প্রচ্ছদ কাহিনী

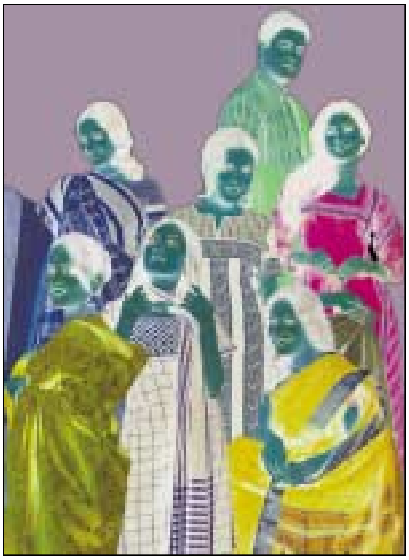
একুশে-সাপ্তাহিক ২০০০

ঈদ ফ্যাশন প্রতিযোগিতা ২০০১

সাপ্তাহিক ২০০০-এর এবার ঈদ ফ্যাশন প্রতিযোগিতার চতুর্থ বছর। চতুর্থ বছরে এসে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া একুশে টিভির সঙ্গে সম্পৃক্ত হলো আরো ব্যাপক বাজারজাতকরণ এবং প্রচারের উদ্দেশ্যে। এবার প্রতিযোগিতার শিরোনামের পরিবর্তন নিশ্চয়ই লক্ষ্য করেছেন। প্রতিযোগিতার সঙ্গে টিভি মিডিয়ার যোগসূত্র স্থাপন ক্রেতা বিক্রেতার মেরুকরণের নতুন দিক– এটা নিঃসন্দেহে বলা যায়। একুশে টিভি দেশীয় পোশাক বাজারকে, রুচিকে প্রভাবিত করবে হলফ করেই বলা যায়।

ফ্যাশনে চ্যালেঞ্জ-এর মোকাবেলা করার ভূমিকা নতুন নয় বরং এটাই ট্রেন্ড। পোশাক জগতে বৈপ্লবিক পরিবর্তনে মিডিয়ায় অংশগ্রহণই বড় চ্যালেঞ্জ।

গেল বছরে ঈদ দুবার অনুষ্ঠিত হয়েছে। জানুয়ারিতে প্রথম, ডিসেম্বরে পরেরটি। তার সঙ্গে ছিল ক্রিসমাসের কেনাকাটা। এ বছর ঈদ ভরা শীতে। তার পরপরই ক্রিসমাস। এর সঙ্গে শীতের বাদবাকি কেনাকাটাও চলতে থাকে। এ নিয়েই এবার পুরো ঈদের বাজার। সময়টাকে প্রাধান্য দিয়েই তৈরি হয়েছে



উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠানগুলো। ঋতুভেদে পোশাকে যে তারতম্য দেখা যায় সেটাও মূলত ঈদকেন্দ্রিক। ঋতু অনুযায়ী না বলে বরং ঈদের ঋতুতেই পোশাকের চেহারা বদলে যায়। ঈদে বাজার যেহেতু সবচেয়ে বেশি জমজমাট থাকে তাই ঈদ ভাবনা নিয়ে প্রতিষ্ঠানগুলো অন্তত এক বছর ধরে তৈরি হতে থাকে। এখন মিডিয়া ব্যাপক ভূমিকা গ্রহণ করে পণ্য বাজারজাতকরণে। এখানেই ২০০০-এর ব্যাপক সার্থকতা। সময় নির্ধারণ করে এ যাবৎ দেশীয়

পোশাকের বিপণনে তৈরি করেছে সময়োপযোগী প্রচ্ছদ। বিপণনে প্রচারের চমকটি তৈরি হয়েছে পারস্পরিক সহযোগিতায়।

এ বছর প্রায় ১০০ প্রতিষ্ঠান অংশগ্রহণ করেছে। জমা পড়েছে প্রায় ৩০০০ পোশাক। নির্বাচনের সময়কালীন পোশাক জমা নেয়ার তারিখ নির্ধারণ করা হয়। পরবর্তীতে প্রতিষ্ঠানগুলোর অনুরোধে সময়সীমা আরো তিনদিন বাড়ান হয়। ঢাকা ছাড়াও সিলেট, চট্টগ্রাম, রাজশাহী, খুলনা, নারায়ণগঞ্জসহ বিভিন্ন এলাকা থেকে এবার পোশাক জমা পড়ে। প্রত্যেকটি পোশাক প্রতিষ্ঠানের অংশগ্রহণে দেশীয় বাজার সম্প্রসারণের আশাব্যঞ্জক বিষয়কে প্রকাশ করে। তবে সবারই উজ্জ্বল এবং আধুনিক কাটছাঁটের প্রভাব বিশেষভাবে নির্বাচনের জুরিমন্ডলীদের আকৃষ্ট করে।

ফ্যাশনের ক্রমবিবর্তনের ধারা ক্রমশ স্পষ্ট হয়ে উঠছে। ফ্যাশনের হালচালের সাথে আরো ব্যাপকভাবে সম্পৃক্ত হয়েছে মিডিয়া। দেশী চ্যানেলের পাশাপাশি স্যাটেলাইটের প্রভাবে একটি সমন্বিত ধারা তৈরি হয়েছে। আধুনিকতা প্রকাশ পাচ্ছে ক্রমশ মিডিয়ার প্রভাবে। বলা হচ্ছে মিডিয়াই তৈরি করছে ক্রেতা। প্রয়োজনকে অনুভব করেই ক্রেতার পাশে থাকছে টিভি, পত্রিকা আর ইন্টারনেট। এতে ক্রেতাকেন্দ্রিক বাজার নিয়ন্ত্রিত হচ্ছে পুরো দেশে। এই বাজারকে স্বয়ংসম্পূর্ণ করতে হলে প্রয়োজন দেশী বাজারের আরো ব্যাপক আয়োজন। দেশী কাপড়, দেশীয় ডিজাইন এটাই মুখ্য বিষয়। এক সময়ের ভারতীয় প্রভাব অথবা ভারতীয় ড্রেসের একচেটিয়া আধিপত্য এখন অনেকটা হারিয়ে যাচ্ছে। এর কারণ কি তার সমাজতাত্ত্বিক ব্যাখ্যা হতে পারে। সাধারণভাবে বলতে গেলে দেশীয় রুচি তৈরি হচ্ছে, ভালো পোশাক তৈরি হচ্ছে— ক্রেতারা সন্তুষ্ট হচ্ছে। ভারতীয় ব্রান্ড নিয়ে ঢাকার বাজারে সফল হয়েছে এরকম বিপণি বা প্রতিষ্ঠান নেই। বরং বড়বাজার বা ট্রেন্ডি স্টাইলের পোশাক আশাক চাঁদনী চক, ইস্টার্ন, রাপায় পাওয়া গেলেও মূল ক্রেতারা পছন্দ করছে দেশী পোশাক। ঢাকার বাজারে এখন দু' ধরনের ট্রেন্ড লক্ষ্য করা যাচ্ছে— প্রথমটি হচ্ছে মার্কেটনির্ভর পোশাক দ্বিতীয়টি বুটিক বা ডিজাইনারনির্ভর এক্সক্লুসিভ পোশাক। ডিজাইনার পোশাকই এক সময় হয়ে যায় মার্কেট পোশাক। কারণ ডিজাইনারের তৈরিকৃত বিশেষ পোশাকগুলো বৃহৎ প্রতিষ্ঠান বা হোলসেল মার্কেট প্রতিষ্ঠানগুলোকে পোশাক তৈরিতে প্রভাবিত করে। ডিজাইনে, স্টাইলে এটা অবশ্য প্রতিনিয়ত পরিবর্তিত হতে থাকে।

প্রতিযোগিতার ব্যাপক আয়োজনে এ বিষয়গুলো দেখা যায়। প্রতিযোগিতার আরো গুরুত্বপূর্ণ দিক হলো এর সঙ্গে জড়িয়ে রয়েছে আমাদের অর্থনৈতিক কাঠামো। কারণ পত্রিকার পোশাক বা দাম দেখে কেনার পেছনে রয়ে গেছে অসংখ্য ধাপ। সেই ধাপের একেকটি অংশই আজ উদ্যোক্তা। উদ্যোক্তার ক্রমবর্ধমান হবার যেকোনো দেশের অর্থনীতির জন্যে ইতিবাচক ইঙ্গিত বহন করে। একটি পরিবারের আয়, তাদের সামাজিক অবস্থান এখন নির্ভর করছে এই ঈদনির্ভর আয়োজনের ওপর। গোপন বিপ্লব যেন বয়ে গেছে আমাদের সামাজিক পরিমণ্ডলে। তাদের আয়ের উৎস এখন কেবলমাত্র পুরুষভিত্তিক নয় বরং পারিবারিক আয়ের আরেক সন্ধান পাওয়া গেছে। বাড়তি আয়ে চলছে একটি পরিবারের অংশ। পোশাকের পরিবর্তন স্টাইলে এবং ভ্যালু এডিশনে। যত বেশি ভ্যালু এডিশন হচ্ছে তত বেশি কর্মসংস্থানের পথ উন্মুক্ত হচ্ছে। ঢাকা শহর ছাড়িয়ে তার কাছঘেঁষা এলাকা বাড্ডা, ডেমরা, টঙ্গী এমনকি ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র

পৃষ্ঠা ২৬ দেখুন

বিশেষ কাপ : কে ক্রাফট

ঘরোয়া বুটিকের আমেজ নিয়ে শুরু হয়েছিল কে ক্রাফট '৯৩ সালে। '৯৪-এর শেষের দিকে সায়েন্স ল্যাবরেটরির একটি বসার ঘর থেকে বেরিয়ে প্রথম শোরুম করা হল নিচতলায়। এটাই কে ক্রাফটের প্রথম শোরুম। তারপর ধাপের পর ধাপ এগিয়ে যাওয়া। '৯৬তে মালিবাগ, '৯৭তে সোবহান বাগ, '৯৮তে সাতমসজিদ রোড, এবার বনানীর কামাল আতাতুর্ক অ্যাভনিউতে। কে ক্রাফট এখন ঢাকার চার প্রান্তে। ক্রেতার চাহিদা অনুসারে কে ক্রাফট ক্রমশ ছড়িয়ে গেছে। ঘরোয়া বুটিক থেকে উদ্যোক্তা সর্বোপরি ইন্ডাস্ট্রিতে রূপ ধারণ করেছে আজ কে ক্রাফট। কে ক্রাফটের কর্ণধার খালিদ মাহমুদ খান মনে করেন, কে ক্রাফট তারুণ্যের ফ্যাশনকে বাজারজাত করেছে। ফ্যাশনেবল পোশাক-আশাক কেবলমাত্র দরদাম দিয়ে বিবেচনা করা যায় না বরং ভালো প্রডাক্ট ও গ্রহণযোগ্য দামে কেনা যায়। পরিমাণের চেয়ে ব্যাপক বৈচিত্র্য নিয়ে কাজ করার প্রয়াস নিয়ে কে ক্রাফট কাজ করতে আগ্রহী। এই প্রেক্ষিতে প্রায় পাঁচ হাজারের উর্ধ্বে কারিগরকর্মি প্রত্যক্ষভাবে জড়িয়ে রয়েছে কে ক্রাফটের কর্মকাণ্ডের সঙ্গে। প্রতিটি পরিবার স্বামলম্বী হচ্ছে স্বকীয় মেধায়। কে ক্রাফট সেই মেধা শ্রমকে আধুনিক বিন্যাসে উপস্থাপন করছে ক্রেতার কাছে। বাড়িয়ে তুলেছে কে ক্রাফটের নিজস্ব বাজারের সীমানা।

সাতজন ডিজাইনার নিয়েমিত তাদের পরীক্ষা-নিরীক্ষা চালিয়ে যাচ্ছে কে ক্রাফট ডিজাইন স্টুডিওতে। দেশী তাত, দেশী ফেব্রিক ব্যবহারে তারা এখনও অগ্রণী। বুটিক থেকে ইন্ডাস্ট্রির রূপ ধারণে কে ক্রাফট এক বলিষ্ঠ উদাহরণ। তাদের কর্মপদ্ধতি আমাদের দেশীয় বাজারে নতুন মোড় দিয়েছে। ব্যক্তিমালিকানাধীন প্রতিষ্ঠান হিসেবে তাদের এই অগ্রযাত্রা আমাদের অর্থনৈতিক উন্নয়নে প্রভাব রাখছে উদ্যোক্তা তৈরির মাধ্যমে। তাদের সাফল্যে অনেক উদ্যোক্তাই উৎসাহিত হচ্ছে। সাপ্তাহিক ২০০০ কে ক্রাফটের দেশীয় পোশাক বাজারকে ব্যাপক করার জন্য, অন্য তরুণ উদ্যোক্তাদের উৎসাহিত করার জন্য সাপ্তাহিক ২০০০ বিশেষ কাপ ২০০১ দেয়ার সিদ্ধান্ত নিয়েছে।

কে ক্রাফটের প্রতি রইল শুভেচ্ছা।

একুশে-সাপ্তাহিক ২০০০ ঈদ ফ্যাশন প্রতিযোগিতা ক্যাটালগ ১-এ নির্বাচিত পোশাকগুলি পরেছেন :

লাক্স ফটোজেনিক অপি, মিলা, শুভ্রা, চুমকী, ইভা, মিতা, নাজমা এবং আফরোজ।

চিত্র তারকা শাবজান, একা, মান্না ও ফেরদৌস।

টিভি তারকা তারিন, ঈশিতা, সুইটি, ফিমা, শাওন, রিচি, মিশু, সুমী, শিমু, নাতাশা, ঐন্দ্রিলা, মৌসুমী, চাঁদনী, কানিজ সুবর্না, লিটু, শাহেদ, রুবেল এবং জয়।

মডেল তারকা তিন্নী, রুমানা, তামান্না, নাদিয়া, ববি, স্বপ্না, ফারহানা স্বপ্না, কুমকুম, ইফতেখার, নাদিম, মিঠু, জুনায়েদ এবং অলি।

আলোকচিত্রী : **ডেভিড বারিকদার, তুহিন হোসেন**

প্রযুক্তি উপদেষ্টা : **শাহরিয়ার ইকবাল রাজ**

প্রোগ্রামার : **নাসিম আহমেদ**

গ্রাফিক্স : **নূরুল কবীর, কনক আদিত্য**

আয়োজক সহকারী : **শেখ মনজু, নূপুর, চন্দন, সঞ্চিতা, মুন, সনি, উর্মী এষা ও বুনু**

সমন্বয়কারী : **সুমী শাহাবুদ্দিন** এবং **সাশা চৌধুরী**

প্রধান সমন্বয়কারী : **বিজলী হক**

পুরস্কারপ্রাপ্ত প্রতিষ্ঠানসমূহ

অঞ্জনস
অফিস-৮৮, নিউ সার্কুলার রোড
সিদ্ধেশ্বরী, ঢাকা।
শো-রুম- (১) সোবাহানবাগ
(২) বনানী (৩) ধানমন্ডি (৪)
সিদ্ধেশ্বরী
ফোন- ৮৩১৯২৭৮,
০১৭৬০৬১৪৪,
০১৭৬৩৩৯১১
ই-মেইল-angans@
traus bd.net

ওজি
৮৭, নিউ
সার্কুলার রোড,
ঢাকা
বাড়ি নং- ১/এ,
রোড নং-১৩
ধানমন্ডি আর/এ
সোবাহানবাগ,
মিরপুর রোড,
ঢাকা-১২০৯
ফোন-০১৭-
৮৯৫৮৬০

অনিন্দিতা
বাফওয়া
শপিং
কমপ্লেক্স
(৩য়
তলা)
ঢাকা
শাহীন
কলেজ গেট (দঃ)
ঢাকা ক্যান্ট, ঢাকা
ফোন- ৯৮৭১০৯৯. ০১১-৮৪৫২২৭

লুপিন কালেকশন
মাইডাস মিনি মার্ট গুলশান
বেইলী রোড, প্রিয়াঙ্গন শপিং সেন্টার
(মিরপুর রোড)
ফোন- ৮৩১৮৪০৭, ৮৩১৪০৮৩

নেসেসিটি বুটিক
বাড়ি নং-৩২, রোড নং-১,
সেক্টর-৩
জসিমুদ্দিন এভিনিউ
ফোন-৮৯১১৮৮৭

কে ক্রাফট
বাড়ি-১/এ, রোড-১৩ (নতুন)
ধানমন্ডি আবাসিক এলাকা
সোবাহানবাগ, ঢাকা
ফোন-০১৭৬৭০৪৪৪

বাড়ি-৪৮, রোড নং-৯৯, ধানমন্ডি
আবাসিক এলাকা, ঢাকা
ফোন-৯১১৪৬৪৭

বাড়ি-৮৭, নিউ সার্কুলার রোড,
সিদ্ধেশ্বরী, ঢাকা
ফোন-৯৩৪৪৬৫৪

বাড়ি-সি-১৩৮, রোড-৪, কামাল
আতাতুর্ক এভিনিউ, ইউ.এ. ই
মৈত্রী মার্কেটের পাশে, বনানী, ঢাকা
ফোন-০১৭৬০৭৪৭৭

রঙ (ঢাকা)
রওনক প্লাজা, বিডিআর গেট-৪
ধানমন্ডি-২
ফোন : ০১৯৩৫৭৪৪৩, ৮৯১৩০৭৫

বাংলার মেলা
বনানী, বাড়ি-১৫৫/ই, রোড-১১, ঢাকা

মিরপুর, শ্রুতি টাওয়ার, মিরপুর স্টেডিয়াম
ও জাতীয় সাঁতার কমপ্লেক্সের বিপরীতে
ফোন-৮০২০২০৯, ৮০১৫০৯২, এক্স-১৩১,
০১৭৫২০৬৫৩, ০১১৮১১৪৪০
ফোন- ৮৮১৯৫৯৪, ৬০২৪৯৭ এক্স-১২২
ই-মেইল- hoques@bd com.com

সাপনে
বাড়ি-১৫/বি, রোড-১৬ (নতুন),
ধানমন্ডি, ঢাকা
ফোন -৮১২২০৮১, ৮১২২৩০৯

নিপুণ
৩৮, ফ্রি স্কুল স্ট্রীট, কাঁঠালবাগান, ঢাকা
ফোন-৯৬৬১৫৬৯, ৯৬৬৫১২১

গুঞ্জন
বাড়ি-২০/এ, রোড-৩২
ধানমন্ডি, ঢাকা-১২০৫

কন্যা জায়া জননী
২/৫, ব্লক-এফ
লালমাটিয়া, ঢাকা-১২০৭
ফোন-৯৩৪৪৭১৭, ৯৬৬১৭৬৭

মাইডাস মিনি মার্ট
১৫/এ, গুলশান এভিনিউ
ফোন-৯৮৮৮৪৪৩

হেরিটেজ (খুলনা)
বাসা-১১৬, সড়ক নং-১৫১
খালিশপুর, খুলনা
ফোন- ৭৬০১৫৯, ০১৭-৩১০০২০

রঙ (নারায়ণগঞ্জ)
২৩৩/১, বিবি রোড, নারায়ণগঞ্জ
ফোন- ৭৬১৪৪৩৩, ০১৭৬৪৮৪২৯

এবি ফ্যাশন মেকার
২৮, মিরপুর রোড, গোল্ডেন গেট, ঢাকা-
১২০৫
ফোন-৯৬৬৫১০২, ০১৯-৩১১৫২৪

উদ্দীপনা
বাড়ি-৪, এভিনিউ-১ ব্লক-এ,
মিরপুর-১১, ঢাকা

কালার ক্রিয়েশন
৮৯, পুরানা পল্টন লাইন
ঢাকা-১০০
ফোন-৯৩৩৪১৬৪

কারুকা
আনারকলি সুপার মার্কেট, ৩৬, ৩৬/এ,
৩৯ দোকান
ফোন- ৯৩৪৫৪৭৯, ৯৩৪৭০৪৬,
এক্স-২০৩

চারু চট্টগ্রাম
৯৩২, মেহেদিবাগ রোড
১৯ , সেন্ট্রাল শপিং কমপ্লেক্স, ও আর
নিজাম রোড, চট্টগ্রাম
ফোন-৬২৩৬৩৪

শাড়ি কালেকশন
সেকশন নং-১০, ব্লক-এ, লেন নং-৮

দোকান নং-৪/১-২ মিরপুর
ঢাকা
ফোন-৮০১৭৪৪৪

সাজি
২/৪৭, ইস্টার্ন প্লাজা
হাতিরপুল, ঢাকা-১২০৫
ফোন-৮৬২২১৪৮

শুকসারী
৫২ নং নিউ ইস্কাটন
২ ও ৩ নং দোকান
টিএমসি ভবন
১৫বি, রোড নং-২৭, (পুরাতন) ধানমন্ডি
আ/এ
ফোন-৪১২৪৪০, ৮৩১৯৩৪৮, ৯১১৬৫৭৯,
৮১১৪০০১, ৮৩১৪৭৬৫

দোয়েল সিল্ক
সোনাদীঘির মোড়, রাজশাহী
ফোন-৭৭৫২৭১, ০১৭৮১২৫৯৯

মেলা
২/৭, স্যার সৈয়দ রোড, আসাদ গেট
মোহাম্মদপুর ঢাকা-১২০৭
ফোন-৮১১১৫৭০

হেনরিজ হেরিটেজ
বাড়ি-২৮৫, রোড়-২৭ (পুরাতন)
ধানমন্ডি (আবাসিক এলাকা)
ফোন-০১৮-২২৭২৮১, ০১৭-৬৩৫৪৫৭

ইত্যাদি
৩/এ, নিউ বেইলী রোড (২য় তলা) ঢাকা
ফোন- ৯৩৫২৮৭৬

মেসার্স নন্দন
দোকান-২৮
ধানমন্ডি অর্কিড প্লাজা
রোড-২৮ (পুরাতন) ধানমন্ডি
ঢাকা-১২০৫
ফোন- ৯১১৩৬০৩ (বাসা), ০১৭-
৬২৫৩০৬

বেনারসি শাড়ি ফ্যাশন
সেকশন-১০, ব্লক-এ, রোড-৫,
দোকান-১৮/১
মিরপুর, ঢাকা
ফোন-৮০২১৮৮৮।

রাজশাহী সিল্ক হাউস
আহমেদ মার্কেট (১ম তলা)
নিউমার্কেট, বগুড়া
ফোন-৩৭২৯, ৫১৭৫, ০৫১

নবরূপা
৩/১২, মিরপুর রোড
লালমাটিয়া, ঢাকা
ফোন-০১৮-২১৩৪৫৮

রমণীয়া
৮৬৮, মেহেদিবাগ, চট্টগ্রাম
ফোন-০১৭-১৮১৬১৩

মনন
৩/১/এ, পুরানা পল্টন
ঢাকা-১০০০
ফোন-০১৭-৬১৬৫৪২, ০১৯৩৪১৫৬৯

বিনতী প্রিন্টিং ইন্ডাস্ট্রিজ
৩৬৩,গুলবাগ (ইন্দ্রপুরী)
মালিবাগ, ঢাকা
ফোন-৮৩১৯২৪৯

সৌখিন
গুলশান মাইডাস মিনিমার্ট
ফোন-৯৮৮৮৪৪৩

মাইডাস মিনিমার্ট
বেইলী রোড
ফোন-
৮৩১১৭৯৭

সপুরা সিল্ক মিলস্ লিঃ
মমতাজ
প্লাজা (৩য়
তলা)
রোড-৪,
বাড়ি-৭
ধানমন্ডি, ঢাকা
ফোন-৮৬১০০৬৪,
০১১৮৫৮০৯২

ড্রেসি ডেইজ
প্রান্তিক-৫৪, মিয়াফাজিলাবিস্ত, পূর্ব
সুবিদ বাজার, সিলেট
ফোন-০৮২১-৭১৮১১১

তন্তজ রাঙ্গামাটি
৩৮, চিটাগাং শপিং কমপ্লেক্স (নীচ তলা)
চট্টগ্রাম
ফোন-০১৭-১১৯৭৭১, ০১৭-১৫২১৫৮

গ্রামবাংলা
জিন্দাবাজার রোড
সিলেট

ওয়াহিদ ভিউ
ফোন-০১৭৩৪২৩০৬

জি ডি গার্মেন্টস
১০৮৪/১ পূর্ব মণিপুর, মিরপুর, ঢাকা

ফোন-৮০১৮৩৮৪

ইভা ফ্যাশন
১৫৫, প্রিয়াঙ্গন শপিং সেন্টার
৪৭, মিরপুর রোড, ঢাকা
ফোন- ৯৬৬৮৯৭৫

আবর্তন
১৬, ২৬, ৪৪ আয়শা
শপিং কমপ্লেক্স
৮৫, নিউ সার্কুলার রোড,
মালিবাগ, ঢাকা-১২১৭
ফোন-৮৩১৭৮৯৬,
০১৭৬৭১৭৬৫

সমিতির মাধ্যমে আয় করছে গ্রাম গ্রামান্তরের মহিলারা। হাতের কাজ, নকশী কাঁথা, এমব্রয়ডারি, ব্লক, পুতির কাজ, হাজার বুটি, কুরুশ এগুলো আমাদের মেয়েদের অবসরের কাজ। আজ সেই থেকে করছে বাড়তি আয়ে। ঢাকার মিরপুরসহ কলোনি বেজড পরিবারগুলো সম্মিলিত প্রচেষ্টায় অংশ নিচ্ছে পোশাক ইন্ডাস্ট্রিতে। সেলাইঘর হয়ে গেছে সেলাই কারখানা। একটি দুটির স্থলে অন্তত আট-দশটি মেশিন চলছে অবিরাম গতিতে। ঈদের আগ পর্যন্ত চলবে এই পরিক্রমা। একই পাশে উইভিং মিল, তাঁতিঘর সচল থাকছে ঈদ অবধি। ছাদে তোলা তাঁতও তখন নেমে আসবে ঘরের দুয়ারে। শাড়ি, লুঙ্গি, থানের বুনন চলবে ঘরে ঘরে।

মেশিন কাপড়ের ক্রমবর্ধমান চাহিদা বিরাজমান থাকলেও দেখা গেছে ঢাকার বাজারে হ্যান্ডলুম, কাপড়ের চাহিদা এখনও অটুট। মূল উৎপাদন কেন্দ্রস্থল আড়াইহাজার, নরসিংদীসহ সিরাজগঞ্জ। নরসিংদীর হাবীব, জসিম, হিরন উইভিং বিরাট আকারে ইউনিট পর্যায়ে এক চালায় বুনন করে যাচ্ছে আড়ং, নিপুণ, কে ক্রাফটসহ আরো প্রতিষ্ঠানের জন্য। সিরাজগঞ্জের ফেব্রিক সম্পর্কে এক ধরনের ভ্রান্ত ধারণা ছিল, সেটা আজ অনেকাংশে পরিবর্তনশীল। এতে থান, শাড়ি, লুঙ্গি তৈরি হচ্ছে দেশীয় বাজারের জন্য।

পুরো বাজার ছেড়ে আসা যাক এ বছরের প্রতিযোগিতার কথায়।

এ বছরই সাপ্তাহিক ২০০০-এর নতুন বিভাগ সংযোজিত হলো ফিউশন। ফিউশন মূলত ট্রেন্ডি পোশাকের আধুনিক সংস্করণ। সালোয়ার-কামিজ বা শাড়ি আমাদের ট্র্যাডিশন। এই ট্র্যাডিশন উপমহাদেশ ছাড়িয়ে বাইরে বা প্রবাসে উৎসবের পোশাক।

বিশ্ব ফ্যাশনে এখন চলছে ইনডো-মডার্ন স্টাইল। সালোয়ার কামিজের চিরাচরিত স্টাইলে শর্ট কামিজ কখনো বা স্টেট পায়জামা বা ডিভাইডার চলছে সময়ের তালে তালে। এটা এক ধরনের ক্রেতার চাহিদা। মূলত স্যাটেলাইটের প্রভাবে এর পরিবর্তন উল্লেখযোগ্য হয়েছে। ২০০০ ট্র্যাডিশনাল সালোয়ার কামিজ, শার্টকে তিনটি বিভাগে ভাগ করেছে তার স্বকীয় বৈশিষ্ট্যকে বজায় রাখার জন্য। পরীক্ষা-নিরীক্ষার জন্য কেবলমাত্র সংযোজিত হয়েছে ফিউশন। তবে ফিউশন বিভাগ সম্পর্কে প্রতিষ্ঠানগুলোর স্বচ্ছ ধারণা তৈরি হয়নি। আমাদের নিজেদেরও এই বিভাগ নিয়ে দ্বিধাদ্বন্দ্বে ভুগতে হয়েছে। নির্দিষ্ট ছকে এঁকে বাঁধা যাচ্ছিল না। তাই এবারের ফিউশন নির্বাচনটাকে বিপণনের চেয়ে ব্যতিক্রমী ভূমিকা রেখে নির্বাচন করা হয়েছে। আশা করা যায় আগামীতে এ বিভাগে আরো পরীক্ষাধীন পোশাক-আশাক জমা পড়বে এবং জনপ্রিয় হবে।

শাড়ি — ক

এ বিভাগটি ছিল সর্বোচ্চ দামী বিভাগ। এ বিভাগের মূল্য সীমা ছিল ২০০১ থেকে ৩৫০০ টাকা। প্রায় ৩০টিরও বেশি প্রতিষ্ঠান অংশ গ্রহণ করেছে এ বিভাগে। প্রতিবারের মত এবারও সিল্ক শাড়ির আধিপত্য ছিল এ বিভাগে। এছাড়াও মসলিন, হাফ সিল্ক ও টিস্যু শাড়িও জমা পড়েছে প্রচুর। ব্লক, মেশিন ও স্প্রের ব্যবহারও ছিল প্রচুর। আঁচল ও পাড়ে গোল্ডেন/সিলভার রোলেক্স ছিল অনেক শাড়িতে। কাতান ও বেনারসী শাড়িতে রঙের মেলা ছিল এবারও। হালকা রঙের পাশাপাশি গাঢ় রঙেরও প্রাধান্য ছিল। এ বিভাগের শাড়িগুলোতে বৈচিত্র্য ও নতুনত্বের সমন্বয় ঘটেছে।

সাপ্তাহিক ২০০০ ঈদ ফ্যাশন প্রতিযোগিতায় জমা পড়ে হাজার হাজার পোশাক। প্রাথমিক বাছাই দিয়ে শুরু হয় প্রক্রিয়া। এর পর চূড়ান্ত বিচার হয় ১২ অক্টোবর শুক্রবার। সারাদিনব্যাপী চলে কর্মযজ্ঞ।

সেদিন যারা ছিলেন বিচারকমন্ডলী :

রফিকুন নবী, শহীদুল্লাহ খান
ডাঃ নায়লা খান, আলী যাকের
সারা যাকের, আফজাল হোসেন
তাজিন হালিম, সেলিনা চৌধুরী
মেহেজাবীন খান, করভী মিজান
নাসিরা মুসতারিন বাঁশি
আব্দুল মোমেন চৌধুরী
আশরাফ-বিন-তাজ, অপি করিম, ঈশিতা

শাড়ি — খ

১০০১ টাকা থেকে ২০০০ টাকা পর্যন্ত ছিল শাড়ি খ-এর রেঞ্জ। ৮৫টি দোকান এই বিভাগে অংশগ্রহণ করেছে। সিল্ক শাড়ির পাশাপাশি সুতি শাড়িও এই বিভাগে বেশ জমা পরেছে। টাইডাই করে স্প্রে, ব্লক, স্ক্রিন প্রিন্টের আধিপত্য ছিল সমান হারে। শীতকে মনে রেখে সকল প্রতিষ্ঠানের সকল ডিজাইনার গাঢ় রং প্রাধান্য দিয়েছেন। পাড় আঁচলে বৈচিত্র্যতা ছিল। কিছু সুতী শাড়িতে এমব্রয়ডারির ব্যবহার দেখা গেছে। ফ্রি হ্যান্ড তুলির কাজও ছিল প্রকৃতির ছোঁয়া নিয়ে।

শাড়ি — গ

সর্বোচ্চ ১০০০ টাকার বিভাগটিই ছিল শাড়ি গ বিভাগ। সুতি শাড়ির আধিক্য ছিল। টাঙ্গাইল সুতি শাড়িতে ব্লক, স্প্রে এমনকি এমব্রয়ডারিও করা হয়েছে। রং ছিল নীল, কমলা, সবুজ, কচি কলা পাতা কালার, অফ হোয়াইট। গাঢ় ও হালকা রং পাশাপাশি মূল্য পেয়েছে। জরির পাড় ছিল নতুনের দলে। ডুরি হাফ সিল্ক টিস্যু শাড়িতে ব্লক প্রিন্ট জমা পড়েছে উল্লেখযোগ্য পরিমাণে।

সালোয়ার-কামিজ — ক

এই বিভাগে ২১০০ টাকা থেকে ৩৫০০ টাকার কাপড়গুলো জমা হয়েছে। এভাবে মসলিন ক্রাশ মাইক্রো, নেট জর্জেট, রাজশাহী সিল্ক, পিওর সিল্ক, শিফন প্রভৃতি কাপড়ে সালোয়ার-কামিজ ক বিভাগকে সাজানো হয়েছে। তবে টিস্যুর ব্যবহার ছিল

পৃষ্ঠা ৯১ দেখুন

বেশি। রং-এর ব্যাপারে লেমন ইয়োলো বেশি ব্যবহৃত হয়েছে। ময়ূরপঙ্খী কাপড় উৎসবধর্মী ঈদের আমেজ এনে দিয়েছে। গোল্ডেন আর সিলভার ব্লক একই সাথে ব্যবহার করা হয়। চুড়িদার-এর ব্যবহার দেখা গেছে এই বিভাগে। মূল্যমান অনুযায়ী কাপড়গুলো ছিল বৈচিত্র্যপূর্ণ এবং উৎসবমুখী।

সালোয়ার-কামিজ — খ

১২০১ টাকা থেকে ২০০০ টাকা পর্যন্ত পোশাক ছিল এই বিভাগে।

ব্লক প্রিন্ট এবং এমব্রয়ডারি ছিল বেশি এই বিভাগে। বিভাগ তিনটি হওয়া সত্ত্বেও প্রতিটি বিভাগেই বৈচিত্র্যতা ছিল। সুতি সিল্ক কাপড়ে হাজার বুটি, এমব্রয়ডারি করে প্রতিটি পোশাক ছিল জাঁকজমকপূর্ণ। গাঢ় রং এর প্রতুলতা ছিল। স্থূলভাবে ব্যবহৃত হয়েছে কারচুপির কাজ। ওড়নায় টাইডাই করে পোশাককে আরো বেশি উৎসবপূর্ণ করে তুলেছে।

সালোয়ার-কামিজ — গ

সর্বোচ্চ ১২০০ টাকার মধ্যেই এই বিভাগে কাপড়গুলো জমা নেয়া হয়েছে।

মূল্যের ভিত্তিতে এ বিভাগে পোশাক পড়েছে বেশি। ৮৫টি প্রতিষ্ঠান এ বিভাগ-এ জমা দিয়েছে। সুতি, বেক্সি জর্জেট, মাইক্রো জর্জেট, টেরি ভয়েল পোশাকও ছিল উল্লেখযোগ্য পরিমাণে। ডিজাইনাররা তাদের সুনিপুণ চিন্তাধারা প্রকাশ করেছে। নীল, কমলা, টিয়া রং-এর আধিপত্য ছিল। গ্লাস ফিটিং, হাজার বুটি করা ছিল দোপাট্টায়। রং আর ডিজাইন-এ ছিল নতুনত্ব।

এবারের সাপ্তাহিক ২০০০-এর ঈদ ফ্যাশনের আরো একটি আকর্ষণ হলো

এ সপ্তাহেই একুশে টিভিতে
৫ পর্বে প্রচারিত হবে
বিশেষ অনুষ্ঠান

একুশে-সাপ্তাহিক ২০০০ ঈদ ফ্যাশন প্রতিযোগিতা ২০০১

এতে থাকছে ফ্যাশন র‍্যাম্প
আরো থাকছে তারকাদের
সাক্ষাৎকার এবং সাথে
ডিজাইনারদের এক্সক্লুসিভ
কিছু ভাবনা

পুরুষ বিভাগ

পুরুষদের জন্য এবারও একটি বিভাগ ছিল। একটি বিভাগ হওয়াতে অসংখ্য পোশাক জমা পড়েছে। শীতকালীন ঈদ থাকাতে স্বাভাবিকভাবে খাদিসহ মোটা বুননের কাপড় এসেছে বেশি। মোটা বুননের পাশাপাশি হালকা ওজনের ফেব্রিক ব্লক, এমব্রয়ডারি দিয়ে তৈরি করেছে পাঞ্জাবি। কাল, মেরুন, খাকি টোন কমন রঙ তবে সাদা, অফ হোয়াইট-এর প্রভাবও ছিল বেশ। হাতের কাজে নকশী কাঁথা এবং মেশিন এমব্রয়ডারি দিয়ে পাঞ্জাবি এসেছে বেশ।

শালসহ পাঞ্জাবিতে ব্লক, স্ক্রিনও করেছে প্রতিষ্ঠানগুলো। খাদি শালে টাইডাই, এপলিক নতুনভাবে উপস্থাপন হয়েছে শালে। অভিনবত্বে দেখা যায় বুননে পাঞ্জাবি, রাঙ্গামাটির বুনন। তবে অনেক প্রতিষ্ঠান পাঞ্জাবির নামকরণে দিয়েছে সোনার বাংলা, সুরমা, যমুনা। বেনারসী জ্যাকার্ড বুননে তৈরি পাঞ্জাবি দিয়েছে নতুন লুক। তবে কাটিং-এর ক্ষেত্রে ট্র্যাডিশনাল কাটের পাশাপাশি সেরওয়ানী, আঙ্গারখা প্যাটার্নও ছিল উল্লেখযোগ্য হারে।

তবে চুড়িদার, আলিগরী গতবারের মতই ছিল। ঈদ বলে ব্রাইট রঙে শার্ট বা টিশার্ট জমা পড়েছে। প্রতিযোগিতায় না গেলেও পরবর্তীতে তা বাজারে যাচ্ছে পাঞ্জাবির পাশাপাশি শার্ট কেনার জন্য। তবে যৌক্তিকতা দেখা গেছে সুতিতে। সিল্কের দাম বৃদ্ধি পাওয়াতে ফিনিশড প্রডাক্টের দামের রেঞ্জ পরিবর্তন হয়েছে।

প্র চ্ছ দ প রি চি তি

১. *বাংলার মেলার* শাড়িটি পরেছেন ফটোজেনিক **শুভ্রা দাস**।
২. **ফেরদৌস** পরেছেন *বাংলার মেলার* পাঞ্জাবি।
৩. *কে ক্রাফট*-এর সালোয়ার কামিজ পড়েছেন ফটোজেনিক **মিলা**।
৪. ফটোজেনিক **অপি** পরেছেন *সাজির* শাড়ি।
৫. **ঈশিতা** পরেছেন *শাড়ি কালেকশনের* শাড়ি।
৬. *নিপুণের* পোশাকটি পরেছেন **তারিন**।
৭. *বাংলার মেলার* সালোয়ার কামিজটি পরেছেন **শাওন**।