिए उपयोगी है।

मोप एक गोलाकार वास ब्रश का पूर्ण रूप है, जो नर्म, सोखने वाले बालों से बना होता है। यह बड़े क्षेत्रों में पानी या रंग लगाने, सतह गीली करने या अतिरिक्त माध्यम से सोखने के लिए उपयोगी है।

फ्लैट, स्क्वायर, इन्डेड, मध्यम से लम्बे बालों वाला यह ब्रश छोटे हैन्डिल वाला होता है। अधिक रंग पकड़ने की क्षमता तथा ब्लाक लेटर्स को एक स्ट्रोक में पेन्ट करने में उपयोगी होते हैं।

वाश ब्रसेस कई आकारों में आते हैं। ओरल वाश ब्रश में गोलाकार बाल होते हैं, यह फ्लैट होता है तथा बिना नोक की साफ्ट एज का निर्माण करता है। वास ब्रश बड़ी जगह व पानी या रंग लगाने, सतह गीली करने, तथा अतिरिक्त माध्यम सोखने के काम आता है।

आप अपना बोर्ड स्वयं भी बना सकते हैं। एक चीज जो अनिवार्य है वह है कि सतह समतल हो व दूसरी बात यह कि वह भार में हल्का होना चाहिए। हल्के बोर्ड आसानी से कहीं भी ले जाये जा सकते हैं।

कलर और इंकः-

रंग का प्रयोग रचना की प्रकृति व कागज के अनुसार किया जाता है। पेन्टिंग के लिए सामान्यतः तीन प्रकार के रंगों का प्रयोग होता है– ड्राई कलर अर्थात सूखे रंग, वाटर कलर अर्थात जल रंग और ऑयल कलर्स अर्थात तैलीय रंग।

ड्राई कलर्सः-

सूखे पेस्टल्स, पेस्टल क्रेयान्स, कलर पेन्सिल्स और कलर स्केच पेन्स ड्राई रंगों में आते हैं।

वाटर कलर्सः-

पेंसिल वाटर कलर्स, ट्यूब कलर्स, टैबलेट्स, पारदर्शी फोटो कलर्स, पोस्टर कलर, वाटर प्रूफ इंक और एक्रेलिक कलर्स वाटर कलर्स में आते हैं। स्मरण रहे कि सभी जल रंगों में पोस्टर रंग अपारदर्शी व बाकी सब पारदर्शी रंग हैं।

ऑयल कलर्सः-

यह सामान्यतः ट्यूब में मिलते हैं। प्रयोग किया जाने वाला माध्यम लिनसेड तेल और घुलनशील घोल तारपीन का तेल होता है।

मारकरः-

मार्कर में घुलनशील इंक का एक कुंड होता है जिसे ड्राइंग या लिखी जानी वाली सतह पर एक विक्ड़ और फेल्ट टिप या नायलान टिप द्वारा लाया जाता है। अधिकतर मार्कर भले ही परमानेन्ट कहे गये हों परन्तु प्रकाश के प्रति पक्के नहीं होते हैं। मार्कर व्यवसायिक रेखांकन, रेन्डरिंग, संरक्षण व आर्चीवल कार्यो जैसे– स्क्रेप बुक्स व मेमोरी एलबम इत्यादि के लिए उपयुक्त होते हैं। सख्त निब वाले मार्कर कागज के अलावा कठोर सतहों पर लिखने या चिन्हित करने के लिए उपयुक्त होते हैं।

पेपरः-

कागज, लकड़ी के गत्ते और कपड़े के मेटेड रंगों का बना होता है। कागज के सोखने की क्षमता और टेक्सचर को नियंत्रित करने के लिए इस पर जानवरों के ग्लू जैसा एक जेलाटिन वाला पदार्थ लगाया जाता है। कपड़े के टुकड़ों को पानी में भिगोकर क्षीण

किया जाता है। जब तक वह पल्प जैसे न हो जाएँ, इस स्लरी को फिर पानी से निकाल कर एक ग्रिड पर रखा जाता है, जिसके तार एक दिशा में पास--पास व दूसरी दिशा में दूर--दूर रखे होते हैं। इस गीले कागज को फिर फेल्ट मैट्स के मध्य थोड़ा सुखाया जाता है। जब शीट ठीक--ठाक सूख जाये तो उसे उसके केन्द्रीय अक्ष द्वारा एक तार पर टांग दिया जाता है। यह प्रक्रिया कागज पर विशिष्ट चिन्ह छोड़ती है। पतले तार, लेड लाइन्स और दूर--दूर रखे तार, चेन लाइन्स का प्रभाव छोड़ते हैं। फेल्ट के रंगे कागज के एक ओर अपना प्रभाव छोड़ते हैं और सुखाने वाला तार, कागज के मध्य एक स्पष्ट मोड़ छोड़ता है।

कुशल कलाकारों ने प्रायः टेक्सचर्स की इस विविधता का कार्य करते समय लाभ उठाते हैं। पुराने कागजों में रंग की बड़ी श्रंखला भी देखी जा सकती है। कभी भी शुद्व सफेद न प्रयोग करने वाले, इनके रंगों में ब्राउन से क्रीम तक के विविध प्राकृतिक रंग देखे जा सकते हैं। कलाकार सामान्यतः इन्हें रेखांकन के मिडिल टोन की तरह प्रयोग करते थे तथा हाईलाइटिंग या चॉक से देते थे। वेनिस में फेंके गये वर्क कपड़ों से बना एक सस्ता सा नीला रैपिंग पेपर कलाकारों द्वारा विशेषतौर से पसंद किया जाता था और इसका प्रयोग पूरे इटली और उत्तरी यूरोप में फैल गया। कलाकार, क्रिन या टेन कागज कागज को ग्राउन्ड रेड चाक या ब्राउन इंक से वाश कर एक शानदार व गर्म पृष्ठभूमि की रचना करना भी पसंद करते थे। कागज को एक ग्राउन्ड बुक या चाक के द्रव्य बाइन्डिंग माध्यम के अपारदर्शी व रगड़ने वाले कोल से भी ट्रीट किया जाता था, जो विविध रंगों के इंक देता था। यह नाजुक मेटल प्वाइंट रेखांकन के लिए एक आदर्श सहारा प्रदान करता था।

आज उपलब्ध सबसे सामान्य प्रकार का कागज, वार्म पेपर इतने बारीक तारों के जाल पर बनाया जाता है कि लेड लाइन और चेन लाइन दिखती ही नही है। कागज एकसार बुना हुआ लगता है, अतः इसे यह नाम दिया गया है। केन्ट के जेम्स व्हाटमैन ने १७५० में पहली बार वोव पेपर का निर्माण किया था, जो इंग्लैण्ड में वर्जिल के कार्यो के १७५७ मे बास्करविले संस्करण के लिए किया गया था।

१९वीं शताब्दी के दौरान, सस्ते लोक निर्माण के लिए तैयार किया गया वर्ल्ड पल्प का कागज अत्यधिक अम्लीय होता है और समय के साथ हवा व प्रकाश के पड़ने से भूरा से भंगुर हो जाता है व खण्डित हो जाता है। इसी कारण कई आधुनिक रेखांकन बुरी अवस्था में हैं।

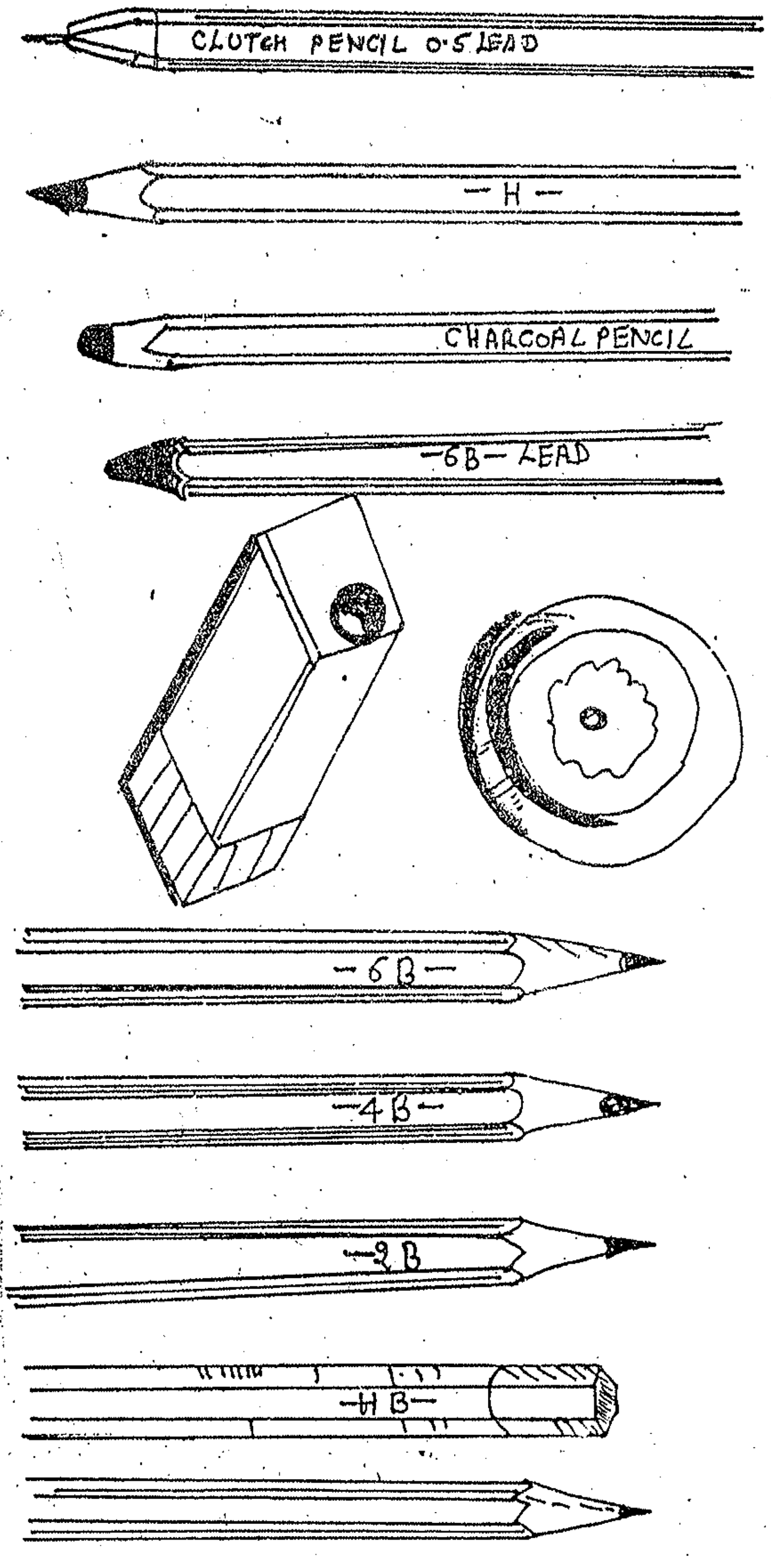
वाटर कलर या जलरंग, पिगमेंट पानी व एक गोंद जैसे बाइन्डर से बने रंगीन वासेस हैं। चारित्रिक रूप से यह पारदर्शी होते हैं, परन्तु अधिक अपारदर्शी संस्करणों जिनमें गूचेस भी शामिल है का प्रयोग पारदर्शी रंग के साथ संयोजित करके संभव प्रभावों की श्रृंखला में विस्तार किया जाता है। १८वीं व १९वीं शताब्दी में वाटर कलर एक विशिष्ट विशेषज्ञ कला में विकसित हो गया जो ड्राइंग और पेन्टिंग दोनों से स्पष्ट रूप से अलग थी। जब रेखांकन के लिए कागज का चुनाव करते हैं तो कई विविधताएं आपको मुश्किल में डाल देगीं। इसके लिए ड्राइंग पेपर व स्केचिंग पेपर होता है। सामान्यतः ड्राइंग पेपर गुणवत्ता में थोड़ा बेहतर होता

है और अत्यधिक महँगा होता है।

चाहे ड्रॉइंग पेपर या स्केचिंग पेपर, जो भी आप वहन कर सकें, ले लें। अभ्यास के लिए स्केचिंग पेपर लेना बेहतर रहेगा। निश्चित कर लें कि आप जो कागज खरीद रहे हैं, वह आपके द्वारा प्रयोग किये जाने वाले माध्यम के लिए उपयुक्त है। उदाहरणार्थ यदि कागज, पेंसिल व चारकोल के लिए है तो उस पर जलरंग प्रयोग करने का प्रयास न करें। कुछ ड्राइंग कागज वाटर कलर व इंक दोनों ले लेते हैं। अतः खरीदने से पहले सबको जांच लें। कागज की सतह को छूकर देखें कि वह आपको पसंद है या नहीं।

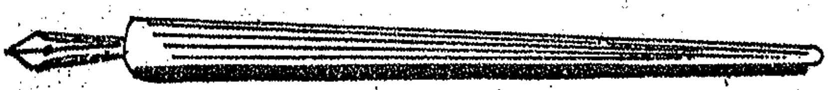
न्यूज प्रिंट कुछ विशेष चीजों के लिए अच्छा है, परन्तु यह पोट्रेट रेखांकन के लिए पतला व फ्लेसी रहता है। कागज कई नाप, टेक्चर, क्वालिटीज व रंगों की बड़ी संख्या में उपलब्ध हैं। कागज का मूल्य उसके भार के अनुसार होता है तथा कागज रिम्स की पैकिंग अर्थात १ रिम बराबर ५०० शीट या १ ग्रूस बराबर १४४ शीट की पैकिंग में उपलब्ध होता है। हलाँकि फुटकर दुकानों पर खुला कागज भी मिलता है।

फैशन डिजाइनिंग में प्रेजेन्टेशन बनाने के लिए आपको कई प्रकार के कागज की आवश्यकता होगी। बाजार में उपलब्ध कुछ कागजों के नाम यहाँ पर दिए जा रहे हैं— ग्लेज्ड पेपर, काईट पेपर, चार्ट पेपर, बटर पेपर, फ्लोरोसेंट पेपर, ड्यूप्लेक्स पेपर, क्रोमा आर्ट पेपर, गिफ्ट रैपिंग पेपर इत्यादि।

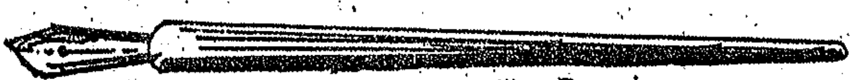


ड्राइंग में प्रयोग किये जाने वाले रबर तथा पेन्सिल

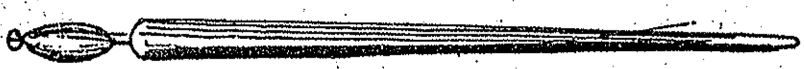
इलस्ट्रेशन कार्य हेतु विभिन्न प्रकार की निब, पेन तथा बोतलें



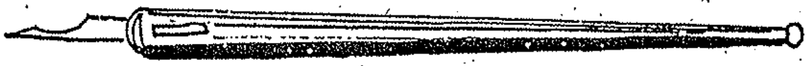
Calligraphy Nib - Narrow



Calligraphy Nib - Broad

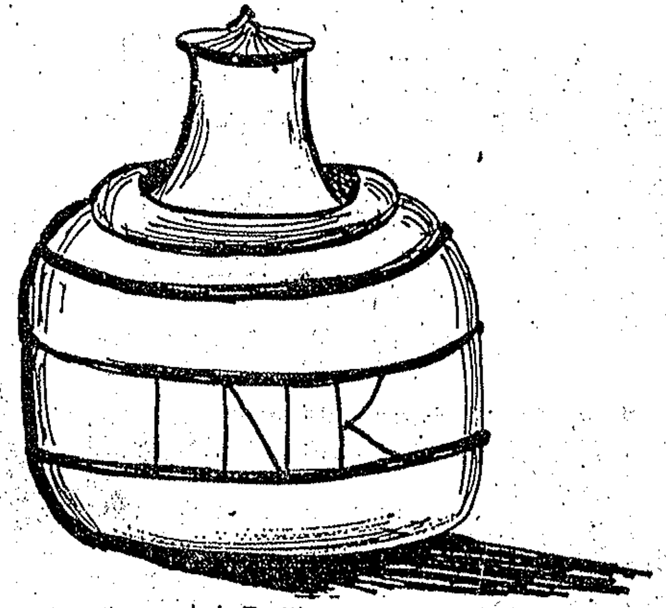


Round Nib



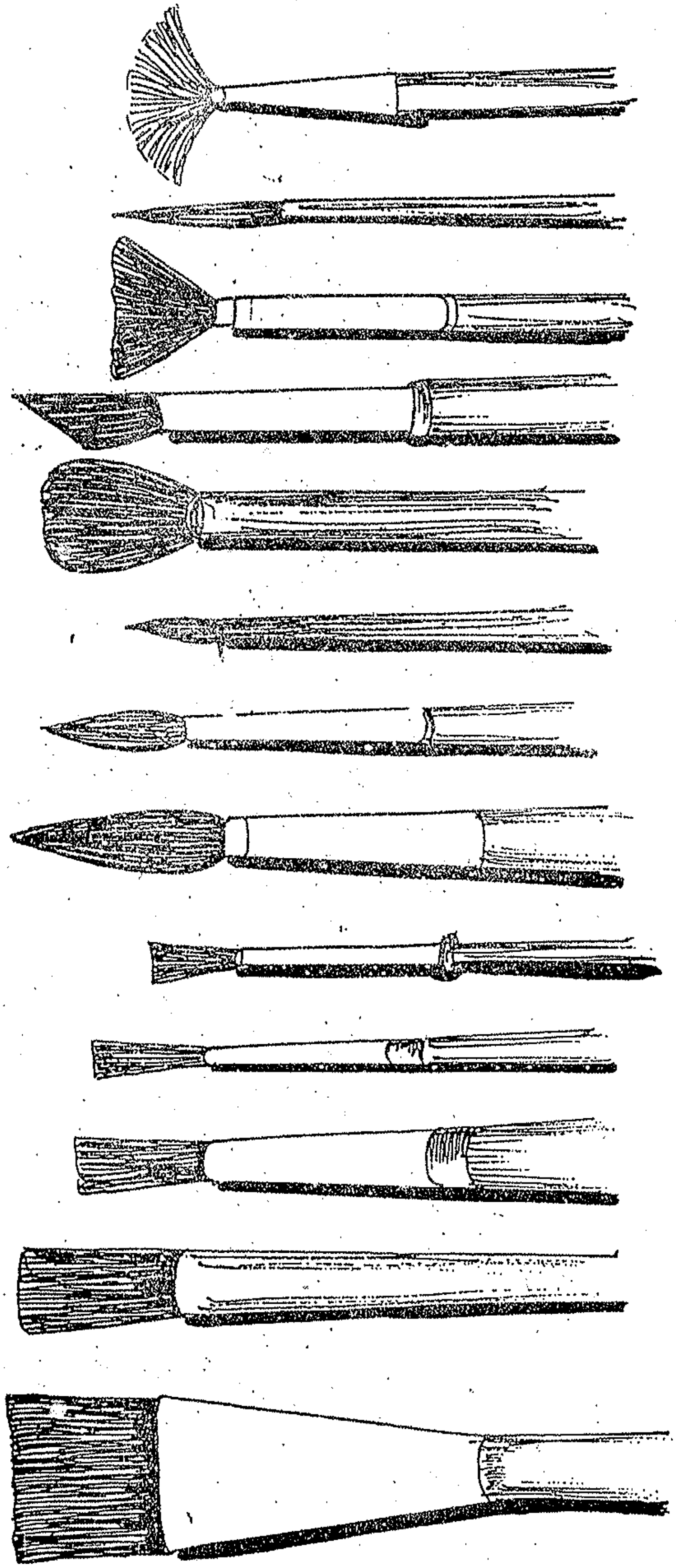
Croquil Nib

Ruling Pen



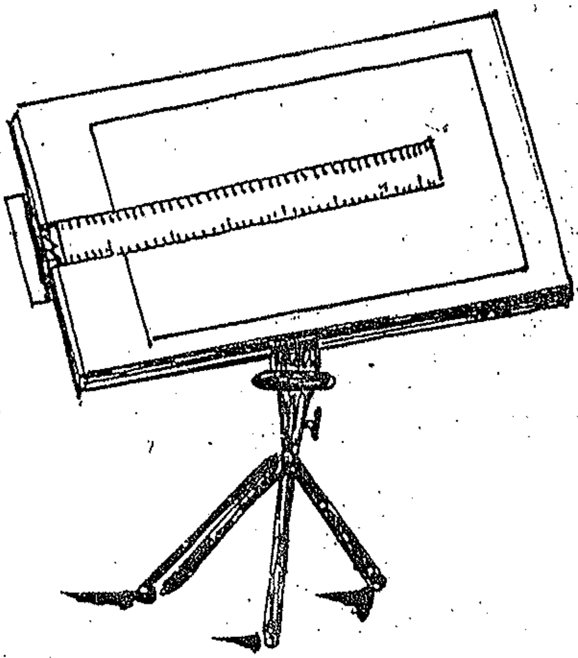
Ink Bottle

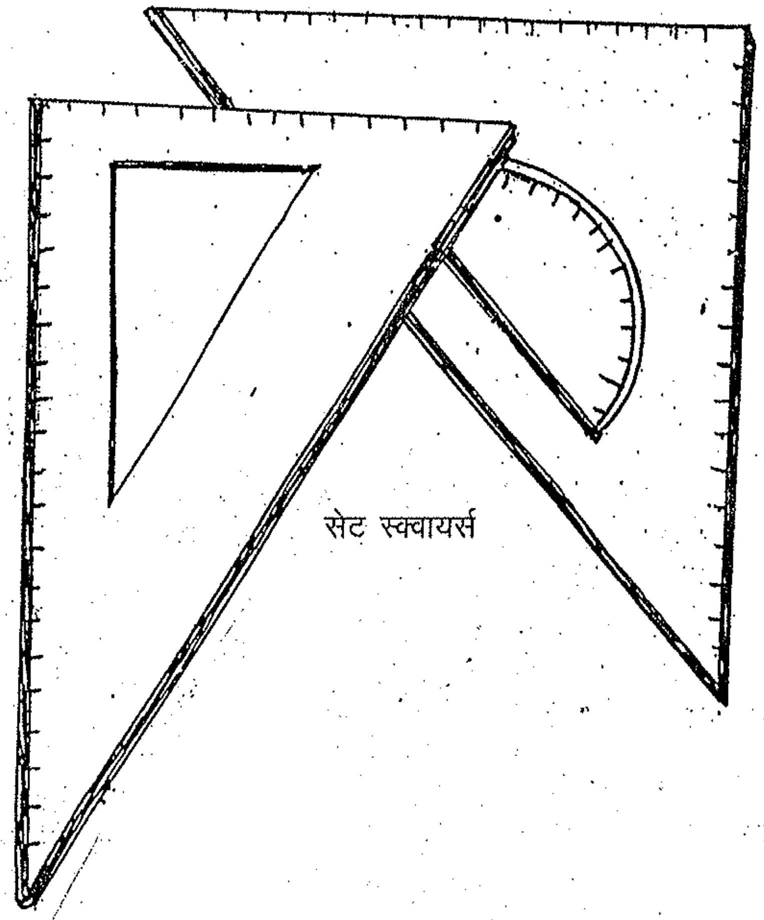
पेन्टिंग में प्रयोग किए जाने वाले विभिन्न प्रकार के ब्रशेस



विभिन्न प्रकार के ब्रश

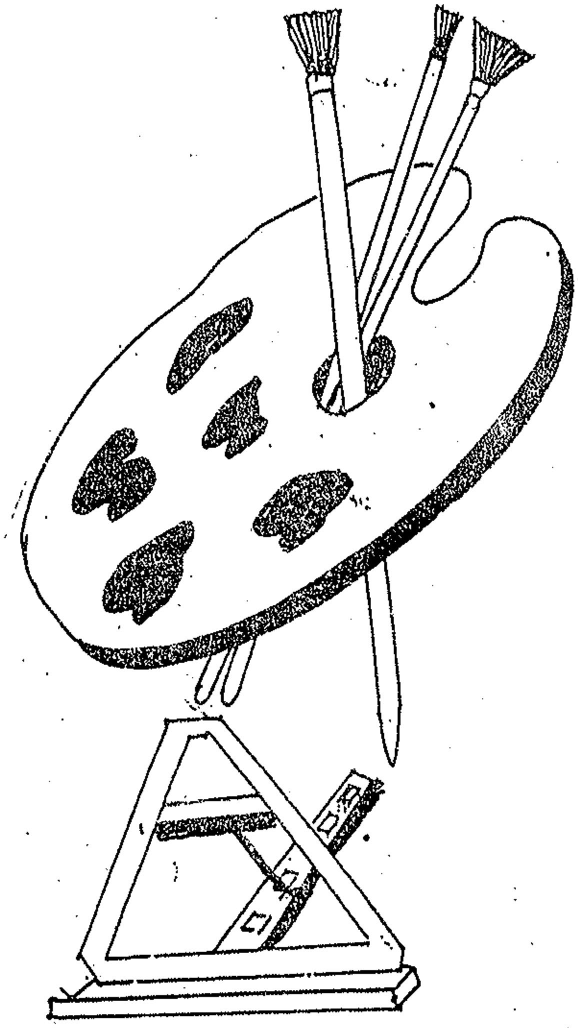
टी–सेट एवं ड्राइंग बोर्ड





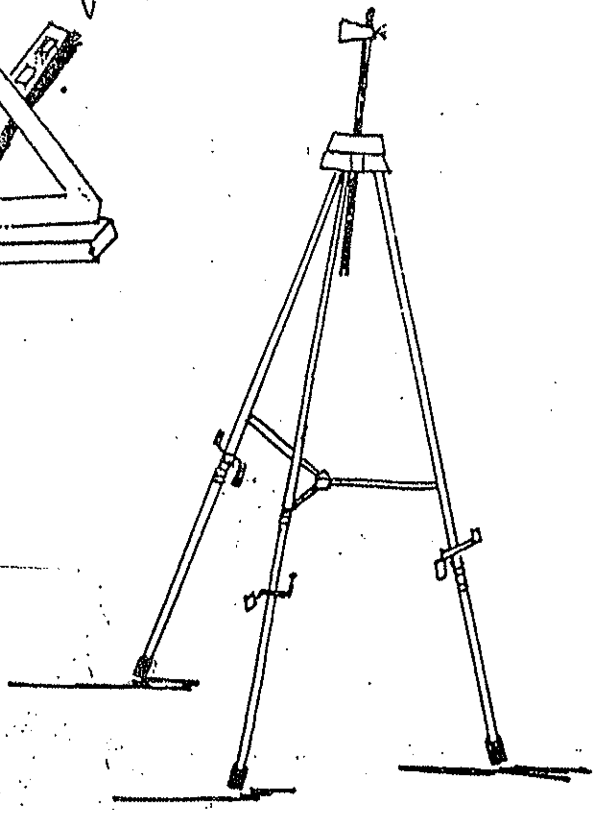
सेट स्क्वायर्स

टी–स्क्वायर, ड्राइंग बोर्ड तथा सेट–स्क्वायर



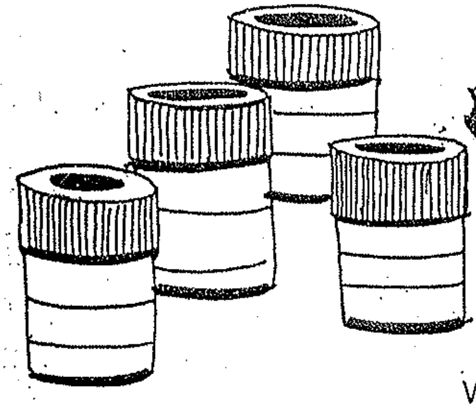
रंग हेतु कलर पैलीट

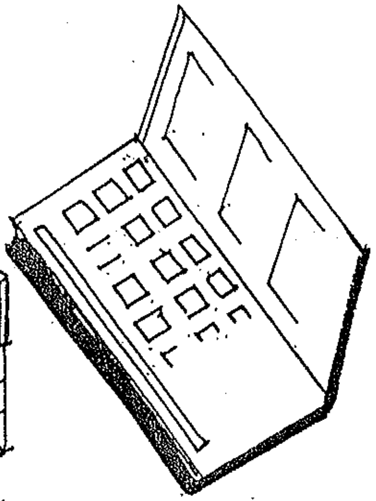
टेबल ईजल



ग्राउन्ड ईजल

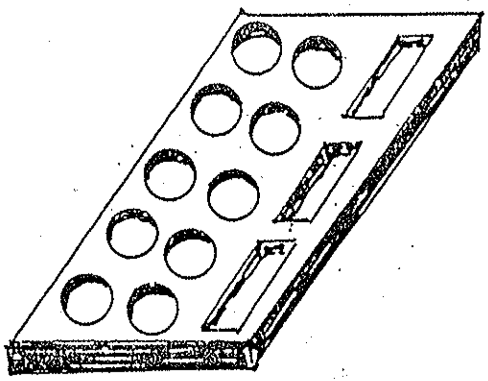
कलर पैलीट, टेबल–ईज़ल तथा जमीन पर रखने वाली ईजल



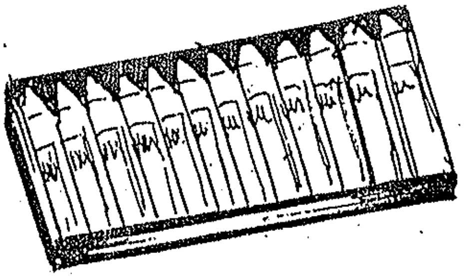


Water colour Cakes in box

Poster Colours



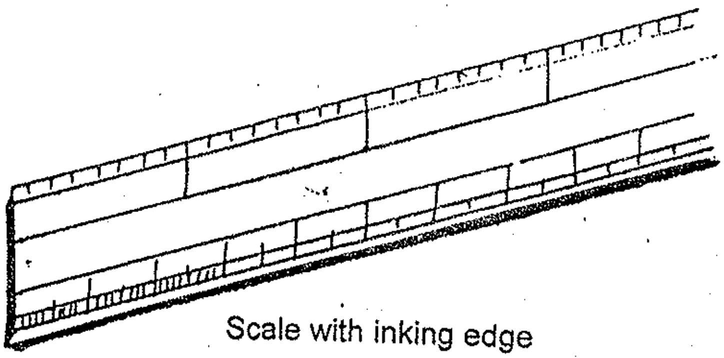
Colour Palette



Dry Pastel Colours

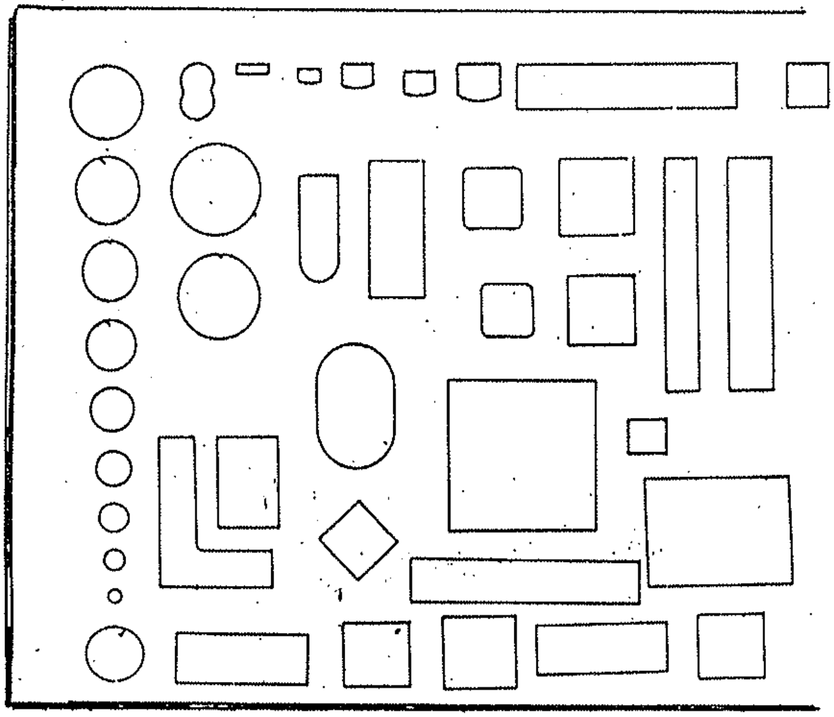
पोस्टर रंग, जलीय रंग, ड्राई पेस्टेल रंग, तथा कलर पैलीट

रूलर जिसके किनारे से इंक की लाईन खींची जा सके



Scale with inking edge

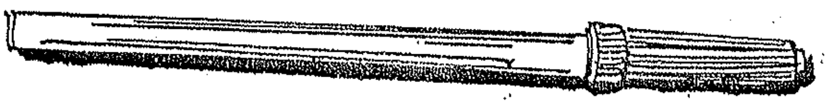
Alphabetical - Template



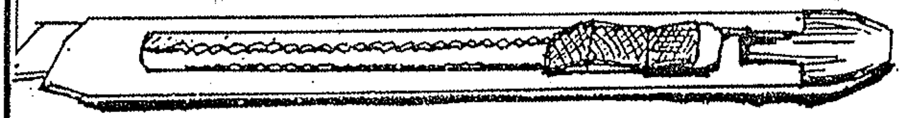
Shapes - Template

विभिन्न प्रकार के अक्षर तथा आकार के टेमप्लेट

स्केच पेन, सर्जिकल ब्लेड, पेपर नाईफ, वाटर तथा ऑयल कलर एवं मार्कर



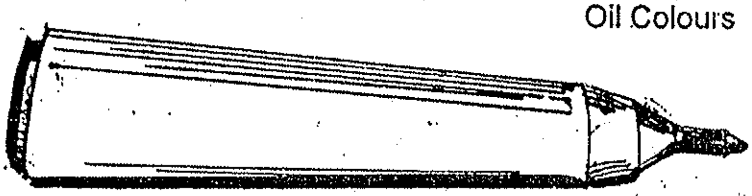
Surgical Blade



Paper Knife

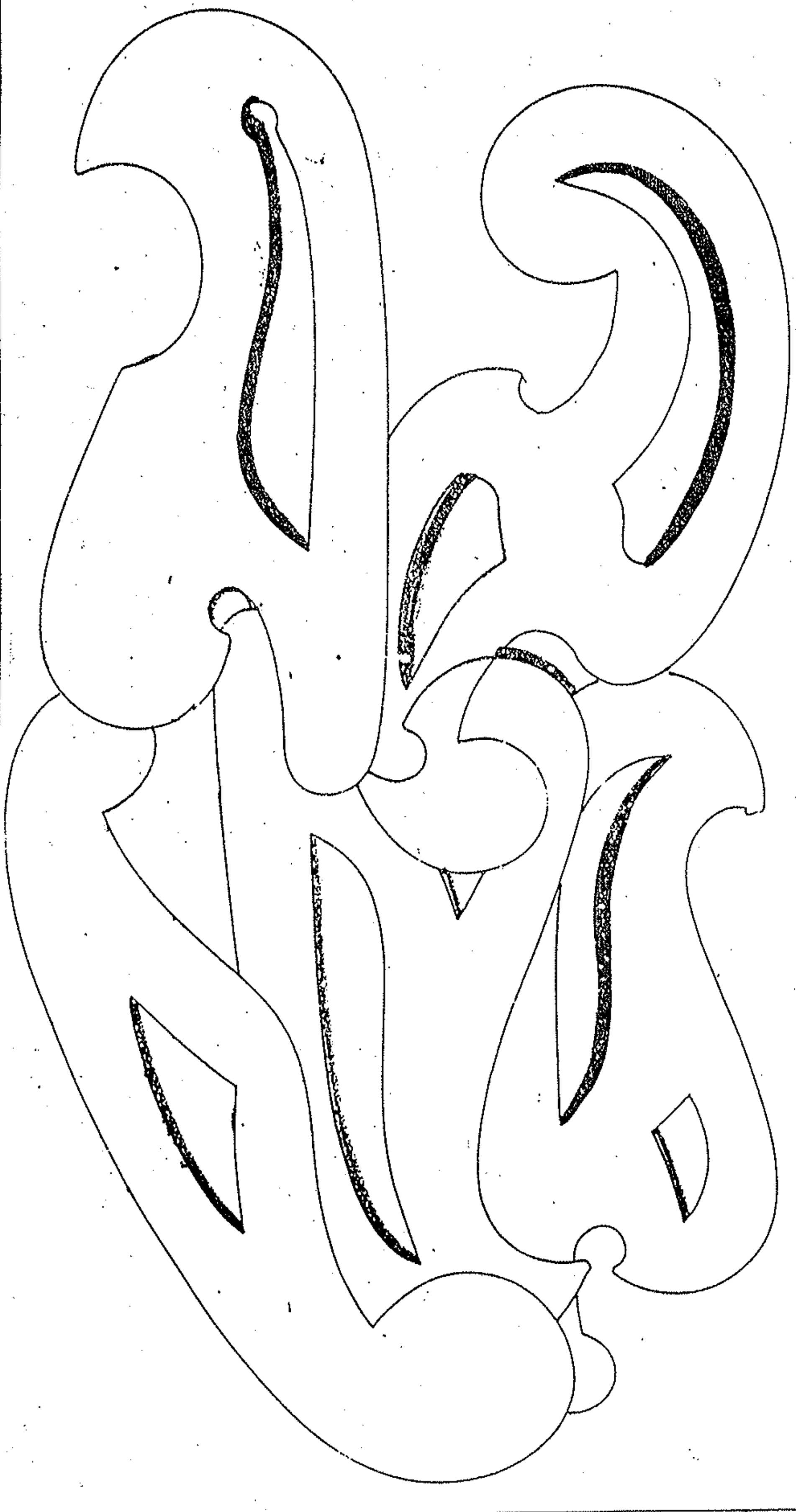
Water Colours in Tubes

Oil Colours



Markers

फ्रेंच कर्व



अभ्यासः-

१. विभिन्न प्रकार के कागज एकत्र करें और स्क्रैप बुक बनाकर कागज का मूल्य व उपलब्ध नाप भी बताएँ।

२. एक चौथाई इम्पेरियल शीट पर एक इंच के वर्ग खींचिए। हर वर्गाकार को अलग संख्या की पेंसिल से शेड कर, प्रभाव का अध्ययन करें।

१.४ सारांशः-

स्वतंत्र व सर्वाभौमिक अभिव्यक्ति के लिए रेखांकन महत्वपूर्ण है। सही कला सामग्री का चुनाव अत्यधिक महत्वपूर्ण है। साथ ही यह जानना कि कौन सी सामग्री कहाँ प्रयोग करनी है, भी महत्वपूर्ण है। कला सामग्री का रख रखाव कलाकार की आदत बन जाता है क्योंकि वें मूल्यवान होती हैं।

इस यूनिट में विभिन्न प्रकार की पेंसिल, रबर, नाइफ, ब्लेड्स और शार्पनर्स, रूलर बिथ इंकिंग ऐज, टी–शेट स्क्वायर, त्रिकोण, इन्स्ट्रूमेंन्ट बाक्स, फ्रेन्च कर्वस, पेन्स, टेमप्लीट्स, ब्रसेस, ड्राइंग बोर्ड्स, कलर और इंक, ड्राई कलर्स, वाटर कलर्स और ऑयल कलर्स, मारकर्स तथा पेपर के प्रयोग के विषय में विस्तार से उल्लेख किया गया है।

१.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/ अभ्यास

१. रेखांकन के लिए कितने प्रकार की लेड पेंसिल उपलब्ध हैं?

२. वाटर कलर्स में कौन–कौन से रंग शामिल हैं?

३. विभिन्न प्रकार के कौन–कौन से ब्रस उपलब्ध हैं?

४. ड्रॉइंग पेपर पर एक सारॉश लिखें।

५. हैन्डमेड पेपर कैसे बनाया जाता है?

१.६ स्वाध्यय हेतुः-

१. स्टेप बाई स्टेप आर्ट स्कूल ड्राइंग द्वारा जेन्नी रॉडबेल प्रकाशक– हैमलिन

२. ड्राइंग एण्ड पेन्टिंग कोर्स द्वारा ए.एच. हाशमी प्रकाशक–पुस्तक महल, दिल्ली।

संरचना

२.१ यूनिट प्रस्तावना

२.२ उद्देश्य

२.३ बेसिक्स ऑफ स्केचिंग

२.४ सारॉश

२.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

२.६ स्वाध्ययन हेतु

२.१ युनिट प्रस्तावनाः-

इस यूनिट में आपको बताया गया है कि स्केचिंग की प्रक्रिया कैसे स्टेप बाई स्टेप शुरू की जाए। स्मरण रहे कि रेखांकन थ्योरेटिकल विषय की तरह सिखाया नही जा सकता। यह अभ्यास और अधिक अभ्यास का विषय है। इसे केवल सुधार कर सिखाया जा सकता है अर्थात विद्यार्थी पहले ड्राइंग करें और फिर अध्यापक गलतियाँ बताएं जिसके आध ार पर विद्यार्थी दुबारा रेखांकन करें।

२.२ उद्देश्यः-

हर डिजाइनर उस डिजाइन की कल्पना करता है जो उसे अपने उपभोक्ता तक पहुंचाना है। इसके लिए संवहन के माध्यमों में केवल ड्राइंग व स्केचिंग बने हैं। यदि आपका डिजाइन अच्छा है, तो आपका डिजाइन ध्यान आकर्षित करेगा व पसन्द किया जाएगा। परन्तु यदि आपका स्केच अच्छा नही है, तो चाहे आपका डिजाइन कितना भी अच्छा हो, उपभोक्ता की स्वीकृति पाना कठिन होगा। अतः प्रत्येक डिजाइन के लिए इस यूनिट को पढना अनिवार्य हो जाता है।

२.३ बेसिक्स आफ स्केचिंगः-

भारत में लोगों ने अपना विकास अपने ज्ञान, विचार, व सोच, अपने आस–पास के लोगों तक पहुंचा कर तथा आने वाले लोगों के लिए, अपनी उपलब्धियों का रिकार्ड छोड़कर, किया है, जिस पर उसकी जीवनशैली का चित्र बनाया जा सकता है। संवहन का आसान माध्यम शब्द है, परन्तु भाषागत अवरोधों के कारण सीमित हो जाते हैं। लिखे हुए शब्द, एक

लास्टिंग रिकार्ड प्रदान करते हैं, परन्तु एक भाषा के अन्तर्गत। जबकि एक चित्र, चाहे वह किसी गुफा की दीवार पर बना, जानवर का अपक्व चित्र हो या पूर्णतः रंगीन कलाकृति, विषय का चरित्र व रूप तब तक संवहित करती रहेगीं, जब तक वह नष्ट नही हो जाती। चित्र दृश्य की भाषा का प्रयोग करते हैं, जिसे किसी रूपान्तर की आवश्यकता नही होती।

किसी युग की कला, उस युग का दर्पण व रिकार्ड होती है। चित्र द्वारा समझाना वह कला है, जिससे हमारी अक्षरमाला व संख्याओं का उद्भव हुआ है। अतः जब आप ड्राइंग करते हैं तो प्राकृतिक व स्वाभाविक अभिव्यक्ति करते हैं। लोग किसी चित्र, छाया या लाइकनेस को रेखांकित करने के लिए पेंसिल, क्रेयान या चाक जैसे किसी औजार का प्रयोग करते हैं। चित्र बनाने की प्रक्रिया को ड्रॉइंग या रेखांकन कहते हैं। किसी औजार से बनाए गये चित्र को भी ड्रॉइंग कहते हैं।

लाइन की परिभाषाः-

ड्रॉइंग किसी डिजाइन या छाया को बनाने की क्रिया है। ड्रॉइंग कलात्मक या तकनीकी उद्देश्य से की जा सकती है। तकनीकी ड्रॉइंग या रेखांकन दिखाता है कि वस्तु कैसी दिखनी चाहिए अर्थात उसे कैसे बनाया जाएगा या विभिन्न दिशाओं से वह कैसी लगेगी। एक कलात्मक रेखांकन, किसी पूर्ण कलाकृति के प्रारम्भिक कदम के रूप में स्वयं में एक कलाकृति के रूप में या भविष्य के लिए उपयोगी जानकारी के रूप में किया जा सकता है।

कलाकार चाक, चारकोल, क्रेयान, पेन इंक या पेंसिल द्वारा रेखांकन कर सकते हैं। कभी–कभी वह सतह पर रेखांकन कुरेद कर करते हैं। लगभग हर सतह रेखांकन के लिए प्रयोग की जा सकती है। कला में लाइन कोई भी वह वस्तु है जो एक आकार को बॉधती व परिभाषित करती है। लाइन या रेखा, एक भाग को दूसरे से भिन्न करने का कार्य करती हैं और रेखांकन के भाग के रूप में अपना पृथक अस्तित्व रखती हैं।

पेन्सिल वह औजार है जो वह चिन्ह बनाती है जिनसे लाइन बनती है। सही प्रकार की लाइन बनाने के लिए हाथ का इस औजार पर नियंत्रण होना आवश्यक है। मस्तिष्क में रखने वाली बात यह है कि मूवमेन्ट की स्वतंत्रता हो। राइटिंग ग्रिप से बचें जो केवल, कसकर नियंत्रित रेखाओं के लिए उपयुक्त है। अपने हाथ की तुलना में कलाई व बॉह को अधिक गतिमान रखें।

लाइन के गुणः-

लाइन की क्वालिटी अधिकतर रेखा की मोटाई व पतले होने पर निर्भर करती है और व्यक्ति को पेन्सिल पर नियंत्रण करना आना चाहिए। अगर आपके पास कोई भी बहुत गहरी

शैडोज नही है और आपका पूरा चित्र पेइल है तो अपनी पेन्सिल जांचिए। क्या आप संख्या २ एच०बी० की पेन्सिल का प्रयोग कर रहे हैं। यह रेखांकन के लिए काफी कड़ी होती है, जबकि हल्की शेडिंग के लिए काफी उपयुक्त। गहरी वैल्यू के लिए बी, २ बी, ४ बी और ६ बी पेन्सिल लें।

लाइन के चरित्रः-

लाइन का कैरेक्टर अत्यधिक महत्वपूर्ण है। यदि कोई वस्तु एक ही मोटाई की रेखा द्वारा बनाई जाए तो एक समान कालापन होने के कारण, वह मेकेनिकल रेखांकन लगेगा एवं रेखा में विविधता नर्म, सख्त, दूरी व घुमाव की परिचायक होगी।

यदि आपका रेखांकन पेइल है, तो यह कागज़ के कारण हो सकता है। कुछ सस्ते कागजों में सतह पर चमक होती है जो इतनी चिकनी होती है कि पेन्सिल के कण उस पर नही चढ पाते। एक मोटा नोटपैड पेन्सिल पर अधिक दबाव डालने में सहायक होता है। एक मूल फोटोकापी या आफिस पेपर का प्रयोग कर देखें या किसी कला स्टोर से स्केचिंग के कार्य के लिए स्केच बुक खरीदें। दो तीन कागजों के नीचे एक मोटे कागज का टुकड़ा रखें जो एक मजबूत सतह देगा। यदि आप एक साथ स्केचिंग करना चाहते हैं तो कुछ कागज काफ़ी खुरदरे हो सकते हैं जो असमतल टेक्सचर देगें।

रेखा का आकार, मोटाई, दिशा, फारमेशन और लम्बाई आदि अनेक भावनाएँ व्यक्त करते हैं। रेखाओं को क्रोधित, खुशी, शान्त, उत्साहजनक, प्रेमपूर्वक या हास्यात्मक और नर्वस रूपों में देखा जाता है। होरिजेन्टल रेखाएँ स्थायित्व और स्थिरता का प्रतीक हैं तो तिरछी रेखाएं गति, उत्साह व उपद्रव का प्रतीक हैं।

ड्राइंग इन टोनः-

विद्यार्थियों को हल्के हाथ से रेखांकन करना चाहिए। हल्के शब्द पर जोर दिया जा रहा है जिससे विद्यार्थी का उद्देश्य, ऐसी रेखा खींचना होता है जो आधे मीटर तक दिखे, परन्तु एक मीटर की दूरी से देखी न जा सके।

कला में टोन का संदर्भ, हल्के व गहरेपन से है, जिसमें काला सबसे गहरा व सफेद सबसे हल्का माना जाता है। बीच में विविध वैल्यूज वाले ग्रे के शेड्स और टोन की समझ व नियंत्रण असली ठोस वस्तुओं में अयामों का प्रभाव लाने और दूरी व जगह का प्रभाव उत्पन्न करने में आपकी सहायता करेगा। टोन को समझने के लिए आपको लाइट के विषय में ज्ञान होना चाहिए।

लाइटः-

किसी आकृति का ठोस स्वरूप प्रकाश के प्रभाव से उत्पन्न होता है। उदाहरण के लिए चन्द्रमा सूर्य के प्रकाश से चमकता है। हम उसकी चमक के विभिन्न चरण देखते हैं और सूर्य का चन्द्रमा के गोल–अकार पर प्रभाव भी देख सकते हैं।

पेन्टिंग के एक तत्व के रूप में प्रकाश आकार व आकृति प्रदर्शित करता है। हल्के व गहरे क्षेत्र, चित्र की सतह को संतुलित कर, टोनल वैल्यूज सामने लाते हैं। रंग के हल्के व गहरे टोन्स प्रकाश व छाया के प्रभाव को मजबूत बनाते हैं। प्रकाश प्राकृतिक या कृत्रिम हो सकते हैं।

"क्वाल्टिी आफ लाइन" का क्या अर्थ है? प्रकाश कुछ विभिन्न प्रकारों में प्रदर्शित किया जा सकता है जैसे–हार्ड और साफ्ट लाइट। हार्ड लाइट, सख्त किनारी वाली छाया और हाईलाइट्स उत्पन्न करेगी; और यह एक अकेले स्त्रोत अर्थात विषय से काफी दूर रखी एक लाइट से उत्पन्न होती है। साफ्ट लाइट अधिक नर्म, डिफीयूज्ड छाया उत्पन्न करती है जो मध्यम टोन्स में आसानी से घुल जाती है। दोनों ही प्रकार के प्रकाश का सर्वश्रेष्ठ प्राकृतिक स्त्रोत "सूर्य" है। जब आप बिना बादल वाले दिन बाहर निकलें तो आपके द्वारा तथा अन्य वस्तुओं द्वारा डाली गई छाया काफी शार्प और सख्त किनारों वाली होती है और आपको हार्ड लाइट मिलती है। हार्ड लाइट से रचित छाया काफी गहरी व काली होती है क्योंकि छाया के आस पास की सभी वस्तुएँ अति चमकीली होती हैं। यह आप छायाचित्रों में देख सकते हैं, जहाँ लोगों पर बहुत कड़ी छाया पड़ती है वे कैमरे में भौहें सिकोड़ कर देख रहे होते हैं। तेज सूर्य का प्रकाश वहाँ हार्ड छाया देता है।

बादल वाले दिन, बनी हुई छायायें साफ्टर व अधिक डिफ्यूज्ड होती है क्योंकि सूर्य का नंगा प्रकाश बादलों से टकराकर पूरे बादल में फैल जाता है, जिससे वह डिफ्यूज हो जाता है। पूरी तरह बादल से घिरे दिन में, कास्ट शैडोज अत्यधिक साफ्ट होती हैं और उसके किनारे काफी धुंधले होते हैं, शायद इतने कि आप उन्हें देख भी न पायें। पूरी तरह बादल से घिरे दिन में दिखने वाला प्रकाश 'एम्बीन्ट लाइट' कहलाता है। प्रकाश इतना एकसार रूप में फैला होता है कि यह जानना मुश्किल हो जाता है कि प्रकाश असल में कहाँ से आ रहा है।

आपके रेखांकन में आपके द्वारा उत्पन्न की गई छाया, निर्भर करेगी, उस प्रकाश की गुणवत्ता पर, जो आप अपने विषयवस्तु पर डाल रहे हों, यदि आपको साफ्टर, अधिक ग्रेजुअल छाया चाहते हैं तो आप ऐसी स्थिति उत्पन्न करें जो साफ्ट लाइट का प्रयोग करें। साफ्ट लाइट प्रायः फैशन फोटोग्राफी में प्रयोग की जाती है क्योंकि प्रकाश इतना साफ्ट होता है कि मॉडल के रंग रूप के छोटे–छोटे नुख्स व खामियाँ सहज ही छिप जाते हैं। यदि फैशन छायाचित्रण में हार्ड लाइट का प्रयोग किया जायेगा तो मॉडल के शरीर की हर छोटी–बड़ी खामी हमें दिखाई देगी। साफ्ट लाइट लोगों पर जँचती है। हार्ड लाइट नहीं जँचती। अधि

कलर घरेलू प्रकाश बल्ब साफ्ट लाइट देते हैं क्योंकि बल्ब पर लगी सफेद फोरस्टिंग बादल का कार्य करके प्रकाश को डिफ्यूज व साफ्टर करती है। हार्ड लाइट प्रायः नाटकीय या मूडी प्रभाव के लिए प्रयोग की जाती है तथा किसी बिन्दु को निशाना बनाने या डराने के लिए इस्तेमाल होती है। प्रायः कैन्डीड फोटोग्राफ में हार्ड लाइट असंकल्पित रूप से मिल ही जाती है, क्योंकि कैमरा का मानक फ्लैश, एक हार्ड लाइट स्त्रोत है। यह एक छोटा, नग्न बल्ब है जो अपनी परिभाषानुसार हार्ड लाइट है। जब तक हो सके, फ्लैश का प्रयोग करें, जितना हो सके उतना साफ्ट एम्बीन्ट लाइट प्रयोग करने का प्रयास करें। हाँ यदि आपको हार्ड लाइट चाहिए तो अपने फ्लैश का प्रयोग करें।

टोन पैर्टनः-

जहाँ पूरी तरह प्रकाश पड़ता है वहाँ हल्की या लाइटर साइड होती है, जहाँ फार्म प्रकाश से दूर मुड़ा होता है वहाँ छाया या शैडोज साइड होती है। जहाँ वस्तु जिस सतह पर रखी है, उसपर प्रकाश पड़ने से रोकती है वह कास्ट शैडो कहलाता है। जब तक लाइट व शैडो साइड्स में शार्प विभाजन न हो तब तक प्रकाश हल्के से गहरी छाया में धीरे–धीरे टोनल वैल्यूज की एक ग्रेड़ेड श्रृंखला में ब्लेन्ड होता है। शैडो साइड के अन्दर यदि वस्तु हल्के रंग की सतह पर रखी गई हो तो, सतह से कुछ मात्रा में प्रकाश परिवर्तित होकर शैडो एरिया पर पड़ेगा, इसे रिफलेक्टेड लाइट कहते हैं। एक चमकीले हल्के परावर्तित सतह पर सबसे चमकीले प्रकाश को हाईलाइट कहते हैं।

प्रायः शेडिंग करते समय शेड ग्रे से आगे नहीं बढते। यदि आपकी वैल्यू रेंज जितनी होनी चाहिए उसकी आधी रह जाती है तो आप अपने रेखांकन की मॉडलिंग और डेप्थ सीमित कर रहे हैं। अपनी ड्रॉइंग के एक किनारे काले कागज का टुकड़ा रखें और अधिक गहरा करने का प्रयास करें, सचमुच गहरा करने से ना डरें।

कास्ट शैडोः-

पहले लाइन पर आइएँ, फिर शेप, फिर पर्सपेक्टिव और प्रोपोर्शन और फिर रेखांकन का सबसे प्रभावशाली भाग पर; प्रायः लाइट और शैडो। बिना लाइट व शैडो के सबसे कुशलपूर्वक बनी, एकदम सटीक पर्सपेक्टिव व प्रोपोरशन वाली रचना भी फ्लैट लगेगी। लाइट और शैडो ड्रॉइंग को सजीव गहराई देते हैं और उसे त्रिआयामी दिखाते हैं।

आपके द्वारा रचित रेखांकन अब वास्तव में कागज़ से बाहर निकलते हुए लगेंगे, जब उनमें लाइट व शैडो किया जायेगा। हम रोजाना शैडोज या छाया देखते हैं परन्तु वास्तव में उन पर ध्यान नही देते। हम छाया को नहीं देखते व यह जानने का प्रयास भी नहीं करते कि प्रकाश कहाँ से आ रहा है या प्रकाश कितने श्रोतों से आ रहा है या प्रकाश के गुण क्या

हैं। आप छाया कैसे ड्रा करते हैं यह दर्शक को सबकुछ बता देगा और यदि आपने गलत शैडो ड्रा की तो दर्शक समझ जायेगा कि रेखांकन गलत है, परन्तु शायद यह न समझ पाये कि क्यों गलत है?

कास्ट शैडो का आकार और पोजीशन, कास्ट करने वाली वस्तु, प्रकाश के कोण और जिस सतह पर छाया पड़ रही है, उसके प्लान की प्रवृति पर निर्भर करता है।

प्रकृति के फार्मस में स्थानीय रंग होता है, जैसे सेब का रंग लाल व टेनिस बाल का सफेद होता है। परन्तु यदि दोनों को साथ–साथ रखकर एक ही प्रकाश से प्रकाशित की जाए तो वह लाइट व शैडो का एक ही सा पैटर्न प्रदर्शित करेगी। हलॉकि सेब का हल्का साइड, टेनिस बाल के लाइट साइड की तुलना में, वैल्यू में कम लाइट होगा और सेब का शैडो साइड टेनिस बाल की शैडो साइड की तुलना में अधिक डार्क होगा।

हाईलाइट्स रेखांकन के सबसे सफेद भाग होते हैं, जबकि मध्यम ग्रेयर टोन्स मिडटोन्स कहलाती है और शैडोज सबसे गहरे भाग होते हैं।

लाइट एण्ड शेडः-

अब तक आपको यह स्पष्ट हो चुका होगा कि हम त्रिअयामी वस्तुओं को इसलिए देख पाते हैं क्योंकि उनपर प्रकाश पड़ता है। बिना लाइट व शैड के सभी वस्तुएँ चपटी या फ्लैट लगेंगी। यह भी आपको ज्ञात हुआ होगा कि सख्त दिशानिर्दिष्ट प्रकाश स्पष्ट निश्चित छाया, वस्तु पर व उसके आस–पास डालता है। यह चमकदार हाईलाइट्स व परावर्तन भी उत्पन्न करता है। डिफ्यूज्ड प्रकाश का प्रभाव अधिक सूक्ष्म होता है।

इसे पाने के लिए रेखांकन करते समय कई तकनीकों का प्रयोग किया जा सकता है। सबसे सामान्य तरीका है, समानान्तर रेखाओं की श्रंखला द्वारा शेडेड भाग का निर्माण करना। इस तकनीक को हैचिंग कहते हैं। जब रेखाएँ पास–पास खीचीं जाती हैं तो डार्क टोन मिलता है और दूर–दूर खीचनें पर लाइट टोन मिलता है। अच्छे परिणाम लाने के लिए आप निम्नलिखित तरीकों का प्रयोग कर सकते हैं –

क्रास हैचिंग- क्रिस क्रास रेखाओं का प्रयोग करें और क्रिस क्रासेस के बीच की दूरी में अन्तर कर शेड का प्रभाव उत्पन्न करें।

स्क्रिबलिंग- निरंतर सीधी लाइनें हमेशा गोल आकार के लिए ठीक नही होतीं इसलिए कर्वड रैन्डम लाइनों का प्रयोग बेहतर होता है।

ब्लेडिंग- शेडिंग में साफ्टनेस लाने के लिए, उँगली या कागज द्वारा इंगित क्षेत्रों पर रगड़ा जाता है।

स्टिपलिंग: छाया दिखाने के लिए सूक्ष्म बिन्दुओं का प्रयोग किया जाता है। बिन्दुओं का घनत्व सुनिश्चित करता है कि क्षेत्र कितना गहरा है।

शेप:-

कागज पर एक अकेली रेखा, कागज को "इस क्षेत्र" व "उस क्षेत्र" में विभाजित कर देती है, साथ ही एक अकेली रेखा आपके द्वारा दिखाने का प्रयास की जा रही वस्तु की बाहरी रूप का प्रतिनिधि भी हो सकती है। रेखाकन में रेखा एक अकेली अति महत्वपूर्ण तत्व हो सकती है क्योंकि यही वह चीज है जो रेखांकन को परिभाषित करती है, परन्तु दूसरा अति महत्वपूर्ण तत्व स्पेस होगा और स्पेस व रेखा के संयोजन से बनी शेप्स होगी।

रेखाओं के बीच बंधा फार्म चित्र का शेप्स बनाता है। ये द्विअयामी, लम्बाई व चौड़ाई वाले होते हैं। शेप्स दो प्रकार के होते हैं--मानव निर्मित व प्राकृतिक। अधिकतर मानव निर्मित शेप्स ज्यामितीय और रेगुलर होते हैं जबकि प्रकृति में मिलने वाले शेप्स ऑर्गेनिक होते हैं और कर्व विविध प्रकार के नियमित व अनियमित आकार का निर्माण करते हैं।

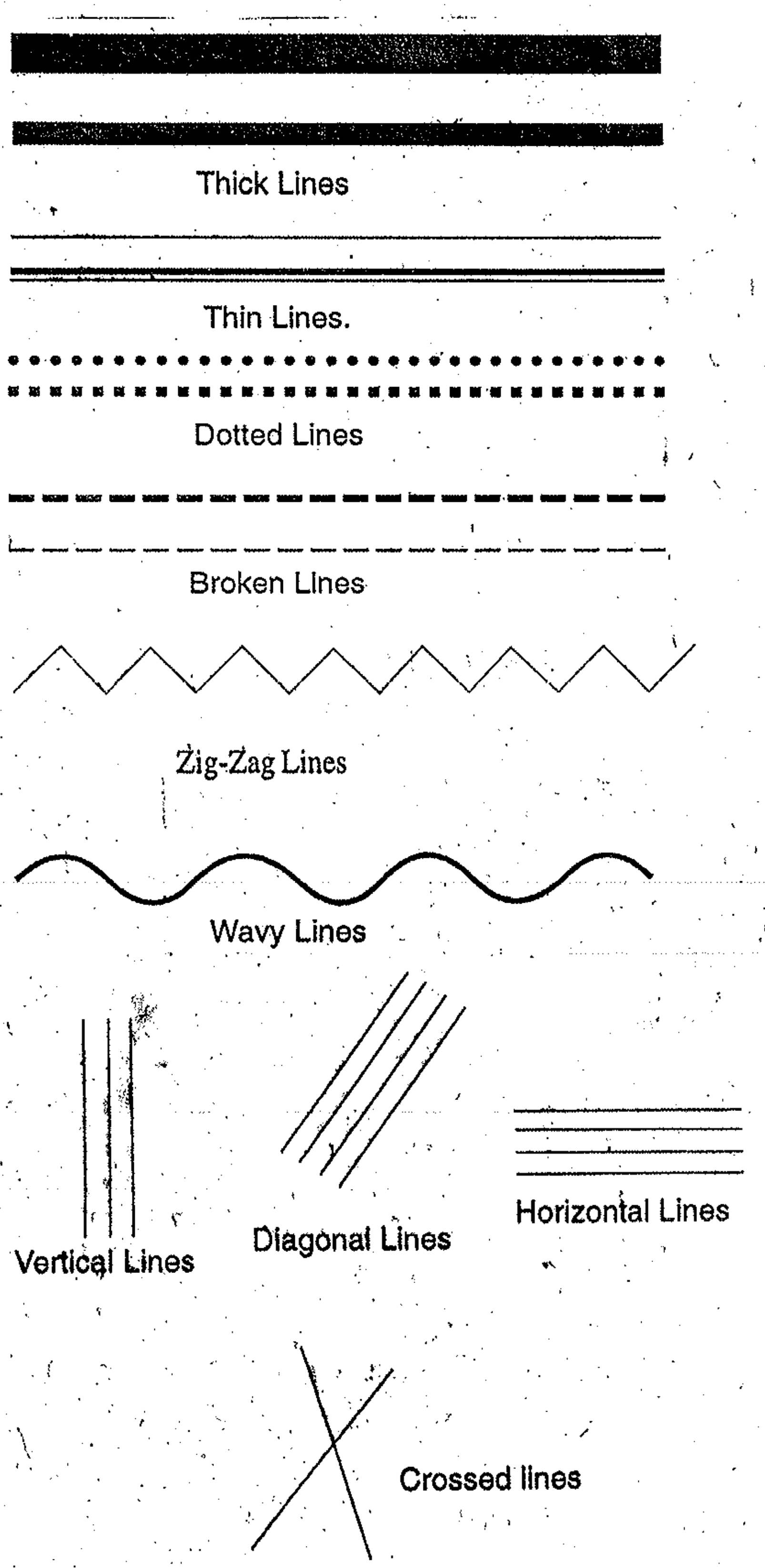
स्पेस:-

स्पेस कागज का वह सफेद भाग है जिस पर आपकी पेन्सिल का चिन्ह नहीं है। यह पुराना "येन एण्ड येंग" विचार है, अच्छा व बुरा, बायें या दायें, सकारात्मक या नकारात्मक व रेखांकन में यह टोन व स्पेस है। आपकी रेखांकन की सतह का यह भाग जिसे आप चिन्हित नहीं करते हमें उतनी ही कहानी बताता है जितना कि वह भाग जो चिन्हित किया गया है। एक सही कान्टूर रेखांकन (एक अकेली रेखा जो एक सामान्य वस्तु की बाहरी किनारी का अनुसरण करती है) पॉजीटिव या निगेटिव स्पेस को सर्वश्रेष्ठ रूप में दिखा सकती है क्योंकि अन्दर कोई भी डिटेल न होने के बावजूद आप समझ सकते हैं कि वस्तु किसका प्रतिनिधित्व करती है। अतः कलाकार रेखांकन की व्हाइट स्पेस कही जाने वाली चीज पर ध्यान दे कि यह निगेटिव स्पेस है। इस अभ्यास से आपके रचनात्मक मस्तिष्क को आपके लॉजिकल मस्तिष्क के पसोपेस में डालने में सहायता मिलेगी। आपका लॉजिकल मस्तिष्क यह नहीं समझ पायेगा कि आप क्या चित्रित कर रहे हैं क्योंकि आप वस्तु नहीं ड्रा कर रहे होगें बल्कि उसके आस पास की खाली स्पेस ड्रा कर रहे होगें।

फार्म:-

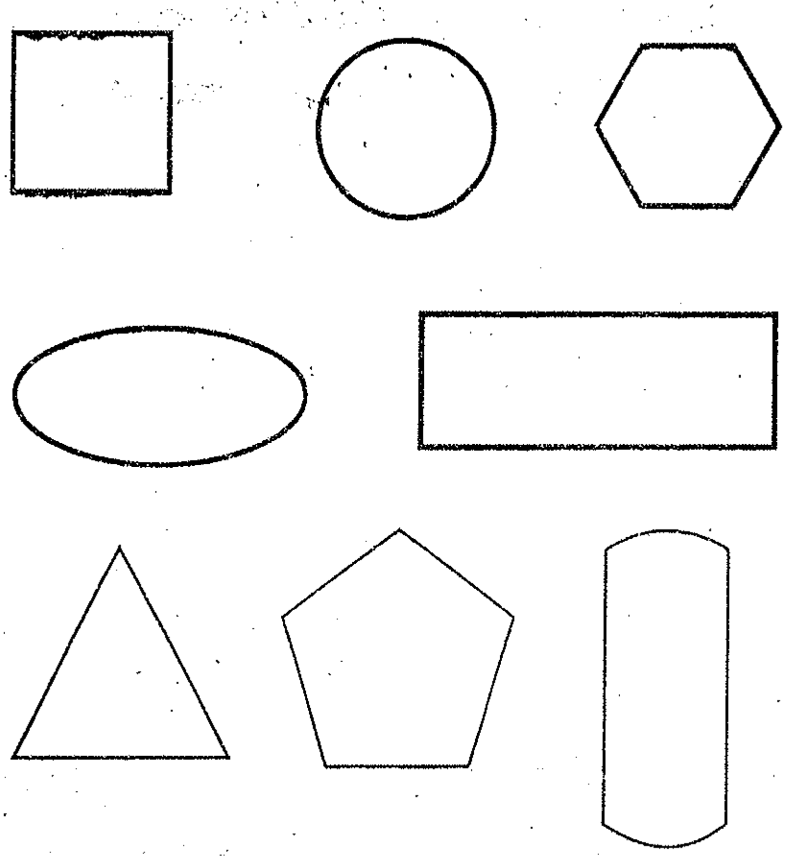
स्पेस द्विआयामी होते हैं, जबकि फार्म त्रिअयामी होते हैं। रेखांकन में जैसे ही तीसरा अयाम जोड़ा जाता है अर्थात लम्बाई व चौड़ाई में गहराई का अयाम जोड़ा जाता है, फार्म अस्तित्व में आ जाता है। फार्म ज्यामितीय व प्राकृतिक दोनों प्रकार के हो सकते हैं।

विभिन्न प्रकार की लाइनें

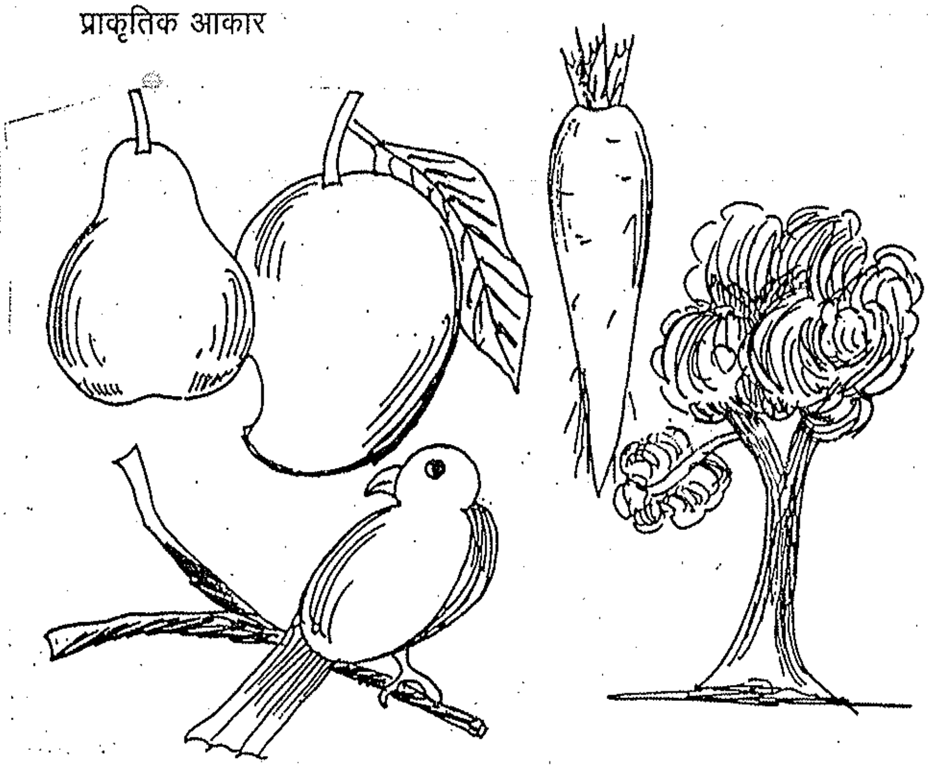


विभिन्न प्रकार के आकार

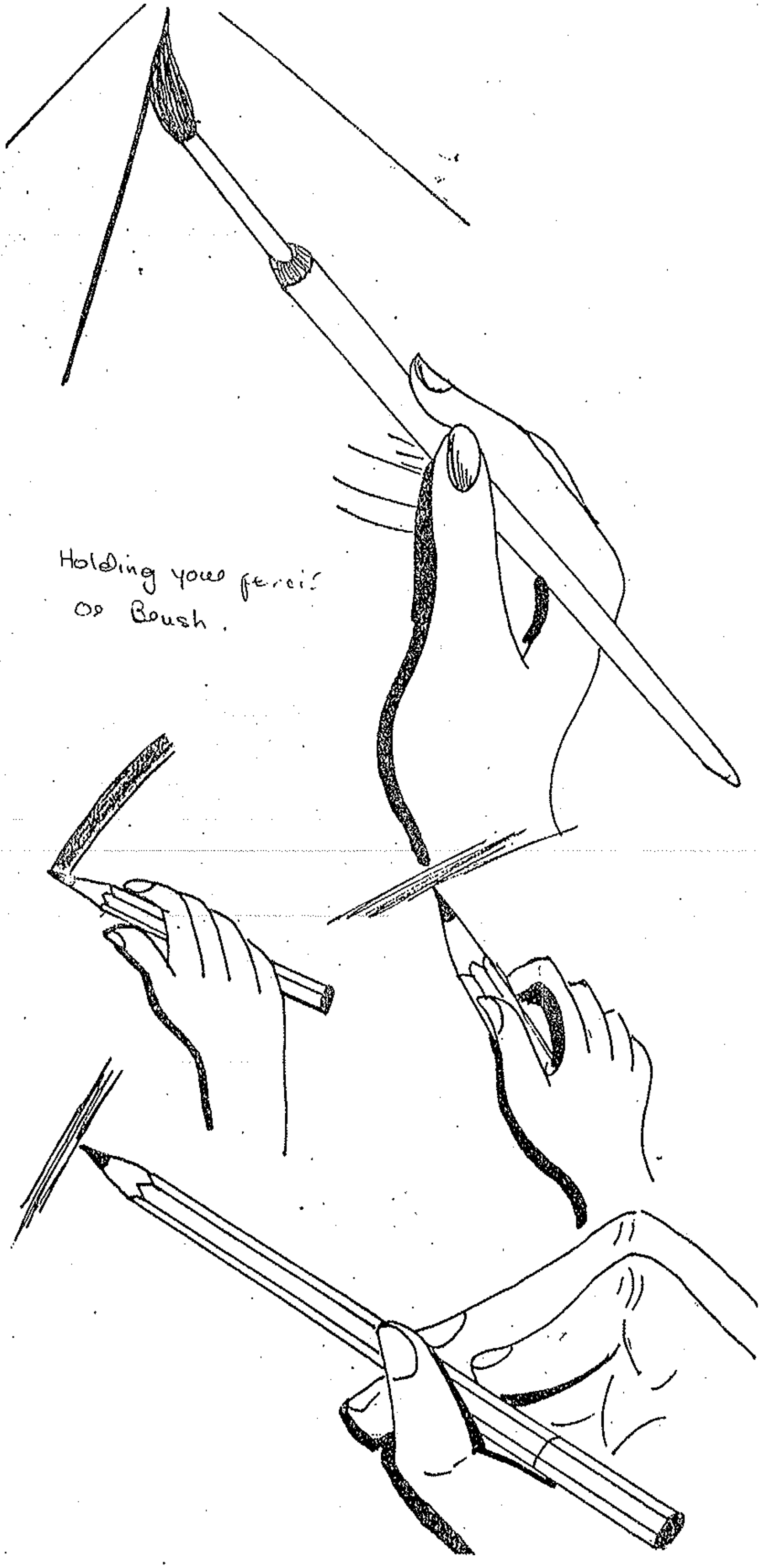
मानव निर्मित आकार



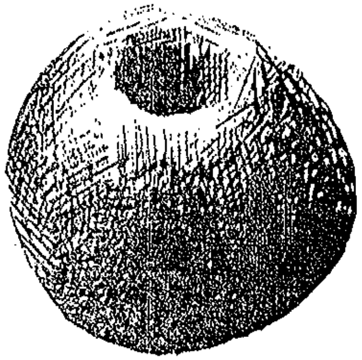
प्राकृतिक आकार



ब्रश तथा पेन्सिल पकड़ने का तरीका

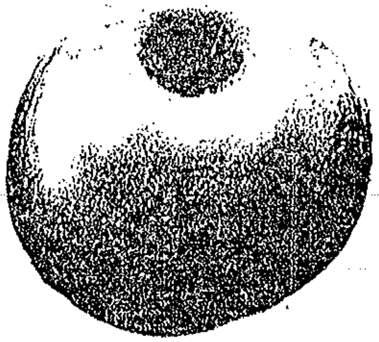


विभिन्न प्रकार की हैचिंग

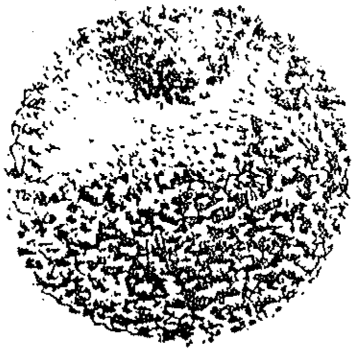


क्रास हैचिंग

स्क्रिबलिंग



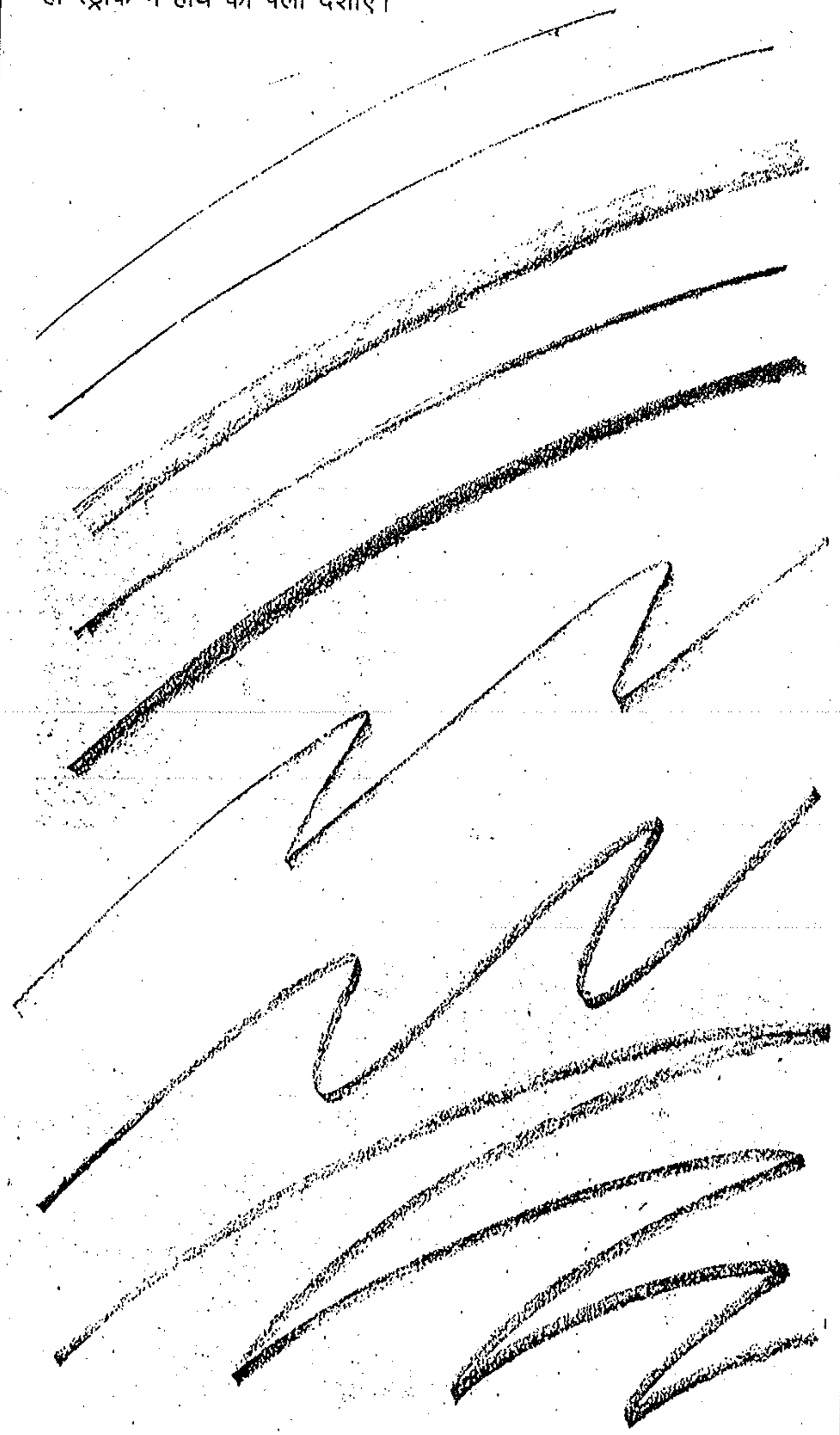
ब्लेन्डिंग।



स्टिपलिंग

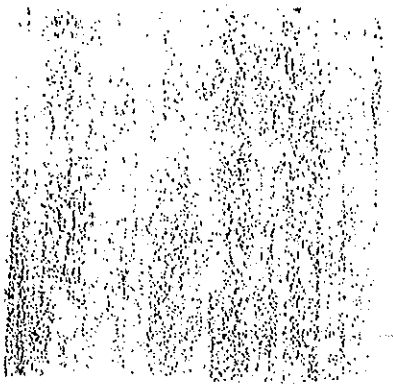
क्रिया—१

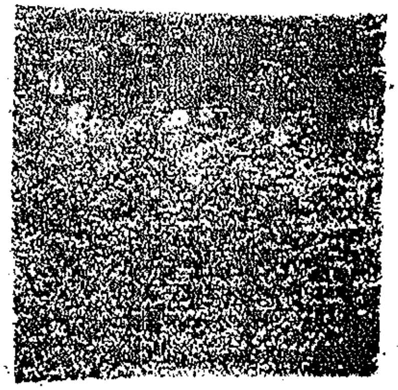
विभिन्न प्रकार की पेंसिल्स लें और कागज के एक टुकड़े पर बाईं ओर से शुरू करके, दाईं ओर पर खत्म होती रेखाएँ खीचें। रेखाएँ निरन्तर होनी चाहिए जो एक ही स्ट्रोक में हाथ का फ्लो दर्शाए।

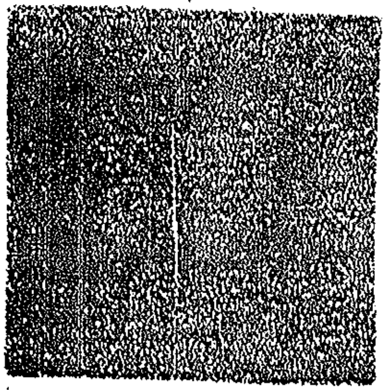


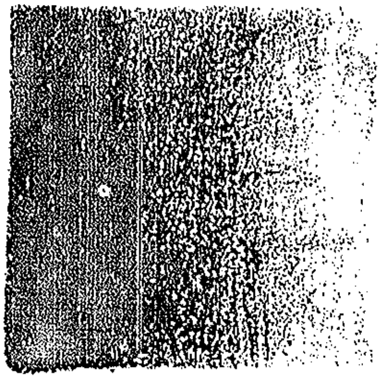
क्रिया–२

दो इंच नाप के चार वर्ग अपने कागज पर खींचें व हर एक में फ्लैट शेडिंग करें। पहले वर्ग में २.बी पेंसिल का प्रयोग करें। दूसरे वर्ग में ४ बी, व तीसरे वर्ग में ६ बी पेंसिल का प्रयोग करें। चौथे वर्ग में दिखाए गए तरीके से, हल्की से गहरी शेडिंग करें।



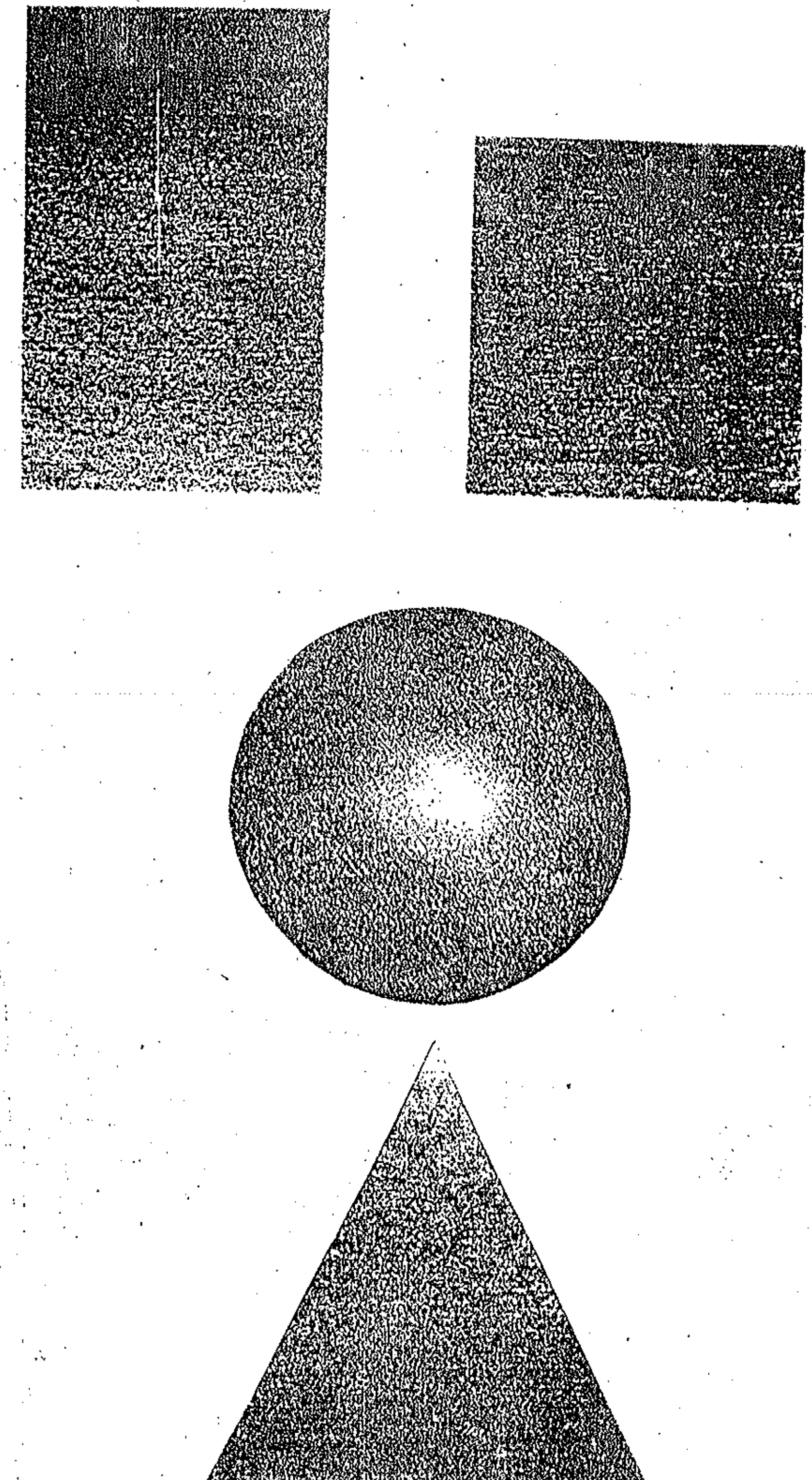






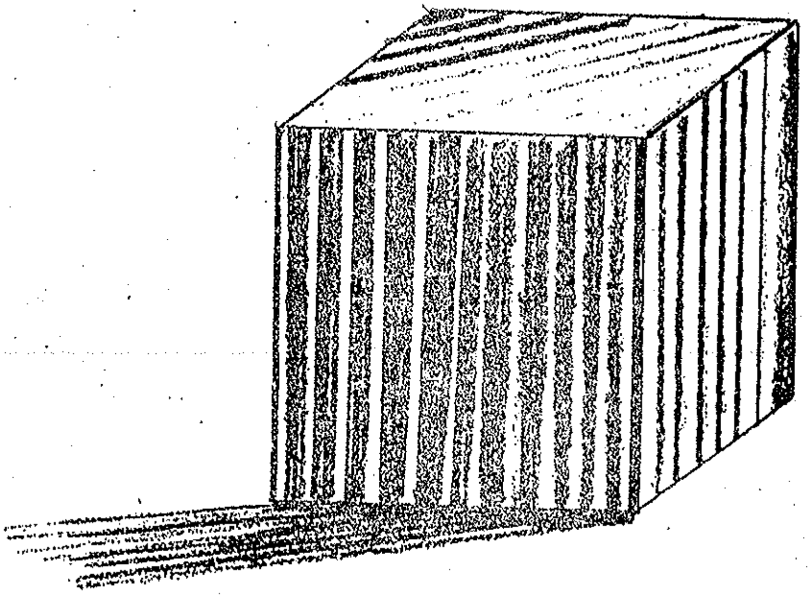
क्रिया—३

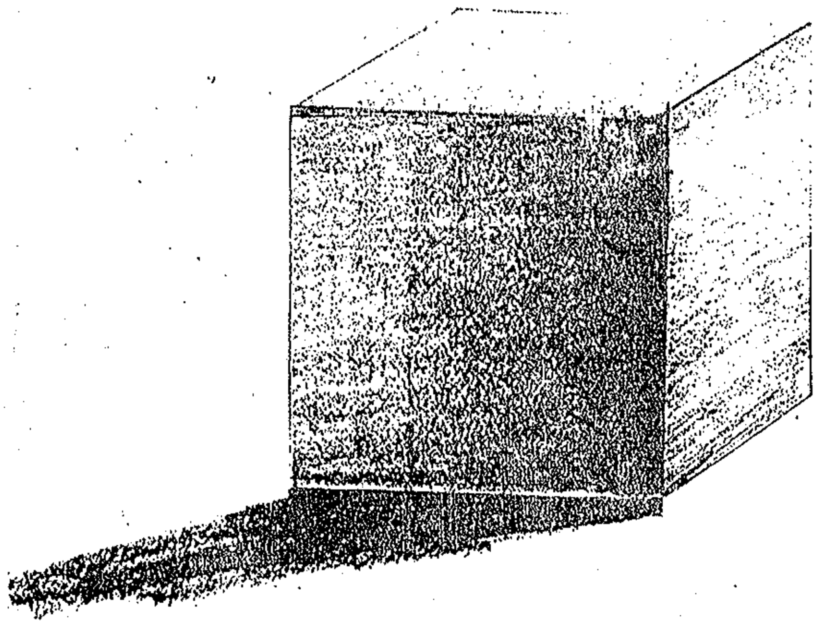
एक वर्ग, आयत, त्रिकोण व गोला बनायें। अपनी शेडिंग पेंसिल्स २ बी, ४ बी, ६ बी, का प्रयोग कर, चित्र में दिखाये गये तरीके से हल्के टोन से गहरे टोन तक करें।



क्रिया–४

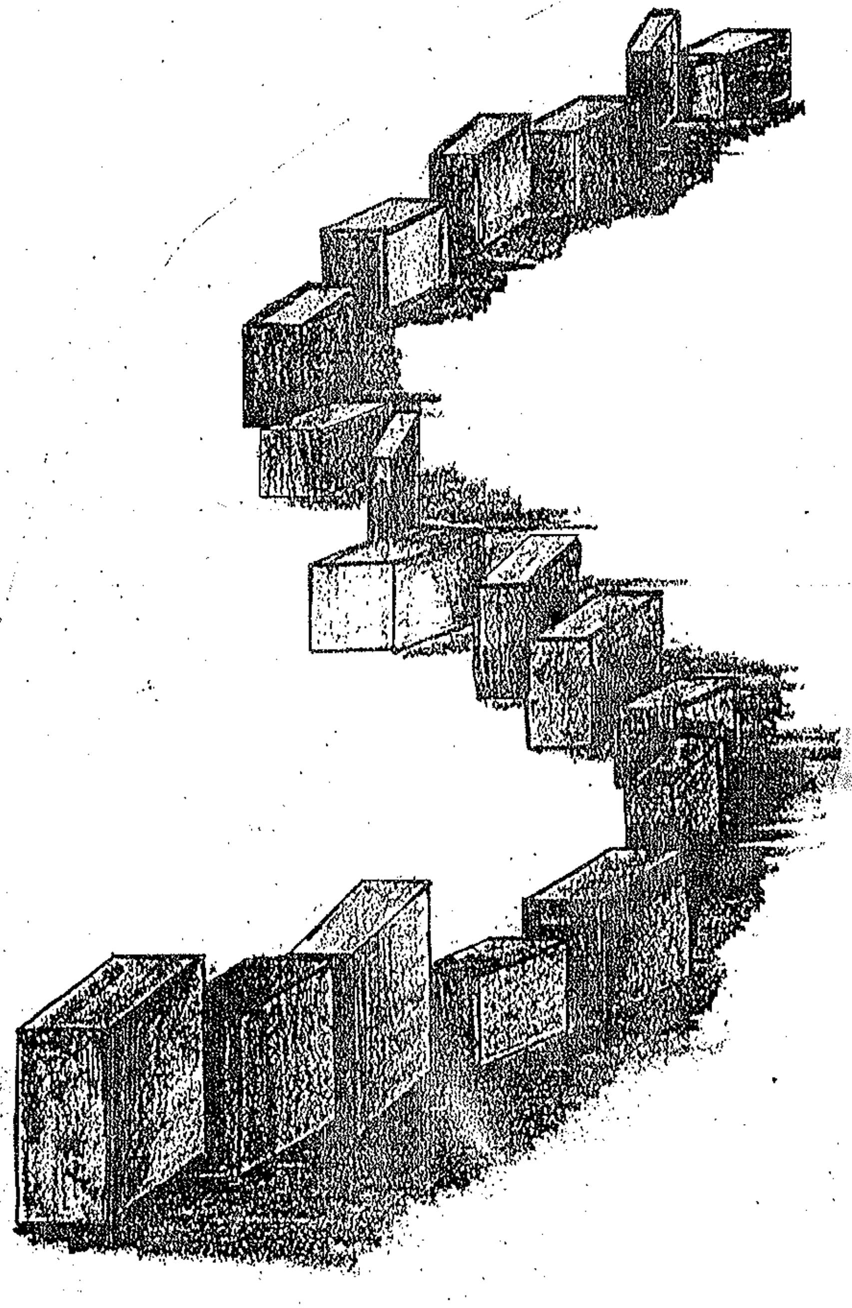
एक क्यूबोड बनाइए और यह कल्पना करते हुए कि प्रकाश किसी एक दिशा से पड़ रहा है, अपनी शेडिंग पेंसिल्स का प्रयोग कर क्यूब्रोड को शेड करें। अभ्यास के लिए आप इस क्रिया को अन्य शेड्स के साथ भी दोहरा सकते हैं।





क्रिया--५

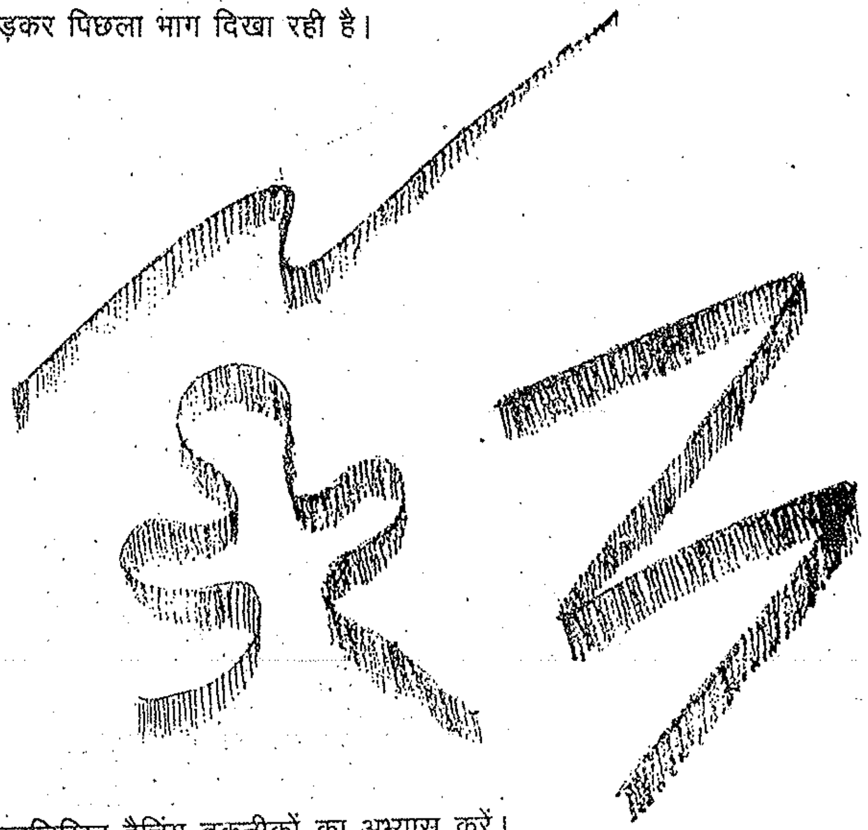
विभिन्न प्रकार के कई ब्लाक्स मेज पर रखे हैं जो एक घुमावदार रेखा का अनुसारण करते हैं। एक दूसरे के आगे पीछे रखे इन ब्लाकों का रेखांकन करें व अपनी शेडिंग पेन्सिल्स से करें।



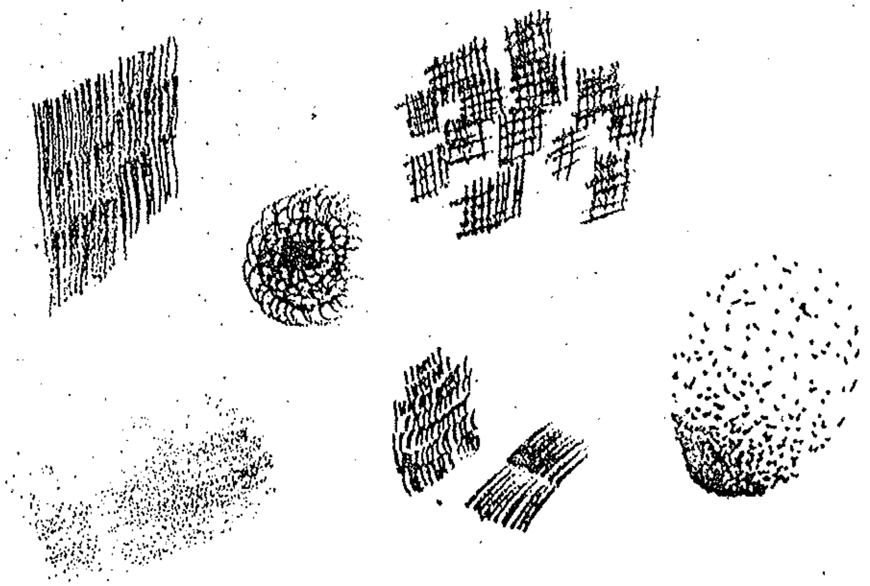
क्रिया—६

पेन या पेन्सिल का प्रयोग करते हुए निम्नलिखित अभ्यास पूर्ण करें।

एक वेवी रेखा खींचे और फिर दिखाए गये तरीके से सीधी रेखाएँ खींचें। घुमावदार रेखा का अनुसरण करें व ऐसा करते समय अपनी पेंसिल की रेखाओं को सीधा रखें। एक बार आप ऐसा कर लेते हैं तो आपको दिखेगा कि दीवार की अग्र साइड मुड़कर पिछला भाग दिखा रही है।

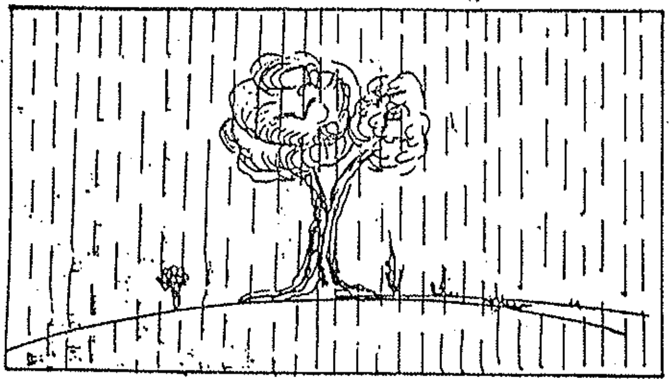


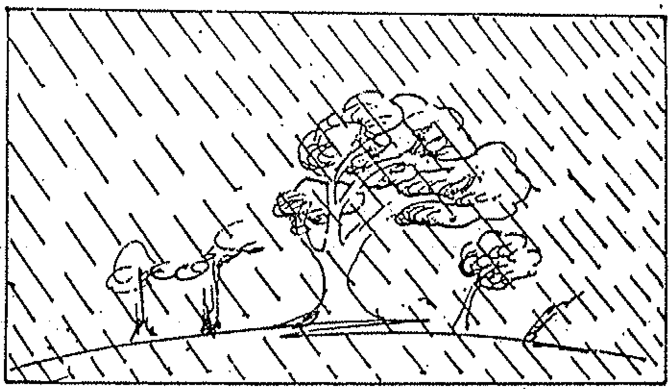
निम्नलिखित हैचिंग तकनीकों का अभ्यास करें।



क्रिया—७

विभिन्न प्रकार की लाइनों का प्रयोग करें और भावनाओं को दर्शायें।





अभ्यासः-

१. विभिन्न तीव्रताओं की रेखाएँ कागज पर खींचने का प्रयास करें, कागज के बाई ओर से शुरू कर, दाई ओर खत्म करें।

२. कुछ रसोई के बर्तन अपने सामने रखें व कम्पोजीशन की रचना करें। कागज के एक चौथाई टुकड़े पर इसे ६ फिट की दूरी से देखते हुए रेखांकित करें।

२.४ सारांशः-

डिजाइनिंग के विद्यार्थी होने के कारण हमें यह जानना आवश्यक है कि अपने विचारों को कागज पर कैसे उतारा जाए। यह यूनिट आपका परिचय ड्रॉइंग व स्केचिंग के मूल तत्वों से कराता हैं। अपने आस--पास जिन्हें देखते हैं वह त्रिअयामी वस्तुएँ हैं। आपके रेखांकन का कागज़ द्वि--अयामी है। डिजाइनिंग का कार्य अपने द्विअयामी पेपर इलस्ट्रेशन को त्रिअयामी पेपर इलस्ट्रेशन में बदलना।

ऐसा करने का पहला तरीका यह समझना है कि प्रकाश का किसी वस्तु विशेष पर क्या प्रभाव पड़ता है, कहाँ छाया उत्पन्न होती है, कहाँ हाईलाइट्स बनती है, इत्यादि।

रेखांकन में टोन भी महत्वपूर्ण है। इसका संदर्भ रेखांकन के हल्के व गहरे क्षेत्रों से होता है। यदि प्रकाश तेज है तो प्रकाश व छाया का अन्तर स्पष्ट होगा। परन्तु यदि प्रकाश हल्का व नर्म है तो टोन पैटर्न मिलता है।

प्रकाश का वस्तु पर प्रभाव एक स्वाध्ययन का विषय है। प्रकाश के पड़ने पर वस्तु द्वारा डाली गयी छाया और वस्तु से परावर्तित प्रकाश इसकी प्रवृत्ति का द्योतक है। यदि सही प्रकार से इलस्ट्रेट किया जाए तो यह चित्रण का सौन्दर्य बढ़ा देता है।

हर रेखांकन एक रेखा से शुरू होता है। रेखाओं का अपना चरित्र होता है। आपका रेखा खींचने का तरीका, शक्ति, नजाकत इत्यादि जैसी भावनाएँ व्यक्त करेगा।

रेखाओं को एक साथ रखने पर शेप्स मिलती है और शेप्स को तीसरा अयाम देने पर फार्मस मिलते हैं। शेप्स नैचुरल (प्राकृतिक) या मानव निर्मित (मैनमेड) हो सकते हैं।

स्पेस वह क्षेत्र है जो आपकी कलाकृति के लिए उपलब्ध हो।

रेखांकन का मूल तत्व बिन्दु है। जब बिन्दुओं (डाट्स) को इतना पास--पास रखा जाए कि उनके बीच का अन्तर नग्न आँखों से देखा न जा सके तो एक रेखा बनती है। लाइन्स विविध प्रकारों की होती है। थिक, थिन, डाटेड, ब्रोकेन, जिग जैग, वेवी, वर्टिकल, डायगोनल,

होरिजेन्टल, क्रास्ड लाइन इत्यादि। लाइनें, कैरेक्टर्स की द्योतक होती है। साफ्ट, हार्ड, एन्ग्री, हैप्पी, एक्साईटिंग इत्यादि लाइनें हो सकती हैं।

जब रेखाओं को एक निश्चित फारमेट में रखा जाता है, तो शेप्स बनती है। शेप्स द्विअयामी होते हैं और प्राकृतिक या मानव निर्मित हो सकते हैं। शेप्स में तीसरा अयाम जोड़े जाने पर फार्मस बनते हैं।

२.५ स्वनिर्धार्य प्रश्न/अभ्यास

१. स्पेस, टोन, लाइट, शैडो और फार्म से आप क्या समझते है?

२. किसी वस्तु को कितने तरह से आप शेड कर सकते हैं?

३. कास्ट शैडो से क्या अभिप्राय है?

४. सीधी लाइन की हैच से एक स्टिल लाइफ बनाइएँ।

५. एक वस्तु अपने सामने रखें जिस पर सीधा प्रकाश पड़ रहा हो, उसे बनाएँ तथा शेड करें।

२.६ स्वाध्यय हेतुः-

१. स्टेप बाई स्टेप आर्ट स्कूल ड्रॉइंग द्वारा जेनी रॉडबेल प्रकाशक–हैमलिन

२. ड्रॉइंग एण्ड पेन्टिंग कोर्स द्वारा ए०एच० हाशमी प्रकाशक–पुस्तक महल, दिल्ली।

यूनिट-३

संरचना

३.१ यूनिट प्रस्तावना

३.२ उद्देश्य

३.३ पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग

३.४ सारॉश

३.५ स्वार्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

३.६ स्वाध्ययन हेतु

३.१ यूनिट प्रस्तावनाः-

रेखांकन अभिव्यक्ति का माध्यम है। यह एक शक्तिशाली माध्यम है, जो प्राचीन युग में भी अस्तित्व में था। रेखांकन, फ्लैट अर्थात लम्बाई व चौड़ाई वाला द्विअयामी या त्रिअयामी जहाँ आप गहराई का तीसरा अयाम जोड़ देते हैं, हो सकता है। जब किसी रेखांकन में कई वस्तुएँ दिखाई जा रही हों और हर वस्तु की दूसरे के परिप्रेक्ष्य में अपनी स्थिति हो, तो पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग सहायक होती है।

३.२ उद्देश्यः-

आप एक ऐसा भवन, जिसके सामने कई लोग खड़े हैं, कैसे रेखांकित करेगें? हर वस्तु एक भिन्न अवस्था पर है। आप एक दर्शक हो और आपका एक दर्शनाबिन्दु (व्यू प्वाइन्ट) है जहाँ से रेखांकन होना है। गह गूनिट आपको बताता है कि ऐसे दृश्यों को पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग की सहायता से किस प्रकार रेखांकित किया जा सकता है।

३.३ पर्सपेक्टिव ड्रॉइंगः-

लाइनर पर्सपेक्टिव एक ज्यामितीय तरीका है कागज पर यह दर्शाने का कि जैसे–२ वस्तुएँ दूर होती जाती हैं, वह छोटी व एक दूसरे के पास–२ स्थित नजर आती हैं। लाइनर पर्सपेक्टिव के आविष्कार का श्रेय फ्लोरेन्टाइन आर्किटेक्ट ब्रूनलेसची को जाता है, और यह विचार आगे चलकर रिनेसेन्स कलाकारों द्वारा विकसित व प्रयोग किया गया।

पर्सपेक्टिव, ऑख द्वारा देखे जाने वाले, दूरी व गहराई के भ्रम व इसी भ्रम को कागज

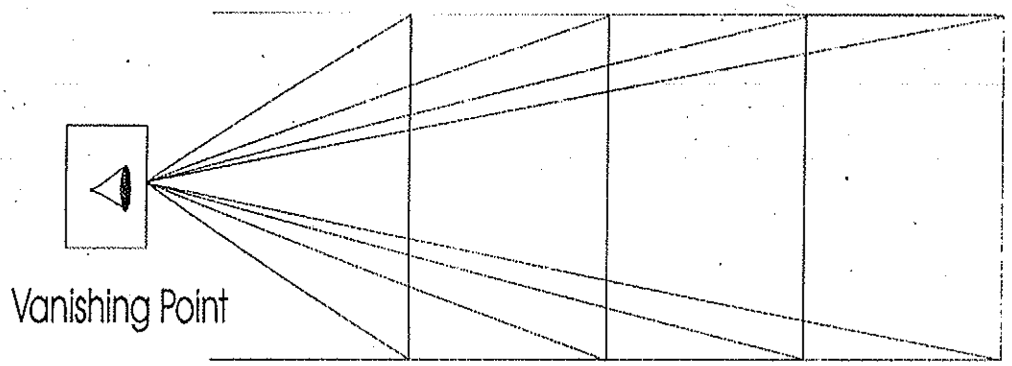
की सपाट सतह पर रचने की कला को दिया गया नाम है। वस्तु का रूप हमारी आंख के सापेक्ष में उसकी स्थिति पर निर्भर करता है। आप वस्तु के जितने करीब होगें वह उतनी ही बड़ी (असली) दिखेगी, जितना दूर जायेगें वस्तु उतनी ही छोटी होती चली जायेगी। पर्सपेक्टिव के मूल सिद्वान्त निम्न हैं–

१. ऑखों से दूर जाती वस्तुएँ छोटी होती हुई प्रतीत होती जाती है।

२. समानान्तर रेखाएँ ऑखों से दूर जाते हुए मिलती हुई नजर आती हैं।

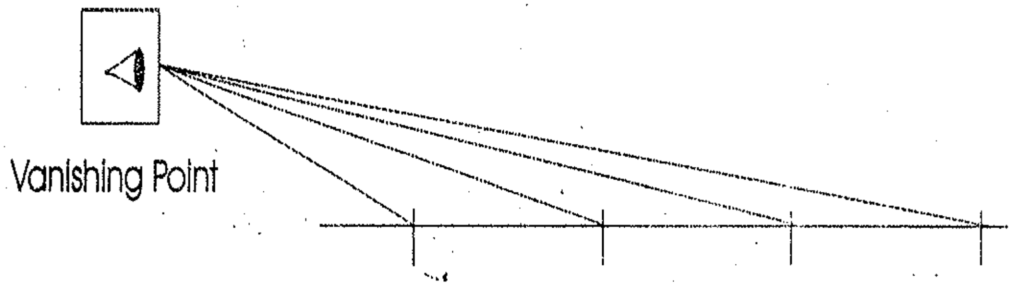
यदि आप एक सीधी सड़क को दूर तक देखें तो उसके समानान्तर किनारे, दूर किसी बिन्दु पर मिलते हुए प्रतीत होते हैं, इस बिन्दु को वैनिसिंग प्वाइंट कहते हैं तथा पन्द्रहवीं शताब्दी से इसका प्रयोग कला में सच्चाई लाने के लिए किया जा रहा है।

मान लीजिए कि आपको दूरी पर गायब होता रेलरोड ट्रैक चित्रित करना है। दी गई दूरी तक के रेल ट्रैक के विभिन्न बिन्दुओं ऑखों की ओर जितनी प्रोजेक्टेड होती जाती है। ऑख से दूरी बढने के साथ–साथ इन किरणों द्वारा बनाये गये कोण भी उतने ही छोटे प्रतीत होते जाते हैं। निम्न चित्र में दर्शक (कैमरा या ऑख) का ट्रैक पर ओवरहेड व्यू दिखाया गया है।



Side View From Drawing
Side view through dimension

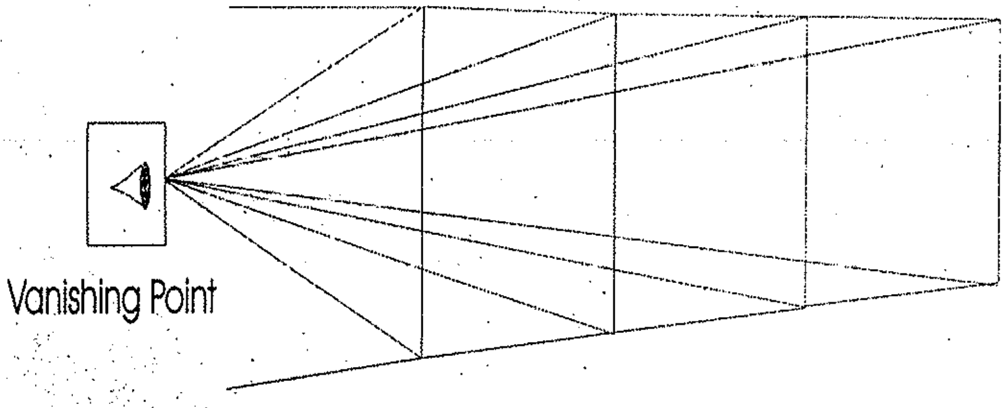
अगले चित्र में साइड व्यू दिखाया गया है। दर्शक की ऑख या कैमरा जमीन से ऊपर है।



Plane of the Drawing

Side view on plane line

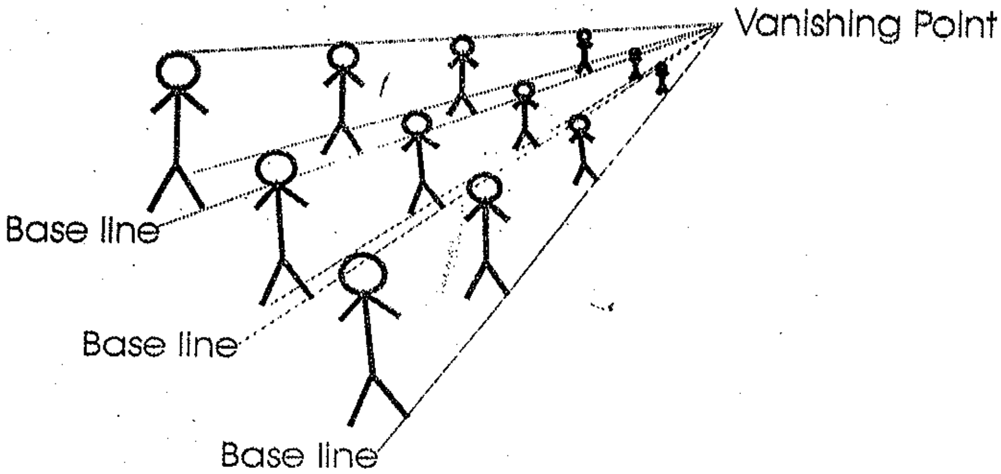
अगले रेखांकन में दिखाया गया है कि ट्रैक को कैसे रेखांकित करें। पर्सपेक्टिव में रेखांकन करने के लिए, एक क्षैतिज रेखा बनाएँ और उस पर कहीं भी वैनिशिंग बिन्दु बनाएँ। असल जीवन में समानान्तरण रेखाएँ, चित्र में वैनिशिंग प्वाइंट पर मिलती हुई चित्रित की जाती हैं।



Side View From Drawing

Side view through prospective

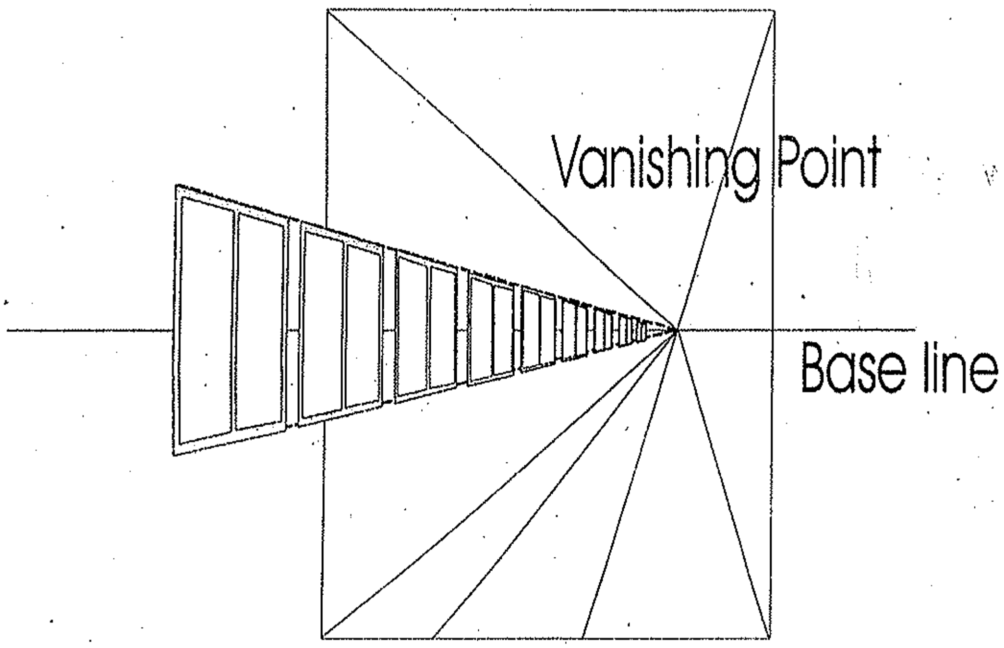
दूर की आकृतियाँ छोटी होती है किन्तु उनका आकार व समानुपात वैसा ही रहता है, जैसा कि पास से देखे जाने पर होगा। ज्यामितीय में हम कहेगें कि आकृतियाँ एक समान होती हैं।



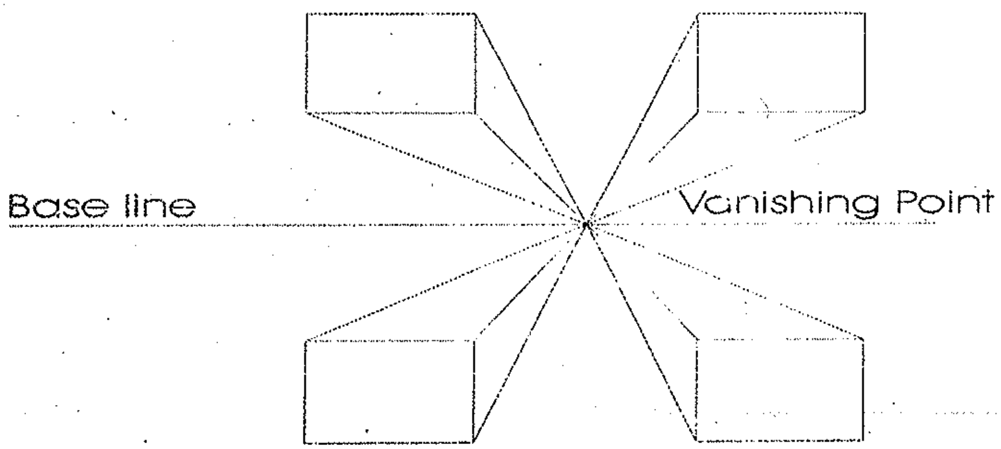
Single Point Perspective

निम्न चित्र में एक लम्बा कमरा जिसकी बाई दीवार पर खिड़की है, दिखाया गया है। खिड़की ट्रेपेजोड आकार में हैं।

अपने ज्यामितीय ज्ञान का प्रयोग कर, हालवे के दूसरी ओर एक ऐसी ही खिड़की बनायें और फिर खिड़कियों की एक पूरी लाइन बनायें। सबसे सरल समस्या को शुरू करने के लिए यह मान लें कि सभी खिड़कियों के शीर्ष, हालवे की एक ही ऊंचाई पर हैं, व सभी खिड़कियों का निचला भाग एक ही स्तर पर है।

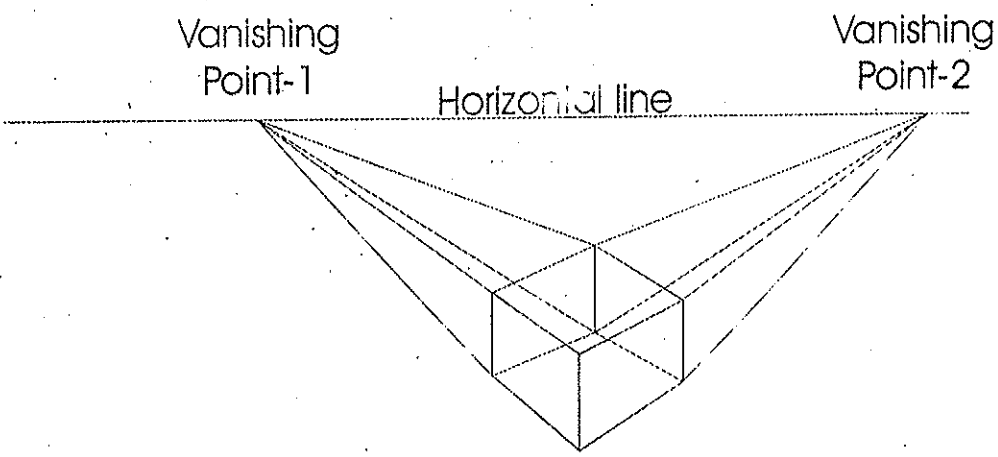


एक एकदम सीधे खाली घास वाले प्लेन पर गाड़ी चलाने की कल्पना करें। एक सड़क बाड़ और खम्भे, सभी आपके आगे, दूर किसी बिन्दु की ओर छोटे होते हुए लगेंगे। **यह** सिंगल प्वाइंट (एकल बिन्दु) पर्सपेक्टिव है। सिंगल या वन प्वाइंट बिन्दु, वस्तुओं को त्रिअयामी दिखाने का सबसे सरल तरीका है। इसका प्रयोग प्रायः ऑन्तरिक दृश्यों व ट्रिक–दा–आई प्रभाव उत्पन्न करने में होता है। वस्तुओं को ऐसा रखा जाना चाहिए कि सामने का भाग पिक्चर प्लेन के समानान्तर हों तथा साइड्स एक बिन्दु पर, दूर जा कर मिले।



Plane of the drawing

टू प्वाइंट पर्सपेक्टिव थोड़ा जटिल होता है, चूँकि वस्तु के सामने व पीछे, दोनों के किनारे तथा साइड के किनारे, वैनिशिंग प्वाइंट की ओर छोटे होते जाने चाहिए। टू प्वाइंट पर्सपेक्टिव का प्रयोग प्रायः लैण्ड स्केप में भवनों का रेखांकन करते समय किया जाता है। प्रभाव को आगे बढाते हुए थ्री प्वाइंट पर्सपेक्टिव का प्रयोग प्रभावशाली दृश्यात्मक प्रभावों की रचना के लिए किया जा सकता है, जैसे स्काईस्क्रैपर से एक दृश्य।



Two Point Perspective

यहाँ दिया गया है कि कैसे सरल टू प्वाइंट पर्सपेक्टिव का प्रयोग कर, एक डिब्बा बनाया जा सकता है। यदि आपने इसे पहले नहीं किया है तो यह आपको जटिल बना सकता है, अतः एकबार में एक स्टेप ड्रा करिए।

पहले, अपने कागज के शीर्ष पर एक होरिजेन्टल रेखा खींचे। जितनी दूरी पर हो सके, दो वैनिशिंग प्वाइंट बनाइये।

अपने डिब्बे के सामने वाले कोने से एक छोटी लम्बवत रेखा बनाइए और फिर इस रेखा के ऊपरी व निचले बिन्दु से हर वैनिशिंग प्वाइंट पर एक कन्स्ट्रक्शन लाइन बनाइएँ।

आगे, अपने फ्रन्ट कार्नर के बाई ओर, ऊपरी निचली कान्स्ट्रक्शन लाइन के मध्य एक लम्बवत रेखा खींचें। इस रेखा के शीर्ष व तल को, दायें वैनिशिंग प्वाइंट (वीपी २) पर वापस कन्स्ट्रक्शन लाइन बनाइएँ। आगे, एक ऐसी लम्बवत रेखा, फ्रन्ट कार्नर के दाई ओर बनाएँ और इसके शीर्ष व तल से बायें वैनिशिंग प्वाइंट (वीपी १) तक कन्स्ट्रक्शन लाइन्स बनायें।

जहाँ ऊपरी कन्स्ट्रक्शन लाइन्स मिलें, वहाँ से निचली कन्स्ट्रक्शन लाइन्स के मिलने वाले बिन्दु पर रेखा खीचे। यह आपके डिब्बे का पिछला कोना देगा।

कन्स्ट्रक्शन रेखाओं व कोई भी ऑन्तरिक रेखा को मिटा दें।

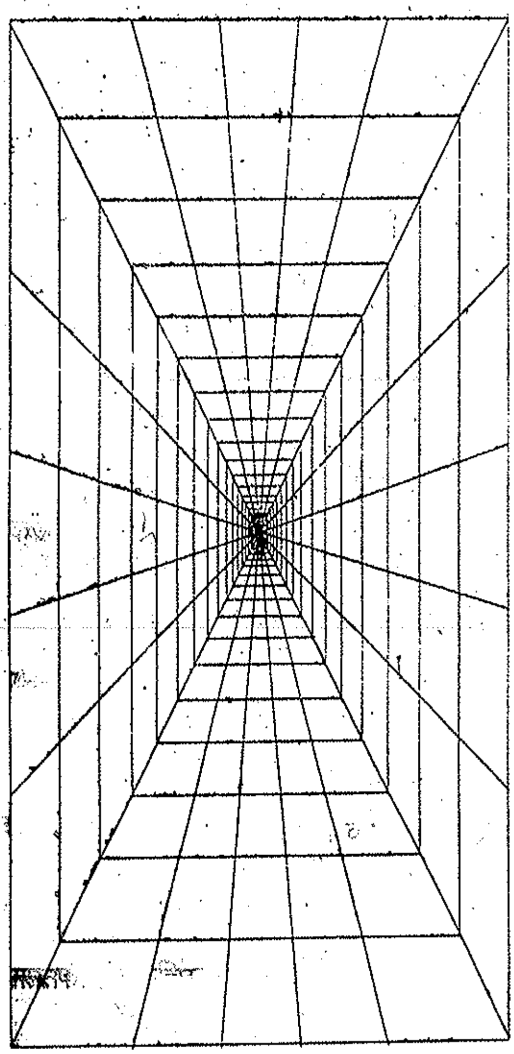
इसे क्षैतिज रेखा की विभिन्न ऊचाइयों पर रखकर व डिब्बे को वैनिशिंग प्वाइंट्स के सापेक्ष में विभिन्न स्थितियों पर रखकर भी, करके देखें। ध्यान रहे कि वास्तविक पर्सपेक्टिव लाने के लिए अत्यधिक दूर रखे गये वैनिशिंग प्वाइंट की आवश्यकता होती है।

अपने ड्रॉइंग पेपर के नीचे एक बड़ा अतिरिक्त कागज का टुकड़ा रखकर अपने वैनिशिंग प्वाइंट को अपनी मेज व रूलर के अनुसार जितना दूर हो सके, रखकर प्रयोग करने का प्रयत्न करें।

एरियल पर्सपेक्टिव की एक विचारधारा भी है। दूर जाती हुई वस्तुएँ धुंधली होती जाती है। उदाहरणार्थ पहाड़ दर्शक से जितने दूर होगें, उतने ही अधिक नीले व हल्के दिखेगें। यह वातावरण की उपस्थिति के कारण होता है जो स्पष्ट देखने में बाधा डालता हैं।

कलाकार के लिए यह एक लाभ है जिसका प्रयोग वह अपने रेखांकन में कर सकता है। वह दूर स्थित वस्तुओं को हल्का दिखा सकता है।

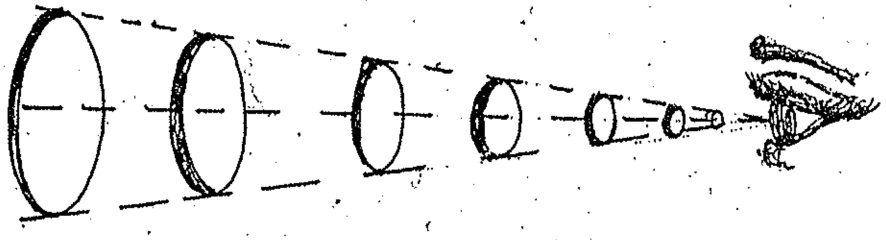
इस स्केच से आपकी वन प्वाइंट पर्सपेक्टिव विचारधारा निश्चित होनी चाहिए।

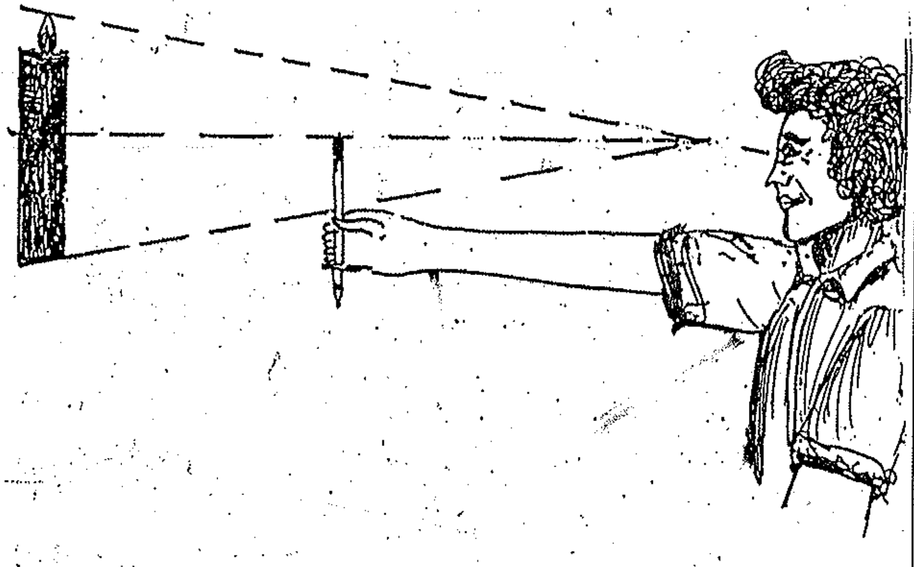


Vanishing Point

Drawing in Single Point Perspective

मान लीजिए कि आप अपने सामने मेज पर एक वस्तु रखें। अब वस्तु को नाप कर रेखांकित करने के सिद्धान्त का प्रयोग करके, आपको यह वस्तु विभिन्न दूरियों से बनानी है। इससे आपको यह सिद्ध हो जायेगा कि वस्तु जितनी दूर होगी उतनी छोटी नजर आयेगी व जितनी पास होगी उतनी बड़ी दिखेगी।



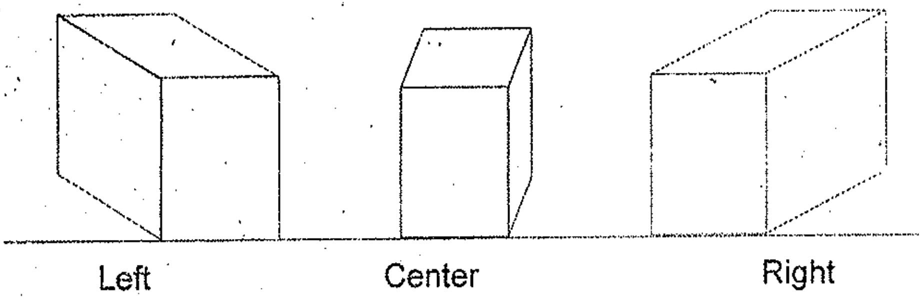


मान लीजिए कि आप अपनी आई लेवल से थोड़ा नीचे एक साधारण डिब्बा स्केच बनाने के लिये मेज पर रखते हैं।

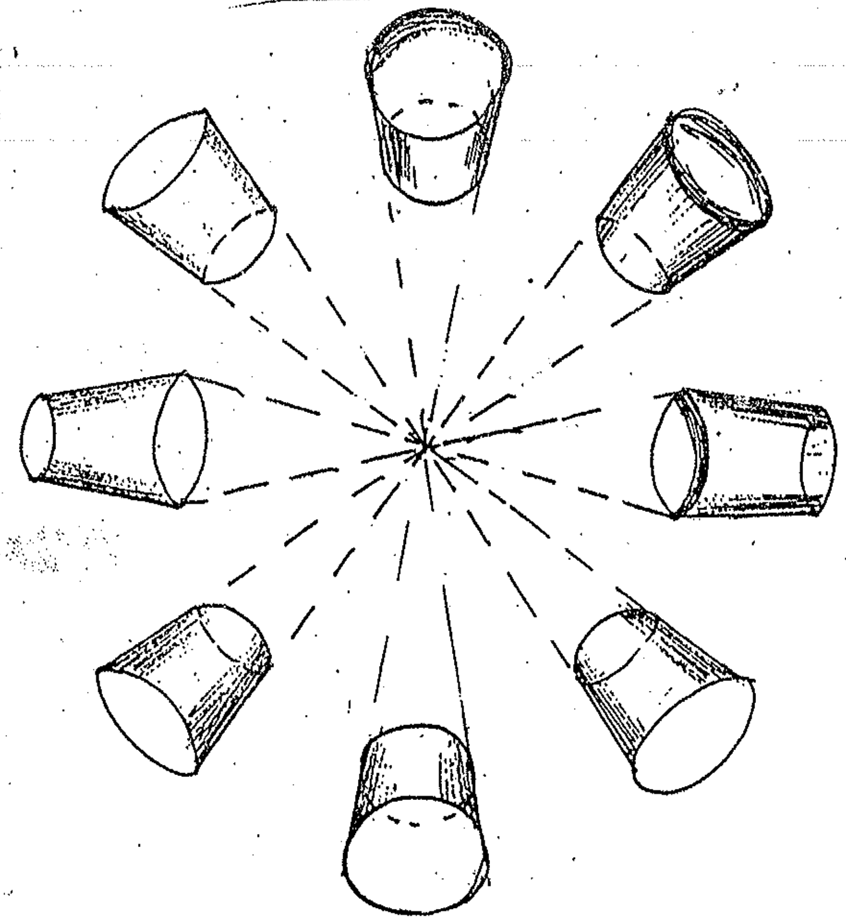
१. ठीक सामने रखे एक डिब्बे के साथ

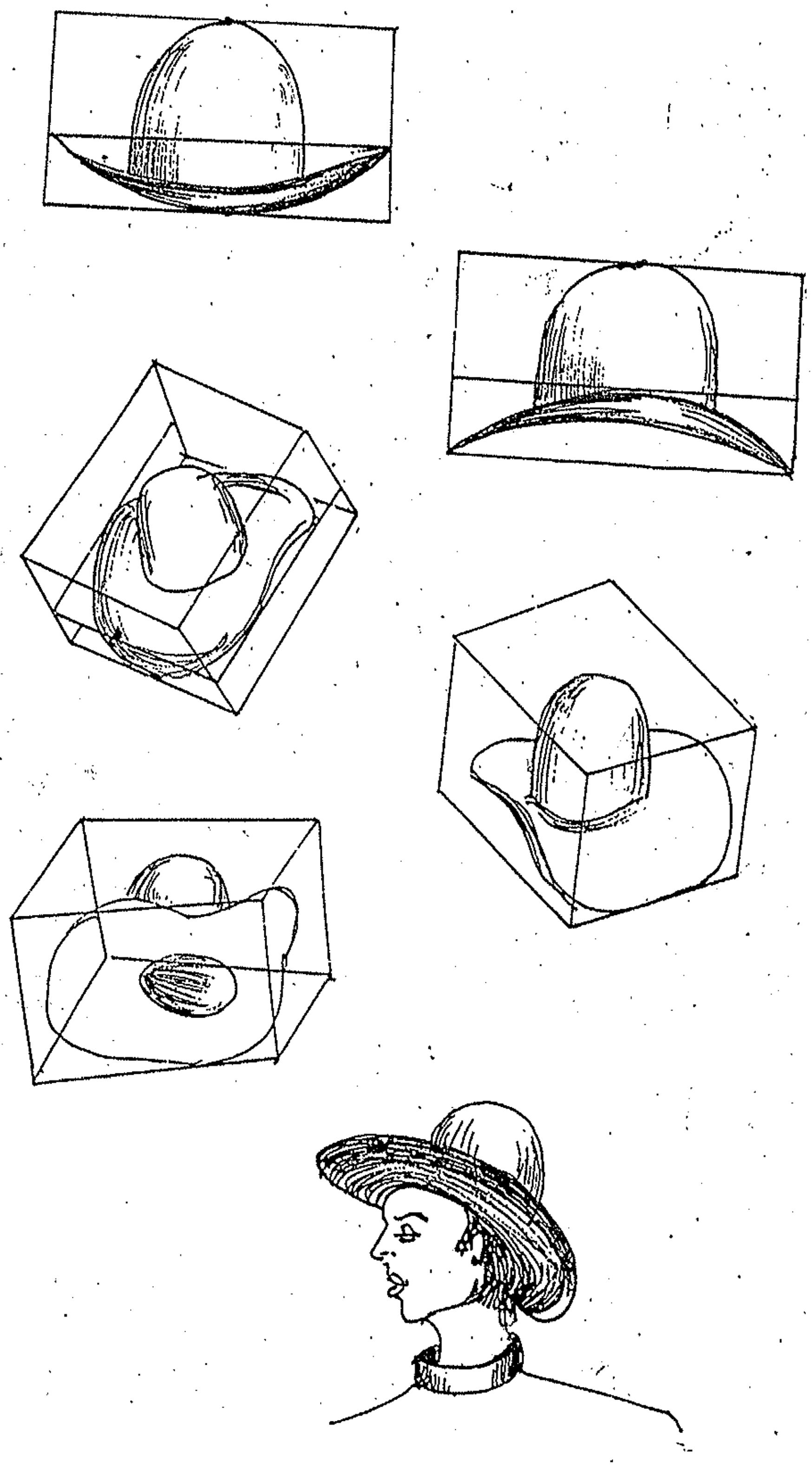
२. दाई ओर रखे एक डिब्बे के साथ

३. बाई ओर रखे एक डिब्बे के साथ



यह ड्रॉइंग एक गिलास की स्थितियों को विभिन्न कोणों से दर्शाता है।

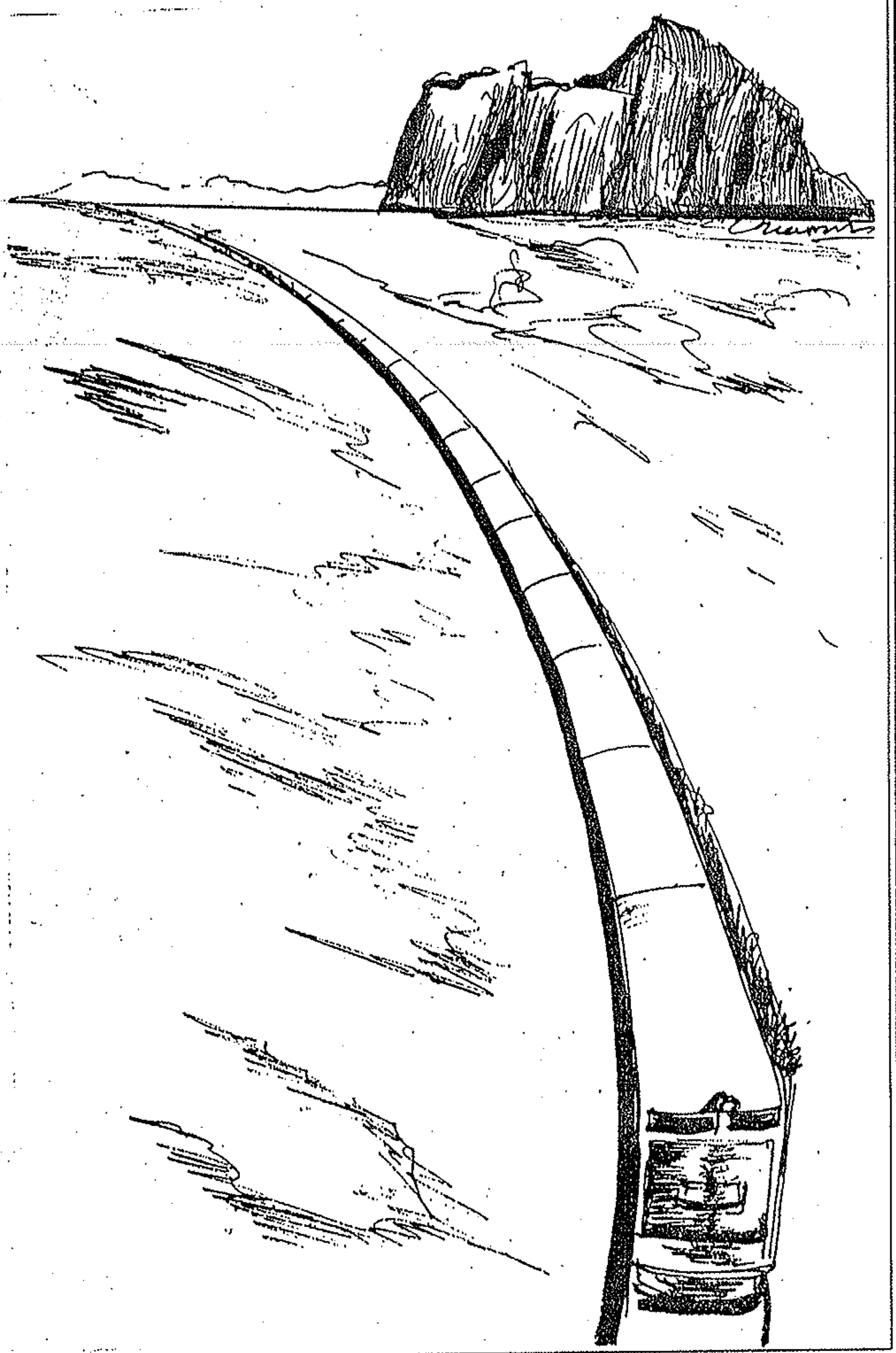




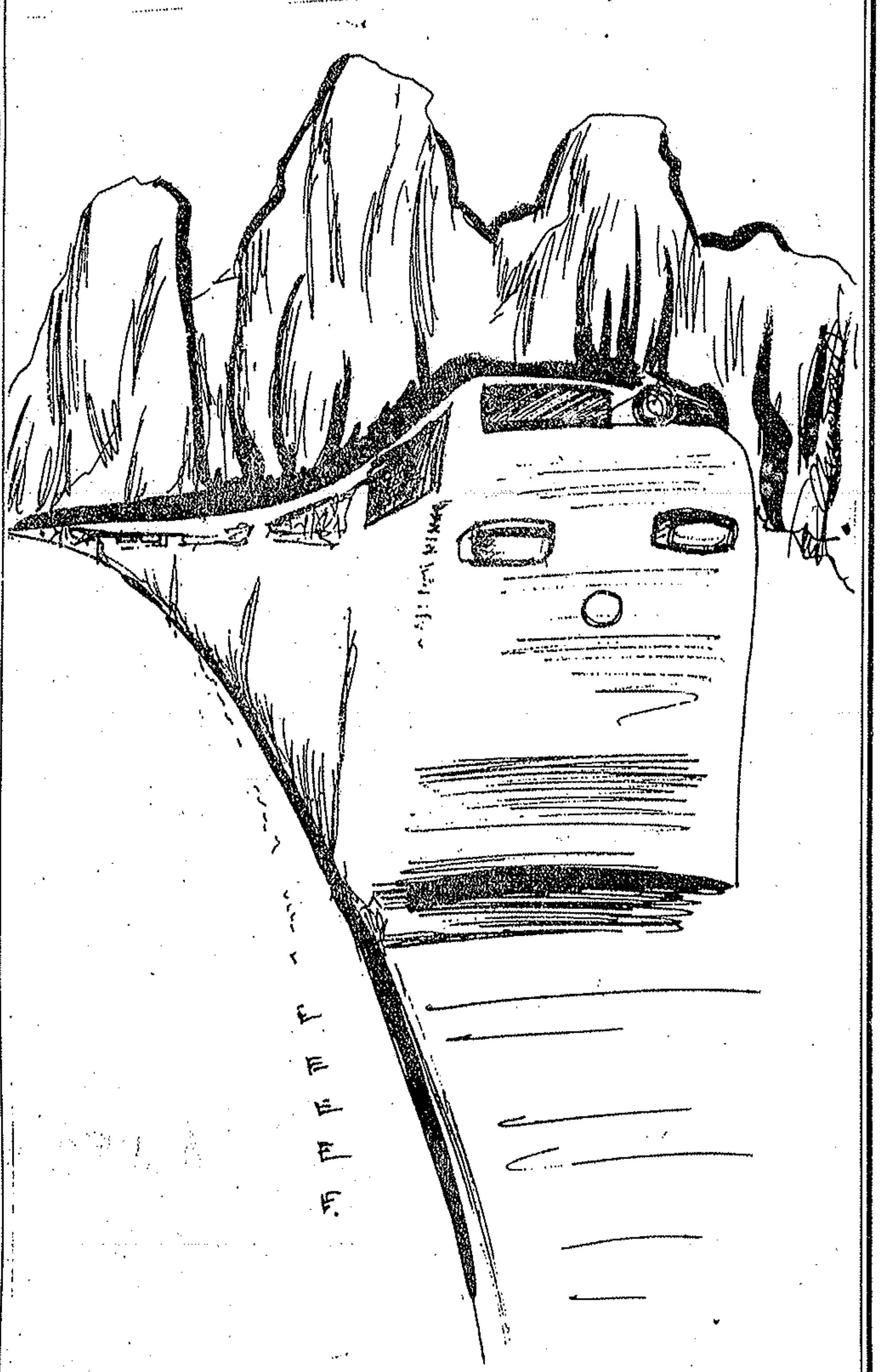
इसी तरह डिब्बे में रखी एक हैट दिखेगी, यदि आप इसे विभिन्न साइड्स से देखेगें।

यह आपको बताता है कि पर्सपेक्टिव को ध्यान में रखते हुए अक्षर कैसे लिखें जायें। दिया गया हर इलस्ट्रेशन भिन्न है। एक रूलर रख कर शब्दों की शीर्ष व तल की रेखा का अध्ययन करें।

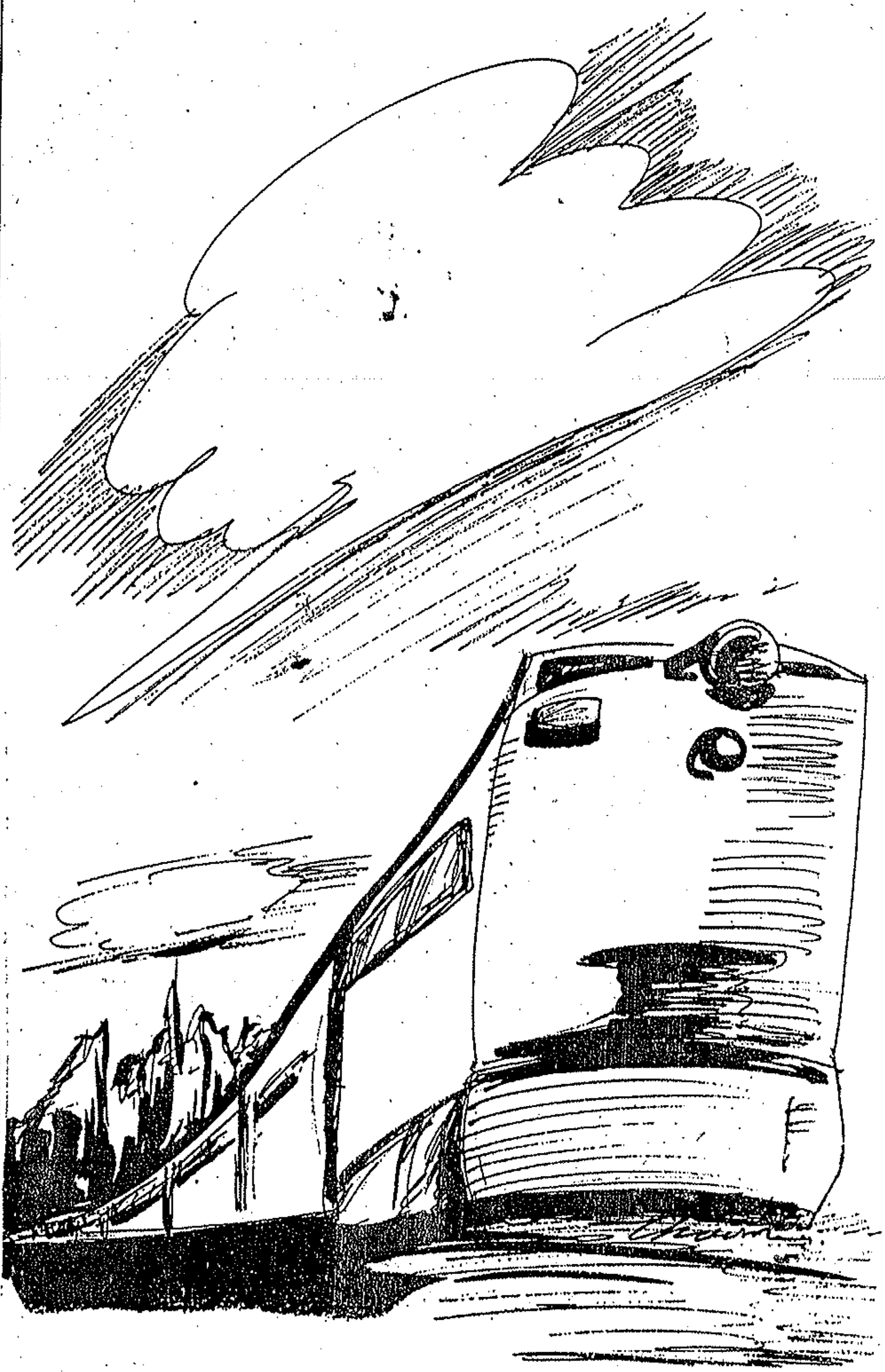
यह स्केच आपको एक पक्षी की आँख के दृश्य जैसा एक ट्रेन की ड्रॉइंग को ऊँचाई से दर्शाता है।



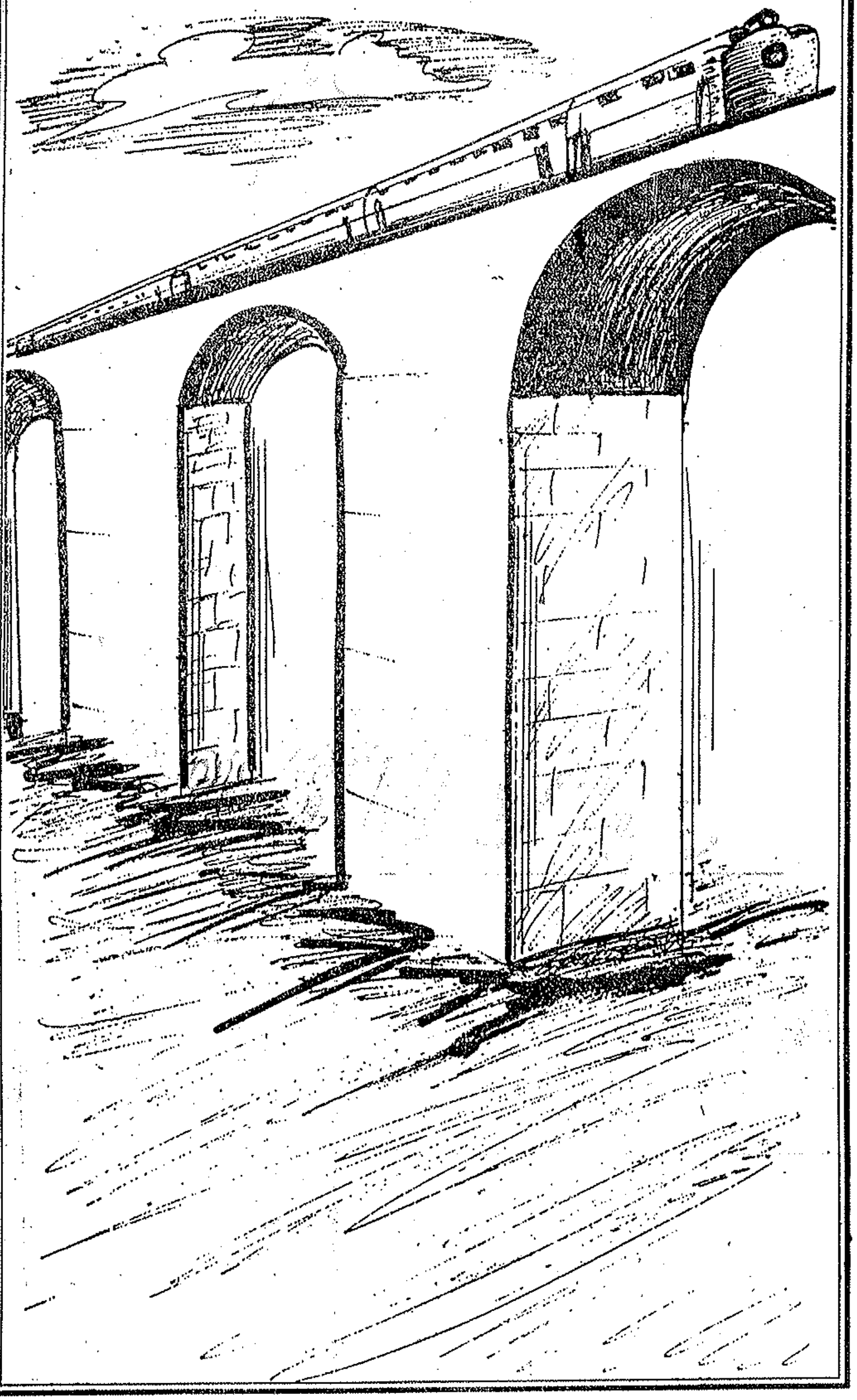
यह स्केच आपको एक ट्रेन की ड्रॉइंग को उसी लेवल से देखने पर सामान्य दृश्य दर्शाता है।



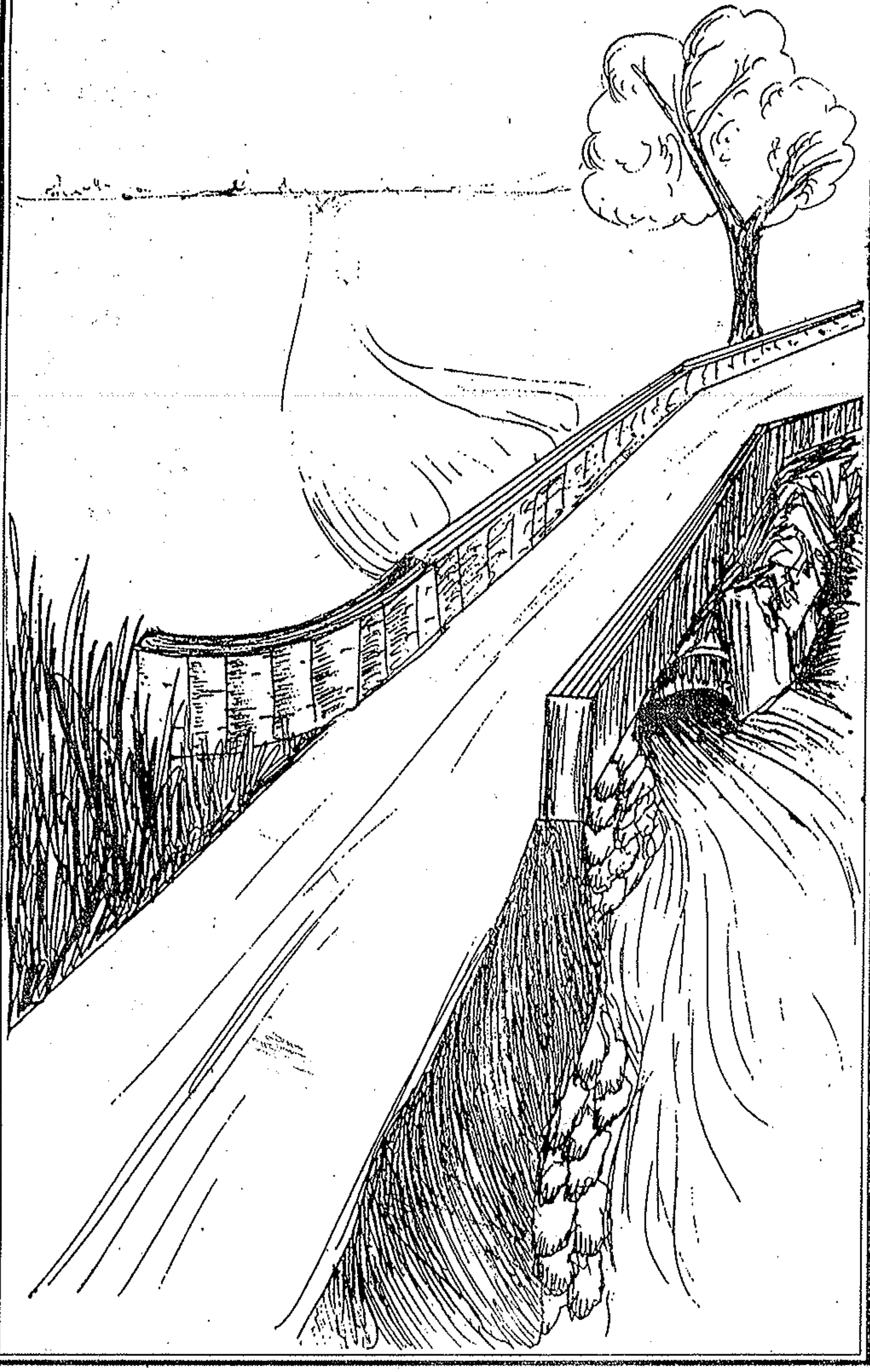
यह चित्र आपको, जमीन के स्तर से देखी गई रेलगाड़ी का रेखांकन दिखाता है। कल्पना कीजिए कि आप ट्रेन को, जमीन पर लेटकर ऊपर की ओर देख रहे हैं।



यह चित्र निचले स्तर से देखी जा रही रेलगाड़ी का रेखांकन है। कल्पना कीजिए कि आप रेलगाड़ी को ओवरहेड पुल से गुजरते हुए देख रहे हैं। आप पुल के नीचे वाली सड़क पर खड़े हैं।



यह एरियल पर्सपेक्टिव का उदाहरण है जहाँ दूर की वस्तुएँ हल्की रेखाओं द्वारा बनाई गई हैं।



३.४ सारांश:-

पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग रेखांकन की वह तकनीक है, जिसके द्वारा कलाकार, वस्तुओं को त्रिआयामी दिखा सकता है। पन्द्रहवीं शताब्दी में कलाकारों ने लीनियर पर्सपेक्टिव का आविष्कार किया और इतिहास के रेनीसेन्स युग की शुरूआत में सहायता की। पर्सपेक्टिव के आविष्कार से पहले कई कलाकारों ने अपनी कलाकृतियों में सामान्य तकनीकों जैसे–वस्तुओं को एक दूसरे के सामने रखा दिखाने के लिए ओवरलैपिंग करना इत्यादि, का प्रयोग कर गहराई व स्पेस का भाव लाने का प्रयास किया था। उन्होंने बड़ी वस्तुओं को आगे व छोटी वस्तुओं को पीछे दूरी पर भी रखा। हलाँकि कभी–कभी यह तकनीकें स्पेस को इतने सही तरीके से नहीं दर्शा पाती हैं, जितना कि आज की कलाकृतियों में देखा जा सकता है।

लीनियर पर्सपेक्टिव एक ज्यामितीय रेखांकन है जो इस सिद्वान्त पर कार्य करता है कि वस्तुएँ दूर जाने पर छोटी व एक दूसरे के करीब नजर आती हैं। सड़क के एक छोर पर खड़े होकर सामने देखकर इसे आसानी से सिद्ध किया जा सकता है। लोगों को सामने देखते देखते आपको सड़क की चौड़ाई कम होती नजर आने लगेगी और आगे कुछ दूरी पर आपको सड़क व आसमान मिलते नजर आयेगें। यह दर्शाता है कि हमसे सबसे ज्यादा दूर स्थित वस्तु की ऊँचाई सबसे कम होनी चाहिए तथा यदि दर्शक व वस्तु की दूरी बढ रही हो तो दो वस्तुओं के बीच की दूरी कम हो जानी चाहिए। इसे सामान्यतः सिंगल प्वाइंट (एकल बिन्दु) पर्सपेक्टिव कहा जाता है।

लैण्डस्कैप में भवनों का रेखांकन करते समय टू प्वाइंट पर्सपेक्टिव का प्रायः प्रयोग किया जाता है। इस प्रभाव को आगे थ्री प्वाइंट पर्सपेक्टिव तक भी बढाया जा सकता है जिसका प्रयोग प्रभावशाली दृश्यगत प्रभावों की रचना में किया जाता है जैसे–एक स्काईस्क्रीपर का देखा जा रहा दृश्य जिसे कभी–कभी एरियल पर्सपेक्टिव भी कहते हैं, वस्तुएँ दूरी के बढने के साथ ही धुँधली होती दिखती हैं।

अभ्यास-१

१. दिए गये सभी इलस्ट्रेशन्स को ग्राफ कागज पर बनाएँ और जानने का प्रयास करें कि कौन सा बिन्दु, रेखांकन के तल पर कहाँ पड़ेगा।

३.५ स्वानिर्धार्य प्रश्न/अभ्यास

१. पर्सपेक्टिव ड्राइंग क्या है?

२. सिंगल प्वाइंट व टू प्वाइंट पर्सपेक्टिव में क्या अन्तर है?

३. एरियल पर्सपेक्टिव क्या है?

४. वन प्वाइंट पर्सपेक्टिव का चित्र बनाएँ।

५. पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग में अपने ज्ञान का प्रयोग करते हुए एक बाजार का दृश्य रेखांकित करें।

३.६ स्वाध्ययन हेतुः-

१. स्टेप बाई स्टेप आर्ट स्कूल ड्राइंग, द्वारा जेन्नी रॉडवेल, प्रकाशन–हैमलिन

२. पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग द्वारा अर्नेस्ट नार्लिंग, प्रकाशन–वाल्टर फोस्टर।

यूनिट-४

सहस्वरूप

४.१ प्रस्तावना

४.२ उद्‌देश्य

४.३ इलस्ट्रेशन्स फॉर स्केचिंग

४.४ सारांश

४.५ स्वार्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

४.६ स्वाध्ययन हेतु

४.१ यूनिट प्रस्तावना:-

इस यूनिट को इसलिए शामिल किया गया है कि विद्यार्थियों ने अब तक जो कुछ भी सीखा है, उसका अभ्यास कर सकें। ड्रॉइंग शेडिंग व पर्सपेक्टिव के आधारभूत ज्ञान का एक साथ प्रयोग करके अपनी डिजाइन प्रेरणाओं के लिये रूचिकर इलस्ट्रेशन्स की रचना की जा सकती हैं।

४.२ उद्‌देश्य:-

इस यूनिट का मुख्य उद्‌देश्य विद्यार्थियों को ड्रॉइंग व पर्सपेक्टिव का एक साथ अभ्यास कर ड्रॉइंग व इलस्ट्रेशन में हाथ साधने का है। इससे उन्हें अपने मौलिक डिजाइन्स रचने में सहायता मिलेगी।

४.३ इलस्ट्रेशन्स फॉर स्केचिंग:-

इलस्ट्रेशन्स वास्तविकता में एक कल्पना है जैसे–डिजाइनिंग, पेन्टिंग या छायाचित्र। इसमें फार्म से ज्यादा विषयवस्तु पर जोर होता है। इलस्ट्रेशन्स का उद्‌देश्य होता है किसी विषयवस्तु को विस्तार से समझाना या किसी लेख की मुख्य बात को उभारना या हम यह भी कह सकते हैं कि इसका प्रयोग लेख में दी गई किसी वस्तु को दृश्यगत रूप देखकर समझाने के लिए होता है।

अपने इलस्ट्रेशन्स द्वारा आप विविध विषयों को विभिन्न अर्थ दे सकते हैं। जैसे– हम एक कहानी को उसका चरित्र दे सकते हैं। हम दिशा निर्देशों की कल्पना कर सकते हैं।

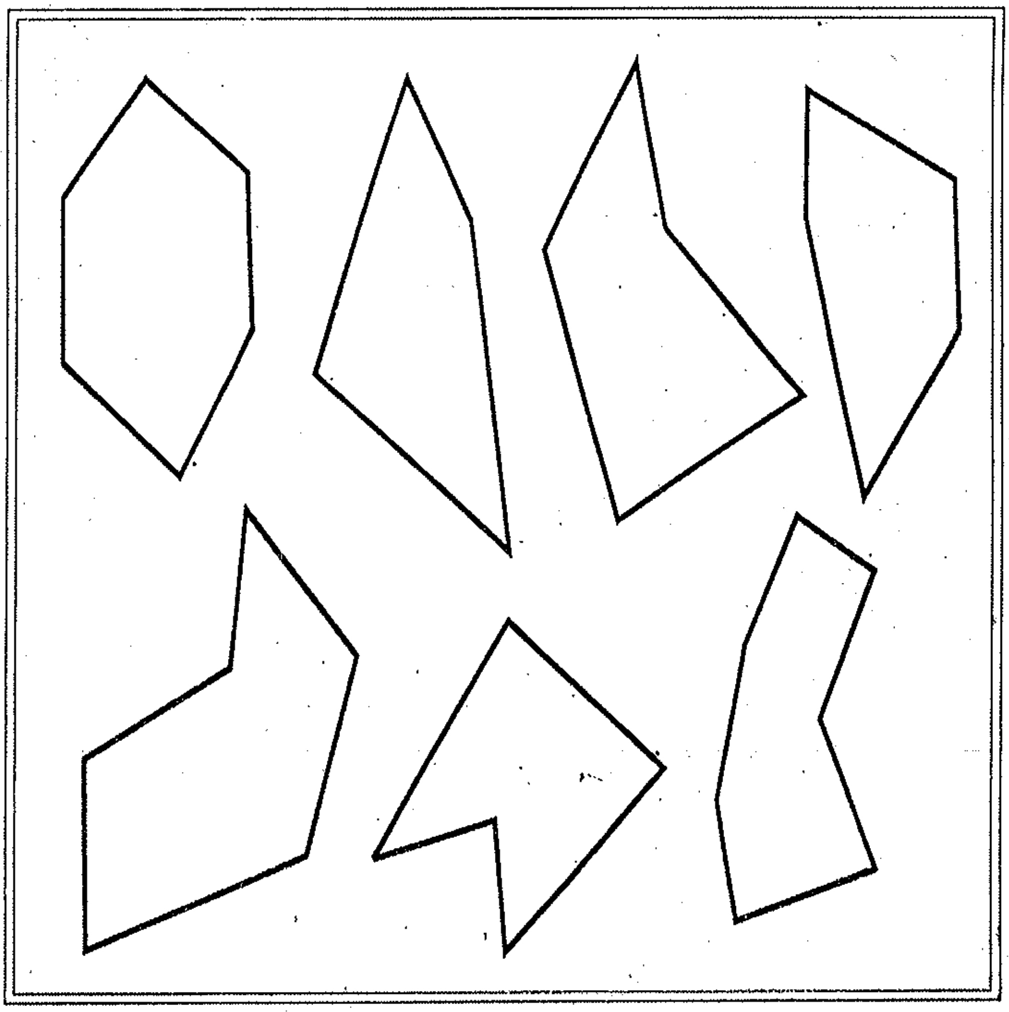
हम ब्रान्ड्स को मानवीय भावनाओं, व्यक्तियों व रचनात्मकताओं के विचारों से जोड़ सकते हैं और सर्वोपरि हो कि तब किसी को हँसा या मुस्करा सकते हैं।

निम्न कागजों में कई विषयों पर इलस्ट्रेशन्स व रेखांकन हैं, कार्टूनिंग से लेकर वस्तु व भवनों के रेखांकन तक। कथानकों को अपने डिजाइनिंग रिफरेंस के लिए आप कहाँ व कैसे प्रयोग करते हैं, यह आपकी रचनात्मकता पर निर्भर करता है।

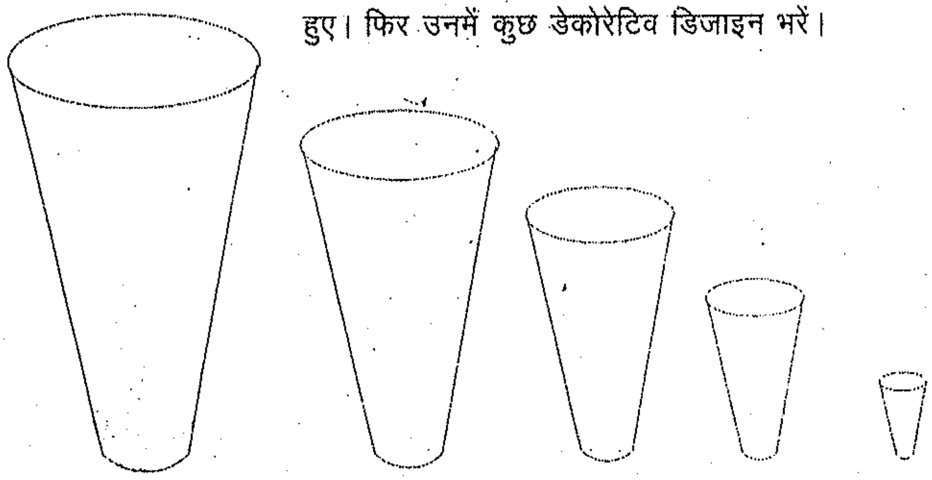
जटिल वस्तुएँ बनाने में कठिनाई हो सकती है – कभी–कभी यह समझना मुश्किल होता है कि कहाँ से शुरू करें। वस्तुओं को सामान्य आकारों में कल्पना करके, आप अपने आपको शुरूआत करने के लिए एक मूल संरचना दे सकते हैं। जो आपको अधिक कन्वेन्सिंग त्रिअयामी फार्मस अपननाने में सहायक होगें।

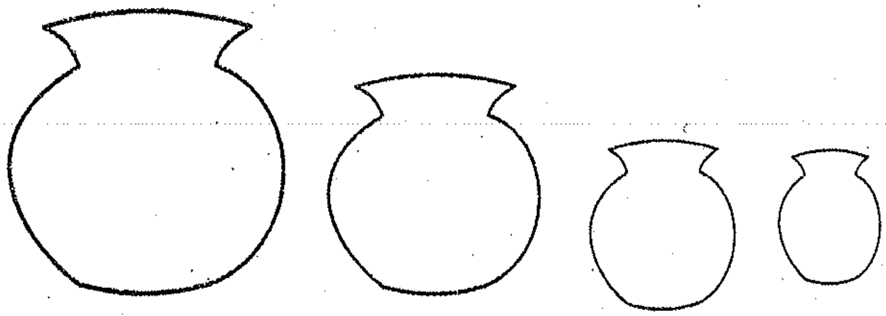
अभ्यास-१

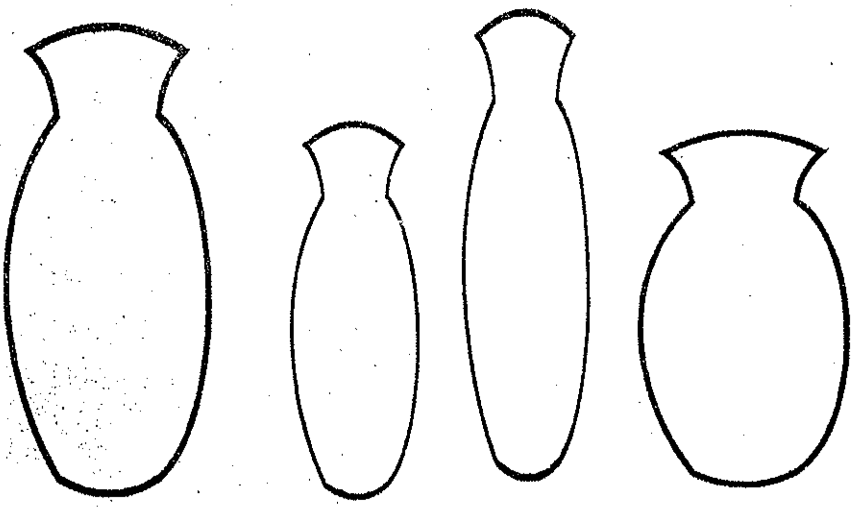
नीचे कुछ शेप्स दिए गए हैं। इन विभिन्न आकारों को कागज पर बनाएँ और अब इन अकारों में १ से०मी० की थिकनेस जोड़े। इनमें से एक आपके लिए पूर्ण किया गया है।



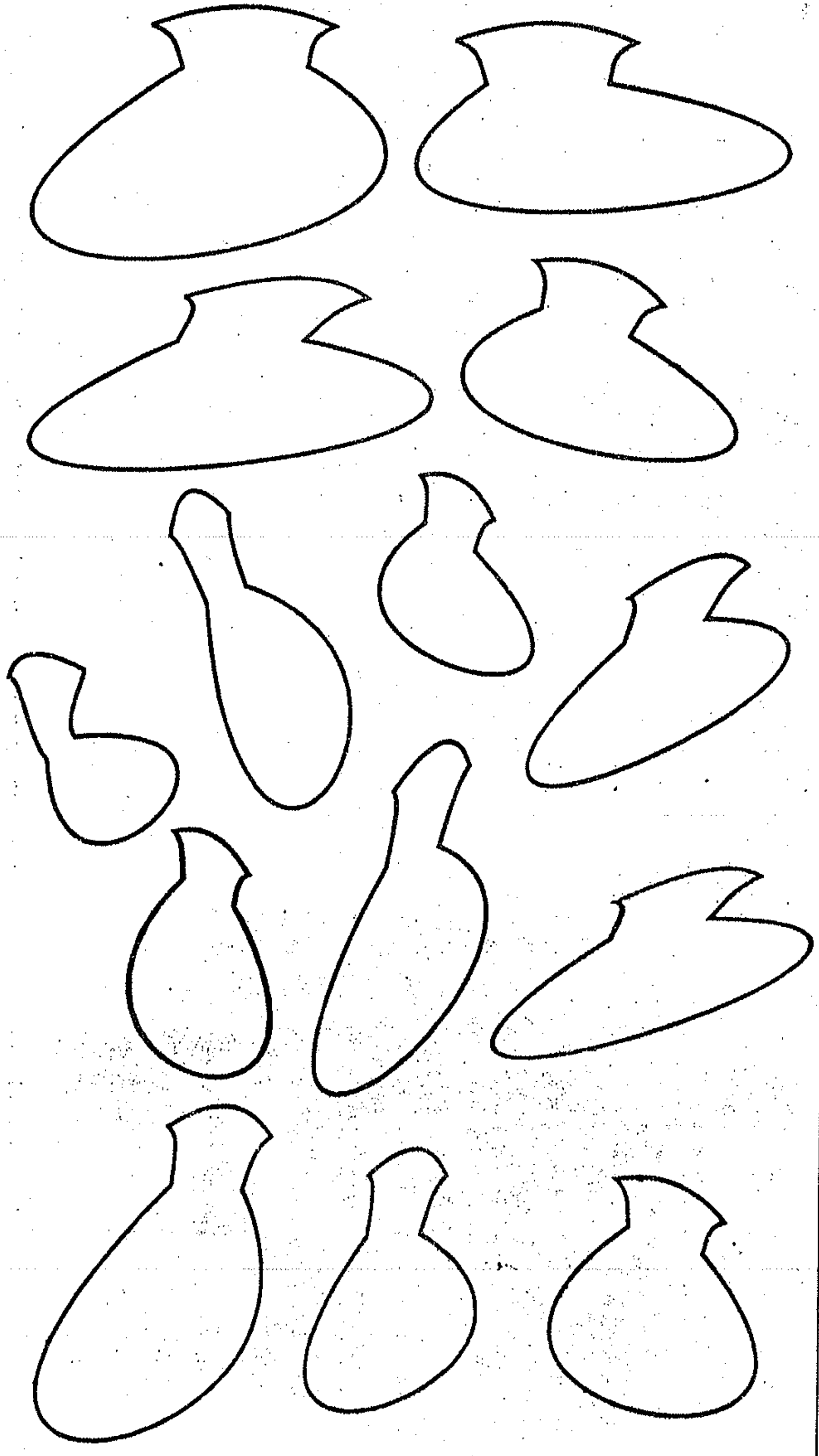
विभिन्न आकारों को विभिन्न नापों में बनाने का प्रयास करें, अर्थात बढ़ते या घटते नापों में या मोटे या पतले होते हुए। फिर उनमें कुछ डेकोरेटिव डिजाइन भरें।



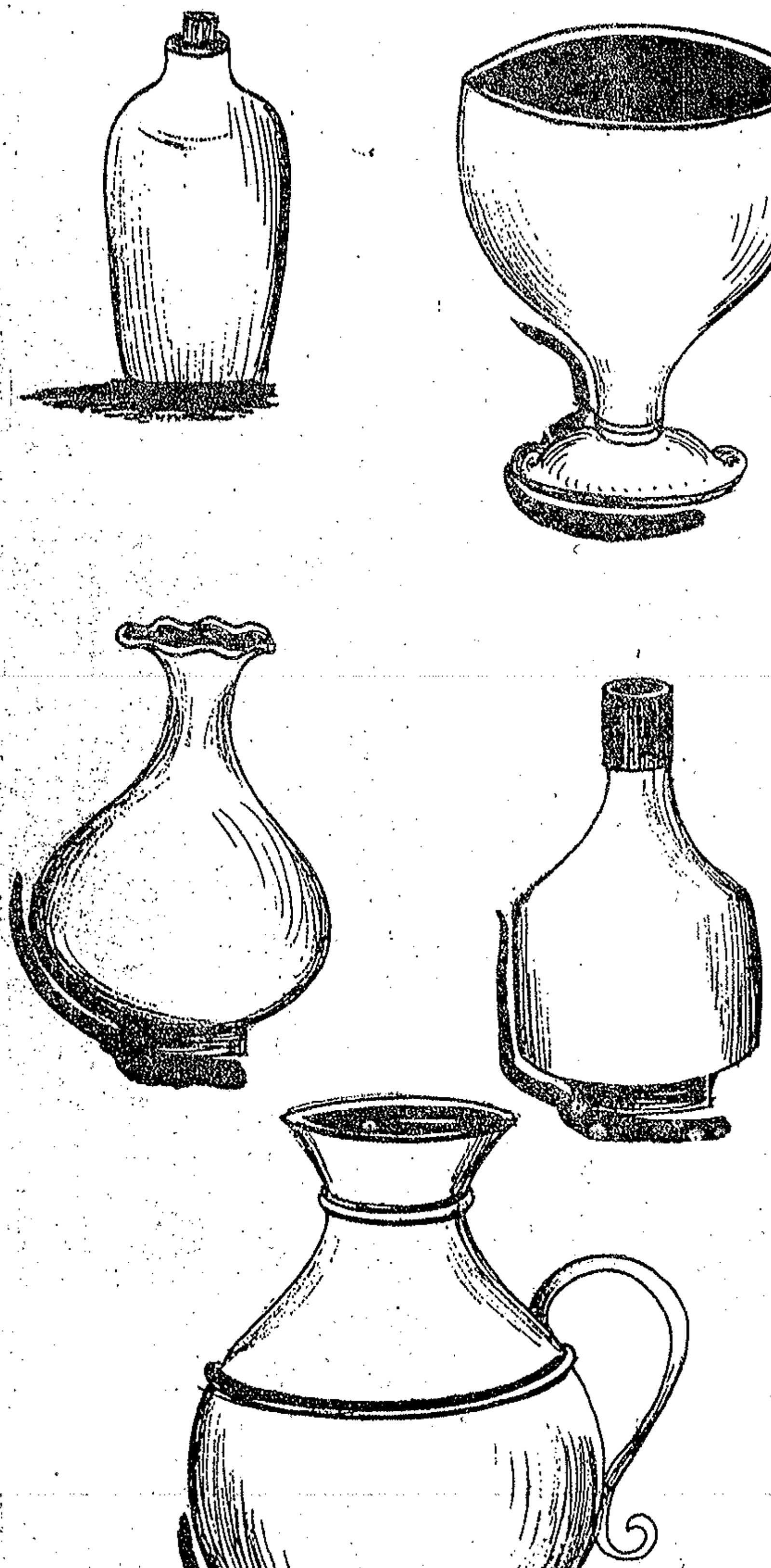




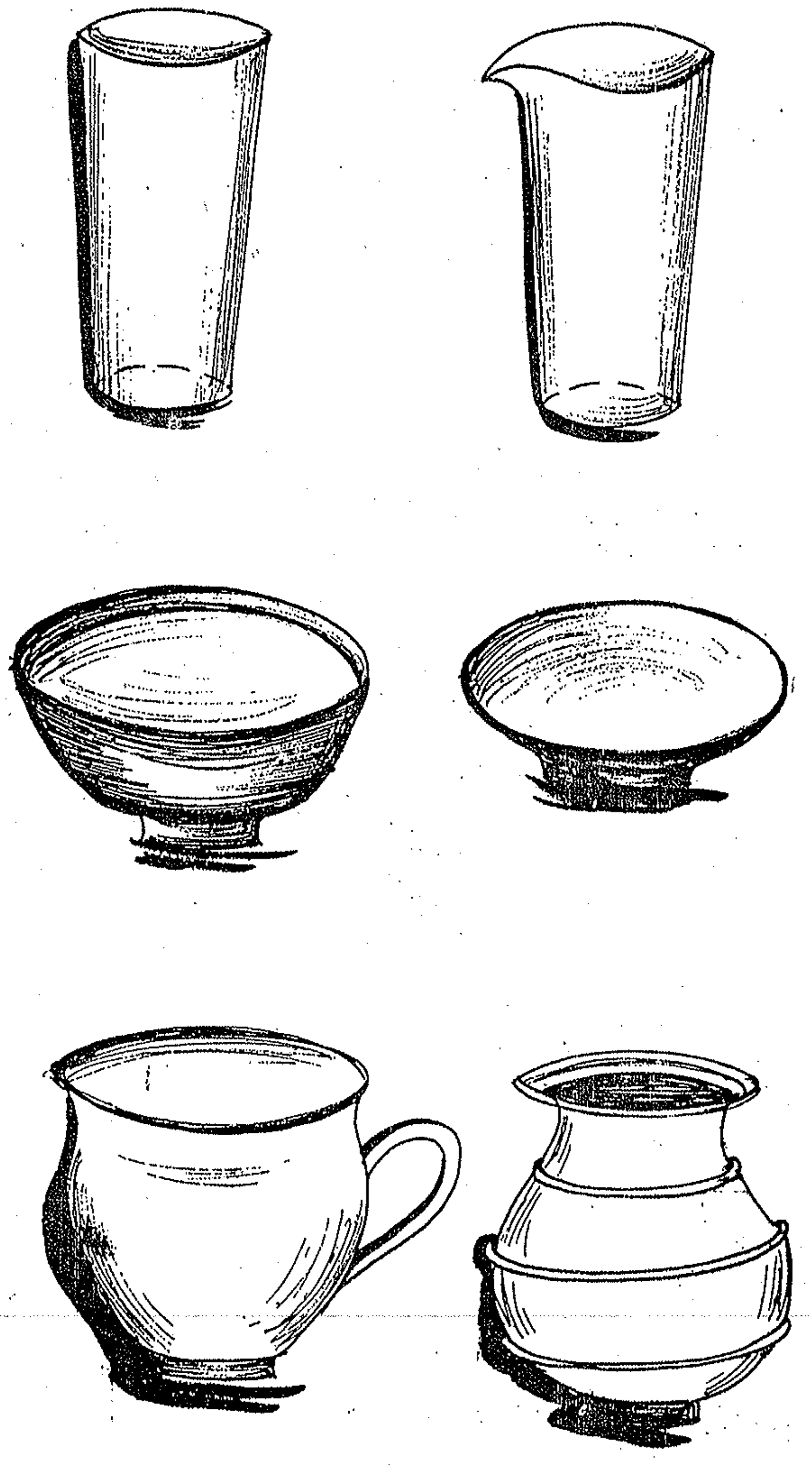
विभिन्न नापों में स्मूथ घुमावदार आकार बनाने का प्रयास करें। इस अभ्यास से आपके हाथ की गति व फ्लो बढ़ेगा। फिर इनमें कुछ डेकोरेटिव डिजाइन भरें।



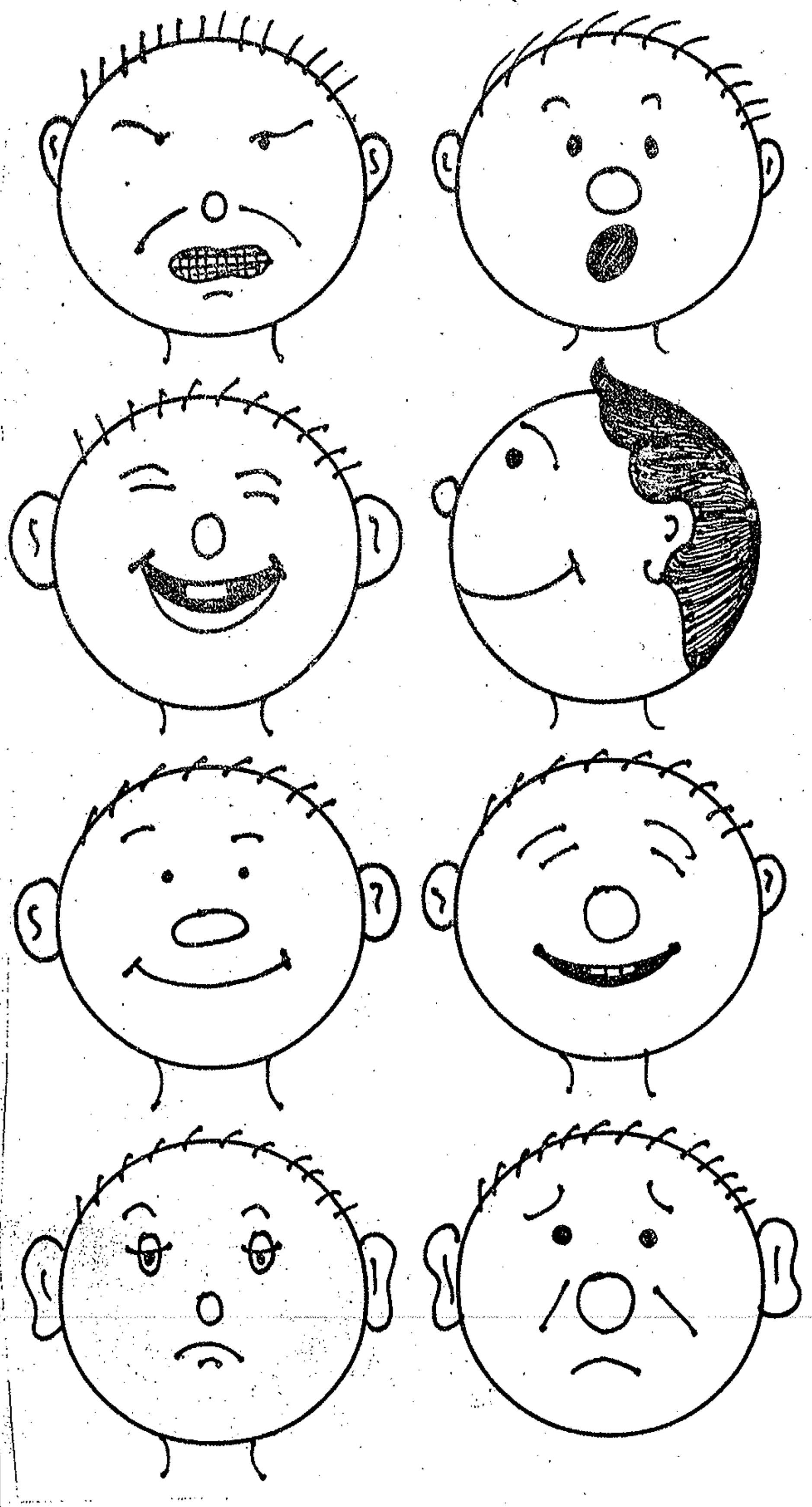
विभिन्न प्रकार के मटके



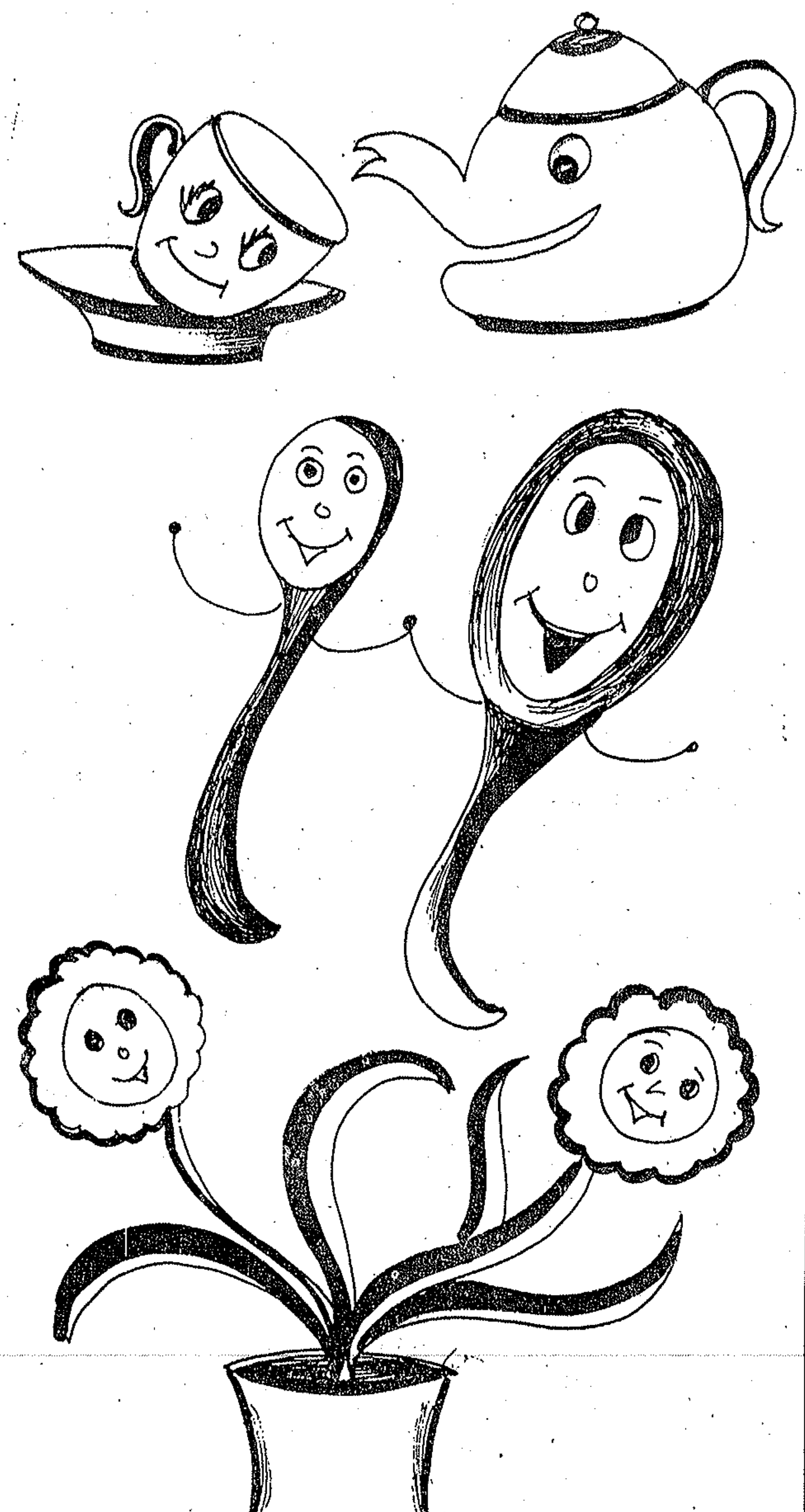
विभिन्न प्रकार के ग्लास व बरतन



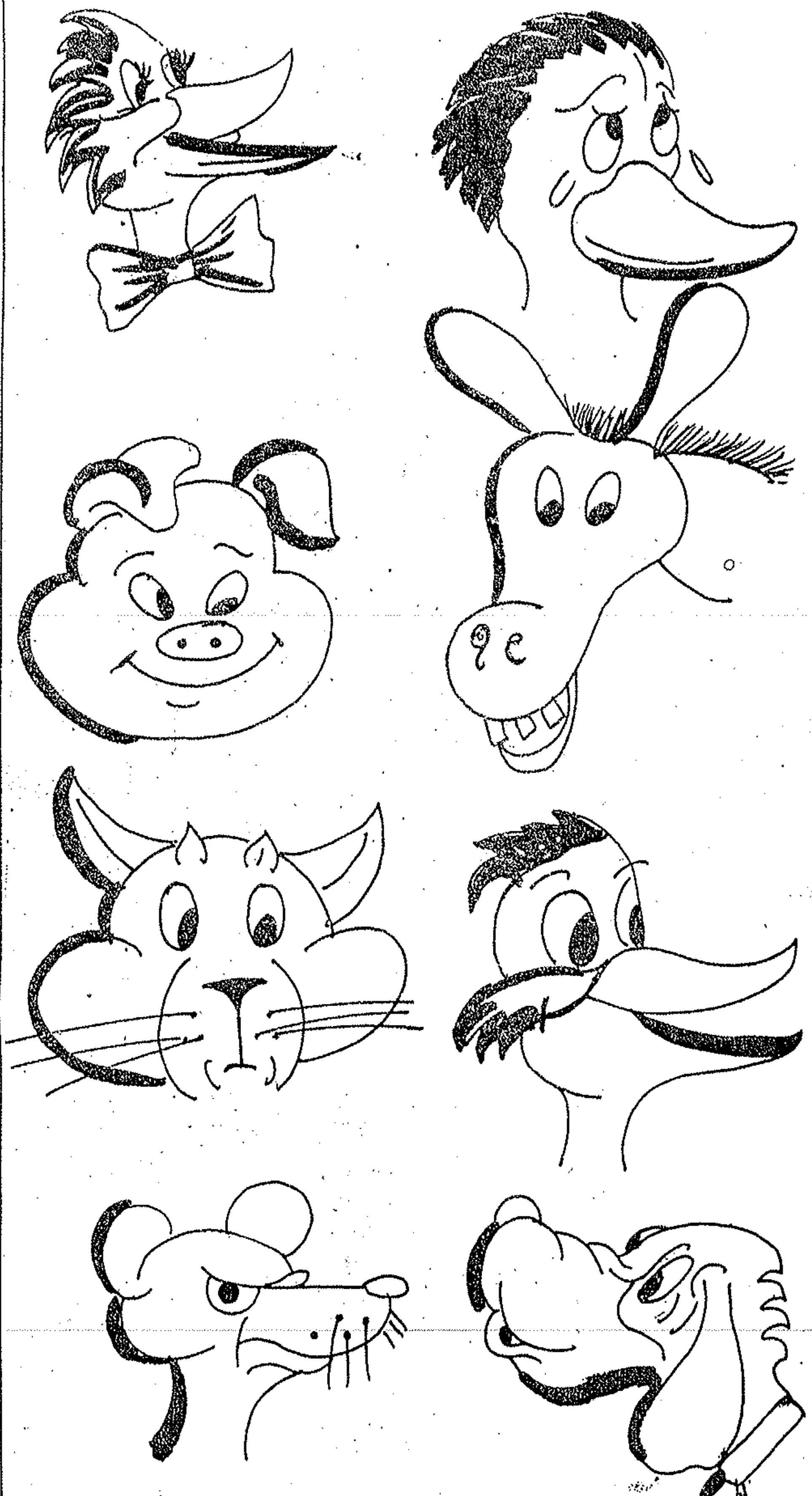
चेहरे की अभिव्यक्ति



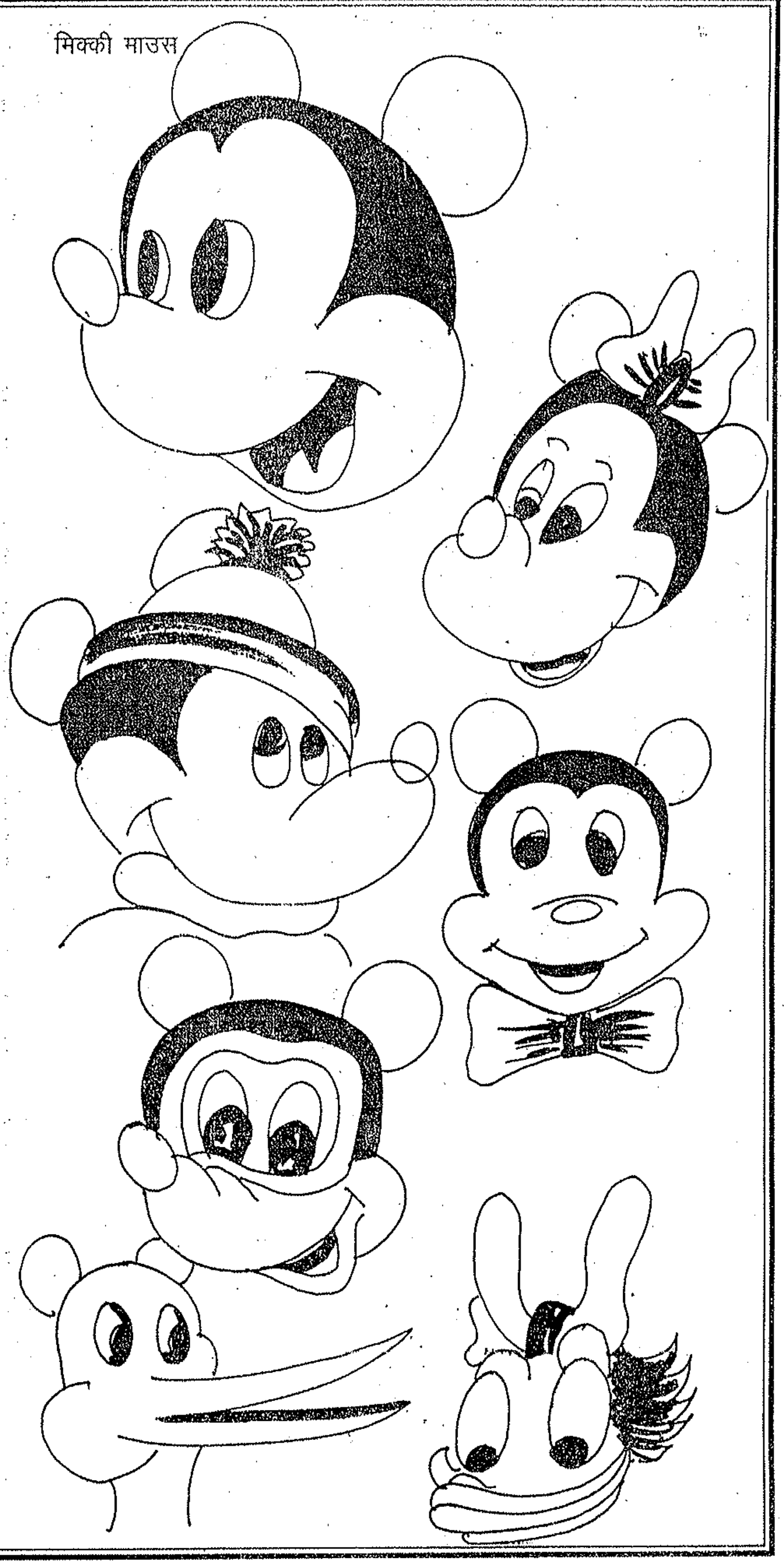
कार्टून,



जानवरों को कार्टून,

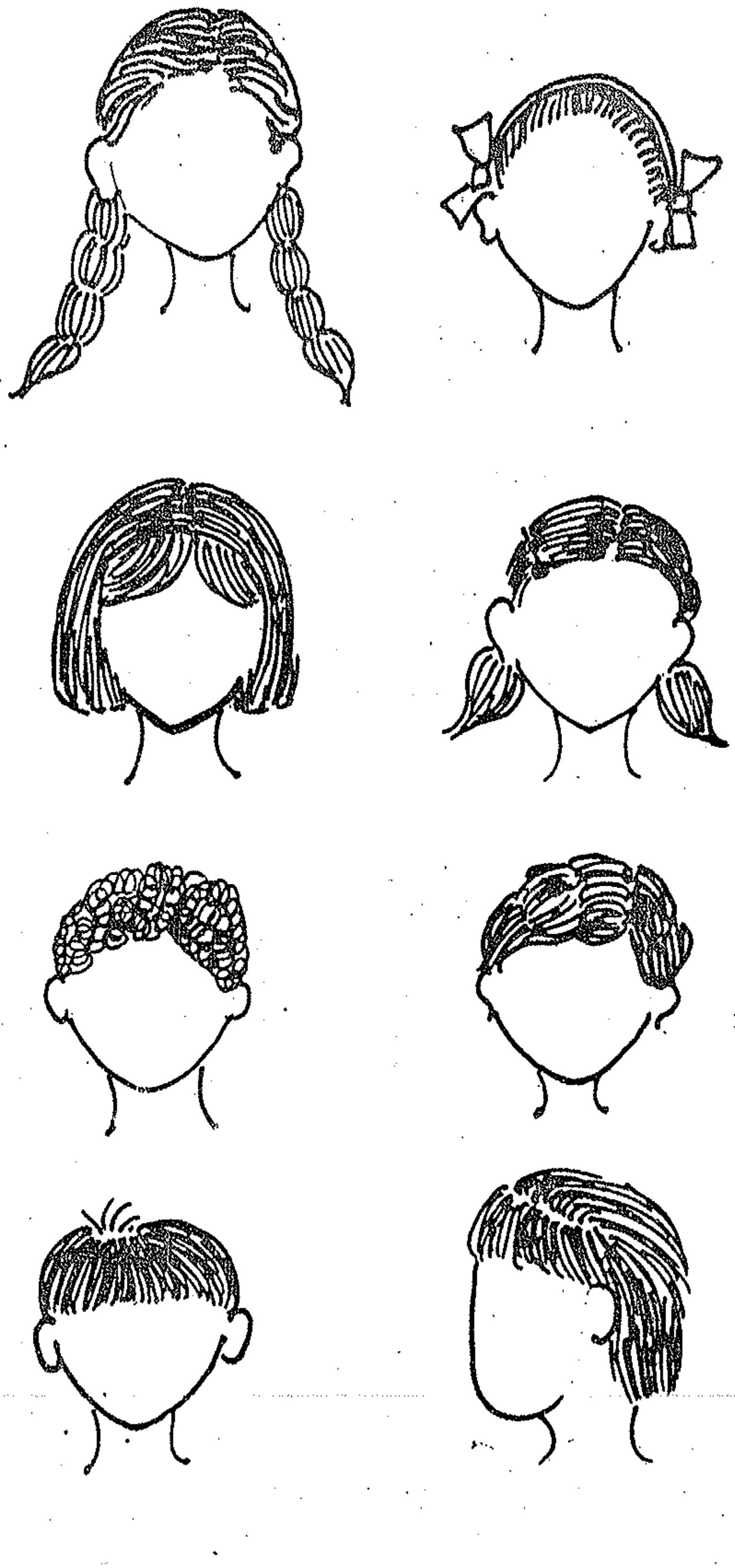


मिक्की माउस

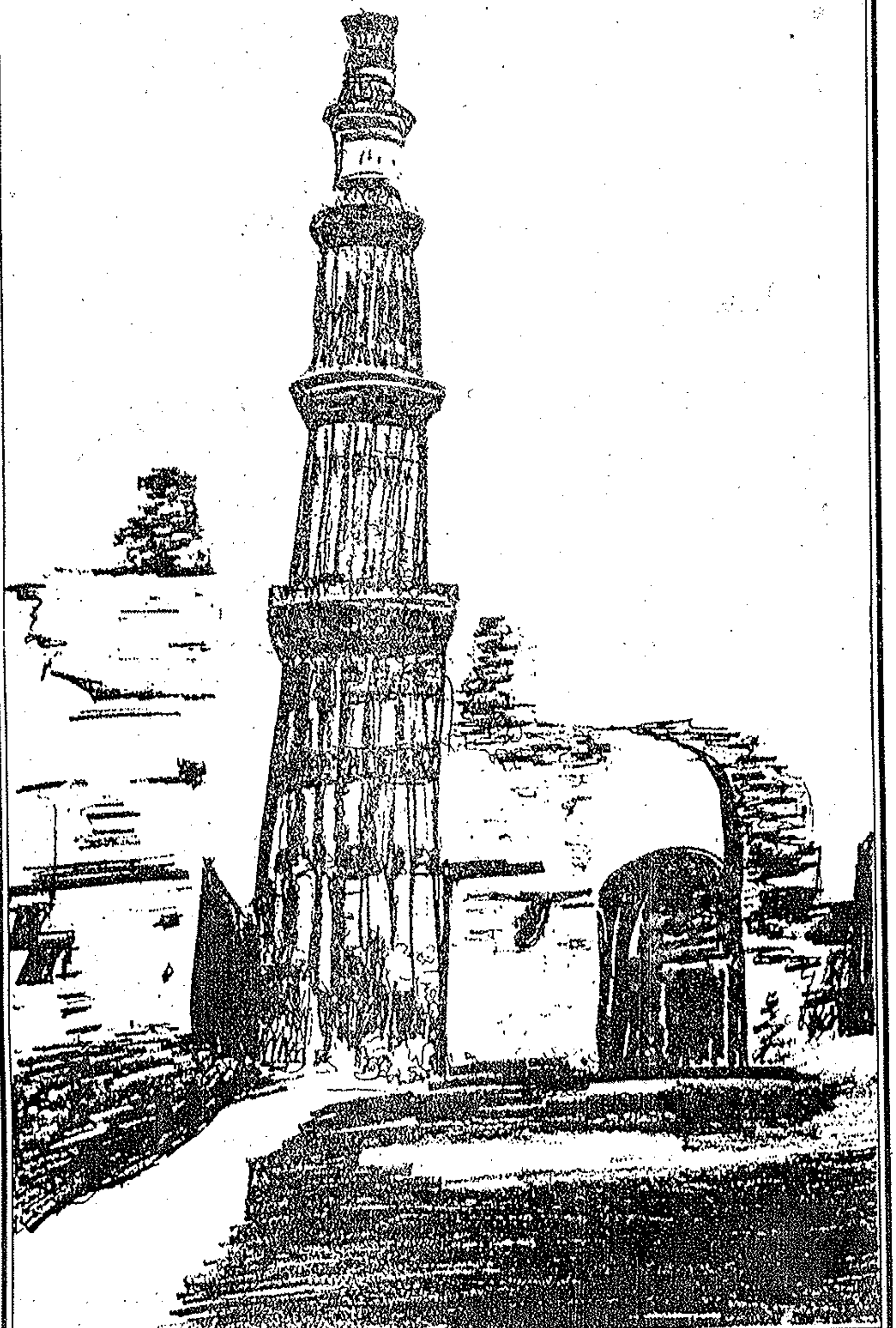


विद्यार्थियों के रेखांकन के लिए केश सज्जाएँ एक विषयवस्तु हो सकती है। केश सज्जाएँ व्यक्ति के रूप को पूरी तरह बदल सकती हैं। यह व्यक्ति के चेहरे पर करेक्टर ला सकते हैं। फैशन डिजाइनिंग के विद्यार्थी होने के नाते इन उदाहरणों को ड्रा करने का प्रयास करें।

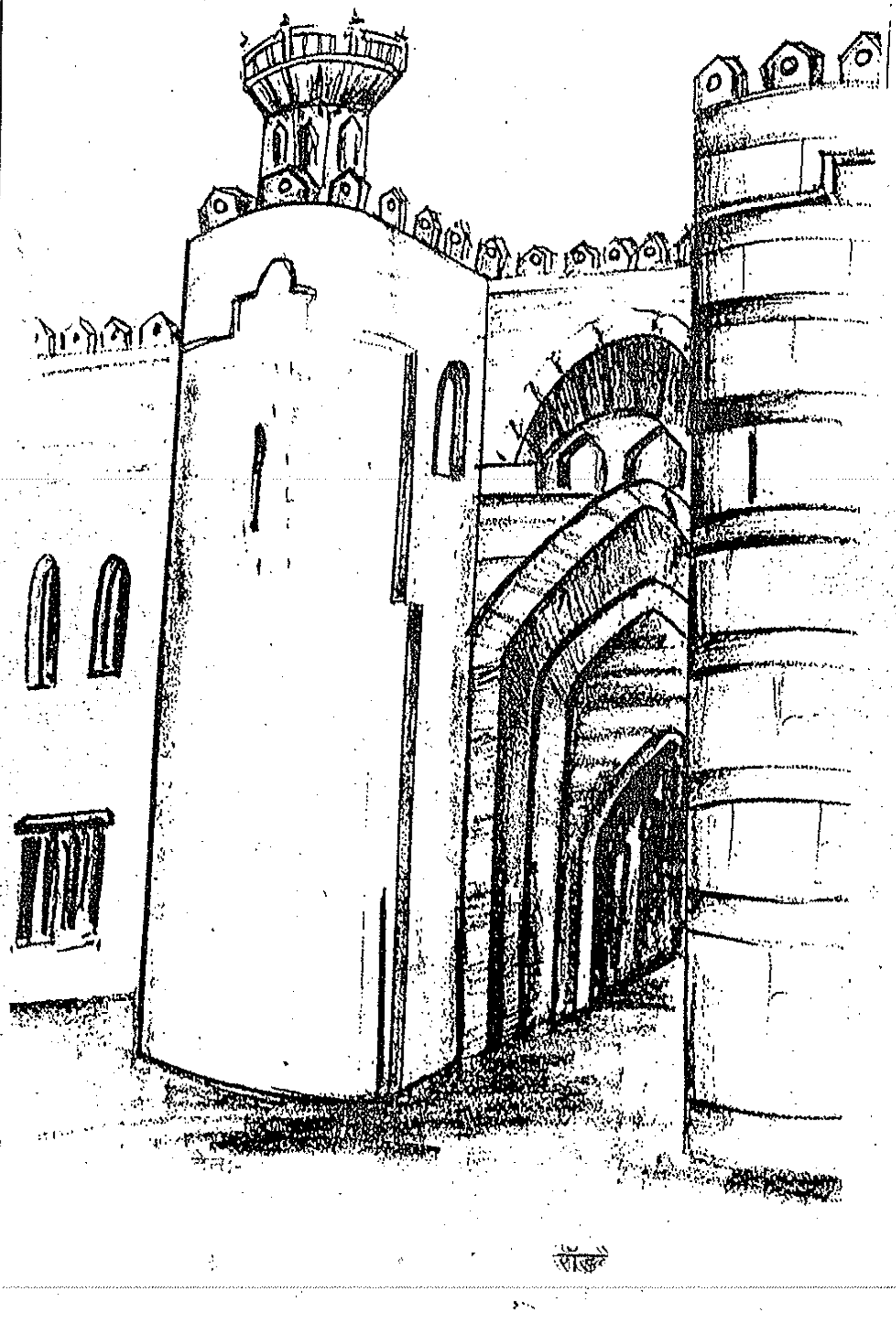
कुछ अन्य केश सज्जा



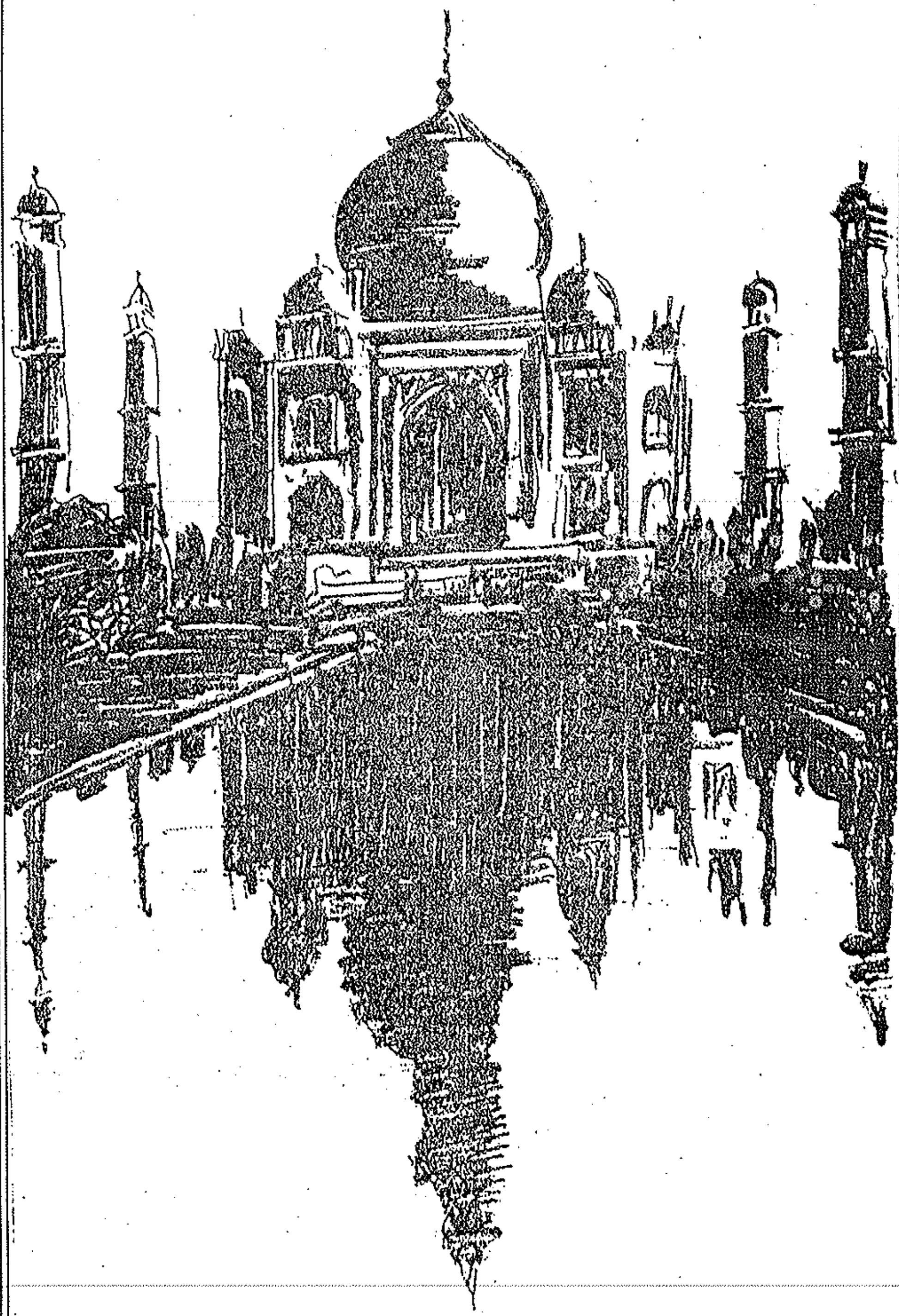
इमारतों का रेखांकन



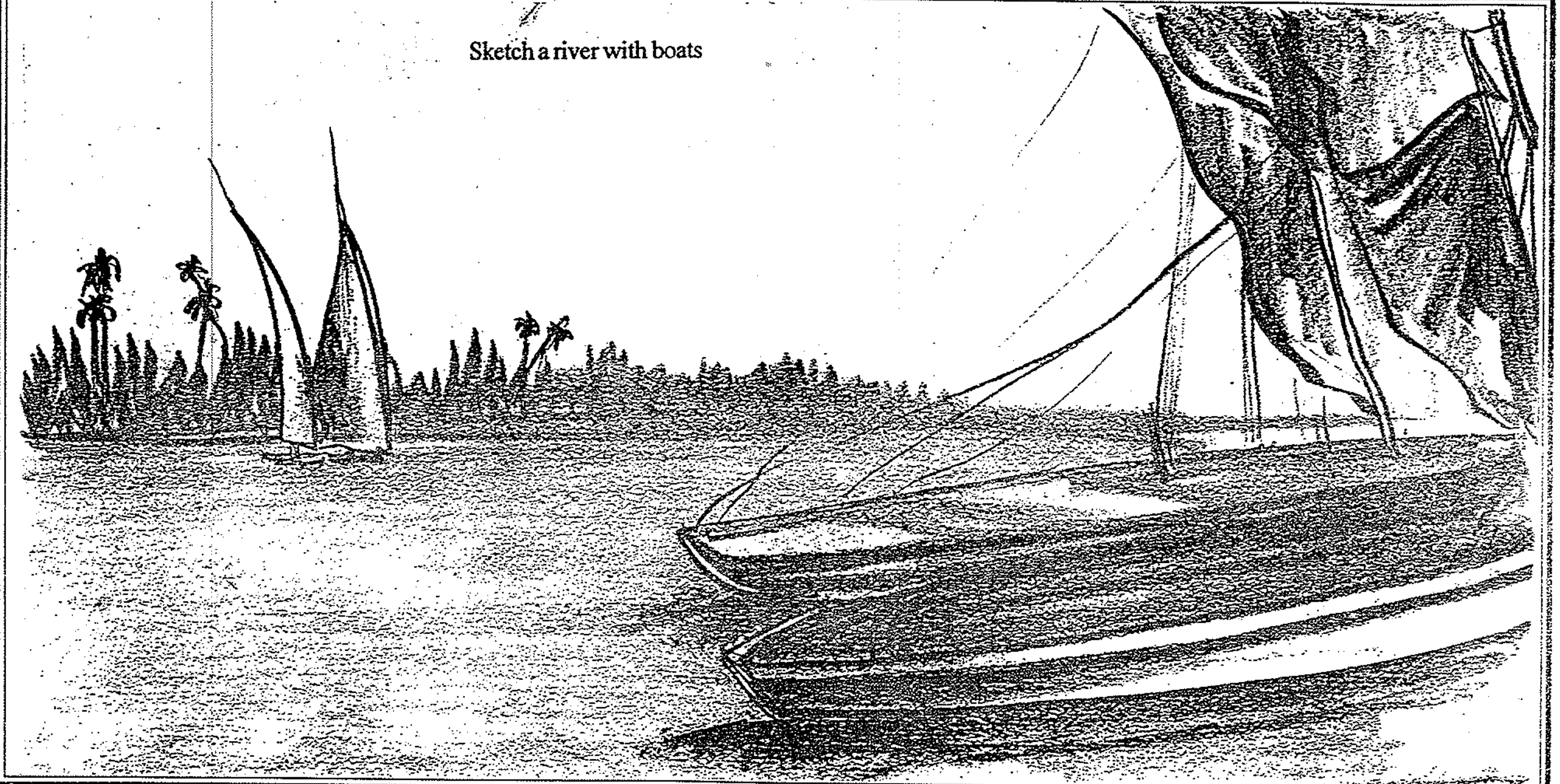
किले का रेखांकन



ताज महल का रेखांकन



Sketch a river with boats



नदी पर नाव और पृष्ठ भूमि में पेड़

अभ्यासः-

१. इस पाठ्य में दिए गये सभी रेखांकन स्केच बुक में बनाएँ। अपनी शेडिंग पेन्सिल्स से करें।

२. दी गई ड्रॉइंग में से कोई दो हैचिंग तकनीक से विशेष प्रभाव उत्पन्न करने के लिए बनाएँ।

४.४ सारांशः-

कलाकार के लिए रेखांकन व अभिव्यक्ति साथ–साथ जाते हैं। वस्तुओं का अध्ययन और सिचुएशन अन्य महत्वपूर्ण औजार हैं। जिनका प्रयोग डिजाइनर अपनी रचनात्मकता बढाने के लिए कर सकता है। इलस्ट्रेशन व रेखांकन का अभ्यास डिजाइनर के लिए महत्वपूर्ण है।

स्केचिंग, फैशन डिजाइनिंग का महत्वपूर्ण पक्ष है। इस यूनिट में उपलब्ध विषयवरतु आपको स्केचिंग का अपना मूल स्तर बेहतर करने में सहायक होगी। इस पाठ्य में दिए गये उदाहरणों का प्रयोग, आप अपने डिजाइन रेफरेंस के लिए भी कर सकते हैं।

४.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यासः-

१. एक पॉट बनाइये जिसके अन्दर डेकोरेटिव डिजाइन बनाएँ।

२. अपने सामने एक गिलास व जग रखकर रेखांकन करें।

३. विभिन्न केश सज्जा वाले दो चेहरे बनाएँ।

४. एक फुल फिगर कार्टून बनाएँ।

५. अपने घर के सामने का भाग रेखांकित करें।

४.६ स्वाध्ययन हेतुः-

१. स्टेप बाई स्टेप आर्ट स्कूल ड्रॉइंग, द्वारा जेन्नी रॉडवेल, प्रकाशन–हैमलिन

२. दि क्लिप आर्ट, द्वारा जेर्राड क्वीन, प्रकाशन क्रिसेन्ट बुक

३. पर्सपेक्टिव ड्रॉइंग, द्वारा अर्नेस्ट नॉरलिंग, प्रकाशन–वाल्टर फोस्टर।

NOTES

उत्तर प्रदेश
राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

DFD-01/UGFD 02

फैशन डिजाइनिंग

फैशन सामान्य ज्ञान

ब्लाक

३

फैशन की पहचान

यूनिट-६

फैशन का चुनाव

यूनिट-१०

आपका वस्त्रगत बोध

यूनिट-११

पूरक फिगर

यूनिट-१२

फिगर की खामियाँ

ब्लाक-३

पाठ्यक्रम प्रतिरूपः-

फैशन को समझने के लिए यह समझ पाना कि किस प्रकार के शारीरिक आकार की सकारात्मक पहलुओं को बढ़ाने के लिए सही प्रकार के कपड़ों का चुनाव कर पाने की क्षमता होना अत्यन्त महत्वपूर्ण पहलू है। इसे पाने के लिए आवश्यक है कि कैसे और क्या वस्त्र चुनने हैं, इसे समझा जाएँ। एक सही क्लोदिंग सेन्स का विकास इसमें सहायता करता है। सबसे पहले, हमें विभिन्न प्रकार के शारीरिक आकारों के बारें में जानकारी होनी चाहिए अर्थात विभिन्न शारीरिक आकारों की समझ होनी चाहिए। इसके अलावा, अगर आकार की खामियाँ या कमियाँ भी समझ ली जाएँ, तो फैशन का हमारा चुनाव इस प्रकार होगा कि खामियाँ छुप जाएँ और आकार की अच्छाइयाँ उभर कर, आकार को अच्छा दिखाएँ।

एक फैशन डिजाइनर के रूप में आपका कार्य अलग–अलग शारीरिक आकारों के लोगों के लिए फैशन डिजाइन करना होगा। इस ब्लाक में आपको फिगर के सभी पहलुओं, उनकी व्यक्तिगत खामियों या कमियों के बारे में बताया गया है, साथ ही यह भी चर्चा की गई है कि किस प्रकार से, सही फैशन के चुनाव से, आप इन खामियों को छुपा सकते हैं। एक सही फैशन का चुनाव एक प्रभावशाली शैली उत्पन्न कर सकता है।

यूनिट-९

फैशन का चुनावः-

इस इकाई में हम जानेगें कि व्यक्तित्व क्या है और आपके आस–पास रहने वाले विभिन्न व्यक्तित्वों को आप कैसे पहचानें। इसमें चर्चा की गई है कि कैसे आप अपने लिए शैली की पहचान करें। इसमें विभिन्न शारीरिक प्रकारों और आकारों की चर्चा की गई है और कैसे आप एक शरीर को छरहरा दिखा सकते हैं। इन सब के अलाव, यह आपको आपके ड्रेस रूटीन को बनाएँ रखने के बारे में महत्वपूर्ण टिप्स देता है, जिसकी जानकारी एक डिजाइनर को होना अत्यन्त आवश्यक है, खासकर जब आप एक पूरी वार्डरोब डिजाइन कर रहें हों।

यूनिट-१०

आपका रूपगत बोधः-

इस इकाई में बताया गया है कि एक सामान्य फिगर कैसी होती है और इसे कैसे पहचाना जा सकता है। इसमें आपको एक समानुपातिक शरीर के बारे में बताया गया है तथा आगे मूल प्रकार के शरीरों के बारे में चर्चा की गई है। साथ ही, डिजाइन के तत्वों जैसे, रंग, रेखाओं, आकार इत्यादि का प्रयोग किस प्रकार से किया जाए कि फिगर की खामियाँ छुपाई जा सकें; इस पर भी कुछ सुझाव दिए गए हैं।

यूनिट-११

पूरक फिगरः-

यह यूनिट आपको विभिन्न प्रकार की फिगर के बारे में बताता है और साथ ही, किस प्रकार की फिगर पर क्या अच्छा लगेगा, और क्या नहीं, इस पर कुछ सुझाव भी दिए गए हैं। फिगर के विभिन्न प्रकारों को पहचानने में आपकी मदद करने के लिए विभिन्न प्रकार की फिगर के कुछ रेखाचित्र भी दिए गए हैं।

यूनिट-१२

फिगर की खामियाँः-

फिगर के सामान्य होने के बावजूद, इसमें हल्की विभिन्नताएँ हो सकती हैं। इस यूनिट में फिगर्स में विभिन्न प्रकार के अन्तर तथा क्या पहनें व क्या न पहने पर कुछ सुझाव दिए हैं। इसमें रेखाचित्र भी दिए गए हैं।

संरचना

६.१ यूनिट प्रस्तावना
६.२ उद्देश्य
६.३ फैशन का चुनाव
६.३.१ व्यक्तित्व
६.३.२ स्टाइल की पहचान
६.३.३ स्वयं के लिए लुक की रचना करना
६.३.४ कपड़ों की स्टाइल तथा शारीरिक आकार
६.३.५ विभिन्न शारीरिक प्रकार
६.३.६ ड्रेस रूटीन को बनाए रखना।
६.४ सारॉश
६.५ स्वनिर्धार्य प्रश्न/अभ्यास
६.६ स्वाध्ययन हेतु

६.१ यूनिट प्रस्तावनाः- इस यूनिट में अपने लिए फैशन का चुनाव किस प्रकार करें, इस पर आधारभूत सिद्धान्तों पर चर्चा की गई है। इसमें बताया गया है कि व्यक्तित्व क्या है और स्वयं को किस प्रकार सार्वजनिक रूप से पेश करना चाहिए।

६.२ उद्देश्यः- इस खण्ड का उद्देश्य विद्यार्थियों को व्यक्तित्व के प्रकारों के बारें में जागृत करना है जिससे जब वह डिजाइनिंग करना शुरू करें तो प्रभावशाली ढंग से कर पाएँ।

६.३ फैशन का चुनावः- यह समझने के लिए कि किस फैशन का चुनाव करें, यह समझना आवश्यक है व्यक्तिगत व्यक्तित्व कैसा है।

६.३.१ व्यक्तित्वः- व्यक्तित्व आपके हर अवयव का समागम है, आपकी आवाज़ की प्रकृति से लेकर आपके त्वचा के रंग तक। इसके दो प्रमुख भाग है-- आपका शरीर व आपका दिमाग। व्यक्तित्व में, आपके शारीरिक अंग जैसे-- हाथ, पैर, कद--काठी, दाग--धब्बे इत्यादि आते हैं तथा बौद्धिक भाग आपकी पसन्द, नापसन्द, प्यार, नफरत, आशाएँ, व्यवहार तथा सपनों से व्यक्तित्व में सम्पूर्ण आप समायोजित होते हैं-- जैसा दुनिया आपको देखती है और जैसा आप खुद को देखते हैं।

व्यक्तित्व अद्वितीय, अच्छे, बुरे या तटस्थ हो सकते हैं लेकिन हर किसी का एक व्यक्तित्व होता है। आकर्षक व्यक्तित्व चुम्बक की तरह लोगों को आकर्षित करता है।

आपकी बाहरी प्रतिरूप, दूसरों पर आपके व्यक्तित्व का पहला, सीधा प्रभाव डालती है। किसी व्यक्ति को पहली नजर में पसन्द या नापसन्द करने का हमारा निर्णय, उनके व्यक्तित्व के प्रभाव से आता है जो आपको चेहरे के हाव–भाव व अंग–विन्यास तथा अन्य चीजें जैसे मेक–अप, कपड़े व आपके द्वारा की गई अपनी देख–भाल से आता है। आप परत के उपर परत से बने हैं। पहली परत है आपका अच्छा स्वास्थ, जिसकी चमक किरणों की तरह बाहर तक घुस जाती है। दूसरी परत है, आपकी मसकुलर बनावट जो आपकी फिगर तथा नाक–नक्शा को आकार देती है। तीसरी परत आपकी त्वचा व बाल हैं। कॉस्मेटिक, केश की साज–सज्जा, कपड़े व ग्रूमिंग आपके व्यक्तित्व को और निखारते हैं।

कोई भी, अपने सौन्दर्य पर पूरी तरह निर्भर नही रह सकता। आपको स्वयं को, अपने कपड़ों, केश–सज्जा व मेक–अप द्वारा विकसित व निखारते रहना चाहिए। आपके कपड़े आकर्षक, स्टाइलिश व आपकी आवाज़ जितने निजी होने चाहिए। लेकिन, आपके कपड़े, आप पर चाहे जितने भी अच्छे लगें, वह साफ, स्वच्छ, तरोताजा व अच्छी तरह इस्तिरी किए होने चाहिए। आपके रूप का पूरा प्रभाव आपके द्वारा की गई अपनी देखभाल पर सबसे ज्यादा निर्भर करता हैं।

अच्छा फैशन अच्छे अंग–विन्यास पर निर्भर करता है। आपका आकर्षण पूरी तरह इस पर निर्भर करता है कि आप कैसे अपने को होल्ड करते हैं। आप अपने कपड़ों पर चाहे जितने पैसे खर्च करलें किन्तु, यदि आपका अंग–विन्यास प्रश्न चिन्ह जैसा है जिसमें सिर आगे की ओर झुका व बॉहे आगे की ओर झूलती हुई हैं तो, कपड़े आपके लिए कभी कुछ नहीं कर पाएँगे।

व्यक्तित्व, किसी व्यक्ति के विशिष्ट व्यक्तिगत गुणों से भी सन्दर्भित होता है, उसका व्यक्तिगत रूप, शिष्टाचार व चारित्रिक गुण भी व्यक्तित्व का ही अंग होते हैं। व्यक्तित्व को कई समूहों में विभाजित किया जा सकता हैं यह जरूरी नही है कि एक व्यक्ति में एक ही प्रकार के व्यक्तित्व की विशेषताएँ हो, बल्कि एक व्यक्ति विशेष में कई व्यक्तित्वों के चारित्रिक गुण हो सकते हैं। लेकिन हो सकता है कि व्यक्ति विशेष में एक व्यक्तित्व के गुण,दूसरे की तुलना में ज्यादा हो, तो इस केस में व्यक्ति को उस व्यक्तित्व के समूह में रखा जाएगा, जिसके गुण उसमें ज्यादा प्रबल हैं।

सुरूचिपूर्ण व्यक्तित्व नाजुक, नर्म और अति–स्त्रीगत होते हैं। इन पर चिकने, मुलायम, हल्के व पतले कपड़े अच्छे लगते हैं। (जैसे, रेशमी, सूती, लेस वाले)। इन पर हल्के व पेस्टल रंग फबते हैं। छपाई छोटी व नाजुक होनी चाहिए। कपड़ों का स्टाइल–मुलायम फोल्ड्स, झालरदार, घेरदार या फिर लहराते हुए कपड़े; प्रिंसेज डार्ट, बेबी कॉलर व पीटर–पैन कॉलर के साथ होन चाहिए। हैन्ड बैग और जूते सादे व

नजाकत लिए होने चाहिए। केश–सज्जा सादी व चेहरे के आकार के अनुरूप होनी चाहिए।

हृष्ट–पुष्ट व्यक्तित्व कसरती, ताकतवर, प्रबल व कुछ लड़कों जैसा होता है। इन पर थोड़े कड़े, खुरदुरे कपड़े जैसे डेनिम, कॉर्डरोए सूती या लट्ठा, अच्छे लगते हैं। लाल व नारंगी जैसे चटक व चमकीले रंग फबते हैं। प्रिन्ट्स भड़कीले व अलग से होने चाहिए, विशेषकर ऐब्सट्रैक्ट प्रिन्ट्स बेहतर हैं। कपड़ों का स्टाइल टेलर्ड होना चाहिए, जिनमें कॉलर हो, पर बिना झालर या घेर के साधारण कपड़े हों। हैन्डबैग और जूतें नाजुक न हो। केश–सज्जा छोटी व चेहरे के अकारानुरूप होनी चाहिए।

नाटकीय व्यक्तित्व अत्यधिक अनयूजवल, स्ट्राइकिंग, भड़कीले व कुछ भी साधारण या असाधारण करने को तैयार होते हैं। इनके कपड़े अलग और असामान्य होने चाहिए। इन पर भड़कीले व अनयूजवल रंग–संयोजन फबते हैं। कोई भी असाधारण प्रिंट जो उनके मूड को जँचे, उनके लिए अच्छा है। कपड़ों का स्टाइल नया और अलग होना चाहिए। उनके कपड़ों के अनुसार, उनके हैन्डबैग और जूते भी असाधारण होने चाहिए। यह स्वयं अपने, नए व अलग केश–सज्जा बनाते हैं।

गम्भीर व पुष्ट व्यक्तित्व, मूडेरूड, शर्मीले व टिमिड होते हैं, वो स्वयं को सार्वजनिक स्थानों पर ज्या प्रोमीनेन्ट नहीं बनाना चाहते। इन के लिए रेशम व सूती जैसे हल्के व कोमल कपड़े सही रहते हैं। हल्के व मुलायम रंग ही इन पर फबते हैं। प्रिंट साधारण व सरल होने चाहिए। यह जल्दी नए फैशन नहीं अपनाते। इनके कपड़ों के अनुसार इनके हैन्डबैग और जूते भी साधारण होने चाहिए। केश–सज्जा साधारण हो, जो उन्हे जयादा प्रोमीनेन्ट न बनाएँ।

सम्मानित व्यक्तित्व, गम्भीर, कन्जर्वेटिव, रिजर्व और सोबर होते हैं। यह गुण सामान्यतः उम्र व अनुभव के साथ आते हैं। कपड़े हल्के या मध्यम भार वाले अच्छे होते हैं। हल्के व सोबर रंग अच्छे लगते हैं। प्रिंट चेक या सादे हो पर बहुत तेज प्रिंट न हों। कपड़ों का स्टाइल सरल व व्यक्तित्व से मेल खाता हुआ हो। यह भी जल्दी नए फैशन नहीं अपनाते। इनके हैन्डबैग और जूते आरामदेह व सोबर हों। केश–सज्जा सादी पर खूबसूरत होनी चाहिए।

चुलबुलें व्यक्तित्व जीवन्त, चमकते हुए, खुश व लापरवाह किस्म के होते हैं। आरामदेह कपड़े, जिनकी ज्यादा देखभाल न करनी पड़े, इनके लिए उपयुक्त होते हैं। इनके मूड के हिसाब से चुना गया कोई भी रंग इन पर जँचता है। प्रिंट्स रंगीन व जीवंत होने चाहिए जो हल्के से मध्यम भारी तक हो सकते हैं। कपड़े का स्टाइल कैजुवल, आरामदेह व आसान होना चाहिए। यह भी नए फैशन को जल्दी नहीं अपनाते। हैडबैग और जूते आरामदेह हो चाहे वो फैशन में न हों। केश–सज्जा साधारण व कैजुवल हों।

६.३.२- स्टाइल की पहचानः-

यदि हम अपने आस–पास के लोगों का अध्ययन करें और उन्हे पहचानें या वर्गीकृत करें तो हम मूलतः उन्हें–स्पोर्टी, फ्री–स्टाइल, क्लासिक या इलीजेन्ट, सेक्सी, रोमाटिंक इत्यादि में बॉट सकते हैं। स्पोर्टी रूप के लिए ध्यान रहें कि कैजुवल का अर्थ स्लोपी नहीं होता। परत वाले कोर्डीनेट्स पहनें जिन्हें बनियान, ब्लेजर या अनोखा स्टाइल की जैकेट के साथ मैच किया गया हो।

फ्री–स्टाइल एक कलात्मक, फंकी स्टाइल है जिसमें कुछ नया होता है। आप लेटेस्ट ट्रेन्ट अपनाएँगे पर अपनी फिगर के अनुरूप उन्हे ढालेंगे। आपको टोपियाँ पसन्द आएँगी जो आप पर बहुत जँचेगी। क्लासिक या सुरूचिपूर्ण कपड़े आपसे बेहतर नहीं हो सकते। आप सबसे अच्छे कपड़े, सरल स्टाइल, एक अच्छे गहन व शुद्व चमड़े की एसेसरीज के लिए जानी जाती हैं।

सेक्सी कपड़े शरीर के उभारों को निखारते हैं। बहते हुए कपड़े, गहरे गले, तथा कमर पर ज्यादा जोर दिया जाता है। रेशम, काशमीरी, स्लिंकि निट और चमड़े जैसे सेन्सुअल फैब्रिक का प्रयोग किया जा सकता है। रोमाटिंक लुक में लेस, हल्के फूल पत्ती व मोती अच्छे लगते हैं।

६.३.३- स्वयं के लिए लुक की रचना करनाः- अगर आप ट्रेन्डी होना चाहते हैं और छरहरा दिखना चाहते हैं, तो यहाँ कुछ टिप्स दिए जा रहें हैः– मोनोक्रोम अर्थात सिर से पॉव तक एक ही रंग के कपड़े पहनें। इससे हर कोई लम्बा व छरहरा दिख सकता है। टोन पर टोन रंग संयोजन बसन्त में सबसे ज्यादा प्रचलित है और यह स्टाइल किसी को भी पतला–दुबला दिखा सकता है।

लेगी लुक लाइए, पैर लम्बे व पतले लगेगें अगर आप अपने पायजामें या मोजों को अपने जूतों व स्कर्ट से सही प्रकार से मैच कराऍगें प्रिन्टेड स्कर्ट के लिए, पृष्ठभूमि के रंग का स्लैक्स व मोजे चुनिए।

यह महत्वपूर्ण है कि आप अपना लुक मेनटेन भी करें। अतः यहाँ कुछ टिप्स दिए जा रहे हैं। जिन्हे ध्यान में रखकर आप अपने आप को मेनटेन रख सकते है।

होजरी का चुनाव करते समय दोरंगी जूते परेशानी पैदा कर सकते हैं। हमेशा प्राकृतिक रंग या जूते में हल्के रंग वाली होजरी पहनें। अपने जूतों के सबसे हल्के रंग से गहरे रंग की होजरी कभी न पहनें।

हालॉकि, सामान्यतः, आपकी ऑखों का मेकअप आपकी ऑखों के रंग को उभारना चाहिए।, लेकिन आपके कपड़े के रंग को भी ध्यान में रखना चाहिए जैसे– भूरी ऑखों वाली लड़की, नीली ड्रेस पहनते समय हरे की जगह नीले– आई–शैडों का चुनाव

कर सकती हैं। लेकिन, नीली आँखों वाली लड़कियों को हरे कपड़ों के साथ हरा आई–शैडो लगाने से पहले ध्यानपूर्वक मनन कर लेना चाहिए।

फैशन में, शाम के लिए सुनहरा या सिल्वर आई–शैडो लगाना सही माना जाता हो, पर यह परिपूरक से ज्यादा प्रभाव पर निर्भर करता है। अपने वस्त्रों को ज्यादा आकर्षक व रूचिकर बनाने के लिए, आप ताज़े इत्र का प्रयोग कर सकते हैं। खुशबूदार पानी, जैसे–लैवेन्डर का पानी, अपने वस्त्रों में अत्यन्त अच्छी परन्तु हल्की महक लाने का उपयुक्त तरीका है। प्रेस में खुशबूदार पानी डालकर, स्ट्रीम सेटिंग कर, कपड़ों पर प्रेस करें। यह मौसम के अनुसार स्टोर किए गए कपड़ों के लिए एक अच्छा तरीका है। अगर आप को कई काले रंग की पैंट या स्कर्ट मिले, जो आपके लिए परफेक्ट फिट हो, तो दो खरीदिए। काला रंग जल्दी उड़ जाता है लेकिन एक सी दो पैंट होने पर खराब देर से होती हैं और काला रंग हर कपड़े के साथ मेल खाता है।

क्या आप अपनी पसन्दीदा जैकेट या स्कर्ट से दाग हटाने का प्रयास कर रहे हैं? दाग के उपर हल्के हाथ से कुरूण्ड पत्थर से रगड़िए, दाग छूट जाएगा।

अपने कपड़ों के स्टैटिक से लड़ने का जल्द व आसान तरीका चाहिए? अपने पर्स में हमेशा ड्रायर शीट रखे– अपने स्कर्ट या पैन्टीहोस के अन्दर की ओर इसे रगड़े जिससे आपके कपड़े स्टैटिक फ्री हो जाएँगे।

जैकेट का बटन ढ़ीला है पर सिलने का समय नही है? क्लीयर नेल पॉलिस को रूई में लेकर बटन के बीच के धागों को, कुछ देर के लिए निकलने से रोकने के लिए, उन पर लगाइए।

सर्दियों के लिए कपड़े के अन्दर रखने से पहले, एक फैब्रिक साफ्टनर शीट या लैवेन्डर का पैकेट उसमें डालिए। इससे कपड़े अगले मौसम तक ताजे रहेंगे।

स्टाइल का अर्थ है– आप अपने कपड़े कैसे मेल कराते हैं, न कि कपड़े कैसे है। कपड़े ऐसे चुनिए जिनसे आप ऊबने की जगह अच्छा महसूस करें।

जब तक आप हर साल कुछ चीजों को अपनी आलमारी से हटाना बुरा नही समझतीं, बेहतर होता है कि जरूरत से ज्यादा ट्रेन्डी कपड़े, अपनी बेसिक वार्डरोब के लिए न खरीदें।

पत्र–पत्रिकाओं में देखी हर चीज मत खरीद लीजिए। वही चीज़ लीजिए जो आप पर अच्छा लगे और आप को अच्छा महसूस कराए। यह तभी होगा जब आप अपने प्रति सच्चे व इमानदार होगें।

वही पहने जो आपके बॉडी टाइप के लिए उपयुक्त हो, फैशन के दास न बनें।

चाहे आप किसी शैली से कितने भी प्रभावित हों, कभी न अपनाएँ यदि वह आपके बॉडी टाइप पर जँचता नही है।

आपकी वार्डरोब आपके व्यक्तित्व की परछाई होनी चाहिए न कि आपके स्टोर के सेल्समैन की क्षमता की परिचायक।

कपड़े, आपकी कल्पना से कहीं ज्यादा, आपके बारें में बयाँ करते हैं। अतः वही कपड़े खरीदें जो आपकी शेप पर जँचे। पहनने से पहले अपने कपड़े बिछाकर उसका समानुपात जाँचे। बेल्ट्स, स्कार्फस और जैकेट का प्रयोग कर इच्छित लुक लाइए। पतले कपड़े ज्यादा पतले होने का प्रभाव लाते हैं। एक ही रंग का टॉप व बॉटम आपको पतला दिखाने में सहायक होंगे, फिर कपड़े पहनें। ज्यादा ढ़ीलें कपड़े फिगर को छिपाने की जगह उभारेंगे। अगर पतली हो तभी बेल्ट का प्रयोग करें। एसेसरीज का प्रयोग सावधानी पूर्वक करें।

आभूषणों को मिक्स और मैच करके आप अपनी वार्डरोब को प्रभावशाली बना सकते हैं। जूते बॉडी शेप की जगह लम्बाई पर ज्यादा निर्भर करते हैं। इम्पल्स पर कपड़े न खरीदें। ब्लाउज़ या पैन्ट्स खरीदने से पहले योजना बना लें। खरीददारी करते समय वैज्ञानिक सोच अपनाएँ, अपना बॉडी शेप और रंगों का ध्यान रखें।

कुछ भी खरीदने या पहनने से पूर्व कुछ बातें ध्यान रखें। क्या इसके साथ कुछ मिक्स और मैच करने के लिए है ? क्या यह आपके जीवन शैली को सूट करता है।

क्या यह आरामदेह, बेफिक्र और पहनने में आसान है? यह मशीन वाश है या केवल ड्राई क्लीन हो सकता है। आपके बजट में आता है या नही। उपयुक्त है या नही। क्या यह फैड है जो एक सीजन से ज्यादा नही पहना जा सकता। इसकी गुणवत्ता कैसी है। क्वालिटी अत्यधिक महत्वपूर्ण है, बेहतर है ४–५ बेहतर मिक्स और मैच आउटफिट हों, ८–१० बेकार आउटफिट की जगह।

जब खरीदे तो उन्हे आउटफिट की तरह देखें। ध्यान रखें कि आपके पास मैचिंग जूते व एसेसरीज हों। साथ ही एक जैकेट या स्कार्फ भी हो, जिससे कभी–कभी उसे अलग लुक भी दिया जा सके।

६.३.४ कपड़ों का स्टाइल व शरीर का आकारः-

– ऊँचे कॉलर गर्दन को छोटा दिखाते हैं।

– छोटी आस्तीन व ब्रेस्ट पॉकेट वाली कसे टॉप्स आपकी फिगर को कम दिखातें हैं। स्ट्रेप वाले जूते आपके पैरों को छोटा दिखाते हैं। उपरी भाग को सीम लाइन्स, बेल्ट, बो और कॉलर की मदद से छोटा दिखाया जा सकता है।

– एक छोटा हार आपकी गर्दन छोटी कर सकता है।

– एक स्कार्फ या बेल्ट, जो पैरों की ओर लटकती हो, बाँधने से पैर लम्बे लगते हैं। बुनाई वाला टेक्सचर, लेंस, फ्लोरा, प्रिन्ट से ऊनी दुपट्टा या स्कार्फ इस भ्रम को उत्पन्न करने में सहायक हो सकते है।

— मोटी, खड़ी रेखाऐं लम्बा व पतला दिखाती हैं।

— जहाँ आप चाहती हैं कि लोग देखें, वहाँ बड़े–बड़े प्रिन्ट पहनें और जहाँ नहीं चाहती हैं कि लोग देखें, वहाँ छोटे प्रिन्ट पहनिए।

— ऑल औवर प्रिन्ट आपको फिगर की कमियाँ छुपाता है और कहीं–कहीं प्रिन्ट आपको फुलर बनाता है।

— गले व कंधे के आसपास का प्रिन्ट कंधों को चौड़ा दिखाता है। प्रिन्ट्स को अपने फिगर के अच्छे भागों पर पहनिए क्योंकि ठोस रंग से ज्यादा ध्यानाकर्षक प्रिन्ट होते हैं।

— पैंट खरीदते समय ध्यान रखिए कि वह सही फिटिंग की हो जो कमियाँ स्कर्ट द्वारा छिप सकती हैं, वह पैंट में उभर कर आती हैं।

६.३.५ **विभिन्न शारीरिक प्रकार:-** महिलाओं को हम उनके शरीरिक संरचना के आधार पर विभाजित कर सकते हैं। पेटाइट महिलाओं (चित्र ६.१) को अपने कपड़े को पतली, बेल्ट की मदद से लाइन में रखना आवश्यक है। रंगों में हल्का विरोधाभास और फिट लाइनें उनकी फिगर को अत्यन्त खूबसूरती देंगी। साथ ही, मुलायम और फ्लोविंग कपड़े चुने, जो अच्छी तरह फिट हों। बहुत भारी प्रिन्ट नहीं लेने चाहिए।

लम्बी महिलाऐं (चित्र ६.२) चौड़ी बेल्ट पहन सकती हैं, पर कसे कपड़े न ज्यादा छोटी या ज्यादा लम्बी स्कर्ट न पहनें। यह अनुमोदन है कि लम्बी महिलाऐं, अपने ब्लाउज़, पैन्ट या स्कर्ट के ऊपर से पहनें, जिससे उनकी कमर और नीचे दिखे और ज्यादा कसी बेल्ट न पहनें।

हैवी हिप्स और राउन्ड फुल फिगर्ड (चित्र ६.३) महिलाऐं, खड़ी रेखाओं वाले कपड़ों का प्रयोग ऊपर व नीचे का भ्रम पैदा कर सकती हैं। 'वी' गले और साइड तक खुले चाक वाले स्कर्ट भी अच्छे रहते हैं। छोटे, पैडेड कंधों वाले कपड़े प्रयोग करने चाहिए। ज्यादा बड़े पैड्स आपको फुटबाल खिलाड़ी की तरह दिखाऐंगे। हिप्स पर से जाते हुए लम्बे टॉप्स पहनिए। जैकेट, टैलर्ड सूट या शर्ट–वेस्ट कपड़े जिनमें सीधे, क्लासिक कट्स हो, का चुनाव करिए। हल्के रंग के टॉप्स आँखों पर अच्छा प्रभाव डालते हैं। गहरे रंग की और सादी स्टॉकिंग्स पहनिए। खड़े, व हल्के पैटर्न चुनिए व भारी कपड़े न लें। ड्रेस या स्कर्ट, घुटने के ठीक नीचे तक की न हो। कपड़ों के रंग से एकदम मिलती जुलती एसेसरीज पहनें; इसमें जूते भी शामिल हैं। इससे आपके शरीर को एक बिना रूकावट, पतला लुक मिलता है। बहुत, चौड़ी घेरदार स्कर्ट न चुनें। सीधी या ए–लाइन स्कर्ट चुनिए।

उपर से भारी शरीर की महिलाओं (चित्र ६.४) को बिना कंधों पर पैड्स वाली लम्बी जैकेट का चुनाव करना चाहिए। फैन्सी डिजाइन व रफल वाले ब्लाउज़ नहीं पहनने चाहिए। ऊपर चिपकने वाले कपड़े न पहनें और गहरे रंग पहने। जयादा हल्के

टॉप्स न पहनें। डॉलमन या रैगलान आस्तीन वाले और ऐसे टॉप्स जो ऊपर से ढ़ीले व हिप्स और कमर पर कसे हो, अच्छे रहते हैं। प्लीट वाली पैन्ट या स्कर्ट पहनें जिससे नजर नीचे की ओर जाए। सूती या कॉटन जर्सी जैसे हल्के कपड़े का चयन करें। एक ही रंग की ड्रेसिंग भी पतला दिखने में मदद करेंगी। फ्लैट चप्पल अच्छी रहती है पर, अगर आप कद में छोटे हैं तो हील पहन सकते हैं। आपके पैरों का आकार अगर अच्छा है तो, छोटे किनारे आपके उपरी भाग से नजर हटाएगें।

आयताकार प्रकार (चित्र ६.५) की फिगर के उभार बढ़ाने के लिए कमर पर चिपकने वाले जैकेट या टॉप्स पहने जा सकते हैं या फिर स्कर्ट या पैन्ट के ऊपर, मोटे, फेमिनिन स्वेटर पहने जा सकते हैं। अपने टॉप्स या नीचे के कपड़े में पैटर्न जोड़िए जिससे थोड़े आयाम आ जाएँ।। गले पर हार या कोई एसेसरी द्वारा गोलाकार उभारिए और शोल्डर पैड्स का प्रयोग करिए।

६.३.६ ड्रेस रूटीन बनाए रखनाः- ड्रेस रूटीन बनाए रखना आवश्यक है जिससे कि लुक के साथ कोई समझौता न करना पड़े। एक वेल–ग्रूम्ड महिला अपने दिन का आरम्भ सही प्रकार से करती है। एक वेल–ड्रेस्ड लुक पाने के लिए एक सक्षम ग्रूमिंग शेड्यूल होना चाहिए इसलिए सुबह खुद को तैयार होने के लिए थोड़ा ज्यादा समय दें।

घर छोड़ने से पहले निम्नलिखित, आठ–सूत्रीय चेकलिस्ट पर, पूर्ण–लम्बाई के शीशें के सामने खड़े होकर ध्यान दीजिए:–

– कोई किनारी या अस्तर तो नहीं दिख रहा।
– कपड़े इस्तिरी किए हैं।
– अन्तः वस्त्र की स्ट्रैप्स छुपी हैं।
– कपड़ों पर कोई दाग तो नहीं है।
– मेक–अप सफाई से लगा है।
– हाथ और नाखून इम्पेकेबिल हैं।
– बाल साफ, केश सज्जा आकर्षक व साफ हैं।

हॉं, ऊपर के साथ–साथ आप अन्दर से भी साफ व तरोताजा होनी चाहिए।

अगर आप गृहिणी है, और दिन भर घर में रहती हैं, तब भी, हर सुबह, अपने को सॅवारने के लिए कम से कम पॉच मिनट अलग रखें।

हर कुछ घंटों में, अपने आपको शीशे में देखिए– हमेशा अपना सर्वश्रेष्ठ लगने के प्रति जागरूक रहिए। जब भी आप बाहर जाएँ, चाहे हल्की–फुल्की खरीदारी करने थोड़ी दूर तक ही जरूर निकलें। ग्रूमिंग की सबसे सामान्य गलतियॉं हैं–

– घिसी हुई हील।
– कंधों पर रूसी।

- बगल में पसीने के दाग।
- बालों का इधर–उधर बिखरे रहना।
- ढ़ीली–ढ़ाली बिना इस्तिरी की स्कर्ट।
- सीलें हुए, बिना हवा लगे कपड़े।
- ढ़ीले गिरडिल्स जिससे कपड़ों की फिटिंग खराब होती है।
- लापरवाही से लगाई गई लिपस्टिक।
- निकलती हुई नेल–पॉलिश।
- हैन्डबैग में बहुत ज्यादा सामान।

जब कपड़े बदलें तो निम्नलिखित योजना का अनुसरण करें-

– कोट उतार कर, सारे बटन बंद कर ठीक से टॉगे।

– अपना हैट उतारे, उसमें टिश्यू भरक उसके डिब्बे में वापस रखें।

– अपना ड्रेस उतारिये और उसे हल्के–फुल्के दाग, ढ़ीले बटन इत्यादि के लिए जॉचिए, तत्पश्चात रखिएँ। अगर ड्रेस गहरे रंग का है, तो उसे ब्रश से झाड़ कर रखिए। (आपका कपड़े झाड़ने का ब्रश आसानी से मिलने वाली जगह पर रखा होना चाहिए।)

– ड्रेस को उल्टा करके बाथरूम में थोड़ी देर के लिए टॉग दीजिए।

– अपने अन्तः वस्त्र, गिरडिल, जूते और स्टॉकिंग्स उतारिए और वाश बेसिन में भीगने के लिए रख दीजिए।

– अपने जूतों में शू–ट्रीज डालिए।

– अपने अन्तःवस्त्र और स्टॉकिंग्स से पानी निथारिए और सूखने के लिए टॉग दीजिए।

– अगर सम्भव हो तो कपड़े बाहर टॉग दीजिए। (बाहर जाने से पहले ड्रेसिंग गाउन पहन लें)

कपड़ों को ड्राई–क्लीन कराने से ज्यादा सस्ता है, उन्हें हवा लगा देना। कपड़ों को ताज़ी हवा की जरूरत होती है। अगर आप फ्लैट में रहते हैं, तो तुरन्त उतारें कपड़ों को रात भर बाथरूम में टंगे रहने दें तथा खिड़की खोल दें। कभी भी कोई भी कपड़ा बिना हवा लगाए, आलमारी में वापस न रखें तथा यह भी ध्यान रखें कि रखने से पहले कपड़े की सारी सिकुड़न, प्रेस करके निकाल दें। परन्तु, ध्यान रखें कि ज्यादा प्रेस करने से भी कपड़े जल्दी खराब होते हैं।

स्त्रीत्व अन्दर से शुरू होता है। स्वच्छ, आकर्षक अन्तः वस्त्र आपको अत्यन्त फेमिनिन महसूस कराएँगे। अन्तः वस्त्र कपड़ों से मिलते जुलते रंग के होने चाहिए लेकिन चटख रंग के अन्तः वस्त्र गहरे रंग के या अपारदर्शी कपड़ों के नीचे पहनना चाहिए। जहाँ वह दिखें ना। हल्के, गर्मी के कपड़ों के लिए सफेद रंग ही ठीक होता है।

अन्तः वस्त्रों के स्ट्रैप्स हमेशा छिपे रहने चाहिए और पारदर्शी ड्रेस के नीचे हमेशा शमीज पहनना चाहिए जिससे कि अन्तः वस्त्र छिप जाएँ। बिना अस्तर, पारदर्शी कपड़ों

के नीचे विशेष, गहरे रंग की स्लिप पहन कर अन्तः वस्त्रों को ढंका जाना चाहिए।

ब्रेजियर सदा ऐसी खरीदें जो आपको अच्छी प्रकार फिट हो। ब्रा आपके आकर्षक उभार उत्पन्न करने में सहायक होती है। ब्रा का चयन करते समय निम्न बातों का ध्यान रखें:—

— कप या पॉकेट सही साइज का हो।

— ब्रा को आपके बस्ट को नीचे से सहारा देना चाहिए; जिससे कंधे पर खिंचाव न हो।

— वह आपको बंधा हुआ महसूस न कराएँ।

— पीछे व बगलों में पूरी तरह, बिना उठे या निकले फिट होनी चाहिए।

अभ्यास-

१— अपने मित्रगण में देखिए और विभिन्न व्यक्तित्व पहचानिए।

२— पहचाने गए विभिन्न व्यक्तित्वों के लिए कपड़े डिजाइन करने का प्रयास करिए।

६.४ सारांशः-

फैशन डिजाइनिंग के अध्ययन के लिए व्यक्तिगत व्यक्तित्वों को समझना अत्यन्त आवश्यक है। विभिन्न शारीरिक प्रकारों अंग—विन्यासों, प्रतिछायाओं व व्यक्तित्वों की गहरी जानकारी, डिजाइनर को अपने ग्राहकों के लिए प्रभावशाली व सुन्दर डिजाइन बनानें में सहायक होती है।

आपकी आवाज़ की ध्वनि, आपका रंग, आपकी शारीरिक संरचना, आपकी पसन्द, नापसन्द, प्रेम, घृणा, व्यवहार तथा सपने सब मिलकर 'सम्पूर्ण आप' बनाते हैं। व्यक्तित्व वो है, जैसा दुनिया आपको देखती है और जैसा आप स्वयं को देखते हैं।

आपकी प्रतिछाया आपके व्यक्तित्व का पहला सीधा प्रभाव होता है। अच्छे व्यक्तित्व को अच्छे कपड़ों, केश—सज्जा, मेक—अप व सबसे ज्यादा अच्छे अंग—विन्यास से उभारना चाहिए। व्यक्तित्व अतिश्रेष्ठ, श्रेष्ठ, बुरे या तटस्थ हो सकते हैं। व्यक्तित्व कई अलग—अलग समूहों में विभक्त किए जा सकते हैं। जैसे— नाजुक, हष्ट—पुष्ट, नाटकीय, डेम्यूर, सम्मानित व चुलबुले। हर व्यक्तित्व पर अलग प्रकार के कपड़े जँचते हैं। नाजुक, नर्म व अत्यन्त स्त्रीत्वपूर्ण लोगो के व्यक्तित्व नाजुक या डेनिटी कहलाते हैं। जबकि, हष्ट—पुष्ट व्यक्तित्व खिलाड़ी, ताकतवर, लड़को जैसे होते हैं। नाटकीय व्यक्तित्व अत्यन्त असामान्य, स्ट्राइकिंग बोल्ड और साधारण या असाधारण, सब करने के लिए

करने को तैयार रहते हैं। ऊेम्यूर, हृष्ट–पुष्ट व्यक्तित्व सरल, शर्मीले और टिमिड होते हैं जो, सार्वजनिक रूप से चर्चा में नही आना चाहते हैं। सम्भावित व्यक्तित्व कन्जरवेटिव, रिजर्वड, गम्भीर व शालीन होते हैं। चुलबुले व्यक्तित्व जीवन्त, चमकदार, खुश मिजाज़ व लापरवाह होते हैं।

व्यक्ति के स्टाइल, स्पोर्टी, फ्री–स्टाइल, क्लासिक या इलीजेन्ट, सेक्सी या रोमांटिक इत्यादि हो सकते हैं। व्यक्तित्व व्यक्ति की व्यक्तिगत गुणों जैसे उसका रूप, व्यवहार व चरित्र को भी सन्दर्भित करता है।

अगर आप पतला–दुबला दिखना चाहती हैं, तो आपको मोनोक्रोम ड्रेस अर्थात ऊपर से नीचे तक एक ही रंग के कपड़े पहनने चाहिए और लेंगी लुक अपनाना चाहिए। हमेशा, मिलते–जुलते रंगों के मोजें व जूते पहनिए। आँखों का मेक–अप त्वचा के रंग तथा कपड़ों से मेल खाता हुआ होना चाहिए। ताज़े इत्र व खुशबूदार पानी आपको ताज़ा प्रतीत कराता है।

स्टाइल कपड़े पहनने का तरीका है, न कि सिर्फ कपड़े। ट्वेल ड्रेस्ड, संयोजित व समय से पहुँचने के लिए, व्यक्ति को घर से निकलने से पहले एक चेक–लिस्ट पर नज़र डालनी चाहिए। आपको अपने रूप पर गर्व होना चाहिए। घिसी हुई हील, रूसी, पसीने के दाग, अनटिडी बाल, ढ़ीली–ढ़ाली बिना इस्तिरी की स्कर्ट, इत्यादि से बचना चाहिए। कपड़ों के ड्राई–क्लीन कराने से ज्यादा अच्छा और सस्ता, उन्हे नियमित रूप से हवा लगाकर, ठीक से रखना होता है।

कपड़े आपके बारे में कितना कुछ बताते हैं, इसकी आप कल्पना भी नहीं कर सकते। "आ स्टिच ऐट टाइम सेव्स नाइन" का नियम अर्थात समय पर एक सिलाई लगा लेने से आप काफी पैसे बचा सकते हैं, इसका अनुसरण करके आप हमेशा वेल ड्रेस्ड रह सकते हैं। कपड़ों का चयन एक आवश्यक कार्य है जिसे पूरी सावधानी के साथ करना चाहिए। आप अपनी वार्डरोब को, ज़ेवर की मिक्स और मैच से और भी ज्यादा रूचिकर बना सकती हैं।

महिलाओं को उनके शारीरिक प्रकारों के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। पेटाइट महिलाएँ छोटी शारीरिक संरचना की होती हैं और इसीलिए इन्हे, पतली, महीन बेल्ट्स, हल्के विरोधाभासी रंग व फिटेड रेखाओं की जरूरत होती है। लम्बी महिलाओं को चौड़ी बेल्ट्स, ढ़ीले कपड़े व बेल्ट के उपर से पहने जाने वाले टॉप्स की ज़रूरत होती है। हिप हैवी महिला को खड़ी रेखाओं वाले, वी–नेक और साइड्स तक खुले चाक वाली स्कर्ट पहननी चाहिए। टॉप हैवी बॉडी को बिना कंधों पर पैड्स वाले, लम्बे जैकेट का चुनाव करना चाहिए। रेक्टेन्गुलर यानि आयताकार शारीरिक संरचना वालों को कमर पर चिपके टॉप्स, फेमिनिन थिक स्वेटर स्कर्ट या पैंट के उपर, पहन कर

अपने शरीर के उभारों को और बढ़ाना चाहिए।

ड्रेसिंग रूटीन को बनाए रखना अत्यन्त आवश्यक है जिससे कभी अपने लुक के साथ समझौता न करना पड़े। दिन के लिए घर छोड़ने से पहले एक चेकलिस्ट पर नज़र डालिए जिसमें, किनारी, गंढ़े दाग, साफ नाखून व केश इत्यादि पर दुबारा ध्यान दीजिए, क्योंकि आपको हर समय साफ व स्वच्छ दिखना चाहिए। ग्रूमिंग में खामियाँ जैसे घिसी हुई हील, रूसी पसीने के दाग, गंदे बाल, बिना इस्तिरी की स्कर्ट, टूटी नेल पॉलिश और बहुत ज्यादा भरा हुआ हैन्डबैग; से बचना चाहिए।

अगर आप पतला-दुबला दिखना चाहती है; तो मोनोक्रोम ड्रेस पहनिए और लेगी लुक लाइए। वेल-ड्रेस्ड, संयोजित व पंक्चुवलिटी के बीच संतुलन बिठाइए। अपने रूप पर गर्व कीजिए।

६.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ ड्रेस का चयन करते समय व्यक्ति के व्यक्तित्व को ध्यान में रखना क्यों जरूरी है?

प्रश्न–२ पेटाइल फिगर और टाल फिगर में क्या अन्तर है?

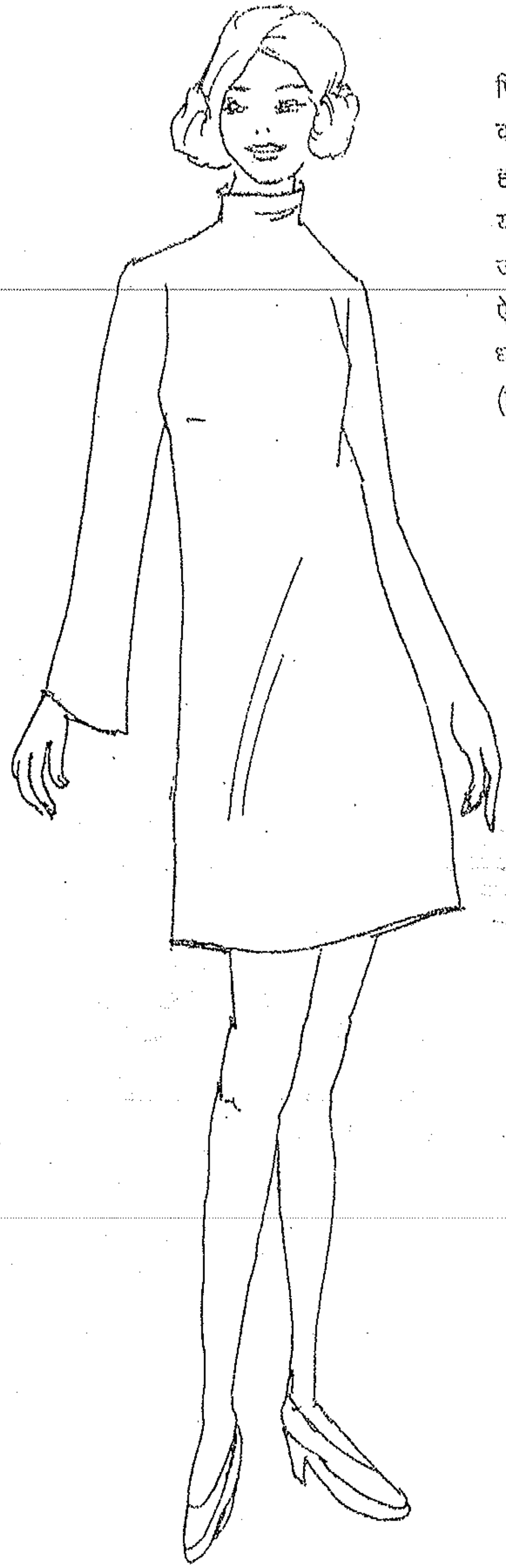
प्रश्न–३ अगर आप ट्रेन्डी बनना चाहते हैं, तो क्या करें?

प्रश्न–४ कपड़ों की देखभाल कैसे करें?

प्रश्न–५ नए कपड़े खरीदते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

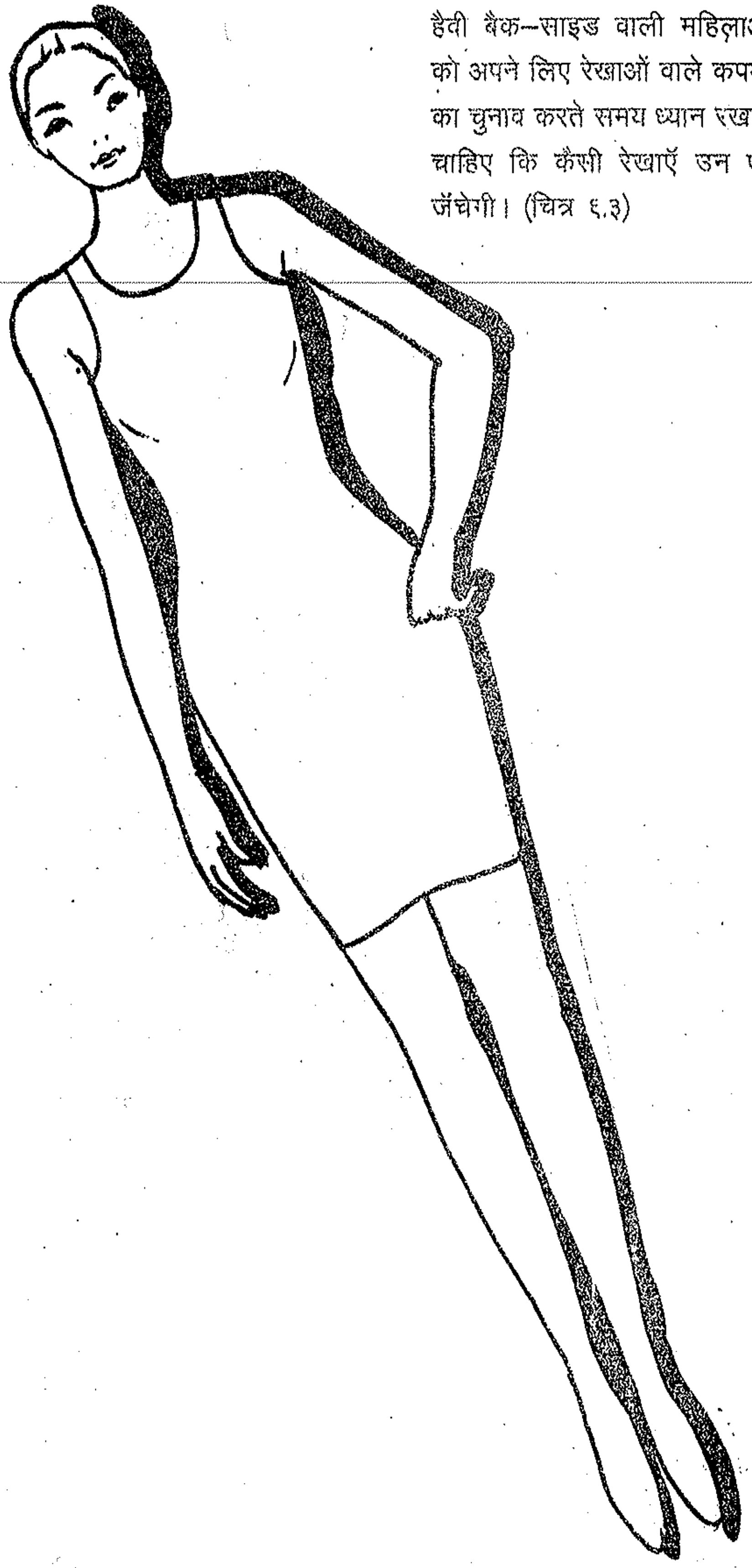
६.६ स्वाध्ययन हेतु-

यह एक सामान्य प्रकार की फिगर है जो स्लेन्डर और पेटाइल है। ऐसी फिगर में छोटी हड्डियों की संरचना होती है और इसलिए बहुत छोटा होने का प्रभाव डालती हैं। पेटाइल महिला छोटी शारीरिक संरचना की होती है। वह पतली संरचना की होती है पर जरूरी नही है कि नाटी हों। (चित्र ६.१)



लम्बी महिला, ५ फिट ४ इंच की सामान्य कद से लम्बी होती है। इसके हाथ व पैर लम्बे होते हैं। यह सामान्य फिगर टाइप है जो लम्बी एवं स्लेन्डर हैं। ऐसी फिगर वालों को खड़ी धारियों से बचना चाहिए। (चित्र ६.२)

हैवी बैक–साइड वाली महिलाओं को अपने लिए रेखाओं वाले कपड़ों का चुनाव करते समय ध्यान रखना चाहिए कि कैसी रेखाएँ उन पर जंचेगी। (चित्र ६.३)



हैवी बस्ट वाली महिलाओं को सादे ब्लाउज का चुनाव करना चाहिए जिन पर डिटेल्स कम हों। (चित्र ६.४)

रेक्टैन्गुलर फिगर वाली महिला को ऐसे कपड़े पहनने चाहिए तो कमर व हिप पर सुन्दरता से फॉल करें। (चित्र ६.५)

संरचना

१०.१ यूनिट प्रस्तावना

१०.२ उद्देश्य

१०.३ आपका वस्त्र बोध

१०.३.१ आपकी फिजवयू

१०.३.२ सामान्य फिगर का चित्र– एट हेड थ्योरी

१०.३.३ शारीरिक माप

१०.३.४ आधारिय फिगर प्रकार

१०.३.५ आप्टिकल इलुशन द्वारा कैम्युफ्लैगिंग

१०.३.६ रंगो द्वारा लुक्स को कम्प्लीमेन्ट करना

१०.३.७ रंग और आपकी फिगर

१०.४ सारॉश

१०.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

१०.६ स्वाध्ययन हेतु

१०.१ यूनिट प्रस्तावना:- हर किसी को वस्त्रों का अच्छा बोध होना चाहिए। वेल ड्रेस्ड होना सिर्फ क्या पहना है, पर निर्भर नहीं करता बल्कि, कहॉं, कैसे और कब पहना है, और कभी–कभी वहॉं कौन–कौन उपस्थित होगा, इस पर भी निर्भर करता है। हर मौसम, में डिजाइनर्स, अपने डिजाइन्स में शरीर के किसी एक भाग को ज्यादा उभारते हैं। हेम और वेस्टलाइन अर्थात कमर व नीचे का किनारा, उपर–नीचे होता रहता है और कंधे की लाइन भी समय–समय पर बदलती रहती है।

१०.२ उद्देश्य:- कपड़े आप पर जादू कर सकते हैं। वह आप में आत्मविश्वास जगा सकते हैं, आपके गुणों को उभार कर आपकी खामियों को छुपा सकते हैं। अच्छा ड्रेस अप होने का अर्थ है– अपनी फिगर का सर्वश्रेष्ठ प्रकार से उपयोग करना। आपकी हड्डियों की संरचना वंशानुगत होती है, पर आपको वही कपड़े पहनने चाहिए, जो आपको सूट करें। अच्छा ड्रेस–अप होने का पहला कदम है कि आपके पास कार्यान्वित करने के लिए क्या है, इसका पूर्ण ज्ञान हो। इस यूनिट का उद्देश्य है कि आपको अच्छे शारीरिक समानुपात से अवगत कराऍं जिससे आप अच्छी डिजाइनिंग कर सकें।

१०.३ आपका वस्त्र-बोध:- इससे कि आप अपनी खामियॉं छिपाने व आपने गुण उभारने में लगे, आपको अपने शरीर के विभिन्न भागों का सही नाप पता होना चाहिए, इसलिए अपना नापने वाला टेप व पेन्सिल निकाल लीजिए।

१०.३.१ आपकी फिजिक्यू:-

लम्बाई:-

आप कद में नाटे हैं अगर (बिना जूतों के) आपका कद पाँच फुट ढाई इंच से कम है, पाँच फुट तीन इंच से पाँच फुट छः इंच तक सामान्य कद व पाँच फुट छः इंच से ज्यादा लम्बाई के लोग लम्बे कद में आते हैं। हालाँकि, आपके फिगर का समानुपात अक्सर दृष्टिभ्रम पैदा करता है और असली लम्बाई से ज्यादा, यह दृष्टिभ्रम तय करता है कि आप कितने लम्बे लगते हैं।

फिगर का समानुपातः-

अच्छा शारीरिक समानुपात फैशन के लिए अत्यन्त आवश्यक है। समानुपात के नियमों को समझकर तथा रेखाओं व विस्तारों को वस्त्रों में प्रयोग करने की जानकारी लेकर आप, अपनी फिगर की कई खामियाँ जैसे बड़े हिप्स, फुल बस्ट या छोटे पैरों को छिपा सकते हैं।

प्राचीन यूनानी थ्योरी के अनुसार कोई भी वस्तु आँखों को ज्यादा प्रिय लगती है अगर, उसके केन्द्र से थोड़ा ऊपर या नीचे, एक प्राकृतिक विभाजन रेखा हो। इसी आधार पर, मानव शरीर समानुपात का सर्वोत्तम उदाहरण है। उसका कद, उसके सिर की लम्बाई (शीर्ष से ठोड़ी तक) का लगभग आठ गुना होती है। मानक समानुपात के शरीर में यह आठ भाग पूर्णतः संतुलित होते हैं; तीन हेड–लेंथ कमर से ऊपर व पाँच हेड–लेंथ कमर से नीचे; इसे सामान्यतः तीन से पाँच का अनुपात कहते हैं।

१०.३.२ सामान्य फिगर का रेखाचित्र (चित्र १०.१):-

यह फिगर आपको एक अच्छा आइडिया देगी कि एक सामान्य फिगर किस प्रकार की दिखनी चाहिए। आप विभाजित भाग गिन सकते हैं। सिर से पैर तक आठ विभाजन हैं। ज्यादा निकला आधा भाग मॉडल द्वारा पहनी गई हील दिखा रहा है। यह फिगर एट–हेड–थ्योरी है जो यह कहती है कि अगर सिर को हेड की तरह लें तो पूरी फिगर आठ हेड्स में फिट हो जानी चाहिए।

१०.३.३ शरीर के नाम:-

वर्टिकल नाप (चित्र १०.२):-

अपने वर्टिकल नाप लेकर आप अपने वर्टिकल समानुपात ज्ञात कर सकते हैं। सरलता के लिए, आदर्श फिगर को चार बराबर भागों में विभक्त कर लेतें हैं।

– शीर्ष से बस्ट के प्वाइन्ट तक
– बस्ट प्वाइन्ट से लोवर हिप ज्वाइन्ट तक
– हिप ज्वाइन्ट से घुटने तक

घुटने से जमीन तक

अगर आप शीर्ष से बस्ट प्वाइन्ट तक १७ इंच के हैं तो, आपको हिप ज्वाइन्ट तक (बी के अनुसार) १७ इंच, घुटने तक १७ इंच (सी के अनुसार) और जमीन तक भी १७ इंच (डी के अनुसार) ही होना चाहिए। अगर कोई भी भाग बराबर नहीं है, तो आप जान जाएँगे कि आप कहाँ अनुपात से बाहर हैं।

वस्त्रों का सही चुनाव व सही रंग का उपयोग, जहाँ आवश्यक हो, वहाँ की लम्बाई कम या ज्यादा करने में सहायक हो सकता है।

होरीजेन्टल नापः-

विश्वास के साथ अपने कपड़ों का चुनाव करने से पहले आपकों अपने होरीजेन्टल प्रोपोरसन को जान लीजिए। यह हर रेस में विभिन्न होते हैं लेकिन इन्डो–यूरोपियन रेसेस में बस्ट और हिप का नाप लगभग बराबर होता है और कमर कम–से–कम १० इंच कम होनी चाहिए। हालॉकि, सौन्दर्य प्रतियोगिताओं के मानकों में हिप लाइन से बड़ी बस्ट लाइन बेहतर मानी जाती है जैसे ३६–२४–३५। अगर आपके नाप इनमें से किसी के भी तरह है, एक–दों इंच इधर–उधर भी हैं, तो आपके समानुपात अच्छे हैं।

कम्बाइनिंग योर मीजरमेन्टः-

अपने लम्बवत् व होरीजेन्टल नापों को जोड़कर देखिए कि आखिर आपकी फिगर में कहाँ कमी है। जैसे अगर आपके होरीजेन्टल मीजरमेन्ट दिखाए कि आपकी कमर हिप्स और बस्ट की तुलना में ज्यादा बड़ी है और वर्टिकल मीजरमेन्ट बताते हैं कि बस्ट प्वाइन्ट से हिप ज्वाइन्ट की लम्बाई, बाकी तीन भागों की तुलना में कम है तो, इससे आप क्या समझेंगे? यही कि जहाँ आप सबसे चौड़े हैं, वहीं सबसे छोटे भी हैं। इसका अर्थ है कि आपको ऐसे कपड़े पहनने चाहिए जो कमर को पतला दिखाए।

वेस्ट लेंथ मीजरमेन्ट्सः-

अपनी वेस्ट लेंथ अर्थात कमर तक की लम्बाई नापने के लिए किसी को अपनी कंधे की हड्डी से कमर तक नापने को कहें।

– अगर आप १४ ३/४ इंच से १५ ३/४ इंच तक हैं, तो आप शार्ट वेस्टेड हैं।

– अगर आप १५ ३/४ इंच से १७ ३/४ इंच की हैं, तो आप सामान्य वेस्ट लेंथ की हैं।

– यदि आप १७ इंच से ज्यादा हैं, तो आप लम्बी वेस्ट लेंथ अर्थात लॉग वेस्टेड हैं।

आपके बाकी के नाप अपकी शार्ट, लॉग या नार्मल वेस्ट लेंथ के समानुपात हो सकते हैं; आपके वर्टिकल मीजरमेन्ट्स आपको यह बता देंगे।

हिप टाइप्सः- आपके नितम्ब का प्रकार आपकी पेल्विक बोन के आकार पर तथा उस पर चढ़ी चर्बी व माँसपेशियों की मात्रा पर निर्भर करता है। तीन आधारभूत प्रकार हैं–

– आदर्श हिप्स वह हैं जिसमें न तो ऊपरी और न ही निचली पेल्विक बोन प्रोमीनेन्ट हो। पेल्विक बोन धीरे–धीरे ढ़ली होती है। इस प्रकार के हिप्स बहुत अच्छे होते हैं। हालाँकि, कम वजन की महिलाओं में ऊपरी व निचले नितम्ब के मध्य एक दिखाई देने वाला इन्डेन्टेशन होता है जो थोड़ा सा वजन बढ़ने से ठीक हो सकता है।

– चौड़ी ऊपरी नितम्बों में ऊपरी पेल्विक बोन बढ़ी हुई होती है जो कभी–कभी एक छोटा 'शेल्फ' उत्पन्न कर दैता है (कमर के ठीक नीचे अपनी पेल्विक बोन का क्रेस्ट छू कर जाँचें)। पतली लड़कियों में इस प्रकार के नितम्ब अच्छे लगते हैं, परन्तु कमर व पेट के पास चर्बी जमा होने पर समस्या पैदा कर देते हैं।

– चौड़े निचले नितम्बों में निचली पेल्विक बोन बढ़ी हुई होती है। इसे चतुरता से चुनें गये कपड़ों द्वारा छिपाया जा सकता है; अपनी लम्बाई या वजन की परवाह किए बगैर हिप्स को छिपाने के लिए कपड़े खरीदें।

१०.३.४ आधारभूत फिगर प्रकारः-

महिलाओं में तीन आधारभूत फिगर प्रकार होते हैं–

आदर्श प्रकार का फिगरः-

चाहे फिगर नारी, सामान्य या लम्बी, कैसी भी हो, कंधे और नितम्ब समानुपात में, होरीजेन्टल और लम्बवत नाप लगभग सटीक, वेस्ट–लेंथ सामान्य, भार सामान्य या थोड़ा कम होता है।

पतले कंधे- चौड़े नितम्ब प्रकार का फिगरः-

कंधे नितम्ब की तुलना में कम चौड़े होते हैं; नितम्ब आदर्श नाप के या थोड़े चौड़े हो सकते हैं। अगर आप इस प्रकार के हैं तो, आप या तो नार्मल वेस्टेड या लॉग वेस्टेड हो सकते हैं और आपके पैर या तो सामान्य लम्बाई के या फिर अत्यन्त छोटे हो सकते हैं। आप अपनी असली लम्बाई से छोटे दिखते हैं, क्योंकि आपके नितम्बों का कंधों से समानुपात, आपको स्क्वैट दिखाता है; चाहे आप नाटे, समान्य या लम्बे हो, कपड़ों का सावधानीपूर्वक चुनाव आपकी फिगर समानुपात के लिए चमत्कारी साबित हो सकता है।

चौड़े कंधे-पतले हिप्स फिगर प्रकारः-

यहाँ नितम्ब कंधों से संकीर्ण होते हैं, जिससे लम्बाई का भ्रम पैदा होता है। नितम्ब, सामान्यतः अच्छे होते हैं, और फिगर में केवल एक ही कमी हो सकती है कि वेस्ट लेंथ अत्यन्त लम्बी या अत्यन्त छोटी हो सकती है। पैर सामान्यतः छोटे होते हैं।

सही प्रकार की ड्रेसिंग में ज्यादा परेशानी नहीं आती।

१०.३.५ दृष्टिभ्रम द्वारा दोषमुक्त होना:- यूनानियों ने सबसे पहले दृष्टिभ्रम को परिभाषित किया था क्योंकि संतुलन और समानुपात, उनके आर्किटेक्चर और डिजाइन के मूल सिद्धान्त थे। अपने कपड़ों से दृष्टिभ्रम पैदा करना आवश्यक है। परफेक्ट फिगर बहुत कम होती है, लेकिन किसी भी फिगर की खामियाँ छुपा कर तथा गुणों को उभारकर बेहतर बनाया जा सकता है।

दृष्टिभ्रम:- दृष्टिभ्रम लगभग चमत्कारी लगा सकते हैं। आपकी ड्रेस का लाइन और कट आपकी फिगर पर जबरदस्त दृष्टिभ्रम उत्पन्न कर सकता है।

आपकी फिगर और ड्रेस लाइन्स

अपनी फिगर पर दृष्टिभ्रम का प्रयोग:- अगर आप लम्बे दिखना चाहते हैं तो, ऐसे कपड़े पहनिए कि देखने वाले की दृष्टि ऊपर की ओर जाती रहें, अगर छोटे दिखना चाहते हैं, तो उसे रोकने की कोशिश करिए। पतला या मोटा दिखने में भी यही सिद्धान्त लागू होता है।

ए–लाइन लम्बी लगती है, अगर उसमें कही रूकावट न हो। वस्त्रों के सन्दर्भ में इसका अर्थ है कि आपकी ड्रेस का कट या पैटर्न अच्छे समानुपात में हो और इस ढ़ाँचे की कोई भी लाइन (सिलाई, सीम, विस्तृत इम्फैसिस; ट्रिम या जेब का प्लेसमेन्ट) पूरे स्मूथ प्रभाव को कम न कर रहा हो।

लम्बवत् धारियाँ:- किसी भी ड्रेस की लम्बवत् धारियाँ, लम्बी व ठीक केन्द्र में हो सकती हैं, परपेन्डीकुलर लेकिन केन्द्र से हटकर हो, या टेढ़ी भी हो सकती है। यह छोटी या लम्बी हो सकती है। बटन की एक सीधी लाइन, गले से किनारे तक और केन्द्रीय परपेन्डीकुलर लाइन हर प्रकार की फिगर पर अच्छी लगती है, सिवाय बहुत लम्बी लड़कियों के। यह आपकी चौड़ाई से कुछ इंच घटाकर लम्बाई में जोड़ देती हैं। वी–नेकलाइन क्योंकि दो टेढ़ी रेखाओं से बनती है, इसलिए लम्बाई का भ्रम उत्पन्न करती हैं।

केन्द्र से हटकर रखी गई लम्बवत् धारी भी शरीर की चौड़ाई घटाकर लम्बाई बढ़ाती है। लेकिन यह केन्द्रीय लम्बवत से कम प्रभावी होती है। यह फिगर समानुपात एडजस्ट करने का असाधारण तरीका है। ऑफ–सेन्टर लम्बवत् धारी भी बहुत लम्बी, पतली लड़कियों के अलावा, सब पर जँचती है।

स्लैश पॉकेट छोटी तिरछी रेखाओं का एक उदाहरण है जो पतलेपन का भ्रम पैदा करती है। छोटी बेड़ी रेखाएँ कद बढ़ाकर चौड़ाई कम करने में सहायक होती है।

रिबन की लाइन जो सौन्दर्य प्रतियोगिताओं में महिलाएँ एक कंधे से विपरीत हिप तक पहनती हैं, अत्यन्त फ्लीदरिंग होती है। इस तरह क्रास पर कटे या सिले कपड़े हर

किसी पर सूट करते हैं सिवाय उनके जो बहुत पतले होने के साथ–साथ बहुत छोटे या बहुत लम्बे हैं।

न जाने किस वजह से, पर हम लम्बा व पतला दिखाने वाली खड़ी धारियों को बढ़ावा देने वाले स्टाइल्स से हम कभी ऊबते नहीं हैं। उदाहरणार्थ, अधिकतर कोटो में या तो सीधी या तिरछी, खड़ी सिलाई होती है। खड़ी सिलाई वाले कोट में, इसीलिए तीन लाभ होते हैं।

— इन्हे दूसरे कपड़ों के उपर पहना जा सकता है।

— यह आपकी लम्बाई व पतलापन बढ़ाते हैं।

— आप इससे आसानी से थकते नहीं हैं, और इसीलिए हम सामान्यतः एक कोट दो साल तक पहनते है।

केवल बहुत लम्बी, पतली लड़कियों को तेज, खड़ी धारियों के कपड़े नही पहनने चाहिए, बाकी सब फिगर पर यह अच्छी लगती है।

बेड़ी धारियों (चित्र १०.५):-

ड्रेस पर एक लम्बी बेड़ी धारी जैसे बेल्ट, जैकेट का नीचे का हिस्सा या एक ऊपर से पहना गया ब्लाउज़ आपको ज्यादा चौड़ा व छोटा दिखाता है। छोटी घूमती हुई बेड़ी धारियों का प्रयोग गोल गले, ड्रेस थोक, रफेल्स, फ्लेर्स् और पॉकेट में करते हैं।

शीथ ड्रेस में बेड़ी नेकलाइन उसका सबसे प्रभावी अंग होता है। जब आप इसे देखते हैं, तो आपकी ऑख गले पर रूककर उपर चेहरे की ओर बढ़ जाती है, गले पर ध्यानाकर्षित करने वाली बेड़ी नेकलाइन या कर; आपका ध्यान चेहरे की ओर कर देते हैं जिससे आप फिगर पर ध्यान नहीं दे पातें।

घूमती हुई बेड़ी धारी खामी छिपाने का सर्वश्रेष्ठ तरीका है; इसके प्रयोग से संकीर्ण कंधे चौड़े दिख सकते हैं या चौड़े नितम्बों को भी संतुलित किया जा सकता है। एक सपाट छाती को, ड्रेस की चोली पर, बेड़ी ज़ेबे लगाकर उभारा जा सकता है। एक चौड़ी बेल्ट, ज्यादा ऊँची वेस्टलाइन को नीचे दिखाने पर सहायक हो सकती है।

बेल आकार की स्कर्ट, जिसका घेर नीचे कि ओर होता है, की सबसे मजबूत लाइन उसकी किनारी होती हैं। ध्यान पैरों पर और इसीलिए हिप्स पर केन्द्रित होती है। कद कम करने के लिए यह स्टाइल अच्छा है लेकिन छोटे–पैर वाली लड़कियों को यह अजीब सा डिसटोर्टेड, स्क्वैरस्ड लुक देता हैं। धारियाँ, प्लीट, टक्स, बटन, जेबों के आकार या सिलाई के रूप में प्रयोग की गई रेखाएँ, उस दिशा को बढ़ावा देती है जिध ार की जाती हुई प्रतीत हो।

खड़ी धारियाँ, दृष्टिभ्रम द्वारा कद बढ़ाती हैं और चौड़ाई कम कर देती हैं। बेड़ी धारियाँ, इसका ठीक उल्टा प्रभाव डालती हैं, क्योंकि ऑख हमेशा ड्रेस डिजाइन के

अन्दर, बेड़ी धारियों की लम्बाई को पढ़ने के लिए बढ़ती हैं। जितना ज्यादा आँख को आगे बढ़ना पड़ेगा, आप उतने मोटे लगेगें; और आपकी फिगर पढ़ने में आँख को जितना कम रूकावट मिलेगी, उतने आप पतले लगेंगें।

स्पेसिंगः- आँख इस बात से भी प्रभावित होती है कि स्पेस अर्थात् जगह किस तरह विभाजित किया गया है तथा किस लाइन पर वह बढ़ रही है।

जब खड़ी धारियाँ, इतना पास–पास हों कि आँखों को ऊपर की ओर बढ़ने के लिए लगभग एक राह बनाएँ, तो वह लम्बाई का आभास देती हैं, पर दूर–दूर रखी गई खड़ी धारियाँ, आँख को एक झटके से, एक से दूसरी धारी या सिलाई तक भेजती हैं जिससे वस्त्र के नीचे फिगर, असलियत से ज्यादा चौड़ा व भारी लगता है।

अतः सामान्य विचार के विपरीत, प्रिंसेस लाइन हर फिगर पर अच्छी नही लगती, हर युवा फिगर पर भी नही। यह सिर्फ बहुत पतली लड़कियों पर ही जँचती है।

जब किसी जगह को विभाजित किया जाता है, तो विभाजित भागों का, एक दूसरे की तुलना में, समानुपात व स्केल सम्पूर्ण भ्रम को प्रभावित करता है। कोट में अगर बटन की एक अकेली लाइन हो तो आँख आसानी से व तेजी से ऊपर की ओर बढ़ेगी। ऐसी फिगर लम्बी लगेगी; लेकिन जब केन्द्रीय पैनल की रेखाएँ दूर–दूर हों तो आँख एक से दूसरी लाइन तक जिग–जैग घूमेगी जिससे फिगर चौड़ी लगेगी।

कैम्युफ्लैगिंग के सामान्य नियमः- आपकी फिगर की परेशानी के बारे में कुछ नहीं किया जा सकता, यह सोचने की गलती कभी न करें। अधिकतर डिफेक्ट्स को ध्यानपूर्वक चुने गए, सूटेबली डिजाइन्ड कपड़ों से छिपाया जा सकता है।

– अपनी फिगर की जगह चेहरे की ओर ध्यानाकर्षित करने के लिए खड़ी धारी व मजबूत बेड़ी नेकलाइन वाले कपड़े चुनिए।

– आपके कंधे सबसे अच्छे हैं, तो नाटकीय गलों द्वारा इन्हे उभारिए।

– अगर आपके पैर अच्छे हैं, तो छोटी स्कर्ट, फैंसी–रंगीन जूते, बकल, बोज और टेक्सचर्ड स्टॉकिंग्स पहन कर उनको उभारिए।

– अगर आपकी कमर पतली है, तो विरोधाभास वाली बेल्ट्स पहन कर उसे उभारिए।

– अगर आपके नितम्ब लगभग परफेक्ट हैं, तो शीथ ड्रेस और संकीर्ण स्कर्ट्स पहन कर उन्हे उभारिए।

– सपाट पेट को फुल–स्कर्ट्स पहन कर छिपाइए मत, स्लिम फिटिंग स्कर्ट्स पहन कर उभारिए।

अपने गुणों को इस प्रकार उभारने के बाद, अब अपने कमियों को ऐसे छिपाएँ:-

– अगर आपका बस्ट बड़ा है, तो बस्ट के अलावा सब जगह से फिट कपड़े पहने।

– सूट या जैकेट क राउन्डेड कार्नर, नितम्ब या पेट को छोटा दिखाते हैं।

– एक स्कर्ट जो फिट हो और फिर धीरे–धीरे घेरदार होती हो, चौड़े नितम्बों पर बहुत जँचती है। आप भारी नितम्बों को, गले, कंधे व हेमलाइन पर ध्यान केन्द्रित करके भी हल्का दिखा सकती हैं।

निम्न सामान्य नियम सदा ध्यान में रखन चाहिए:-

– अगर किसी गुण को उभारने से आपकी खामी कि ओर भी ध्यानाकर्षित हो रहा है, तो ऐसे गुण को न उभारें। जैसे अगर आपका हिप्स और बस्ट बड़े हैं पर कमर अत्यन्त पतली है, तो कमर को बड़ा दिखाना आवश्यक है, वरना आपके फिगर समानुपातिक नहीं लगेगा।

– कभी भी उन फिगर लाइन्स को न उभारें जिनसे आप खुश न हो। अगर आपको लगता है कि आप बहुत लम्बे हैं, तो गले से हेम तक खड़ी खारियाँ। पहन कर लम्बाई पर और जोर न डालिए, अगर आप अपने निम्बों की चौड़ाई से असन्तुष्ट हैं, तो सबसे चौड़े बिन्दु पर खत्म होने वाली जैकेट कभी न पहनें।

– हल्के रंग आपको बड़ा दिखाते हैं। इसमें हैट्स, दस्ताने, हैंडबैग, जूते, कोट व ड्रेसेस शामिल हैं; काला, नेवी व गहरे न्यूट्रल रंग पतला दुबला दिखाते हैं।

– सैटिन, वेलवेट, सितारे जड़े कपड़े, मेटालिक कपड़े, सटिन ब्रोकेड और अन्य चमकदार व चमकीले कपड़े आपको मोटा दिखाएँगे।

– मुलायम, फिगर दिखानेवाले कपड़े जैसे सिल्क या रेयॉन जर्सी, शिफॉन और जर्सी का कपड़ा, अच्छे समानुपात वाली फिगर के लिए सबसे उपयुक्त है।

– एसेसरीज भी आपके साइज व शेप के अनुसार होनी चाहिए। भारी वजन की, लम्बी व बड़े बस्ट वाली महिलाओं को बड़े हैन्डबैग और चंकी ज्वेलरी चुननी चाहिए; छोटी महिलाओं को छोटे बैग व छोटे–छोटे गहने पहनने चाहिए।

– सदा अपने को शीशें में ऊपर से नीचे तक, पीछे से, साइड से व आगे से देखिए। आपका आइना आपका सबसे अच्छा मित्र है व वही आपको सूट करते हुए केश सज्जा, गले व हैट्स का निर्णय लेने में सहायता करेगा।

१०.३.६- रूप का रंगों के साथ समायोजनः-

रंग तथा मूडः- रंगों का हमारे जीवन व मूड पर अत्यधिक प्रभाव पड़ता है। कुछ रंग हमें खुशी व उमंग का, जबकि कुछ अन्य हमें निराशा का एहसास कराते हैं। हम कभी–कभी अपने मूड को रंग द्वारा सन्दर्भित भी करते हैं– ब्लू जब कुछ गलत हो जाये, रोजी जब हालात सही हो। हम गुस्से से लाल होते हैं व ईर्ष्या से हरे हो जाते हैं।

जो भी रंग आप पहने, वह आपके व्यक्तित्व के साथ–साथ अपकी त्वचा के रंग को भी सूट करना चाहिए। उदाहरणार्थ, शान्त व्यक्तित्व की लड़की पर चटख रंग उतने नही फबेंगे जितने, एक चुलबुली लड़की पर। शान्त लड़कियों को रंगहीन या अनुपयोग

लगने की जरूरत नही है, उसे ऐसे कपड़े चुनने चाहिए जो उसे लिफ्ट कराएँ। कम चटख रंग शान्त व्यक्तित्व से मेल खाते हैं। जैसे– एक डल, हल्का नीला रंग अच्छा लगेगा जबकि तेज़ नीला रंग अति डोमीनेन्ट हो जाएगा।

शान्त प्रकृति की स्त्रियाँ उभारने के लिए कहीं–कहीं चटख रंगों का प्रयोग कर सकती हैं लेकिन केवल वाइवेड स्पार्कलिंग व्यक्तित्व की स्त्रियाँ ही ब्राइट कलर्स को ऐपलॉम्ब के साथ पहन सकती हैं।

रंग का चतुरता से प्रयोगः- रंग काफी कुछ नमक के प्रकार होता है। एक रंग का प्रभाव कॉफी कम हो सकता है जब तक उसे किसी दूसरे रंग के साथ समायोजित न किया जाए। जो भी रंग–समायोजन आप पहनें, वह आपकी ऑखों, बाल व त्वचा के रंग के अनुसार हो। आपको रंग का प्रयोग इस प्रकार करना चाहिए कि आपके प्राकृतिक रंग उभरें और उसके साथ तालमेल में हों।

रंग आपके कपड़ों में जोश व उत्साह भर देते हैं। आप अपनी पुरानी ड्रेस में नयी जान डाल सकती हैं– एक विपरीत रंग की किनारी लगा लें या फिर एक नयी, ब्राइट हैट उसके साथ पहनें। आपके कपड़ों के रंगों का चुनाव आपके कम्प्लेक्शन को मटमैले और शैलो की जगह रेडियन्ट और ब्राइट दिखा सकता है।

आपकी त्वचा के टोन से सूट करानाः- रंग–बोध कुछ अभ्यास की बात है, लेकिन अधिकतर एक आधारभूत सिद्धान्त पर चलना है– जो भी रंग आप पहने आपकी त्वचा के रंग से मेल खाना चाहिए।

रंगों का चुनाव करते समय अपनी त्वचा के रंग के ध्यान सबसे ऊपर रखें और आपकी रंग–सम्बन्धी मुश्किलें आसान हो जाएँगी। आपका स्किन–टोन आपका पहला कन्सीडेरेशन होना चाहिए, न सिर्फ मेक–अप के रंगों का चुनाव करते समय, बल्कि कपड़े चुनते समय भी और यह तब और भी जरूरी हो जाता है, जब आप अपने चेहरे के पास पहने जाने वाले रंगों का चुनाव कर रहे हों।

नियम है कि ऐसे रंग चुनिए जो आपके स्किन टोन से या तो मेल खा जाएँ या विरोधाभास में हों। चाहे आप ब्लेन्ड हों, ब्राउन हेयर्ड, बोनेट्ट या रेड–हेड हों, यह नियम हर जगह लागू होता है। आपकी त्वचा का टोन खुद–ब–खुद आपके बालों के प्राकृतिक रंग या शेड के साथ मेल खाता है। (लेकिन, अगर आपके बाल ब्लीच्ड, डाई किए हुए या टिंटिड् हैं, तो आपकी अपनी त्वचा के रंग, बालों व कपड़ों के बीच के सम्बन्ध को दुबारा निर्धारित करना पड़ेगा। सामान्यतः आपको अपनी स्किन–टोन को कुशल मेक–अप से बदलना पड़ेगा)

वार्म स्किन टोन्सः- पीली, टैन और गोल्डेन त्वचा वार्म स्किन्स में वर्गीकृत की जाती है और गर्म रंगों जैसे–लाल, लाल–नारंगी, पीला–नारंगी और पीले के साथ सबसे अच्छी

लगती है क्योंकि इन रंगो का पीलापन त्वचा के साथ मेल खाता है।

इसका अर्थ यह नहीं है कि इस रंग की त्वचा वाले कूल कलर्स अर्थात् ठंडे रंग बिल्कुल नही पहन सकते, लेकिन उनके चुने हुए ठंडे रंगों में पीले का कुछ समावेश होना आवश्यक है। तभी वह उन पर फबेगें। उदाहरणार्थ– रॉयल ब्लू रंग आपकी त्वचा को असल से ज्यादा पीला दिखाएगा लेकिन ग्रीन–ब्लू (हरे में पीला रंग होता है) रंग आपकी स्किन के साथ अत्यधिक आकर्षक रूप में टोन कर जाएगा। नीले टोन्स एक वार्म कम्प्लेक्शन को मटमैला बना सकते हैं। एक वार्म स्किन वाली ब्लोन्डी लड़की अगर नीला–लाल रंग की लिपस्टिक या हैट पहन कर, सोच सकती है कि वह अपने गालों पर रंग की छाप ला रही है, लेकिन यह रंग उसके त्वचा के हिसाब से ठीक नहीं है।

रेड–हेड भी इस वर्ग में आते हैं क्योंकि सामान्यतः इनका स्किन टोन वर्म होता है। यह गर्म हरे रंग (पीला टोन), ग्रीन–ब्लूज, ब्राउन्स और अम्बर्स रंग पहन कर अपने बालों को नाटकीय रूप दे सकते हैं।

ज्यादातर हल्के टैन, गोल्डेन या ओलिव स्किन भी इस श्रेणी में आती है। अगर आपका वार्म स्किन टोन है, तो आप वह सभी ब्राइट रंग पहन सकते हैं जिसमें पीले का कोई अंश हो। आप मस्टर्ड, ओलिव्स और येलो–ग्रीन्स में बहुत अच्छी लगेगीं। डल गोल्ड या टोस्ट रंग भी सैलो स्किन्स के लिए अत्यन्त श्रेष्ठ है क्योंकि इनका रंग पिगमेन्ट ऐसी स्किन टोन्स जैसा ही होता है और इसीलिए इस त्वचा पर जँचता है।

प्रेडोमीनेन्टी पिंक एण्ड रोज स्किन्सः- इनमें वायलेट–रेड अन्डर–टोन्स होते हैं और इस प्रकार के कम्प्लेक्शन पर ठंडे रंग सबसे ज्यादा जँचते हैं। यह वह रंग हैं जिनमें नीले का अंश रहता है, यह वायलेट से लेकर ब्लू वायलेट, ब्लू–ग्रीन तक होते हैं जिनमें नीला या ब्लू सबसे ठंडा रंग है। नीला लिए हुए रंग गुलाबी त्वचा को और साफ दिखाते हैं तथा चेहरे से रंग उतारते नही हैं। गर्म या वार्म कलर्स पहने जा सकते हैं। लेकिन जब उनमें थोड़ा ब्लू का अंश हो। ब्लू–रेड्स, चार्टरेयूज और लाइम–ग्रीन्स अच्छे लगते हैं, लेकिन नारंगी शेड्स से बचना चाहिए। पेल, डेलीकेट ब्लोन्ड्स और कई ब्राउन हेयर्ड लड़कियाँ इसी समूह में आते हैं।

हल्का गुलाबी रंग क्रीमी पिंक त्वचा पर बहुत अच्छा लगता है क्योंकि हल्का नीला लिए गुलाबी रंग, पेल त्वचा को चमकदार बनाता है।

रडी कम्प्लेक्शन उपर्लिखित नियम के तहत नहीं आते क्योंकि उन्हें अपनी त्वचा की लाली को उभारना नहीं चाहिए, बल्कि उनके कम्प्लेक्शन को ठंडे ब्लूज़ या ग्रीन्स जिसमें ब्लू का अंश हो, द्वारा टोन डाउन करना चाहिए। न्यूट्राल रंग जैसे–गहरे ग्रीन्स, काले या भूरे रंग रडी कम्प्लेक्शन को हल्का करने में उपयोगी सिद्ध हो सकते हैं।

पेल् स्किनः-पेल् त्वचा में पिंक और पीले का बराबर का संतुलन होता है, लेकिन यह

रंगहीन लगती है। ऐसे रंग की त्वचा वाले लोग, पीले या रेड पिगमेन्ट की अधिकता वाले त्वचा वाले लोगों से ज्यादा रंग पहन सकते हैं। अनिश्चित रंग (जैसे–चटख लाल के स्थान पर कोरल, रॉयल ब्लू की जगह ग्रीन ब्लू, परपिल की जगह वायलेट और आरेन्ज की जगह एप्रीकॉट) ज्यादा बेहतर रहते हैं क्योंकि ज्यादा इन्टेन्स रंग चेहरे व केशों का रंग फीका कर देते हैं।

पेल त्वचा के लिए एक सेफ नियम है:– सफेद त्वचा, हल्के, साफ रंगो में सर्वश्रेष्ठ लगती है और पर्ली या आईवोरी स्किन पर पेस्टेल्स सर्वश्रेष्ठ लगते हैं। आजकल प्रचलित ग्रीन और आलिव ग्रीन रंग, जो हरे में काला रंग मिलाकर बनाए जाते हैं, इनसे बचना चाहिए क्योंकि यह शेड्स पेल स्किन को मटमैला दिखाते हैं।

जब रंग के लिए विश्लेषण करें, तो बालों में ग्रीन–येलो, नेलो, येलो–ऑरेन्ज, रेड–ऑरेन्ज, भूरे और ब्लू ब्लैक रंग पाए जा सकते हैं। केशों में ग्रीन टोन्स थोड़ा अजीब लगता है परन्तु कई ब्लोन्ड्स में येलो–ग्रीन पाया जाता है।

प्लैटिनम बालों में ग्रे और पीला–नारंगी टोन के साथ थोड़े ज्यादा गहरे, पीले रंग का अंश होता है।

ब्लोन्ड बालों में चटख पीले और पीले–नारंगी टिंट होता है।

भूरे बालों में लाल हाई लाइट्स हो सकती है (अर्थात, वह रेड–ब्राउन टोन्स के बने हो सकते हैं) या गोल्डेन ग्लिन्ट्स (अर्थात गोल्डेन ब्राउन टोन्स के हो सकते हैं; जो गोल्ड शेड ब्लोन्ड के ब्राइट गोल्ड शेड से ज्यादा गर्म व गहरा हो सकता है)

स्ट्राबेरी–ब्लोन्ड बाल हल्के रेड–गोल्ड रंग के होते हैं।

रेड बाल नारंगी टिंट लिए रेड–गोल्ड होते हैं।

आउबर्न बाल रंग में रेडिश ब्राउन होते है और लाल, सुनहरा, नारंगी और भूरे के बराबर के शेड्स से बने होते हैं।

निम्नलिखित सूची में ऑखों में विभिन्न रंग और उनके कम्प्लीमेन्ट्री कपड़ों के रंग दिए गए हैं:-

ब्लू:- नीली ऑखों को उभारने के लिए, अपने चेहरे के पास ऑखों के रंग से दो शेड गहरा नीला रंग पहनिए। नीली ऑखों वालों पर पीली–नारंगी, लाल–नारंगी, या कोई सुर्ख लाल जँचता है: हरा आई–शैडो, ऑखों का रंग और गहरा कर देता है।

ग्रीन:- हरी ऑखों को उभारने के लिए कम्प्लीमेन्ट्री रंग जैसे– लाल, उस शेड में जो आपकी त्वचा के टोन पर जँचे; और हरे टोन्स तो ग्रीन ऑखों को उभारेंगे ही।

ब्राउन:- भूरी ऑखों के लिए ऑखों के जैसे रंग इन्टेन्सिटी के कपड़े व एसेसरीज़ अच्छी लगती हैं। हरा, लाल और पीला भी भूरी ऑखों वालों के पहनने के लिए अच्छे रंग हैं, नीला आई शैडो भूरी ऑखों में चमक ला देता है।

हैजेलः- हैजेल हरे व भूरे रंग को मिलाकर बनता है। भूरा, हरा और नीले सामान्यतः सर्वश्रेष्ठ परावर्तक साबित होते हैं। पेल् हैजेल आईज़, गहरे रंगों की जगह मध्यम इन्टेन्सिटी के रंग चुनिए।

१०.३.७ रंग और आपका फिगर

कैमुफ्लेगिंग विद कलरः- आपके कपड़ों की स्टाइलिंग और कट के साथ–साथ, आपके द्वारा पहने गए रंग भी महत्वूपर्ण भूमिका निभाते हैं।

रंग आपको लम्बा दिखा सकता हैः- सिर से लेकर पॉव तक एक ही रंग पहनना, स्वयं को लम्बा दिखाने का सबसे क्लासिक तरीका है; सिर्फ मेल खाते जूते और हैट पहनना कम प्रभावी होता है। अपने रूप को कुछ इंच लम्बाई देने के लिए, शार्ट वेस्टेड और छोटे पैरो वाली लड़कियों को स्कर्ट से मेल खाते ब्लाउज़, स्वेटर या सूट जैकेट्स पहनने चाहिए।

रंग आपको नाटा दिखा सकते हैंः- ब्लाउज़, स्कर्ट और बेल्ट में विरोधाभासी रंगों का प्रयोग आपके कद से कुछ इंच कम कर देता है।

रंग आपको दुबला दिखा सकते हैंः- गहरे न्यूट्राल्स जैसे नेवी, काला और ग्रे या ठंडे रंग जैसे हल्के नीले और मिस्टी–ग्रीन्स आपका वजन कम दिखाने में सहायक सिद्ध हो सकते हैं। सबसे ज्यादा स्लिमिंग इफेक्ट एक रंग के कपड़े से आता है, इसलिए यदि आप थोड़े भी मोटे है तो, कभी भी विरोधाभासी बेल्ट, दास्ताने, जूते या हैन्डबैग लेकर, सम्पूर्ण रंग प्रभाव में रूकावट न डालें। कई मोटी लड़कियों का डाउन–फाल तब आता है जब वह काली स्कर्ट के साथ सफेद ब्लाउज़ पहन लेती हैं जिससे उसकी कद कम हो जाती है और हल्के व गहरे रंग के मीटिंग प्वाइन्ट पर चौड़ाई बढ़ जाती है।

रंग आपको कई पाउन्ड भारी दिखा सकते हैंः- गर्म रंग जैसे लाल, पेल् पिंक से वाइन, पेल् येलो से गोल्ड तक, नैचुरल, रस्ट या ऑरेन्ज, व्यक्ति को बड़ा दिखाते हैं। कम वजन की या सामान्य वजन वाली महिलाएँ। यह रंग पहन सकती हैं, अगर शेड्स उन्हे सूट करें तो।

रंग से फिगर की खामियाँ छिप सकती हैंः- चौड़े नितम्ब, लार्ज बोसम्स, भारी जांघें या कमर के उपर ऐ रोल, गहरे रंग या ग्रे–टोन्ड न्यूट्राल्स पहन कर कम किए जा सकते है, जब तक प्रोबलम वाली जगह पर कपड़े तंग फिटिंग के न हों।

दूसरी ओर, यही फिगर खामियाँ, विरोधाभासी, वाइविड या हल्के पेस्टेल पहन कर और बढ़ जाएँगी। उदाहरणार्थ, बड़े पैर सफेद जूतों में और बड़े दिखते हैं जबकि काले या किसी अन्य गहरे रंग मे ऐसा नही है।

अभ्यास-

१— तीन मोटी फिगर बनाइए और उन्हें विभिन्न प्रकार के स्ट्राइप्स पहनाइए तथा प्रभाव का अध्ययन करिए।

२— दो फिगर बनाइए, एक गहरे कम्प्लेक्शन की और एक हल्के कम्प्लेक्शन की। उन्हें एक से कपड़े पहनाइए और प्रभाव का अध्ययन करिए।

१०.४ सारांशः-

वेल ग्रूम्ड व्यक्ति होने के लिए अच्छा वस्त्र बोध होना आवश्यक है। वेल ड्रेस्ड होने का अर्थ है, कब, कहाँ, क्या, कैसे और कौन का ध्यान रखना है।

इसलिए शरीर का नाप मालूम होना आवश्यक है।

पाँच फीट ढ़ाई इंच कद में छोटा, पाँच फीट तीन इंच से पाँच फीट छः इंच सामान्य व पाँच—छः से उपर लम्बा कद माना जाता है।

हेड थ्योरी कहती है कि शरीर, सिर की लम्बाई का लगभग आठ गुना होता है। आदर्श समानुपात पूर्णतया संतुलित होते हैं— तीन हेड लेंथ कमर के ऊपर और पाँच हेड लेंथ कमर से नीचे।

यह देखने के लिए कि लम्बवत् फिगर समानुपात में है या नही; फिगर को लम्बवत् चार भागों में विभाजित करिए; शीर्ष से बस्ट प्वाइन्ट तक, बस्ट प्वाइन्ट से हिप ज्वाइन्ट तक, हिप ज्वाइन्ट से घुटने तक, घुटनेसे जमीन तक। यह सभी भाग बराबर होने चाहिए। होरीजेन्टल नाप में बस्ट और हिप का नाप लगभग बराबर होना चाहिए। और कमर कम से कम दस इंच, छोटी होनी चाहिए। कपड़ों के रंग का सही चुनाव आपका कद बढ़ाने या घटाने में सहायक हो सकता है।

लम्बवत् व होरीजेन्टल नापों की इकट्ठा कर, फिगर में कमियाँ ढूढ़ी जा सकती हैं। अगर आपकी कंधे से कमर की लम्बाई १४ ३/४ फिट से १५ ३/४ इंच है तो, आप शार्ट वेस्टेड हैं; १५ ३/४ से १७ इंच है, तो आप सामान्य वेस्टेड हैं ओर अगर १७ इंच से ज्यादा है तो आप लॉग वेस्टेड हैं।

आदर्श नितम्ब वह है जिसमें न तो ऊपरी न नीचे की पेल्विक बोन नजर आती हैं उपरी चौड़े निम्बों में अपर पेल्विक बोन बढ़ी होती है और नीचे से चौड़े नितम्ब में लोवर पेल्विक बोन बड़ी होती है।

कद चाहे कम हो, सामान्य हो या ज्यादा, फिगर आदर्श फिगर कहलाएँगी अगर कंधे और नितम्ब समानुपातिक हो; बेड़े व लम्बवत् नाप लगभग परफेक्ट हों, वेस्ट लेंथ सामान्य हो; वजन समान्य या उससे थोड़ा कम हो।

आगे, संकीर्ण कंधे वाली, चौड़े—नितम्ब और चौड़ें कंधों वाली और संकीर्ण नितम्ब, प्रकार की फिगर होती हैं।

इनमें से हर प्रकार का फिगर दृष्टिभ्रम द्वारा बदला जा सकता है। सभी फिगर को,उनकी खामियाँ छुपाकर तथा गुण उभार कर, बेहतर बनाया जा सकता है।

दृष्टिभ्रम चमत्कारी होता है। अगर देखने वाले कि आँख ऊपर व नीचे घूमें तो व्यक्ति लम्बा दिखता है, अगर नाटा लुक चाहिए, तो रेखाओं को रोक दें या आँख को होरीजेन्टल मूवमेन्ट दे दें। तिरछी रेखाएँ व्यक्ति को मोटा दिखाती है।

स्पेस अर्थात उपलब्ध स्थान के विभाजन के तरीके से भी लुक प्रभावित होता है। पास–पास रखी गई लम्बवत् रेखाएँ।, लम्बाई का एहसास कराती हैं लेकिन दूर–दूर रखे जाने पर यह फिगर को असल से ज्यादा चौड़ा व भारी प्रतीत कराती हैं।

फिगर की खामियों को छिपाने के लिए, गुणों को उभारिए जिससे अधिकतर ध यान गुणों पर केन्द्रित हो जाए और कमियों पर नजर ही न पड़े।

रंग जीवन व मूड पर प्रभाव डालते हैं। रंग एक व्यक्ति के व्यक्तित्व का भी आइना होते हैं। रंगों का चुनाव, त्वचा, आँखों व बालों के रंग पर निर्भर करता है। रंग कपड़ों में जान डाल देते हैं। रंग का चुनाव कम्प्लेक्सन को उजला व वेबरैन्ट या मटमैला व सैलो बना सकता हैं रंग–बोध अभ्यास से होता है लेकिन स्किन टोन्स को समझना आवश्यक है। नियम है कि अपनी स्किन टोन को समझना आवश्यक है। नियम है कि अपनी स्किन टोन से मिलते या विरोधाभास वाले रंगों का चुनाव करे। येलो, टैन, या गोल्डेन त्वचा को वार्म स्किन टोन कहा जाता है, पेल् स्किन में गुलाबी व पीले का बराबर समावेश होता है, लेकिन यह रंगहीन लगती है।

बालों के टोन्स को समझना आज आवश्यक है और बालों को रंगना आजकल जबरदस्त फैशन में हैं।

१०.५· स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यासः-

प्रश्न–१ फिगर के प्रकारों को समझना आवश्यक क्यों है?

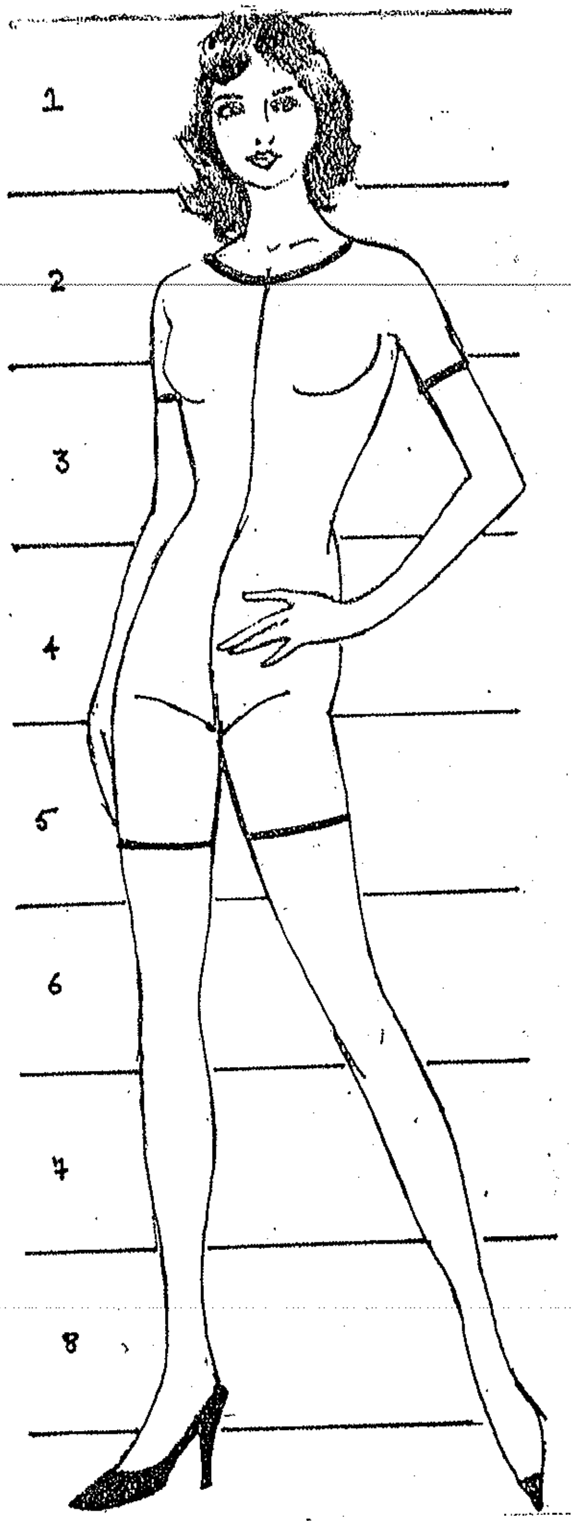
प्रश्न–२ दृष्टिभ्रम क्या है?

प्रश्न–३ कैम्यूफ्लैगिंग में प्रिंसेस लाइन कैसे सहायक है?

प्रश्न–४ व्यक्तित्व को उभारने में रंगो की क्या भूमिका है?

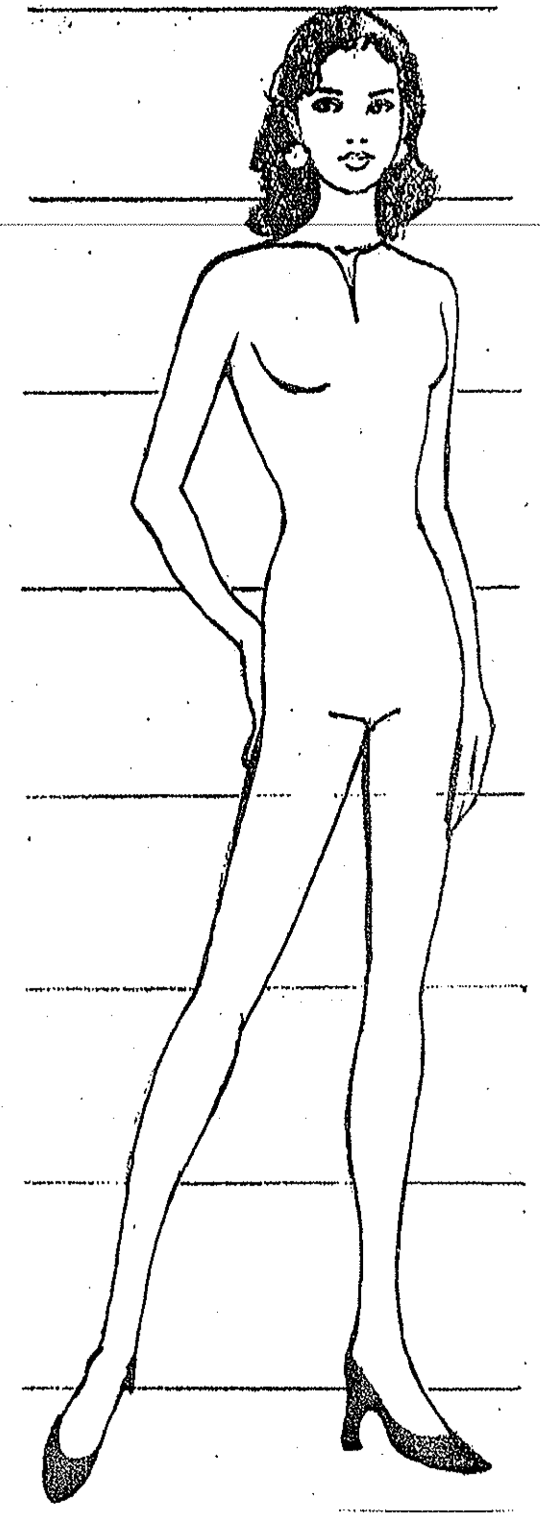
प्रश्न–५ क्या रंग आपको मोटा दिखा सकते हैं? उदाहरण दीजिए?

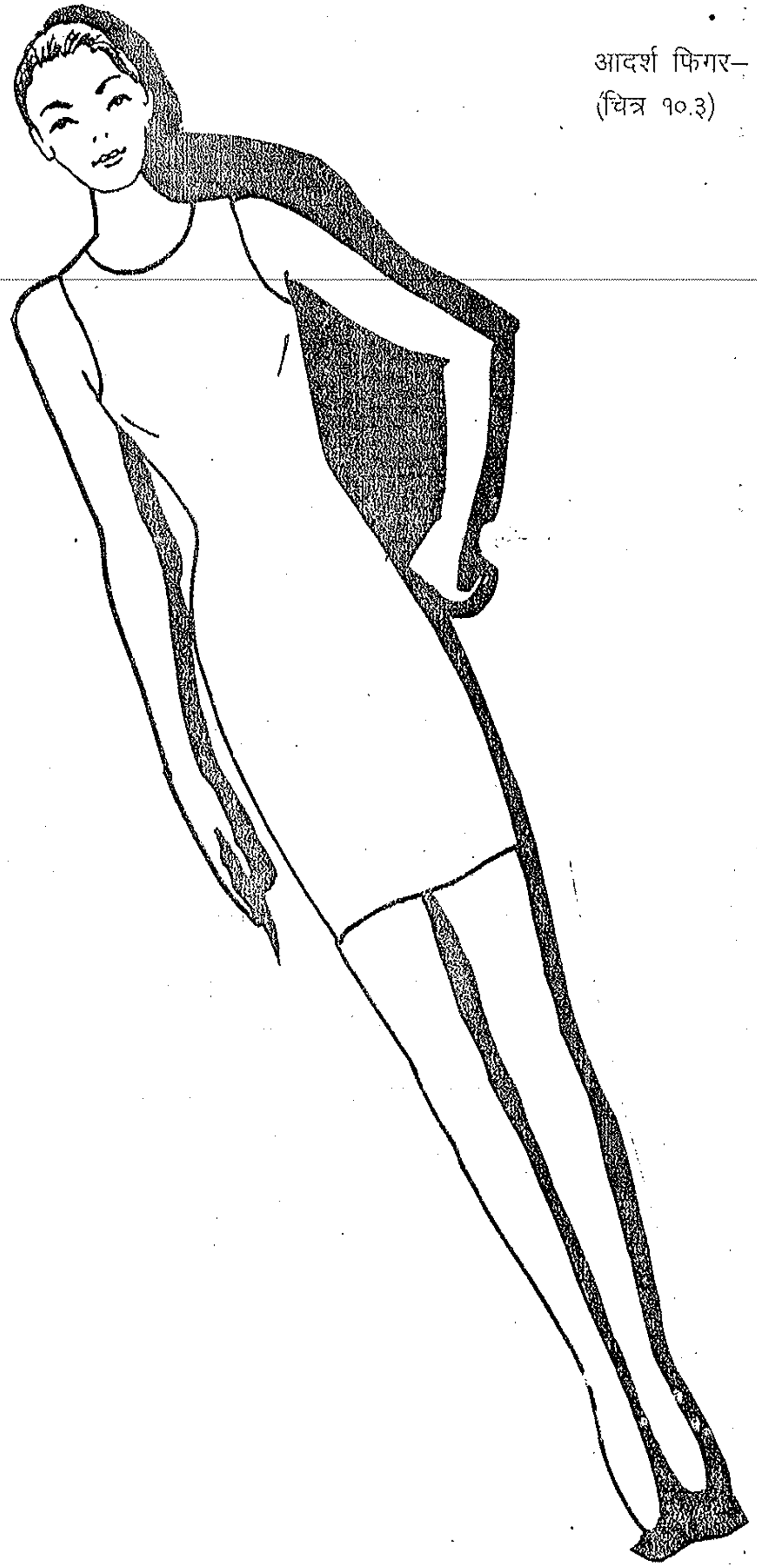
१०.६· स्वअध्ययन हेतुः-



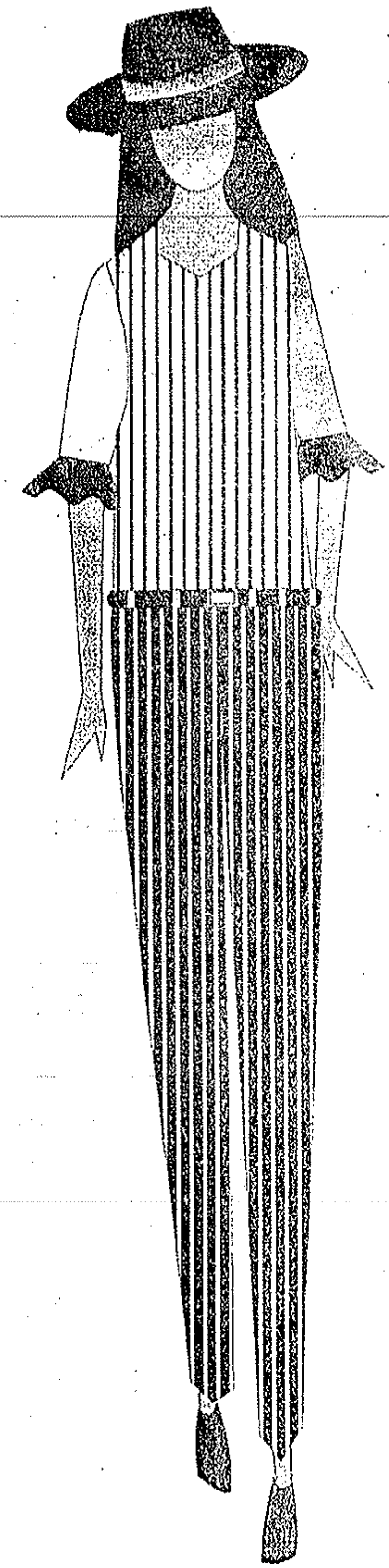
एट हेड थ्योरी (चित्र १०.१)

लम्बवत् नाप—
(चित्र १०.२)

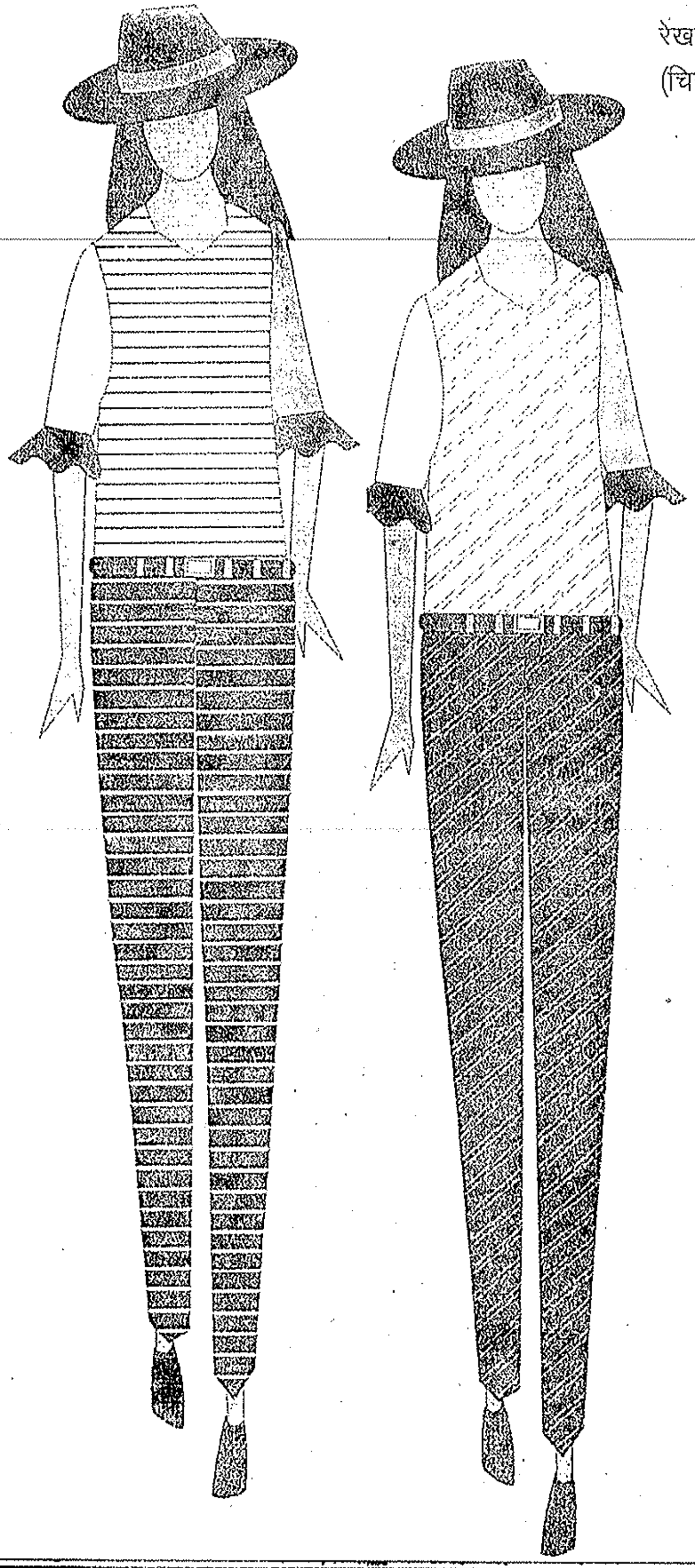




आदर्श फिगर–
(चित्र १०.३)



लम्बवत् रेखाओं
का प्रभाव
(चित्र १०.४)



बेड़ी व तिरछी रेखाओं का प्रभाव (चित्र १०.५)

संरचना

११.१ यूनिट प्रस्तावना

११.२ उद्‌देश्य

११.३ कम्प्लीमेन्टरी फिगर

११.३.१ टॉल एण्ड स्लेन्डर

११.३.२ टॉल एण्ड ऐंगुलर

११.३.३ एवरेज एण्ड वेल प्रोपोशन्ड

११.३.४ पेटाइल एण्ड स्लेन्डर

११.३.५ शार्ट एण्ड हैवी

११.३.६ प्लम्प फिगर

११.४ सारॉश

११.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

११.६ स्वाध्ययन हेतु

११.१ यूनिट प्रस्तावना:- फिगर प्रकारों को समझना तथा किस प्रकार की फिगर पर क्या जँचेगा, यह एक कठिन निर्णय है क्योंकि अच्छे रूप को कई तत्व प्रभावित करते हैं। साथ ही, अधिकतर फिगर को किसी एक प्रकार में वर्गीकृत करना मुश्किल होता है। और अगर एक फिगर, कई फिगर प्रकारों में फिट होती है तो कार्य और मुश्किल हो जाता है। इस यूनिट में हमने कई प्रकार के फिगर विस्तृत किए हैं और किस फिगर पर क्या अच्छा लगेगा और क्या नहीं, इस पर कुछ सुझाव भी दिए हैं।

११.२ उद्‌देश्य:- लोगों के लिए कपड़े डिजाइन करने की कला अत्यन्त विशिष्ट व रचनात्मक कार्य है। किस फिगर पर क्या अच्छा लगेगा, यह समझना महत्वपूर्ण है। इस युनिट का अध्ययन विद्यार्थियों की फिगर के प्रकार के अनुसार वस्त्र–बोध विकसित करने में सहायक होगा।

११.३ कम्प्लीमेन्ट्री फिगर्स:- हममें से अधिकतर एक विशिष्ट फिगर प्रकार के होते हैं जो, कपड़ों के सावधानीपूर्ण चुनाव से बेहतर बनाई जा सकती है और हममें से अधिकतर की कोई न कोई फिगर प्रोबलम होती है। सबसे पहले, निम्न हेडिंग के अन्तर्गत हमें हर प्रकार की फिगर का विश्लेषण करना चाहिए– ड्रेसेस और सूट, रंग व कपड़े, हैट्स एवं एसेसरीज, स्पोर्टस–वियर और पिट–फाल्स।

११.३.१ टॉल एण्ड स्लेन्डर फिगर्स:- आपकी मॉडल्स जैसी फिगर हो सकती अगर आप अपना वजन नियंत्रित रखें, और सौभाग्यवश आपके लिए दो रास्ते खुले हैं– या तो आप

अपनी पतली फिगर को उभार कर अपनी लम्बाई इम्फेसाइज कर सकते हैं या अगर आपको लगता है, आप ज्यादा लम्बे हैं तो इसे कम कर सकते हैं।

अगर आप ड्रेस व सूट चुनते हैं और कद को कम दिखाना चाहते है तो, ऐसे ड्रेस चुनिए जिनकी चोली व स्कर्ट, दोनों पर बेड़ी धारियाँ हों या लम्बी जैकेट वाले सूट पहनिए, वैसे आप कैसी भी जैकेट पहन सकती हैं।

अगर आप अपनी लम्बाई उभारना चाहती है तो, कमर तक रफलेस, कॉटन या ट्रिमिंग्स लम्बवत् लगाएँ और स्कर्ट पर जोड़ों या किनारी का प्रयोग करें; कभी भी स्कर्ट व बोडिस दोनों पर खड़ी धारियों का एक साथ प्रयोग न करें। अगर आप स्ट्रेट शिफ्ट्स चुनती हैं, जो कद को प्रभावी दिखाने का अच्छा तरीका है, तो कमर या उससे नीचे एक सैश का प्रयोग करें। कद को उभारने में शीथ्स काफी प्रभावी होते हैं।

स्कर्ट प्लीटेड, फुल या घेरदार हो सकती है और उसकी किनारी प्रचलित फैशन के अनुरूप छोटी हो सकती है। घेरदार या प्लीटेड किनारी इस फिगर पर बहुत जँचेगी। गोल, और हाई नेकलाइन जैसे बोट नेक का चुनाव करे। पतली, लम्बी गर्दन पर टरटिल नेक्स अत्यन्त अच्छे लगेंगे। लम्बी, फुल और चौड़ी आस्तीनें अच्छी लगती हैं। टू–पीस कपड़े, विशेषकर जिनमें ओवर ब्लाउज़ हो, ऐसी फिगर पर बहुत अच्छे लगते हैं।

ऐसी फिगर पर सूट होने वाले कोई भी रंग पहने जा सकते हैं। लेकिन, अगर कद छोटा दिखाना हो, तो स्कर्ट और टॉप विरोधाभासी रंगों को पहनें। भारी कपड़े जैसे ऊन जर्सी, ट्वीड्स और कोर्स– टेक्सचर्ड मैटेरियल्स का चुनाव करें। हर प्रकार के चेक्स और प्लेड्स आपके लिए ठीक हैं।

नाटकीय हैट्स पहनिए; चौडी किनारी की, बड़ी कार्ट–व्हील्स, भारी ड्रेप्ड पगड़ी और फर। आपकी फैशन एसेसरीज जितनी बड़ी होंगी, आप उतने ही प्रभावी लगेगें; आप बड़े–बड़े हैन्डबैग्स, कोहनी तक लम्बे दस्ताने, और नाटकीय कास्टयूम ज्वेलरी आसानी से पहन सकती हैं। टेक्सचर्ड स्टॉकिंग्स पहनिए लेकिन केवल सादे जूतों के साथ।

इस फिगर पर शार्टस से ज्यादा ट्रैक पैन्ट्स जँचती है; जब तक कि पैर अत्यन्त सुन्दर न हो। विरोधाभास अच्छा लगेगा। अगर फिगर के उभार अच्छे हैं, तो बिकिनी भी पहन सकते हैं।

शार्ट जैकेट्स में लगता है कि फिगर को कपड़े छोटे हो गए हैं। ऊँची कमर वाली इम्पायर–लाइन, बिना बेल्ट के शीथ या शिफ्ट्स, स्ट्रिंग बीन जितना दुबला–पतला लुक देते हैं। ऐसी फिगर के लिए कोई भी डिजाइन, चाहे स्ट्रिप्स हों, गले से हेम तक नहीं होना चाहिए। अगर बॉहे बहुत पतली हो, तो स्टीव्वेलेस ड्रेसेस से बचिए। लम्बी वी–नेकलाइन न पहनें। गोल हैट्स का प्रयोग न करें क्योंकि इनका समानुपात फिगर के अनुसार ठीक नही था। पतली बेल्ट, छोटे हैंडबैग और स्किम्पी ज्वेलरी सूट नही

करेंगे। चपटे और तेज नुकीलें जूते कद व पतलेपन को बढ़ाते हैं।

छोटी टोपियां, लार्ज ब्राउन वाली हैट्स, या ट्रिमेड हैट्स

११.३.२ टॉल एण्ड एंगुलरः- लम्बी लड़कियाँ लगभग हर प्रकार के कपड़ों में खूबसूरत लगती हैं और ऐसे कुछ ही फैशन हैं, जो यह फिगर पूरे अंग–विन्यास व विश्वास के साथ नहीं पहन सकती। साथ ही, उभारों को सही प्रकार प्रयोग कर पाना भी इनकी विशेषता है।

जहाँ तक सूट और ड्रेसेस की बात है, तो ध्यान रखने लायक नियम यह है कि ऐसी फिगर को स्त्रीत्व का लाभ मिलता है, अतः मुलायम और कर्वड् कपड़े एंगुलर और लड़कों जैसे कपड़ों से ज्यादा जँचेंगे। कमर, जाँघ व कलाई की फिटिंग पर अधिक ध्यान दें क्योंकि ये ऐसी फिगर के सर्वश्रेष्ठ बिन्दु होते हैं। ऐसी फिगर के वार्डरोब में कम से कम एक शर्ट–वेस्ट ड्रेस होनी चाहिए जिसके साथ हल्की, घेरदार स्कर्ट हो। हाई इम्पायर स्टाइल के अलावा हर प्रकार की वेस्टलाइन इन पर अच्छी लगेगी। हाई, बोट नेकलाइन, टरटिल नेक्स या कोई भी कर्वड् नेकलाइन इन पर इलीजैन्ट और स्मार्ट लगेगी। प्लीटेड, फुल या टक्ड् स्कर्टस् पहन कर कद को उभारा जा सकता है। अगर बाँहे बहुत पतली है तो लम्बी आस्तीन पहननी चाहिए। सभी प्रकार के रफलेस, लेसी ट्रिमिंग्स फीदर, बोज या सितारे लगे कपड़े इत्यादि पहने जा सकते हैं।

टॉल एण्ड एंगुलर फिगर्स को वज़नी कपड़े चुनने चाहिए। ड्रेप्ड जर्सी, ऊनी, या ट्वीड्स सर्दियों में, हैवी पिक्वेस, सीरसकर्स एण्ड लिनेन गर्मियों मे। पार्टी के कपड़ों के लिए ब्रोकेड, साटिन, शनील और सितारों वाले कपड़े अच्छे रहेंगे। इम्प्रेसोनिस्टक पिन्ट और जिएन्ट प्लेड्स आपको वेल–पैडेड लुक को और बढ़ाएगें।

ऐसी फिगर प्रकार के लिए अत्यन्त फेमिनिन एसेसरी चुननी चाहिए। हैट्स में किनारी होनी चाहिए जो ऐसी फिगर पर जँचती हैं। हल्की चंकी ज्वेलरी भी अच्छी लगती है। घुमावदार रेखाओं वाला हैन्डबैग जैसे एक साफ्ट पाउच,वस्त्र में चार चाँद लगा देता है। दस्ताने समकूल होन चाहिए। पूरी स्लीव लेथ्स के चुनने की कोशिश करिए।

स्पोर्टस्वियर में, स्विमवियर के लिए कवर–अप बाथिंग सूट अच्छा चुनाव है। सिल्क,सूती और स्ट्रेच पैन्ट्स की जगह ऊनी स्लैक्स, फिगर को और भी ज्यादा कर्वेसियस दिखाएगें। पतले, लम्बे पैरों पर शार्टस से ज्यादा कलोटेस अच्छे लगते हैं।

इनके लिए डिजाइनिंग में गलतियाँ हो सकती हैं, इसलिए, लम्बवत् धारियों और कपड़ों पर लम्बवत् जोर देने से बचें। कसे हुए स्वेटर न पहनें। पतले, महीन और छोटे कपड़ों एवं नीची वी–नेक या गिरी नेकलाइन से बचें। गहरे चियर रंग जैसे फुसचिया और ओलिव का प्रयोग सावधानी से करें। इन्हे अकेले न प्रयोग करें। विरोधाभासी एसेसरीज का प्रयोग करें। बहुत ऊँची हैट न पहनें, इससे आप और लम्बी लगेंगी।

११.३.३ एवरेज एण्ड वेल-प्रोपोरसन्डः- आप उन भाग्यशालियों में से हैं जो कोई भी

अच्छा फैशन पहन सकते हैं क्योंकि, न आप ज्यादा लम्बे है न छोटे, न ज्यादा मोटे हैं न पतले, न टॉप हैवी हैं न हिप हैवी। आपके लिए कपड़ों का चुनाव करना तो सबसे आसान है ही, आप के पास चुनाव करने के लिए सबसे ज्यादा वेरायटी भी है। आप कहीं से भी कपड़ा खरीद सकते हैं (किसी छोटी दुकान से या बड़े सैलून से) और बिना फेरबदल किए पहन सकते हैं। यदि आप के लम्बवत् और होरीजेन्टल नाप अच्छे या सामान्य है तो आप कोई भी स्टाइल श्रेष्ठ अंग–विन्यास व फ्लेयर के साथ पहन सकते हैं आपकी फिगर प्रोबलम्स बहुत कम होती है।

ध्यान रहें कि शीथ्स और फिगर--हगिंग ड्रेसेस ऐसी फिगर पर अच्छी लगती है। नितम्ब के आसपास, होरीजेन्टल ड्रैपिंग नितम्ब की ओर ध्यानाकर्षित करते हैं। हर प्रकार की स्कर्ट चाहे प्लीटेड, स्ट्रेट, बेल या फ्लेर्ड, इस फिगर पर जँचती है। ओवर--ब्लाउज़ेस सुरूचिपूर्ण लगते हैं। बेल्टलेस शिफ्ट्स भी इस फिगर स्टाइल की संरचना पर जँचती है। हर प्रकार की सूट जैकेट, बोलेरोज़ से लम्बी, टेलर्ड स्टाइल्स तक, चुनी जा सकती हैं। नेकलाइन्स का चुनाव चेहरे के आकार व गर्दन की लम्बाई पर निर्भर करेगा।

साधारण गलती है बहुत कसे कपड़े पहनना। सदा शोल्डर–हिप समानुपात का ध्यान रखें क्योंकि गोल कंधे अक्सर नितम्बों की चौड़ाई से संतुलन नहीं बिठा पाते।

११.३.४ पेटाइल एण्ड स्लेन्डर फिगरः- ५ फिट २ इंच से कम लम्बाई की लड़कियाँ पुरूषों के अन्दर सुरक्षा प्रदान करने की भावना उत्पन्न करती हैं। इसीलिए, यह मजबूत पक्ष फेमिनिन और डेनिटी कपड़े पहन कर उभारना चाहिए जो छोटी–हड्डियों वाली, इस नाजुक संरचना के अनुकूल होगा।

अगर आप यहाँ दिए गए नियमों का पालन करें, तो आप कपड़े व सूट का चुनाव करने में ज्यादा गलती न करेंगे। पतले होने के बावजूद, लम्बवत् धारियाँ पहनकर लम्बाई का भ्रम पैदा करने का प्रयास करें क्योंकि वर्टिकली स्ट्रेस्ड फीचर्स सबसे ज्यादा प्रभावी होते हैं। ऐसी फिगर पर शीथ और शिफ्ट ऐसी फिगर पर अत्यन्त अच्छे लगते हैं। सभी होरीजेन्टल लाइन्स को कमर से ऊपर रखें। इम्पायर लाइन या कोई भी हाई वेस्टेड डिजाइन फिगर को ज्यादा लम्बा दिखाता है। सेमी–फिटेड सूट जैकेट या निप्ड्–इन वेस्टलाइन फिगर की फेमिनिटी को बढ़ाता है। बोलेरो लेंथ जैकेट के साथ स्कर्टस लम्बी लगती हैं और टेलर्ड सूट्स कमर से हल्के से नीचे से ज्यादा लम्बे नही होने चाहिए। स्कर्टस् फुल,स्लिम,गैदर्ड या फ्लेर्ड हो सकती है। (लेकिन लम्बवत् हो, होरीजेन्टल नही और डिटेल्स पर ज्यादा जोर नही होना चाहिए) हमेशा कम चौड़ी बेल्ट पहनिए।

कोई भी रंग जो आपको सूट करता हो, अच्छा लगेगा, लेकिन ऊपर से नीचे तक एक ही रंग, फिगर को लम्बा दिखाता है। चिकने फैब्रिक्स का चयन करना चाहिए, पतली ऊन,जर्सी या सिल्क। पार्टी वियर के लिए शिफॉन टरटिल, ऑरगैन्जा या किसी कड़े

कपड़े का चयन कीजिए, जो अल्ट्रा–फेमिनिन स्टाइल में बना हो। छोटे–छोटे प्रिंट, छोटे प्लेड्स और चेक्स इस ब्यूल्ड के लिए उपयुक्त हैं।

छोटी फ्रीवोलोज़ हैट्स, जो लम्बाई बढ़ाएँ पहनिए। यह हाई क्राउन्ड नैरो ब्रिम्ड, या पगड़ी हो सकती है। हैन्डबैग का चुनाव करते समय समानुपात का ध्यान रखना महत्त्वपूर्ण है। छोटी जवर अच्छे लगते हैं पर, ज्यादा नही। ऊँची एड़ी के, डेलीकेट फेमिनिन जूते पहनें।

ऐसी फिगर के लिए स्पोर्टवियर में, स्ट्रेच पैन्ट एवं शार्टस सुन्दर लगेगें जो फिगर को लेगी लुक देंगे। वन पीस या टू पीस बाथिंग सूट फिगर के अनुसार अच्छी लगेगी।

ध्यान रखने वाली चीजें हैं कि इन्हे दो अलग–अलग रंग इकट्ठे नही पहनना चाहिए खासकर अगर वह वाइवेड कलर्स हों तो। अगर टू–पीस वस्त्र पहन रहे हैं, ओवर ब्लाउज़ कद के समानुपातिक होना चाहिए। लम्बी जैकेट वाले सूट न पहनें। बड़े प्लेड्स और बड़े प्रिन्ट्स से बचें। भारी कपड़े, जैसे ट्वीड और रूखे टेक्सचर वाले कपड़े से बचें क्योंकि यह शरीर को चौड़ा और छोटा दिखाते हैं। बहुत बड़ी किनारी वाली हैट्स फिगर को नाटा दिखाएँगी। जरूरत से ज्यादा बड़े हैन्डबैग ना तो फेमिनिन होते हैं और न ही ऐसी फिगर के समानुपात में होते हैं। बहुत सारी चंकी ज्वेलरी न पहनें।

११.३.५ शार्ट एण्ड हैवी:- इस फिगर प्रकार की सबसे बड़ी परेशानी है, लम्बा व पतला दिखना। अगर फिगर जितनी दिखती है, उतनी ही भारी है भी तो भी दृष्टिभ्रम को सफलतापूर्वक प्रयोग किया जा सकता है।

सिर से पैर तक एक ही रंग के कपड़े पतला दिखाते हैं। ऊन, सूती या क्रेप जैसे चिकने कपड़े चुनिए। ट्वीड्स व अन्य भारी कपड़ों से बचें। अगर व्यक्ति को प्रिंट पसन्द हैं तो वह छोटे पैटर्न और साफ्टी डिफ्यूज्ड हो, न कि बोल्ड और डिफनिट।

जहाँ तक ड्रेसेस और सूट्स की बात है, ध्यान रखिए कि हमारा उद्देश्य चौड़ाई कम कर लम्बाई बढ़ाना है। सीधे, पूरी लम्बाई के कोट और ड्रेसेस जिनमें लम्बवत् जोड़ हो, दैनिक या पार्टी, दोनो के लिए अच्छे है। फिगर जितनी लम्बी दिखेगी, उतनी ही पतली दिखेगी। स्कर्ट सीधी होनी चाहिए पर इतना घेर हो कि प्रोबलम वाली जगह से दूरी पर लटके। सादी, खूबसूरती से कटी ड्रेसेस पहनिए– कंधे, आस्तीन या चोली पर ट्रिमिंग्स से बचें। मेल खाती ड्रेस के साथ लम्बे कोट ऐसी फिगर का कद ज्यादा दिखाएगें।

स्पोर्टस्वियर के लिए सादी, अच्छी टेलर्ड, सामने की ओर बटन वाले, गहरे या न्यूट्राल रंगों में कपड़े चुनिए। टू–पीस ड्रेस न पहने। स्लैक्स या शार्टस कभी न पहने।

ऐसी फिगर को कभी भी कुछ भी कसा व चिपकने वाला नहीं पहनना चाहिए। हर अवसर पर हल्के फिटिंग वाले कपड़े ही पहनने चाहिए। लहराते स्कार्फ या ड्रेप्स

कभी न पहनें। बहुत ऊँची एंड़ियो से दूर रहें। बहुत गर्मी के मौसम के अलावा कभी छोटी स्लीव न पहने। पगड़ी या हैट्स न पहने। शार्टस और स्लैक्स न पहनें।

हाई क्राउन और मीडियम ब्रिम वाली हैट्स पहनें। वन–साइडेड हैट्स बेहतर है। टेलर्ड लिफाफे जैसा हैन्डबैग बेहतर हैं, और फ्लैट, इरेगुलर्टी शेप्ड इयर–रिंग्स और घर ज्यादा प्रीफेरेबिल है। ऊँची हील्स उपयुक्त है। लम्बे दस्ताने जो कपड़ों के रंग से मेल खाते और आस्तीन से मिले कद बढ़ाते हैं।

११.३.६ प्लम्प फिगर्सः- इतिहास के कुछ युगों में मोटी व गद्देदार फिगर को आदर्श फिगर माना जाता था। फैशन के लिहाज़ से भी स्टाउटनेस, स्टाइलिश नहीं होती। हॉलाकि कुछ फर्म सिर्फ आउट–साइज वियर के कपड़ें बनाती हैं लेकिने अधिकतर कपड़े स्लेन्डर फिगर के लिए बनते हैं। अगर फिगर भारी भी है, तो उपर समानुपात अच्छे हो, तो आप आकर्षक लग सकती है। सामान्य कद वालों के लिए नीचे कुछ सुझाव दिए गए हैं।

याद रखे कि बढ़ा हुआ वजन छिपाया नहीं जा सकता। लेकिन व्यक्ति ट्रिम व वेल–ग्रूम्ड लग सकता हैं। ध्यान सभी कपड़ों में लम्बवत् प्रभाव लाने पर होना चाहिए। तथा गला सजावटी हो जिससे कमर व नितम्बों से ध्यान हटाया जा सके। एक केन्द्रीय गले से किनारे तक की लम्बवत् रेखा फिगर को आधें में विभाजित कर के चौड़ाई कम करती है। केन्द्र से हटा कर रखी गई लम्बवत् ओपनिंग चौड़ाई को एक–तिहाई या दो–तिहाई समानुपात में बॉटती है। ऐसी फिगर्स की ड्रेसेस में कंधे व बस्ट पर पूरी फुलनेस होनी चाहिए और वेस्टलाइन प्राकृतिक होनी चाहिए। संकीर्ण वी–नेकलाइन और लम्बी फिटेड आस्तीन अच्छी लगती है। अगर फिगर हल्की सी ही ओवर–वेट हैं, तो टेलर्ड, सीधी सूट जैकेट अचछा सिलहौटी देती है, एक कॉफ लेंथ का सीधा कोट से भी मोटापा नियंन्त्रित किया जा सकता है। अगर फिगर अति ओवरवेट, कोट और मेल खाती ड्रेस सबसे अधिक जंचती है। आरामदेह बैठने और चलने के लिए सामान्य सिधाई की स्कर्ट जो गेज्स और हल्की घेरदार हो, या ईजी, स्ट्रेट स्कर्ट जिसमें आगे व पीछे प्लीट्स हो तथा उपयुक्त हेम वाइडेथ हो जिससे स्कर्ट सीट और नितम्बों पर कस न जाए। फैशन के चलन से स्कर्ट की लम्बाई एक इंच जयादा होनी चाहिए जिससे कि आपका कद लम्बा हगे। हमेशा कपड़ों के रंग से मेल खाती कम चौड़ाई की बेल्ट पहनने का सुझाव दें।

पतले व चिकने ऊन तथा क्रेप सर्वश्रेष्ठ कपड़े हैं। अगर व्यक्ति को प्रिन्ट्स विशेष रूप से पसन्द हैं, तो धुंधलें, छोटै–छोटे एक रंग के प्रिन्ट, जिनकी पृष्ठभूमि गहरे रंग की हो, का चुनाव हो। इस प्रकार का फिगर गहरे रंगों में सर्वश्रेष्ठ लगता है, जिसमें गले, पर हल्के रंग का प्रयोग चेहरे की ओर ध्यान आकर्षित करता है।

एक सामान्य किनारी की हैट इस आल–ओवर समानुपात के लिए अति उपयुक्त संतुलन प्रदान करता है। छोटे बैग से बड़ा हैण्डबैग ज्यादा अच्छा होता है और नेकलेसेस से ज्यादा ब्रूचेस जँचते हैं। कुहनी तक की लम्बाई के दस्ताने, ड्रेस के रंग के, हल्के या चटक रंग के दस्तानों से ज्यादा अच्छे लगते हैं। हल्के या चटख रंग के बैग व दस्ताने फिगर को भारी दिखातें हैं।

सभी खेलों के लिए ढ़ीली, तथा हाथ व कंधे के मूवमेन्ट के लिए अच्छी ढ़ील वाली ड्रेस उपयुक्त रहती है। स्पोर्टसवियर में आजकल स्ट्रेच फैब्रिक्स का प्रयोग बहुतायत में हो रहा है और आप इसका फायदा उठा सकते हैं। बाथिंग सूट में ब्रा सपोर्ट होना चाहिए जो कि न्यूट्राल या नैचुरल रंग की हो।

ऐसी प्रकार की फिगर वालों को बहुत कसी फिटिंग के नही प्रहनने चाहिए क्योंकि यह अनसाइटली उभार उत्पन्न करती हैं। चिपकने वाले कपड़ों जैसे सिल्क, रेयॉन जर्सी व निट्स नहीं पहनने चाहिए। पीछे से बॉयस पर कटी स्कर्ट न पहने क्योंकि इनमें सीट करने की टेन्डेन्सी होती है। ऊँची, गोल नेकलाइन, सीलोप्स या अन्य गोल किनारियों से बचें। कसी हुई, संकीर्ण स्कर्ट व शीथ्स इस फिगर को अत्यन्त मोटा दिखाती है; ऐसा ही बेबी कलर्स और भारी–भरकम डिजाइन के साथ भी है। बड़े–बड़े प्रिन्ट्स प्लेड्स, चेक्स, ट्वीड्स और चमकते हुए मैटेरियल्स से बचें। पोल्का डॉट्स ऐसी महिलाओं के लिए नही बने है। छोटे हैट्स या वेइल्स सिर को शरीर की तुलना में अत्यधिक छोटा दिखा देते हैं।

अभ्यास-

१–दिए गए चित्रों को प्रयोग कर, विभिन्न फिगर प्रकारों के लिए कपड़े डिजाइन करने की कोशिश करिए।
२–ऊपर दिए गए हर फिगर प्रकार पर बोट नेक रखिए एवं प्रभाव का अध्ययन कीजिए।

११.४ सारांश:-

हम फिगर को अध्ययन के लिए वर्गीकृत कर सकते हैं उदाहरणार्थ, टॉल एण्ड स्लेन्डर, टॉल एण्ड एंगुलर, एवरेज एण्ड वेल प्रोपोरसन्ड, पेटाइल एण्ड स्लेन्डर, शार्ट एण्ड हैवी और प्लम्प फिगर्स।

टॉल और स्लेन्डर फिगर को अपनी लम्बाई का लाभ उठाना चाहिए और इसीलिए अपने नितम्बों को उभार सकते हैं। बेड़ी धारियॉ, जेबे, बेल्ट, सैसेस, प्लीटेड या घेरदार हेमलाइन, गोल ऊँची नेकलाइन, टरटिल नेक, लम्बी फुल या वाइड आस्तीन, टू

पीस कपड़े, अच्छे लगते हैं।

टॉल एण्ड एंगुलर फिगर पर हर प्रकार के कपड़े जँचते हैं। इस प्रकार की फिगर अत्यन्त फेमिनिन होती है; वेस्टलाइन जाँघ तथा कलाई पर ज्यादा जोर होना चाहिए।

एवरेज और वेल-प्रोपोरसन्ड फिगर अधिकतर फैशन पहन सकती हैं, क्योंकि न यह ज्यादा लम्बी होती है न ज्यादा छोटी, न ज्यादा भारी न हल्की, न टॉप हैवी, न हिप हैवी होती है।

पेटाइल और स्लेन्डर महिलाएँ ज्यादा फेमिनिन और देखने में नाजुक लगती हैं। पतले होने के बावजूद, फिगर को लम्बा **दिखाना ही मुख्य** उद्देश्य है।

शार्ट और हैवी फिगर मुश्किल वाली होती है क्योंकि इन्हे लम्बा व पतला दिखना होता है। ऐसी फिगर प्रकार पर दृष्टिभ्रम की ट्रिक्स का प्रयोग किया जाता है।

प्लम फिगर में मोटापा तो नहीं छिपाया जा सकता किनतु व्यक्ति ट्रिम तथा वेल–ग्रूम्ड दिख सकता है। इसीलिए जोर सभी कपड़ों में लम्बवत् प्रभाव पर होना चाहिए, जिसमें गले पर हल्का डिजाइन ध्यान को नितम्बों व कमर से हटाकर चेहरे की ओर आकर्षित करता है।

११.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न–१ टॉल एण्ड स्लेन्डर तथा टॉल एण्ड एंगुलर फिगर के बीच के अन्तर को स्पष्ट कीजिए?

प्रश्न–२ एवरेज और वेल–प्रोपोरसन्ड फिगर क्या होती है?

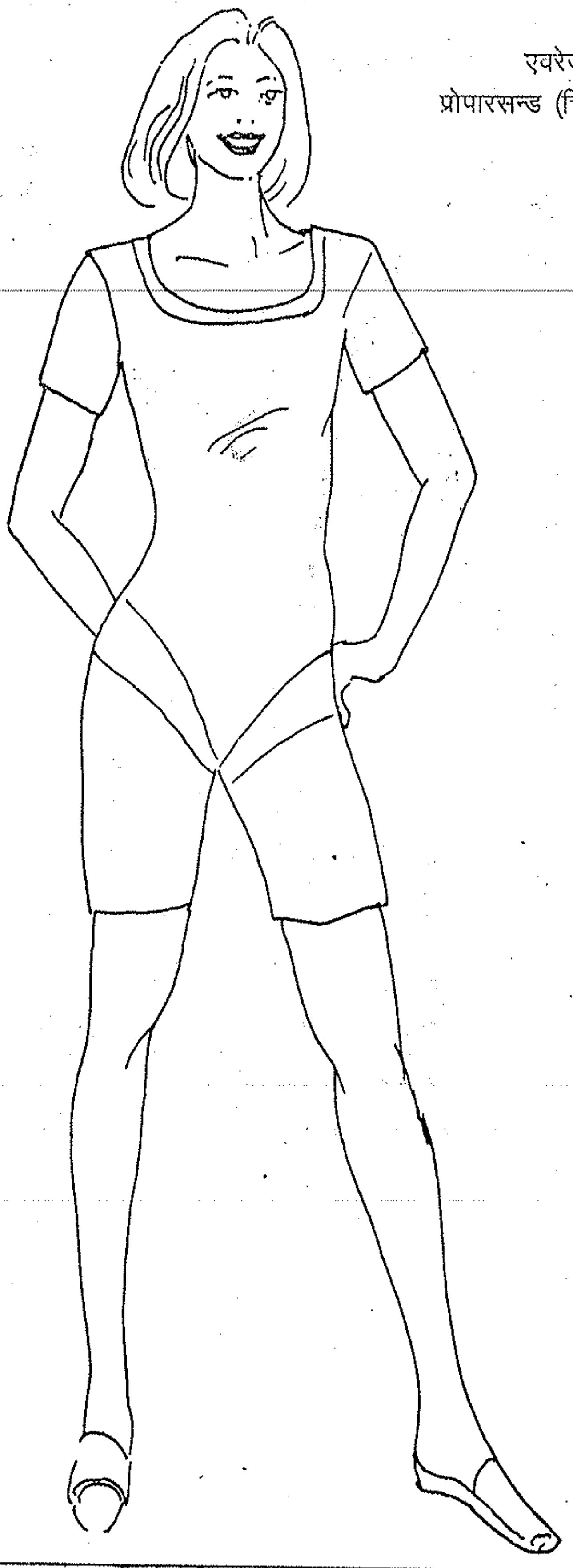
प्रश्न–३ एक पेटाइल महिला को कैसे कपड़े पहनने चाहिए?

प्रश्न–४ डिजाइनर के लिए प्लम्प फिगर क्यों मुश्किल होती है?

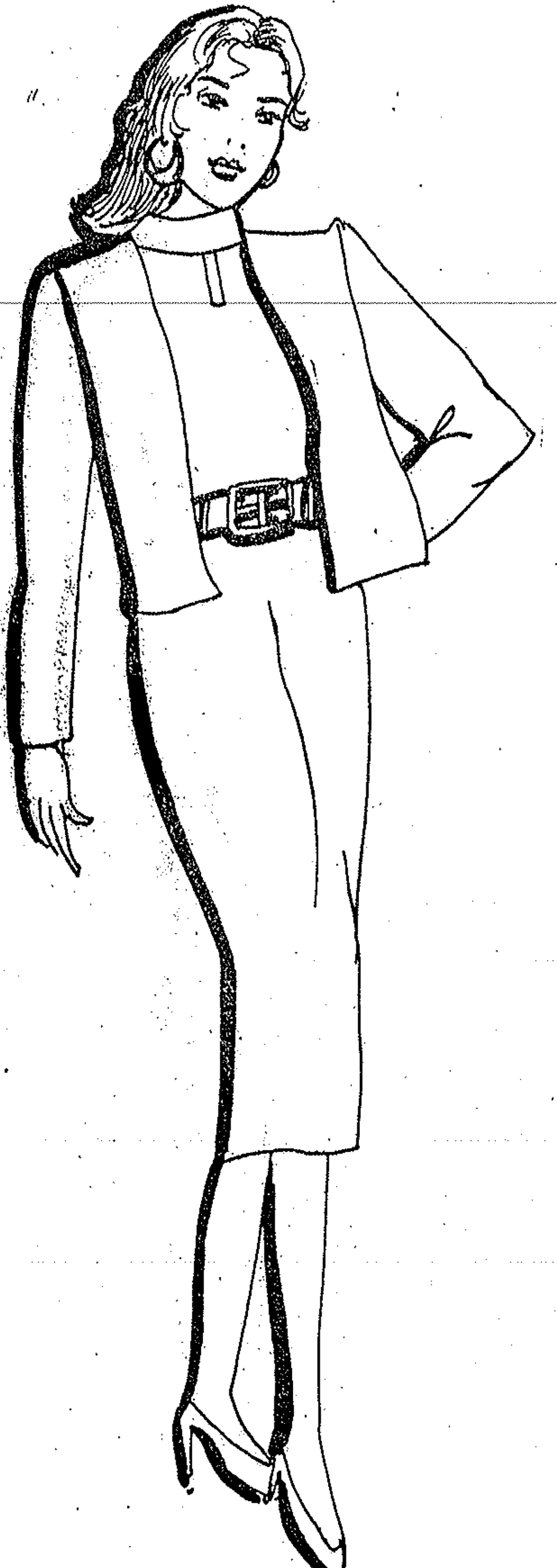
प्रश्न–५ लम्बी, पूरी आस्तीन किस प्रकार की फिगर पर जँचेगी और क्यों?

११.६ स्वाध्ययन हेतुः-

टॉल एण्ड स्लेंडर फिगर (चित्र ११.१)

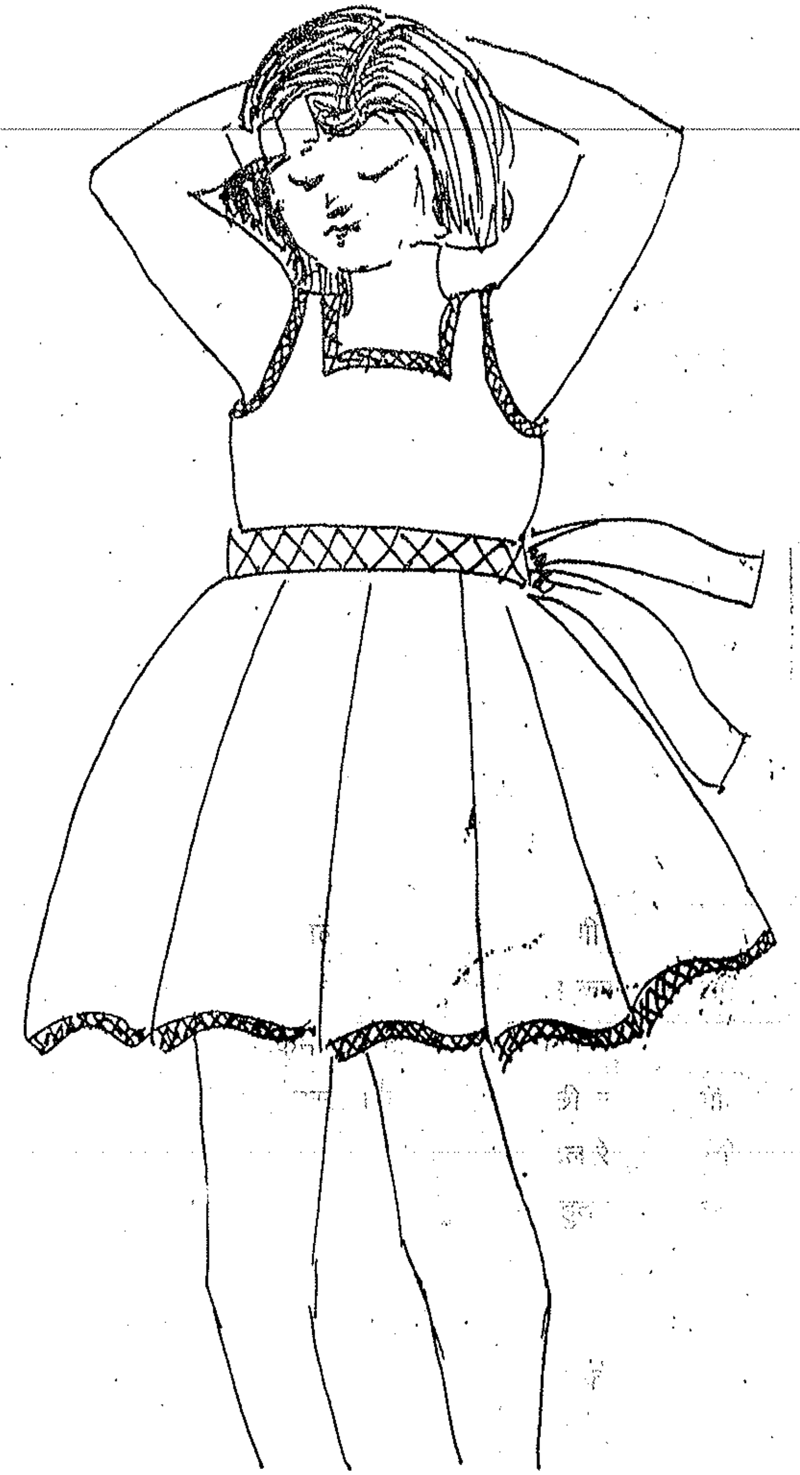


एवरेज एण्ड वेल
प्रोपारसन्ड (चित्र ११.२)



पेटाइल
एण्ड
स्लेन्डर
(चित्र ११.३)

प्लम्प फिगर
(चित्र ११.४)



संरचना

१२.१ यूनिट प्रस्तावना

१२.२ उद्देश्य

१२.३ फिगर की परेशानियाँ

१२.३.१ बड़ा बस्ट

१२.३.२ भारी नितम्ब

१२.३.३ लार्ज ट्रिमीज

१२.३.४ फ्लैट चेस्टेड फिगर्स

१२.३.५ वाइड वेस्ट्स

१२.३.६ लॉग वेस्टेड फिगर्स

१२.३.७ शार्ट वेस्टेड फिगर्स

१२.३.८ राउन्ड शोल्डर्स

१२.३.९ स्लोपिंग नैरो शोल्डर्स

१२.३.१० वाइड शोल्डर्स

१२.३.११ शार्ट हैवी शोल्डर्स

१२.३.१२ लॉग थिन नेक्स

१२.३.१३ हैवी आर्मस्

१२.३.१४ थिन लेग्स

१२.३.१५ हैवी लेग्स

१२.३.१६ बो–लेग्स

१२.३.१७ स्वे वैक्स

१२.३.१८ हैवी थाइज़

१२.३.१९ मैटरनिटी वियर

१२.४ सारॉश

१२.५ स्वर्निधार्य प्रश्न/अभ्यास

१२.६ स्वाध्ययन हेतु

१२.१ यूनिट प्रस्तावना:- स्टाइल व फैशन का चुनाव, वस्त्र बोध कैसे विकसित करें तथा विभिन्न प्रकार की फिगर का अध्ययन करने के बाद, अब अगला पहलु है कि विभिन्न प्रकार की फिगर्स की परेशानियों का हल कैसे निकालें। अगर हम समाज़ में अपने आस–पास देखें तो हमें पता चलेगा कि नब्बे प्रतिशत लोगों को कुछ न कुछ फिगर

प्रोब्लम होती ही है। परफेक्ट फिगर वाले लोग बहुत कम ही होते हैं। एक डिजाइनर के लिए अत्यन्त आवश्यक है कि वह इन विशिष्ट फिगर प्रोबलम को समझें जिससे कि इन्हे सावधानीपूर्वक व संवेदनशीलता के साथ हल कर सकें।

१२.२ उद्देश्यः- इस यूनिट का उद्देश्य विभिन्न प्रकार के फिगर्स की खामियों को समझना एवं कपड़ों का चुनाव करते समय इन खामियों को कम करने हेतु क्या किया जाएँ। इन खामियों को, अन्य गुणों की ओर अधिक ध्यान देकर, दबाया जा सकता है।

१२.३ फिगर प्रोबलम्सः- यहाँ पर शरीर के कुछ विशिष्ट भागों का रूप बदलने के लिए, कुछ सुझाव दिए गए हैं, जिससे कि वह फिगर प्रकार जो पूर्ण रूप से किसी एक फिगर टाइप में नहीं आते, समझ सकें कि उन्हे क्या पहनना चाहिए क्या नही।

१२.३.१ लार्ज बस्ट (चित्र १२.१):- लार्ज बस्ट की परेशानी का अर्थ ज्यादा वजन या बड़ी शारीरिक संरचना से नहीं है। अक्सर, एवरेज शारीरिक संरचना वाली या पतली महिलाओं के भी असमानुपातिक बडे बस्ट होते हैं। संवेदनशील महिलाओं को इससे शर्म महसूस हो सकती है किन्तु दृष्टिभ्रम के सिद्धान्त, दर्शकों की ऑखों को बस्ट से हटाकर कहीं और केन्द्रित करने में काफी सहायक सिद्ध हो सकते हैं।

ऐसी फिगर प्रोबलम के लिए,व्यक्ति को फिगर टाइप को सावधानीपूर्वक परिभाषित करना चाहिए तथा ढ़ीले या फुल बोडिस वाला कोई भी वस्त्र नही चुनना चाहिए। ड्रेस के अन्य भागों में फुलनेस आने दीजिए जिससे यह फुलनेस ड्रेस का भाग लगें और आपका नही। बोडिस में लम्बवत् धारियों का प्रयोग कर जिससे ऑख आवरोधित होती है और बस्ट में से कुछ इंच कम हो जाते हैं। हल्की सी नीची वेस्टलाइन ज्यादा संतुलन बनाती है, विशेषकर अगर नितम्ब पतले हों। बेल आकार की या हल्के घेर की स्कर्ट भी अच्छा संतुलन बनाती है। लम्बी या कोहनी तक लम्बी फिटेड आस्तीन फिगर को पतला दिखाती है। कमर पर सिलाई के लिए तिरछी या ट्रैन्जीशनल रेखाओं का प्रयोग अच्छा प्रयास है। संकीर्ण व ऊँची वी–नेकलाइन ऑखों को ऊपर, गले तथा चेहरे की ओर ले जाती है और फिगर पर पतले होने का प्रभाव डालती है। ढ़ीली फिटिंग की सूट जैकेट्स भी बूजम को छिपाने में सहायक होती है। पूरी लम्बाई के, बिना बटन वाले कोट भी यही प्रभाव डालते हैं। ऐसी फिगर को बटन की ज्यादा से ज्यादा एक रो वाल कोट पहनने चाहिए क्योंकि इससे कद लम्बा लगता है। गहरी, अण्डाकार गले अच्छे लगते हैं अगर वह ज्यादा कसे न हों। ऐसी फिगर को आगे व पीछे से गहरी कटी ब्रा द्वारा उत्पन्न उभारों के प्रति भी सावधान रहना चाहिए।

हल्के टेक्सचर्ड, हल्की प्लेन सरफेस्ड कपड़े, ऐसी फिगर पर सर्वश्रेष्ठ लगते हैं। दो रंगो का संयोजन, जेसे एक पतली, गहरे रंग की ऊनी जैकेट व हल्का ट्वीड स्कर्ट, ऐसी फिगर पर अतिसुन्दर लगेगा। ज्यादा भारी फिगर के लिए, सिर से पैर तक एक ही शेड, थोड़ा गहरा, बेहतर रहेगा।

मध्यम साइज़ की अनियमित हैट ब्रिम्स, बस्ट का संतुलन बिठाने में सहायक होती है। कसे हुए, रंगीन कोहनी तक की लम्बाई के दस्ताने ध्यान हाथों पर केन्द्रित कर देते हैं। इयर–रिंग्स बड़े–बड़े हो सकते हैं पर नेकलेसेस का सुझाव न दें क्योंकि वह फिर बस्ट पर ध्यानाकर्षित करेगें। कन्जरवेटीविली शेप्ड हैन्डबैग सर्वश्रेष्ठ हैं। कम हील पहन सकते हैं। सत्य है कि कम हील में ऐसी फिगर, हैवी हिप्ड फिगर से बेहतर लगेगीं।

स्पोर्टस-वियर के लिए ऐसी फिगर अगर नितम्ब ज्यादा भारी न हो तो स्लैक्स या शार्टस पहन सकती हैं। अगर भारी हो तो गहरे रंग का टॉप ज्यादा बेहतर है। संकीर्ण नितम्ब और भारी बस्ट वाली फिगर के लिए टू–पीस स्विम–सूट उपयुक्त रहता है।

ऐसी फिगर को क्या नहीं करना चाहिए, के प्रति अत्यधिक सजग रहने की जरूरत है। यहाँ कुछ सुझाव दिए गए हैं:–

— कसे स्वेटर, कस के बंद किए गए बटन वाले ब्लाउज़ या अन्य बस्ट पर कसे कपड़े बिल्कुल मना हैं।

— रैप–ओवर बोडिस सबसे बड़ी गलती होगी, क्योंकि तिरछी रेखाएँ बड़े बस्ट को और बड़ा दिखाऐंगी और याद रखिए हमारा उद्देश्य बस्ट को छोटा दिखाना है।

— बिना रूकावट वाली फ्रंट लाइन के साथ, कसी हुई शीथ इस प्रकार की फिगर को और मोटा दिखाऐंगी।

— ऊँची, गोल या स्कूप्ड आउट नेकलाइन फिगर को मोटा दिखाऐंगी।

— ऐसी फिगर के लिए स्कर्ट ढ़ीली होनी चाहिए नही तो बस्ट एक विशिष्ट फीचर की तरह उभर जाएगा।

— डबल ब्रेस्टेड स्टाइल फैशन में हो सकते है, लेकिन ऐसी फिगर के लिए यह ठीक नही है, क्योंकि यह फिगर के उपरी भाग को चौड़ा दिखाते हैं। चाहे आपके पैर कितने भी सुन्दर हो, ऐसी फिगर पर छोटी स्कर्ट पहनने का सुझाव न दें।

— प्लेड्स, चेक्स, बड़े प्रिन्ट के साथ–साथ चिपकने वाले, चमकीले, भारी व पारदर्शी कपड़ों के चुनाव से बचें।

— शीर्ष पर भारी, बड़े किनारों वाले तथा टर्नड–डाउन हैट्स, ऊपर का भारीपन बढ़ाते हैं; जाली या वेइल या छोटी हैट्स हैवी–बस्ट–फिगर के साथ असमानुपातिक लगेंगे, अतः इनसे भी बचना चाहिए।

— बहुत छोटै हैन्डबैग्स और छोटे दस्ताने भी असमानुपातिक लगेंगे।

— चौड़ी बेल्ट और विरोधाभासी सैश, बस्ट की ओर ध्यानाकर्षित करते हैं; गहनों की लम्बी रोज से भी बचना चाहिए, और मोती की लड़ियॉ तथा ब्रूचेस का प्रयोग बस्ट को कम दिखाने के लिए किए गए सारे प्रयासों को बेकार कर देते हैं।

१२.३.२ हैवी हिप्स (चित्र १२.२):-बहुत चौड़े नितम्बों वाली फिगर काफी विकृत लग सकती है। आप इस फिगर डिफेक्ट को खत्म नही कर सकते लेकिन दृष्टिभ्रम द्वारा कम

कर सकते हैं। अगर नितम्ब चौड़े ज्यादा है, तो निम्न नियमों का पालन करें।

— ध्यान रखें कि सरलता पर जोर हो।

— कंधों व सिर अर्थात शरीर के ऊपरी भाग को ज्यादा प्रभावी बना कर नितम्बों पर से ध्यान हटाइऐं।

— अगर पैडेड–सेट–इन स्लीव्स पहन कर चौड़े कंधों का प्रभाव उत्पन्न किया जाए तो यह फिगर को संतुलित करने में सहायक होता है।

— गले पर विस्तार जैसे बड़े कॉलर, चौड़े लैपेल्स और हल्के रंग की ट्रिमिंग्स, चेहरे के पास होनेके कारण नितम्बों पर से ध्यान हटाती है।

— स्लेन्डर महिलाओं को फिगर का संतुलन ठीक करने के लिए दो रंगी संयोजन भी सुझाए जा सकते हैं। जैसे–दिन में पहनने के लिए पतली ऊन की गहरे रंग की स्कर्ट व हल्की ट्वीड जैकेट और रात के लिए हल्के रंग के बोडिस तथा गहरे रंगो की स्कर्ट।

— भारी महिलाऐं इन्कोस्पीक्यूयस रंग जैसे काला, नेवी, भूरा और ग्रीन या वाइन रंगो में ज्यादा सुरूचीपूर्ण लगती है।

— कोहनी की लम्बाई की आस्तीन ऑखों को कंधों की ओर केन्द्रित करती है।

— स्कर्टस में लम्बवत् धारियों पर जोर दीजिए एवं हल्के ब्लाउज्ड बोडिस पहनिए।

— इस फिगर प्रकार के लिए सबसे उपयुक्त स्कर्ट है– कमर से नितम्ब के सबसे चौड़े भाग तक फिट तथा उसके बाद हेमलाइन तक धीरे–धीरे घेरदार होती हुई छोटी सूट जैकेट्स को नितम्बों के सबसे चौड़े भाग से उपर ही खत्म हो जाना चाहिए। सूट जैकेट के गोल किनारे ऑख को नितम्बों से दूर उपर की ओर ले जाते हैं।

— चौड़ी शोल्डर लाइन से लटकते कोट **नितम्बों** को **छिपा** लेते हैं। यही बात सेमी–फिटेड कोट के साथ भी लागू होती है।

— डल, हल्के व चिकने कपड़े का प्रयोग गर्मी व सर्दी दोनो के लिए करें।

— यदि प्रिन्ट्स पसन्द हो तो छोटा प्रिन्ट खरीदें।

— नितम्बों पर हमेशा गहरा रंग पहनें।

— विरोधाभासी सेन्टर–फ्रन्ट–पैनेल ड्रेसेस, जिसके पैनेल कंधे से कमर तक अन्दर की ओर, व कमर से हेम तक बाहर की ओर टेपर करते हों, ऐसी फिगर के लिए सर्वश्रेष्ठ डिजाइन पैटर्न हैं।

— ठंडे रंग तथा नेवी जैसे न्यूट्राल रंगो का चुनाव करें।

— अच्छे आकार के ब्रिम्स भारी नितम्बों को संतुलित करनेके लिए अनिवार्य हैं।

— टेलर्ड हैन्डबैग सबसे कम ध्यानाकर्षक होता है।

— असली इयर–रिंग्स चेहरे को ज्यादा प्रभावी बनाऐंगे।

— गहरे रंग के स्टॉकिंग्स और सादे कोर्ट जूते जिनमें स्टैक्ड हील्स हों, ध्यान कंध

ो तथा चेहरे की ओर खींचते हैं।

— स्पोर्टस–वियर के लिए स्लैक्स और शार्टस की जगह कुलोटेस या टेलर्ड स्पोर्टस–वियर का चुनाव करें।

— हल्की प्रिन्सेस लाइन वाले बॉथिंग सूट्स या स्कर्ट में हल्के घेर वाले जिससे कि नितम्ब की चौडाई को ढंग लें, विशेष रूप से अच्छे लगते हैं।

कुछ चीजें इस प्रकार की फिगर के लिए विशेष रूप से सही नहीं हैं-

—नितम्बों के आस–पास क्षैतिज सजावट से बचें जैसे– ओवर ब्लाउजेस, कसे हुए कपड़े और विरोधाभासी बेल्ट।

—संकीर्ण, कटे वाले कंधे नितम्बों को और चौड़ा दिखाते हैं, अतः इनसे बचें।

—हैन्डबैग्स के लिए अधिक कन्सपीक्यूयस रंग तथा लम्बे दस्तानों से बचें क्योंकि यह नितम्बों की ओर ध्यानाकर्षित करते हैं।

—याद रखिए कि कलाई तक लम्बी आस्तीन नितम्बों की ओर ध्यान आकर्षित करती है।

— थ्री–क्वार्टर लम्बाई की आस्तीन से भी बचिए क्योंकि यह भी नितम्ब की ओर ध्यान ले जाती है।

— थ्री–क्वार्टर लम्बाई के कोट, शीथ स्ट्रेट प्लीटेड या शार्ट स्कर्ट्स जिनकी किनारी संकीर्ण हो या चौकोर कोनो वाली सूट जैकेट जो नितम्ब के सबसे चौड़े भाग पर खत्म होती हो, से बचें।

— फर कफ्स भी नितम्ब की ओर ध्यान आकर्षित करते हैं क्योंकि कलाई समान्यतः हिप लेवेल पर रहती है।

— हल्के रंग फिगर को असल से ज्यादा भारी दर्शाऐंगे चाहे वह कोट हो या दस्ताने।

— वेलवेट, साटिन, सेक्विन्ड मैटेरियल या ब्रोकेड; जैसे सभी चिपकने वाले कपड़ों का प्रयोग न करें क्योंकि यह उभारों को हाई–लाइट्स करते हैं।

— भारी कपड़े वजन और बढ़ा हुआ दिखाते हैं।

— छोटी पिल बाक्स हैट्स और नीचे की ओर झुकी हुई किनारी वाली हैट्स न पहने।

— पाउच वाले, गोल हैन्ड बैग्स जो गोल रेखाओं से बने हो, इस प्रकार की फिगर के लिए ठीक नही है।

१२.३.३ लार्ज ट्रिमिंग (चित्र १२.३):- बडे पेट वाली फिगर पर घेरदार, गोर्ड स्कर्ट और नितम्बों पर ढ़ीले कपड़े अच्छे लगते हैं। डाईगोनल रेखा पर जोर देने वाले कपड़े जैसे– रैप अराउन्ड स्कर्ट भी अच्छी लगती है। पतली, मेल खाती बेल्ट पहने, जिससे कमर से उपर का भाग रूचिकर बन जाए। कमर फिट होनी चाहिए पर ज्यादा कसी नही।

केन्द्र से अलग, गले से निचली किनारी तक ओपनिंग पेट पर से ध्यान हटाने में सहायक होती है। जितना ज्यादा हो सके ऑफ–सेन्टर डिजाइन का चुनाव करें।

जैकेट वाली ड्रेसेस या सूट्स की जगह ऐसी फिगर वालों को लम्बे कोट का चुनाव करना चाहिए।

ऐसे गले व गहने पहनने चाहिए जो चेहरे की ओर ध्यान आकर्षित करें।

कुछ चीजें जो इस प्रकार की फिगर के लिए बिल्कुल गलत हैं, में सबसे पहली चीज हैं– डबल ब्रेस्टेड जैकेट क्योंकि यह कमर से उपर व नीचे चौड़ाई बढ़ता है। कभी भी ऐब्डोमन के ऊपर खत्म होने वाले सूट्स व जैकेट्स का सुझाव न दें। लम्बवत् जोर वाले कपड़े पेट की ओर ध्यान आकर्षित करेंगे। अतः इन्हे न पहने। कसे हुए कपड़े पेट छिपाने की जगह और उभारेगें, अतः ऐसे कपड़े न पहने। स्कर्ट में ट्रिमिंग्स का प्रयोग न करें विशेषकर क्षैतिज ट्रिमिंग्स क्योंकि यह कपड़े को और चौड़ा दिखाते हैं। गोल, ऊँची नेकलाइन्स भी चौड़ाई बढ़ाएगी, अतः इन्हे भी न पहनें।

१२.३.४ फ्लैट-चेस्टेड फिगर्स (चित्र १२.४):-

फ्लैट चेस्टेड फिगर पर मुलायम, पूर्णरूप से चुन्नट डलें फेमिनिन ब्लाउज़ अच्छे लगेंगे। रफलेस या ट्रिमिंग्स, टस्क या प्लीट्स भी चोली (बोडिस) पर अति प्रभावी तथा अच्छी लगेंगी क्योंकि यह फुलनेस लाएँगी। बड़ी, साफ्ट गले पर बोज़, भारी कपड़े, कुछ भी जो देखने में बस्ट के नाप को बढ़ाए।

कसे हुए स्वेटर या बोडिस और लड़कों जैसे फ्लेयर्ड ब्लाउज़ेस या ड्रेस बोडिस ऐसी फिगर पर अच्छे नहीं लगेगें।

१२.३.५ वाइड वेस्ट्स (चित्र १२.५):-

वाइड वेस्टेड फिगर वह होती है जिसके क्षैतिज नाप सामान्य से अधिक हो। इसीलिए, सीधे बिना चुन्नट वाले और संकीर्ण कपड़े बेहतर लगते हैं। सीधी या बाक्स जैकेट्स के साथ संकीर्ण स्कर्ट, सीधी बिना बेल्ट की शिफ्ट्स और लम्बे ओवर–ब्लाउज़ेस ज्यादा उपयुक्त हैं। जहाँ तक रंगों की बात है, गहरे रंग या ग्रे रंग जँचेगें। लम्बवत् ध ारियाँ जो कमर की चौड़ाई को ब्रेक कर, आँख को चेहरे की ओर ले जाएँ, ज्यादा अच्छी लगेगी।

संकीर्ण कंधे, कसे हुए शीथ्स या वेविडली कलर्ड कपड़े अच्छे नहीं लगेगें। चौड़ी बेल्ट या सैशेस विरोधाभासी रंगो की बेल्ट, और फुल स्कर्टस अच्छे नही लगेंगे।

१२.३.६ लॉग वेस्टेड फिगर्स (चित्र १२.६):-

लॉग वेस्टेड फिगर्स के लिए, ऊँची की गई कमर, स्कर्ट की लम्बाई बढ़ाकर, शरीर के उपरी भाग को छोटा दिखाती है। इसे पाने के लिए, हर ड्रेस की बेल्ट इस ऊँची जगह पर बाँधिएँ क्योंकि कमर का नाप बढ़कर बेहतर समानुपात देगा। चौड़ी बेल्ट, जो ऊँची वेस्टलाइन का भ्रम पैदा करती है, अच्छी लगती है। बोलेरो टाइप जैकेट, जो वेस्ट लाइन को छोटा दिखाकर तथा स्कर्ट को लम्बा दिखाकर फिगर को सामान्य बनाती है।

स्कर्ट, स्टॉकिंग और जूते एक ही रंग के होने से कमर के नीचे की लम्बाई के ज्यादा होने का भ्रम पैदा करते हैं।

नीची वेस्टलाइन या क्षैतिज विस्तार का कोई भी आउटफिट अच्छा नही लगेगा।

१२.३.७ शार्ट वेस्टेड फिगरः-

लम्बी की गई वेस्टलाइन, लेकिन बिना स्कर्ट-- को छोटा किए, इस तरह की फिगर की समस्या का समाधान कर सकती है। सामान्य वेस्ट लेवेल से एक नीचे, चाहे टैकिंग या लूप्स द्वारा, की गई बेल्ट वेस्ट को लम्बा दिखाएँगी। गिरी हुई वेस्टलाइन ऐसी फिगर के लिए सर्वश्रेष्ठ है। ओवर ब्लाउज़ स्टाइल, लम्बवत् टस्क, या स्ट्राइप्स जो आँख को उपर की ओर ले जाएँ, वी--गले और चपटे कॉलर, सभी फिगर को सामान्य वेस्टैड दिखाएँगे।

इम्पायर और ऊँची कमर वाले डिजाइन और अन्दर दबा कर पहने गए ब्लाउज़ इस फिगर पर अजीब लगेगें। गले पर चुन्नट व विरोधाभासी बेल्ट भी अच्छी नही लगेगी।

१२.३.८ राउन्ड शोल्डर्स (चित्र १२.७):-

कॉलर जो कंधो को छिपाएँ इस समस्या का हल कर देंगे। आगे व पीछे फुलनेस वाली बोलेरों जैकेट और ब्लाउज्ड बोडिस भी अच्छे लगेगें। बिना कॉलर के गले, स्टैन्ड अवे गले, और टाइट बोडिस या स्वेटर समस्या को केवल बढ़ाएगें क्योंकि यह कंध ाे की गोलाई को बढ़ाएगें। भारी गले की बोज, लम्बी नेकलाइनया स्ट्रेट--बैक्ड टेलर्ड सूट जैकेट भी अच्छी नही लगेगी।

१२.३.६ स्लोपिंग, नैरो शोल्डरः-

सेट--इन आस्तीन; हल्की पैडेड जिससे नितम्ब संतुलित हो जाएँ, चौड़े लैपेल्स जिसमें क्षैतिज चौड़ाई हो, गहरे शॉल कॉलर या सेलर कॉलर जो कंधों से नीचे गिरे, इस प्रकार की फिगर पर जँचेगें। चौकोर, गोल या खड़े कॉलर भी समस्या हल कर देगें। चौड़ी वी--नेकलाइन्स, फुल और चौड़ी आस्तीने या प्रेफ आस्तीन भी कंधों को संतुलित करने में सहायक होंगी।

रैगलॉन स्लीव्स या संकीर्ण वाली, बिल्कुल अच्छे नहीं लगेगें। गोलाकार कंधो की रेखाएँ और बिना कॉलर वाले कपड़े कोट या सूट से बचना चाहिए।

१२.३.१० वाइड शोल्डर (चित्र १२.८):-

राउन्डेड शोल्डर लाइन्स और रैगलॉन स्लीव फिगर की खूबसूरती बढ़ाएँगी। शाम के लिए तथा स्पोर्टस--वियर में हैटर गले कंधों की चौड़ाई कम करने में सहायक होगें। चौड़े किनारों वाले ऊँचे हैट्स भी अच्छे लगेगें। कंधे से कमर तक, अन्दर की ओर जाती हुई, वर्टिकल डिटेल्स अच्छी लगेंगी।

ऊँचे टरटिल नेक्स, ऊँचे कॉलरा, या बहुत कसे हुए आस्तीन अच्छे नही लगेगें,

न हो पैडेड कंधे, चौड़ी आस्तीन कोट या ड्रेसेस में और रफ्ड आस्तीन। छोटी हैट्स से बचना चाहिए।

१२.३.११ शार्ट हैवी नेक्स (चित्र १२.६):-

बिना कॉलर की या बहुत चपटे कॉलर इस समस्या का समाधान कर सकते हैं। वी या गहरी अण्डाकार नेकलाइन्स और क्रिस–क्रास्ड स्कार्फ गले से ध्यान हटा लेगें। इवनिंग ड्रेस में हाल्टर गले, गर्दन को लम्बा दिखाएँगे। सादे कोट कॉलर या आफ–शोल्डर, फर वाले कॉलर अच्छे लगेंगें। छोटी, संकीर्ण किनारे वाली हैट्स या ऊपर की ओर मुड़ी किनारी वाली हैट्स लम्बाई का भ्रम उत्पन्न करेंगे। इन फिगरस् को हार की जगह ब्रूच का प्रयोग करना चाहिए।

ऊँचे गोल, चौकोर, बोट या बहुत चौड़े वी–नेकलाइन इस फिगर पर सही नही है। ढ़लकती किनारी वाली हैट्स, चंकी ज्वेलरी और भारी फर कॉलर से बचना चाहिए।

१२.३.१२ लॉग, थिन नेक्सः-

ऊँची गले जैसे–गोल टरटिल नेक, ड्रेप्ड या मन्दरिन और टाई तथा बोज़ वाले गलों का चुनाव करें। चौकोर प्रकार के नेकलाइन जो पतली गर्दन को चौड़ाई देता है, पहनना चाहिए। आगे से उपर की ओर व पीछे से नीचे की ओर झुकी हैट्स अधिक लम्बाई को भर लेगी। बड़े इयर–रिंग्स का चुनाव करना चाहिए जो चौड़ाई देकर लम्बाई कम कर देते हैं।

लम्बे हार, जो गर्दन को और लम्बा दिखाते हैं, से बचें। वी या अण्डाकार गले सिर्फ स्कार्फ या ज्वेलरी के साथ पहनने चाहिए। सूट्स पर लम्बे लैपेल्स गर्दन की लम्बाई बढ़ाएगें। अतः इन्हे न पहने।

१२.३.१३ हैवी सीम्स (चित्र १२.१०):-

लम्बी, अच्छी फिटिंग वाली आस्तीन अच्छी लगेगी। बड़े आर्महोल्स वाले कपड़े, जो हाथों को आराम से मूव करने दें, समस्या को कम कर देगा। अपारदर्शी कपड़े भी भारी हाथों की समस्या को कम कर देगें।

ब्रेसलेट और बिना आस्तीन की ड्रेसेस अच्छी नहीं लगेगी। छोटी आस्तीन आपके हाथ के सबसे चौड़े भाग पर एक छोटी होरीजेन्टल रेखा बनाएँगी जो ध्यानाकर्षित करेगी और इसलिए नही पहननी चाहिए। चौड़ी या बहुत कसी आस्तीन और पारदर्शी कपड़े भी नही चुनने चाहिए।

१२.३.१४ थिन लेग्स (चित्र १२.११):-

सादी या टेक्स्चर्ड, हल्के रंग की स्टॉकिंग पैरो को भारी दिखाएगी। फैशन के अनुसार लम्बी, स्कर्ट भी पहनी जा सकती है। फुल, ईज्ड या प्लीटेड स्कर्ट,मोटे पैरों का भ्रम पैदा करने में सहायक होगी। लोवर–हील्ड जूते पैरो को भारी दिखाएगें अतः, ऊँची

हील वाले नाजुक जूतों जिनमें स्ट्रैप्स व साइड कट–आउट्स हों, का चुनाव करिए क्योंकि यह कर्वस का भ्रम पैदा करते हैं।

पेन्सिल स्लिम या बहुत छोटी स्कर्ट अच्छी नहीं लगेगी। गहरे रंग की स्टॉकिंग भी नही पहननी चाहिए।

१२.३.१५ हैवी लेग्स (चित्र १२.१२):-

गहरे रंग की डल स्टॉकिंग को यदि, प्रचलन से एक इंच लम्बी हल्के घेर की या फुल स्कर्ट पहने तो यह समस्या हल हो सकती है। स्टैक्ड हील के साथ सादे जूते और सीम्ड स्टॉकिंग्स जॅचेगी।

हल्के बादामी रंग की स्टॉकिंग्स और टेक्सचर्ड स्टॉकिंग्स एड़ी और काव्स को और भारी दिखाएगें। शार्ट स्ट्रेट या टाइट स्कर्ट अच्छी नहीं लगेगी। राजावटी जूते जिनमें स्ट्रैप्स कटआउट्स स्टिचिंग, बकेल्स या बोज़ या कुछ भी ऐसा, जो पैरा की ओर ध्यान आकर्षित करें, नही पहनना चाहिए। स्पिन्डली हाई हील, फिगर का समानुपात खराब कर देगी।

१२.३.१६ बो लेग्सः-

इस समस्या का समाधान, प्रचलन में स्कर्ट की लम्बाई से एक इंच लम्बी स्कर्ट पहन कर किया जा सकता है। हल्की सी अन्दर की ओर सिलाई वाले स्टॉकिंग्स जो पैरो को बाहर की ओर के उभार को हटा दे, संतुलन उत्पन्न करेंगे। सादे व बिना विस्तान के जूते, जिसके साथ स्कर्टस, स्टॉकिंग्स व जूते एक ही रंग के हो, सहायक होगें। फ्लेर्ड या फुल स्कर्टस् भी अच्छे लगेगें।

हैवी थाइज (चित्र १२.१३):-

ढ़ीली और फुल स्कर्ट्स पहननी चाहिए जिससे की बैठने पर आराम से बैठा जा सके और स्कर्ट थाई पर खिंचे न।

स्किन टाइट स्ट्रेट स्कर्ट और क्रास पर कटी स्कर्ट ठीक नहीं रहेगी क्योंकि बैठने पर यह उठ जाती है।

१२.३.१७ स्वे बैक्स (चित्र १२.१४):-

अवे बैक्स की समस्या वाली फिगर को ऐसे कपड़े चुनने होगें जो पीछे की ओर से ढ़ीले हों तथा फुल स्कर्टड ड्रेसेस का चुनाव करना होगा। हल्की ब्लाउज्ड बैक के साथ पीछे की ओर केन्द्र में, कमर के नीचे स्कर्ट में फुलनेस भी सहायक होगी। एक ढ़ीली, पीछे की ओर बेल्ट वाली जैकेट या ड्रेस, जिससे एक लगभग सीधी कमर का भ्रम पैदा होगा, अच्छी लगेगी। लम्बी बोलेरो,जो पीछे के उभार को छिपा लें, या सूट्स की जगह ड्रेसेस से मेल खाती जैकेट्स, फिगर का सौन्दर्य बढ़ाएगी। इवनिंग वियर के लिए बैक बस्टल जो कमर का उभार ढंक लेगा,सही चुनाव रहेगा।

कसे हुए फिगर मोल्डिंग फैशन जैसे शीथ्स या संकीर्ण स्कर्ट अच्छे नहीं लगेंगे। शिफ्ट्स भी सामने से अच्छी लगेगी लेकिन पीछे की ओर तथा साइड का मैटेरियल अन्दर की ओर के उभार के साथ जाएगा औरअतः अच्छा नहीं लगेगा। शरीर के चारों ओर फिट होने वाली बेल्ट इस फिगर के लिए ठीक नहीं है। एक उपयोगी, ध्यान रखने लायक़ नियम यह है कि कपड़े खरीदने से पहले अपने को साइड से जरूर देखें।

१२.३.१८ मैटरनिटी वियर (चित्र १२.१५):-

वो दिन लद गए जब महिलाएँ गर्भावस्था के दौरान समाज में नहीं खड़ी होती थी। आधुनिक मैटरनिटी कपड़े इतने आरामदेह होते हैं कि महिलाएँ। आखिरी समय तक सब जगह जाती--आती हैं। ऐसे कई उपयुक्त व आकर्षक शैलियाँ है; जो गर्भवती महिलाओं को आकर्षक व फैशनेबल दिखाती हैं। अधिकतर महिलाएँ चौथे महीने में ही मैटरनिटी वियर पहनने लगती हैं। यहाँ कुछ सुझाव दिए गए हैं।

अगर फिगर भारी नितम्ब या लार्ज फ्रेम वाली हैं, तो दृष्टिभ्रम के भारी नितम्बों के लिए दिए गए नियमों का पालन करिए। टू--पीस ड्रेस की जगह वन--पीस ड्रेस का चुनाव करिए क्योंकि टू--पीस फिगर को दो भागों में विभाजित करता है। घर और बाहर दोनों के लिए गहरे रंग ही पहनें। गले पर रंगो या ट्रिमिंग्स का प्रयोग करें जिससे ऑख उपर की ओर बढ़ें।

अगर फिगर सामान्यतः स्लेन्डर है, तो वह इसी प्रकार ट्रिम दिख सकती हैं, शुरू मे ईजी शिफ्ट्स पहन कर व पॉच महीने बाद हीट वन पीस ड्रेसेस पहन कर। गले पर विस्तृत डिजाइन का प्रयोग करना न भूलें। इम्पायर शेप्स बहुत अच्छी लगती है अगर सही प्रकार का फिगर हो।

स्मोक्स फिगर को भारी दिखा सकती है, लेकिन काम करने के लिए अच्छी है क्योंकि इन्हे धोना आसान है।

- हर सप्ताह हेमलाइन को चेक करें, क्योंकि वह धीरे--धीरे आगे से उपर उठ जाएगी। इस बारे में ध्यान रखें, ऊँची--नीची किनारी सामने की ओर ध्यान आकर्षित करेंगी जबकि सीधी किनारी ट्रिम लुक देगी।
- काले व सफेद का समायोजन उत्सवों के लिए उपयुक्त है, चमकीले कपड़े और प्लेड्स कभी न पहनें।
- छोटे कोट या जैकेट की जगह; लम्बा, ढ़ीला और पीछे से हल्का घेरदार कोट जो कंधों से लटके, फिगर को छिपाने का बेहतर उपाय है।
- ध्यानाकर्षक नेकलेस और कानों में पहनने से ऑख पेट की जगह चेहरे पर चली जाती है।

अभ्यास-

१— छोटी वेस्ट और राउन्डेड शोल्डर्स वाली फिगर के दिए गए चित्रों की मदद से दो कट—आंउट बनाइए। फिगर की कमी को छिपाने की कोशिश करते हुए दोनों के लिए कए—एक ड्रेस डिजाइन करें।

२— एक परफेक्ट फिगर के लिए ड्रेस डिज़ाइन करें व उसे एक लॉग वेस्टेड फिगर को पहनाऐं। प्रभाव का अध्ययन करें।

१२.४ सारांशः-

इस पाठ्य में कई ऐसी समस्याएँ दी गई हैं जो किसी प्रकार के फिगर में हो सकती है। साथ ही उनके समाधान भी दिए गए हैं। मुख्य बात यह है कि समस्या वाली जगह से हटाकर ज्यादा समानुपातिक स्थानों की ओर ध्यानाकर्षित करना। उद्देश्य है कि शरीर के आकर्षक भागों को अधिक रूचिकर बनाकर समस्या वाले स्थानों से ध्यान हटा दिया जाएँ। लार्ज बस्ट, भारी नितम्ब, मोटा पेट, फ्लैट चेस्टेड फिगर, चौड़ी कमर, लॉग वेस्टेड और शार्ट वेस्टेड फ़िगर, गोल कंधें, स्लोपिंग या नैरो कंधे, चौड़े कंधे, छोटी, भारी गर्दन, लेम्बी व पतली गर्दन, भारी हाथ पतले पैर, भारी पैर बो—लेग्स, भारी जॉघे या झुकी कमर कुछ ऐसे डिफेक्ट्स हैं जिनके बारें में बताया गया है। गर्भवती महिलाओं का हॉलाकि फिगर डिफेक्ट नही है, लेकिन उनकी अपनी विशिष्ट समस्या है जिसे मैटरनिटी वियर में डील किया गया है।

१२.५ स्वनिंधार्य प्रश्न/अभ्यास

प्रश्न—१ एक भारी चेस्ट वाली फिगर के लिए कैसी ड्रेस आप डिजाइन करेगें?

प्रश्न—२ फ्लैट चेस्टेड फिगर के लिए डिजाइन करते समय किन बातों का ध्यान रखा जाना चाहिए?

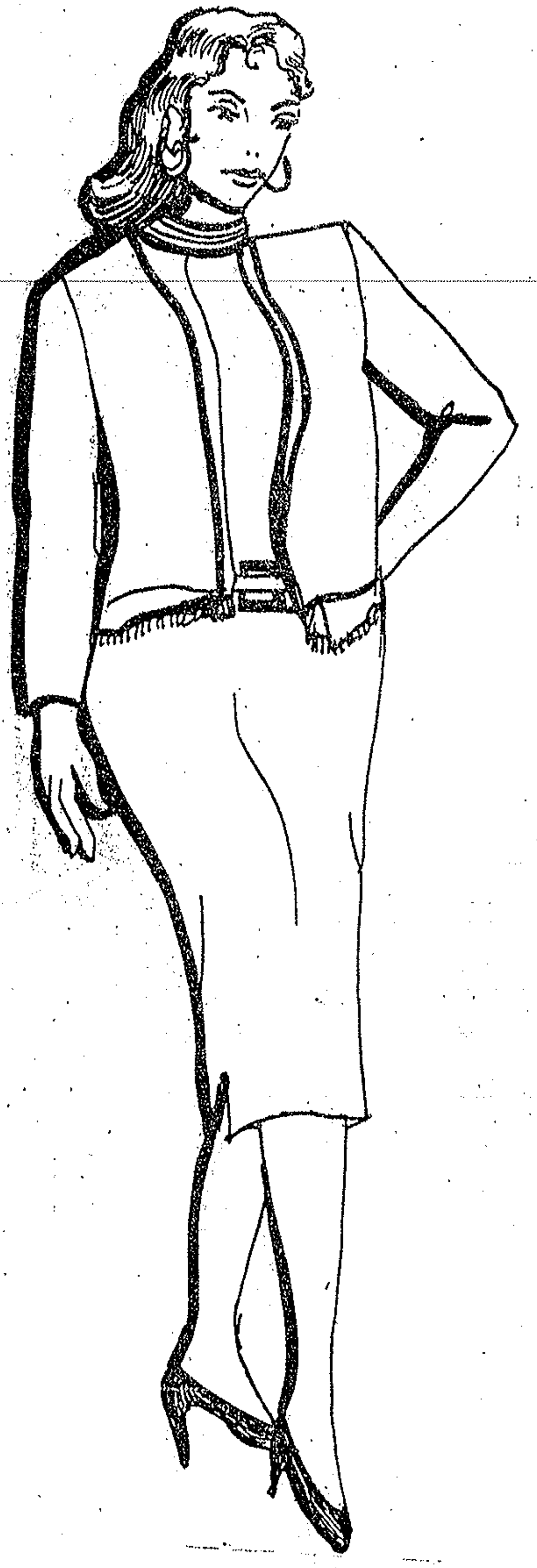
प्रश्न—३ पतले पैरों वाली फिगर के लिए ड़िजाइन करते समय किन बातों का ध्यान रखा जाना चाहिए?

प्रश्न—४ बो—लेग्ड फिगर के लिए क्या उपयुक्त है?

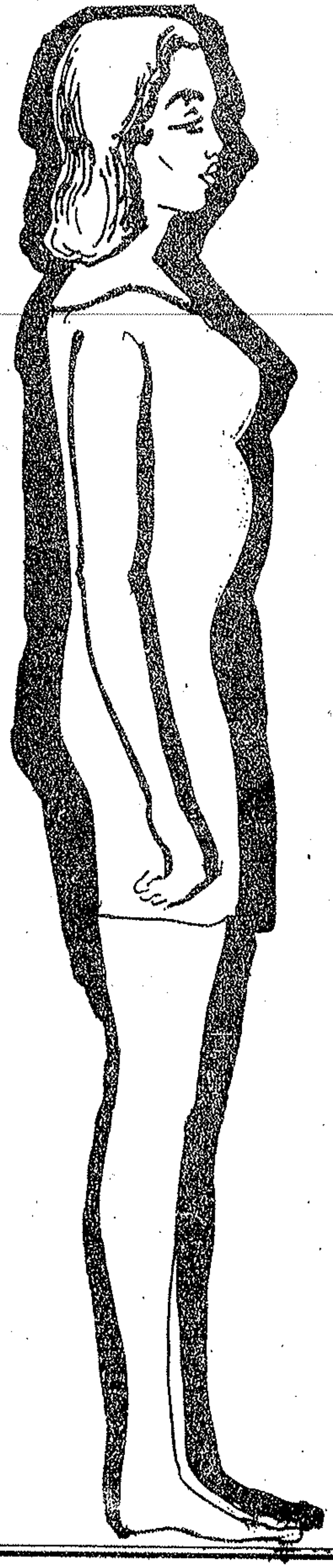
प्रश्न—५ छोटे पैरो वाली गर्भवती महिला को कैसे कपड़े पहनने चाहिए?

स्वाध्ययन हेतुः-

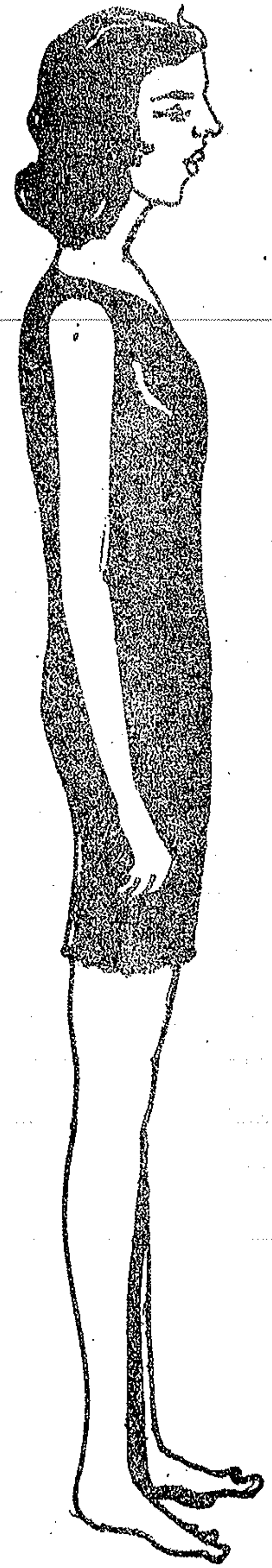
(चित्र १२.१) यह एक सामान्य फिगर प्रकार है जिसका बस्ट साइज ज्यादा है। इसीलिए जोर फिगर के उपरी भाग से दूर होना चाहिए। नीचे के कपड़ों पर ज्यादा जोर दिया जा सकता है।



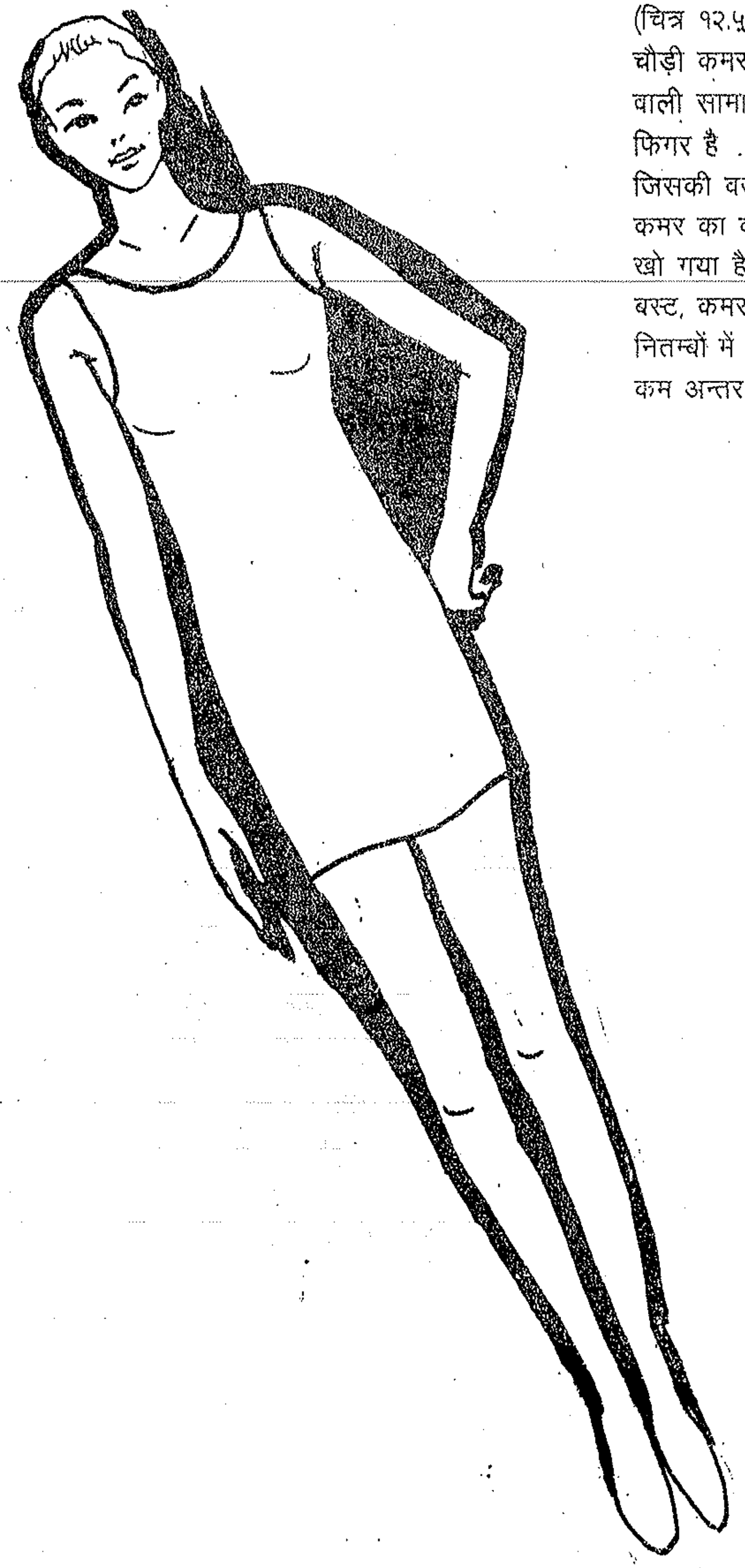
(चित्र १२.२) इस फिगर के थोड़े भारी नितम्ब हैं। इसीलिए आँखों को नितम्बों से दूर ले जाने पर ज्यादा जोर देना चाहिए।



(चित्र १२.३) यह बड़े पेट वाली सामान्य फिगर है। ऐसी फिगर पर कमर की सिलाई से बचना चाहिए।

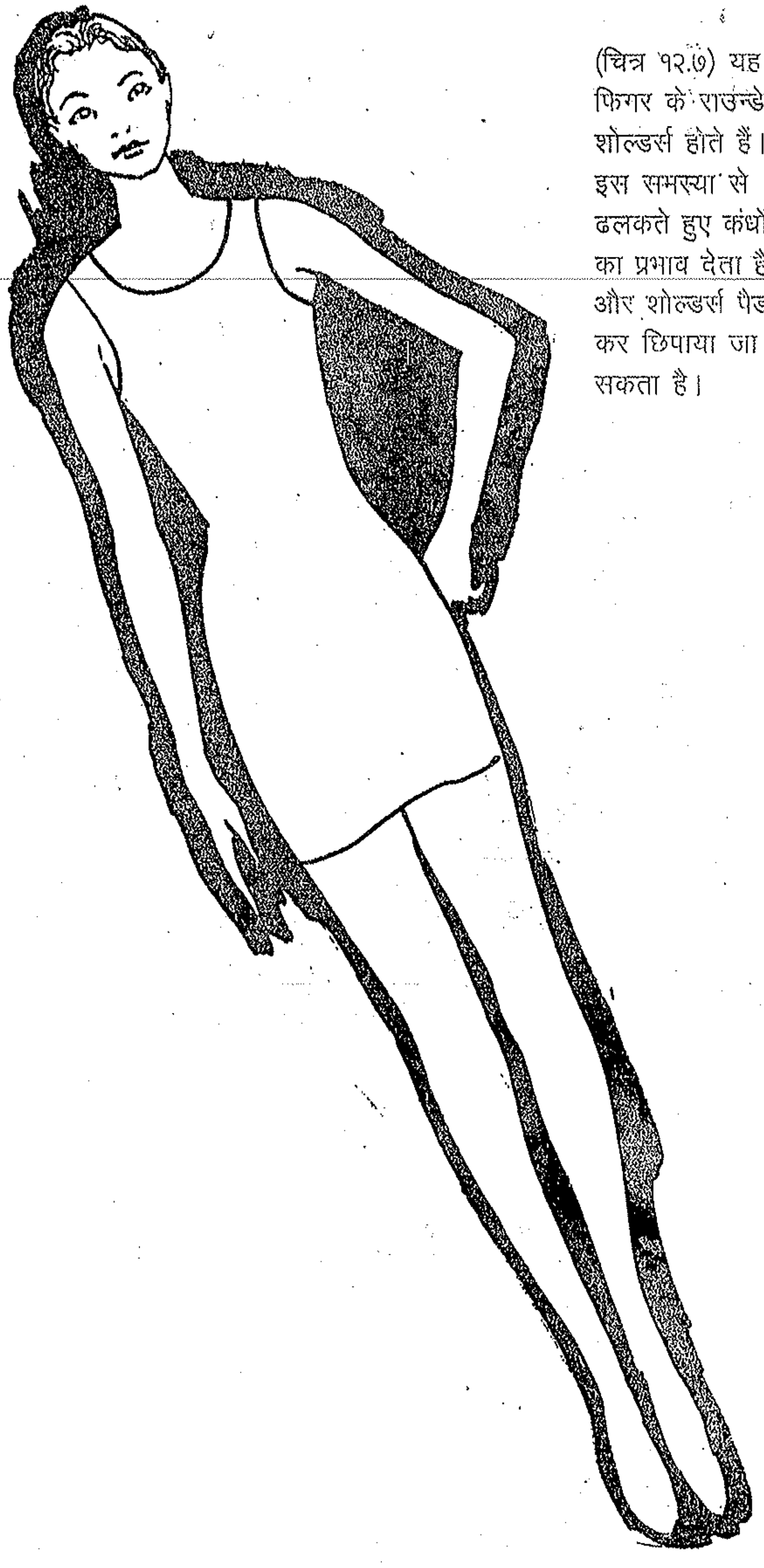


(चित्र १२.४) यह फ्लैट चेस्ट वाली सामान्य फिगर है। ऐसी फिगर आसानी से फ्रिल्स, चुन्नट, लेसेस इत्यादि वाले बोडिस पहन सकती है।

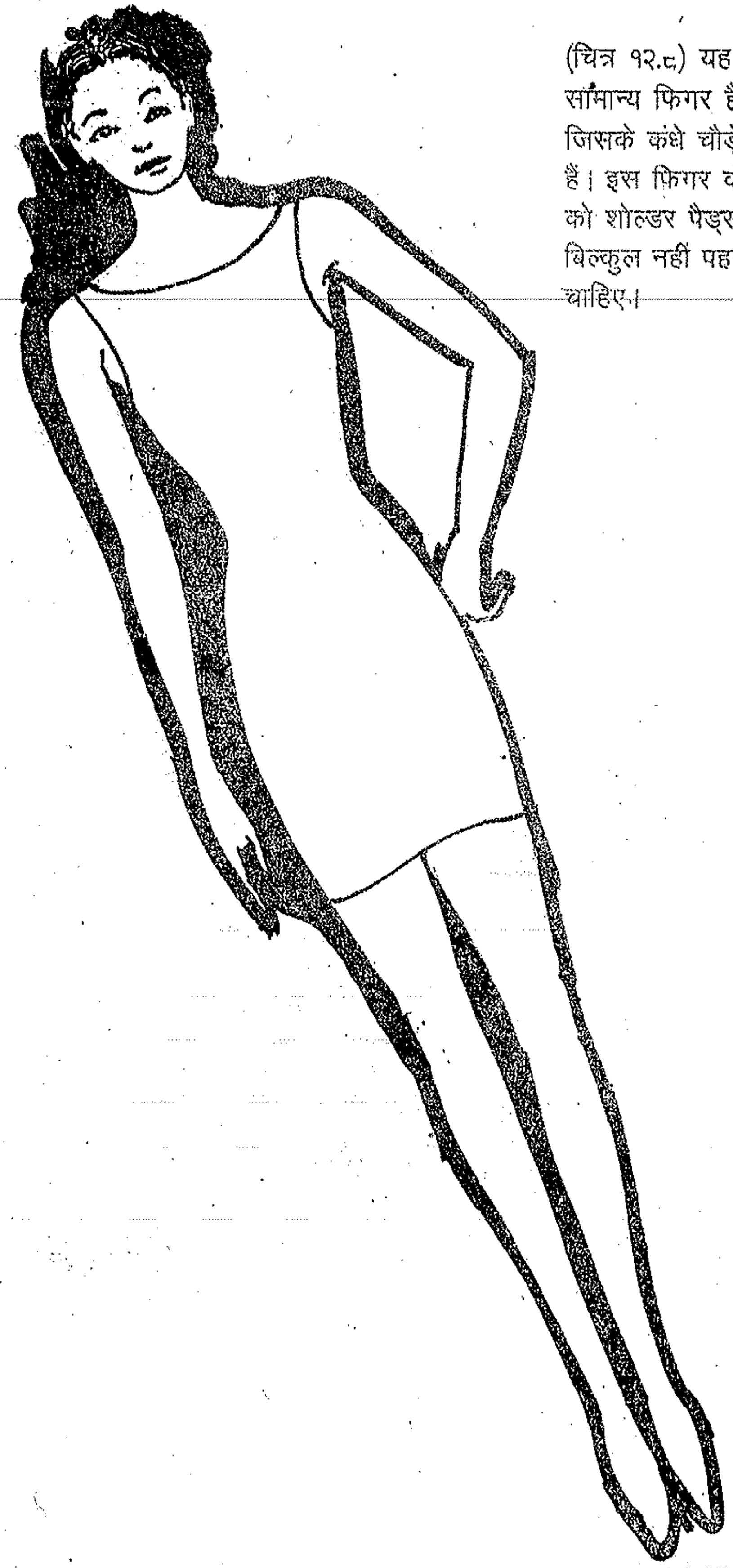


(चित्र १२.५) यह
चौड़ी कमर
वाली सामान्य
फिगर है
जिसकी वजह से
कमर का कर्वेचर
खो गया है और
बस्ट, कमर व
नितम्बों में बहुत
कम अन्तर है।

(चित्र १२.६) यह एक सामान्य फिगर है जिसका ऊपरी भाग निचले भाग से थोड़ा लम्बा है। ऐसी फिगर को लो–वेस्टेड स्कर्टस या ट्राउजर्स नही पहननी चाहिए।



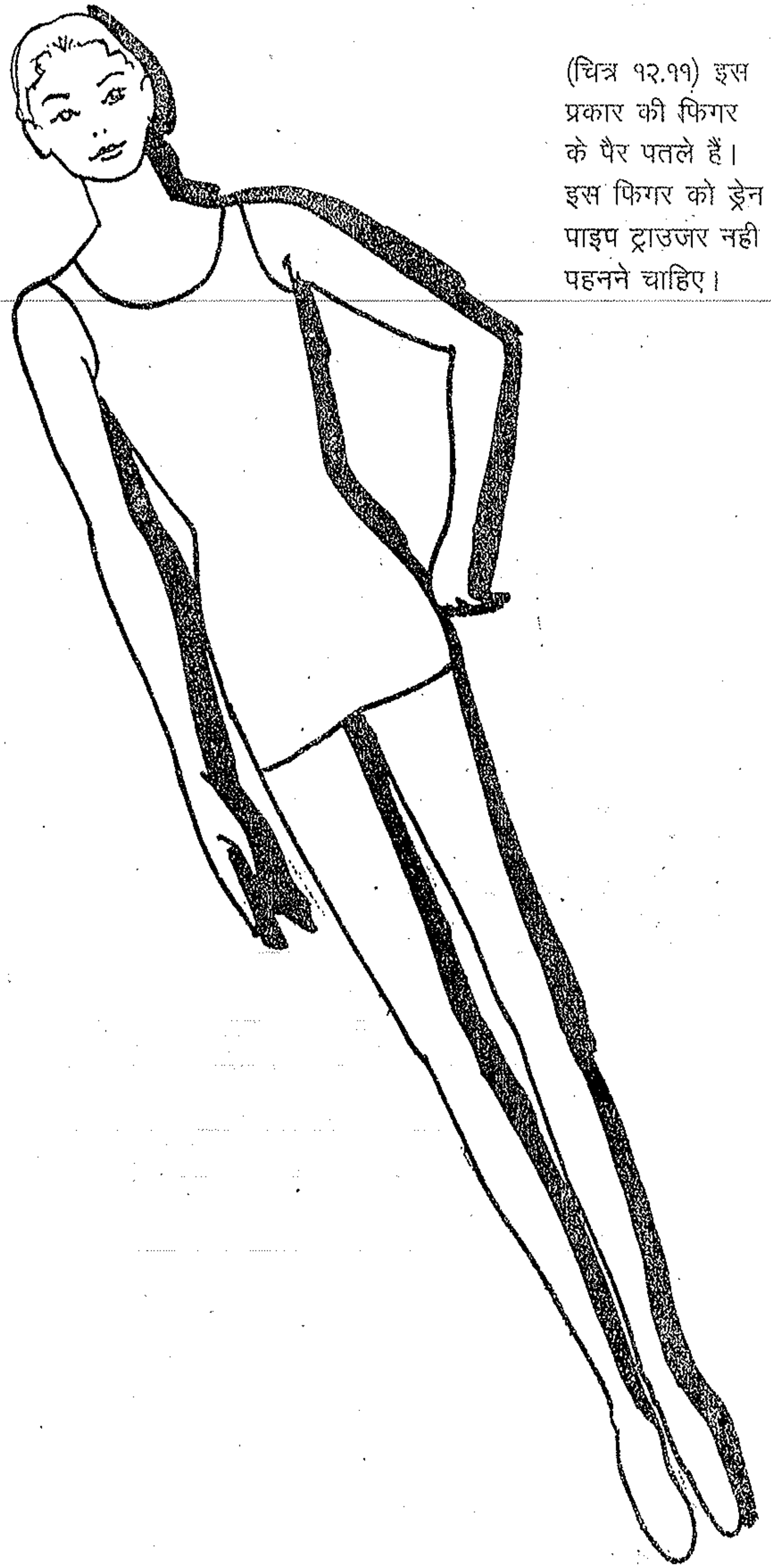
(चित्र १२.७) यह फिगर के राउंन्डेड शोल्डर्स होते हैं। इस समस्या से ढलकते हुए कंधों का प्रभाव देता है और शोल्डर्स पैड्स कर छिपाया जा सकता है।



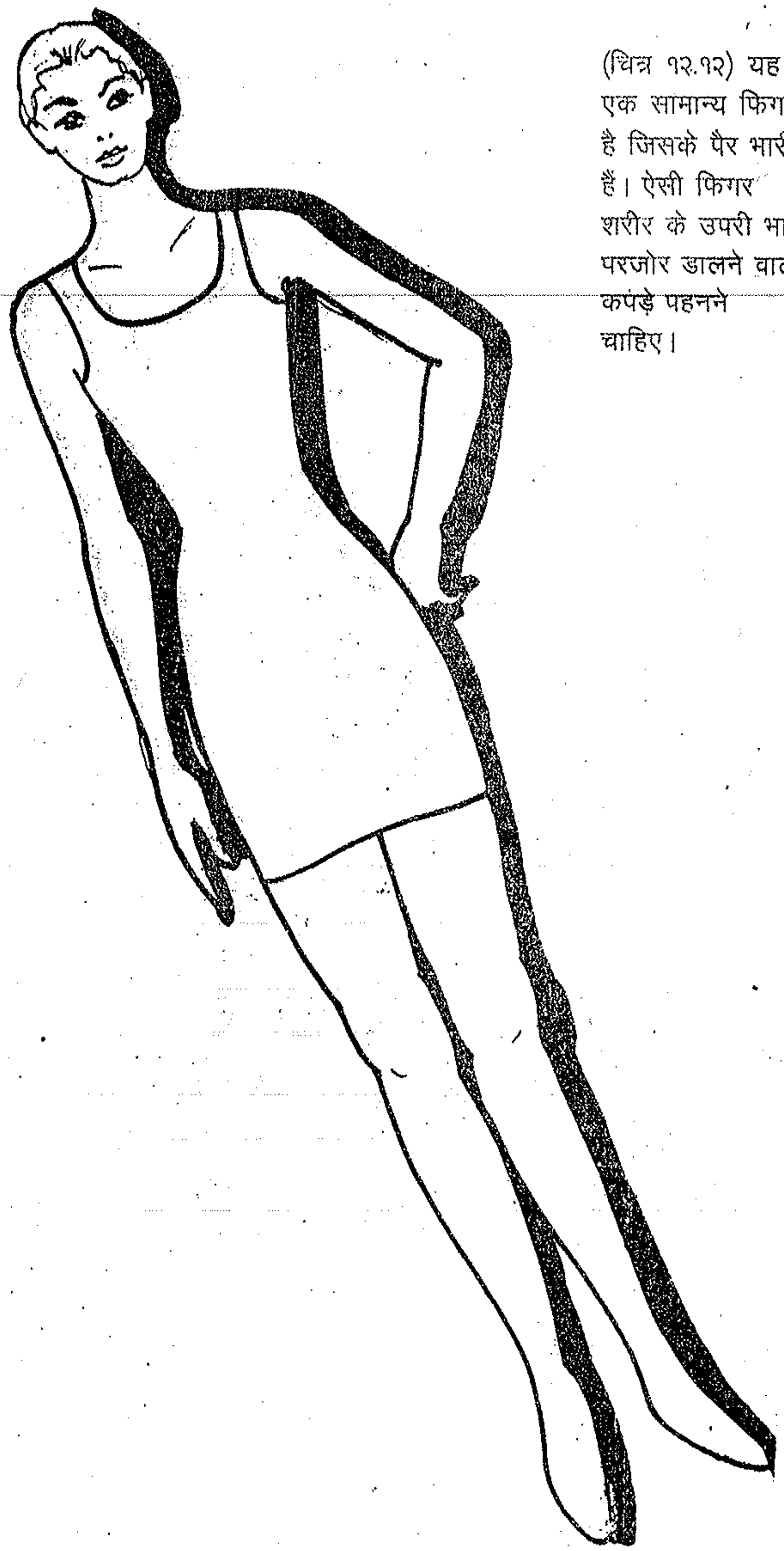
(चित्र १२.८) यह एक सामान्य फिगर है जिसके कंधे चौड़े होते हैं। इस फिगर के लोगों को शोल्डर पैड्स बिल्कुल नहीं पहनना चाहिए।

(चित्र १२.६) इस फिगर की गर्दन छोटी व मोटी है। इसीलिए गले ऐसे होने चाहिए जो गर्दन की लम्बाई को बढ़ाएँ।

(चित्र १२.१०) इस फिगर के उपरी हाथ भारी है। ऐसी फिगर को इनकट आस्तीन नही पहननी चाहिए।

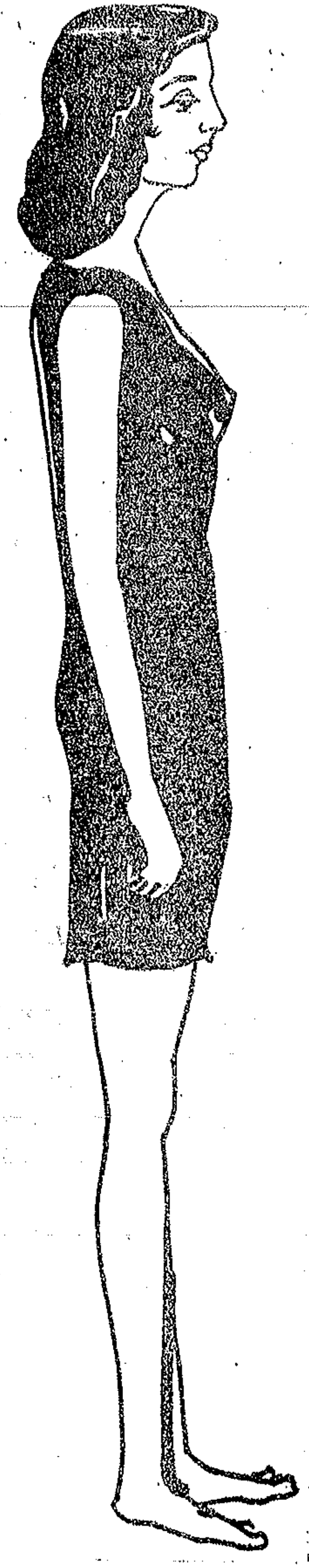


(चित्र १२.११) इस प्रकार की फिगर के पैर पतले हैं। इस फिगर को ड्रेन पाइप ट्राउजर नही पहनने चाहिए।



(चित्र १२.१२) यह एक सामान्य फिगर है जिसके पैर भारी हैं। ऐसी फिगर शरीर के उपरी भाग परजोर डालने वाले कपड़े पहनने चाहिए।

(चित्र १२.१३) यह फिगर भारी जाँघों वाली है। और इसके लिए टाइट पैन्ट्स और छोटे टॉप्स नहीं पहनना चाहिए।



(चित्र १२.१४) इस फिगर की कमर थोड़ी झुकी हुई है। ऐसी फिगर का पिछला भाग, आगे की तुलना में छोटा होता है।

(चित्र १२.१५) यह एक अच्छे समानुपात की फिगर वाली गर्भवती का फिगर है। यह फिगर ऐसे कपड़ो का चुनाव कर सकते हैं जो कमर पर से ढ़ीले हो या बस्ट लाइन से घेरदार हों।

NOTES