

মধ্যবর্তী সময়ের সন্ধ্যা

শেখ সাইফুর রহমান ॥ ছেলেবেলায় ধারাপাতে কে না পড়েছে ৬ ঋতুর কথা! একেকটির স্থায়িত্ব দু'মাসের। বাংলাদেশের ঋতু বৈচিত্র্য নিয়েও কি লেখা হয়নি কত মনছোঁয়া প্রবন্ধ কিন্তু বাস্তবে এদের অস্তিত্ব আমরা কতটুকুই বা অনুভব করতে পারি, এর মধ্যে তীব্র নিদাঘময় গ্রীষ্মটাই যেন বেশি করে জানান দেয়। বর্ষা বিলম্ব মনে করায়। এরপর শীত অনেকটা 'এসেছিলে তবু আস নাই জানায়ে গেলে'র মতো। বসন্তের সবটুকু রোমান্টিসিজম। ঐ কাব্যেই সীমাবদ্ধ। ইদানীং কোকিলের কুহুতানও বিলীয়মান। শীত শেষেই যেন শুরু হয়ে যায় গরম। আর মাঝে বর্ষার রেশ ধরে তা প্রলম্বিত পুনরায় শীতের আগ পর্যন্ত। বর্ষায়ও বেশ গুমোট ভাবটা অনুভূত হয়। কখনও প্রচণ্ড গরম, কখনও বা টিপটিপ করে বৃষ্টি, কখনও আবার মুঘলধারে। কোন কোন সময় শুষ্ক রুক্ষ, কখনও স্নাতসেতে। অধিক আর্দ্রতায় ঘর্মান্ত এই সময়ের সাজগোজ, পোশাক-আশাক হয় একটু আলাদা। ক্লাস্তিহরা শীতলতা যেন মেলে এর মধ্যে। তা নিয়ে এ অঙ্গনের কুশীলবরা চিন্তাভাবনা করেন। সেটা ব্যাপকার্থে বলা না গেলে, সীমাবদ্ধ একটা পরিসরে বৈকি! তা ছাড়া হরেক কেবল চ্যানেলের বদৌলতে জনমানসের সচেতনতাটাও উপেক্ষীয় নয়। ছোটবড় সব হাউস তা মাথায় রাখে। পক্ষান্তরে আমাদের ফ্যাশন বাজার আবর্তিত মূলত ঈদকে কেন্দ্র করে। যখন যে ঋতুতে সেটা হয়, বাজারও হয় সেই সময়ানুগ। বেশ কয়েক বছর ধরে ঈদ হচ্ছে শীতে। পর পর দুটো ঈদ শেষে একটা শূন্যতা সৃষ্টি হয় পরবর্তীটা আসার আগে। আর সেটাই এখন মিলছে এই গ্রীষ্ম, বর্ষার সাথে। অর্থাৎ মার্চ থেকে অক্টোবর। ঋতুভেদে পোশাক বদল, ওয়্যারড্রোব বদলে ফেলার চল আমাদের নেই। নেই সে আর্থ-সামাজিক অবস্থাও। তবুও বিশ্বখামের অংশ হিসাবে আমাদের মনও মেঘের সঙ্গী হতে চায়। উন্নত বিশ্বের মতো হতে ইচ্ছা হয়। এসবই দিনে দিনে আমাদের করে তুলছে পণ্যমনস্ক।

প্রয়োজনের সাথে যোগ হচ্ছে পছন্দ এবং কিছুটা অমিত ব্যয়ের ঝোঁক। একাংশের আর্থিক সচ্ছলতাও এক্ষেত্রে অন্যতম ইঙ্গন। আর এভাবেই ক্রেতার আগ্রহ বর্ধমান মধ্যসময়ের পোশাকের প্রতি। আর তাতে তৈরি হচ্ছে নতুন ট্রেন্ড। হাউসগুলো সেভাবে মাথা ঘামাচ্ছে। যা দিনে দিনে রূপ নিচ্ছে সামার ফেস্টে। আমরা আর একটু আশুয়ান হয়ে বলছি গ্রীষ্ম তো বর্ষার ফ্যাশন বা মধ্যসময়ের ফ্যাশন। আর মধ্যসময়ের আয়োজন নিয়ে মাথা ঘামাচ্ছেন এমন চারটি হাউসের সমারোহকে তুলে ধরা হয়েছে এ নিবন্ধে। হাউসগুলোর তিনটি প্রতিষ্ঠিত এবং শীর্ষস্থানীয়-আড়ং, নিপুণ ও কে ক্র্যাফট এবং অন্যটি এই মিছিলে একেবারেই নবীন-বাংলার মেলা।

আড়ং

আন্তর্জাতিক অঙ্গনে বাংলাদেশের যথার্থ প্রতিনিধি। আন্তর্জাতিক ফ্যাশন বাজারের সাথে সাজু্য রেখে রং এবং নক্সায় তার প্রতিফলন ঘটিয়ে থাকে। মধ্যসময়ের ফ্যাশন সচেতন ক্রেতাদের জন্য সময়োপযোগিতাকে তাঁরা গুরুত্ব দেন। যার পুনরাবৃত্তি শোনা গেল ডিজাইন কোঅর্ডিনেটর মাহিন খানের কথায়। জনকণ্ঠকে তিনি জানালেন, আড়ং এই সময়ের জন্য দৃষ্টিসুখকর রং ব্যবহার করে থাকে। সাদার প্রাধান্য বা প্রাবল্য সারা বছরই থাকে। তবুও এই সময়ে শুভ্রতার সাথে যোগ হয় অসংখ্য মনোলোভা হালকা রং। সাথে কাপড়ও ব্যবহার করা হয় কম পুরুত্বের। বিভিন্ন ওজনের সব কাপড়। আর্দিও থাকে। ব্লক বা হ্যান্ড এমব্রয়ডারির ক্ষেত্রে চিত্তাকর্ষক অথচ হালকা কাজ থাকে। তাতেও প্রাধান্য হালকা রঙের। যাতে ব্যক্তিত্বই প্রতীয়মান হয়। পাশাপাশি উজ্জ্বল রংও যে একেবারে থাকে না তা নয়। তবে সেসব পোশাক অনুষ্ঠান বা উৎসব উপযোগী। কাজের নানা প্রায়োগিকতার দরুন নক্সা আকর্ষণীয় হয়ে ওঠে। আড়ং ডিজাইন স্টুডিওতে সালোয়ার-কামিজ দেখে থাকে লিপি খন্দকার এবং শায়লা খন্দকার। ওঁরা জানালেন এবারের আয়োজনে আছে লেমন ইয়েলো, হালকা সবুজ, হালকা পিঙ্ক, সাদা রঙের ব্লক, এ্যাপলিকের কাজের সালোয়ার-কামিজ রয়েছে। কমঝুলের কামিজের সাথে মানানো ট্রাউজারও আছে। আবার সালোয়ার, সিন্ধ এবং মসলিনের ওপর পেটানো কাঁথা কাজের সালোয়ার-কামিজও থাকছে। মিলন চন্দ্র বিশ্বাস জানালেন শাড়ির কথা। সুতি যেমন আছে, আছে সিল্কেরও। টাঙ্গাইল এবং পাবনার তাঁতের শাড়িতে নানা কাজে ভ্যালু এ্যাদ করাও হয়েছে। বাচ্চাদের জন্য আছে বিভিন্ন ডিজাইনের পোশাক। পুরুষদের শার্ট, পাঞ্জাবি, টি-শার্ট এবং ফতুয়াও আছে। মেয়েরা পাবেন পছন্দসই গহনা ও অন্যান্য সামগ্রী।

বাংলার মেলা

দেশীয় ফ্যাশন বাজারে নবতম সংযোজন। দেশীয় পণ্যের প্রচার ও প্রসারের মানসে আত্মপ্রকাশ এই হাউসটির। গত মে মাসে প্রথম আউটলেটটি খুলেছে বনানীতে। অচিরে শাখা ছড়াচ্ছে মিরপুরে। বনানীর অভিজাত এলাকায় এতদিন যেটা অকল্পনীয় ছিল সেটাই বাস্তব করেছে বাংলার মেলা। অর্থাৎ মধ্যবিত্তের ক্রয়সাধ্য উপযোগী পোশাক ও অন্যান্য সামগ্রী নিয়ে বড়সড় পরিসরে শুরু হয়েছে এর যাত্রা। অন্যান্যের সাথে এর মধ্যে আছে বিশিষ্ট ডিজাইনার এমদাদ হকের সক্রিয় উপস্থিতি। তাঁর নিয়ত নিরীক্ষার ফসল নানান ডিজাইন এখানেও বিমূর্ত হচ্ছে। বাংলার মেলার আয়োজনকে বড় ক্যানভাসের ছবির সাথে তুলনা করা যেতে পারে। সেভাবেই সাজানো হয়েছে সম্ভার। ঐ এলাকাটাও বেশ বড়। কিন্তু মধ্যবিত্তের জন্য এমন সমারোহ ইতোপূর্বে ছিল না। তাই বাংলার মেলার আত্মপ্রকাশ তাদের স্বস্তির কারণ ঘটেছে। বাংলার মেলা যাত্রা শুরু করেছে দেশীয় তাঁত ও কারুশিল্পের প্রসারে মহৎ উদ্দেশ্য নিয়ে। তাই পোশাকে ব্যবহৃত সমস্ত কাপড়ই সুতি। ম্যান পাওয়ার রিলেটেড বা শ্রম সম্পৃক্ত মাধ্যমকে প্রাধান্য দেয়া হয়েছে-যাতে কর্মসংস্থানের সুযোগ বৃদ্ধি হয়। এ কথা জানিয়েছেন এমদাদ।

ব্যবহৃত মাধ্যমগুলো হলো টাই-ডাই, ভেজিটেবল ডাই, বাটিক, ব্লক প্রিন্ট হ্যান্ড ও মেশিন এ্যামব্রয়ডারি। ব্রাইট টোন প্রাধান্য পেয়েছে। তবে এই উজ্জ্বল্যকে ফুটিয়ে তুলতে অফ টোন যেমন থাকি, ছাই, বাদামী প্রভৃতি ব্যবহার করা হয়েছে। আমাদের ট্রেন্ডে রঙের প্রবণতাটা আস্তে আস্তে লালচে কমলা বা লালের বিভিন্ন শেডের দিকে প্রতীয়মান। সেটা মাথায় রেখেছে বাংলার মেলা। এখন সববয়সের ছেলেমেয়ে বা নারী-পুরুষের মধ্যে প্রকট হয়েছে মিলিয়ে-জুলিয়ে পরার মানসিকতা। যাকে আমরা মিক্স এ্যাদ ম্যাচ বলে থাকি। বিশেষত সেটা গুরুত্ব পেয়েছে বাংলার মেলায়। এ জন্য তরুণীরা পরেন লংড্রেস, সিল্কেল পাঞ্জাবি। কলেজ বা ইউনিভার্সিটি-গোয়াররা সহজেই প্যারালালস, জিনস বা প্যান্টের সাথে পরতে পারবেন-যা দেবে ক্যাজুয়াল লুক এবং ফুরফুরে আনন্দ। পাশাপাশি সালোয়ার-কামিজও রয়েছে। শাড়ি আছে বিভিন্ন ধরনের এবং দামের। তাঁতই প্রাধান্য পেয়েছে। অত্যন্ত আকর্ষণীয় দামে পাওয়া যাবে ভেজিটেবল ডাই করা শাড়িও। ছেলেদের জন্য আছে ক্যাজুয়াল শার্ট, এক্সিকিউটিভ শার্ট, ফতুয়া, অনুষ্ঠানে পরিধেয় ফুল হাতা শার্ট। এ ছাড়া সলিড কালার এবং চেকসের শার্টও আছে। কামিজে ইয়র্ক, বুল এবং হাত নিয়ে যেমন নানান পরীক্ষা-নিরীক্ষা করা হয়েছে তেমনি ছেলেদের শার্টের কলারেও সেটা লক্ষ্য করা গেছে।

ওপেন কলার, টাইট শার্টও বর্তমান সময়ের ফ্যাশন। পুরুষের শরীরের ভাঁজ আর ছন্দ তাতে ফুটে ওঠে—এমন কিছু শার্টও এখানে পাওয়া যাবে। আর জামা-কাপড় কিনতে কিনতে চোখ পড়তে পারে বেড লিনেনের প্রতি। পিলোকভার, বেড শীট পাবেন গ্রহণযোগ্য দামে। আর আছে ঘর সাজানো সামগ্রী, উপহার হিসাবে তাও মন্দ নয়।

নিপুণ

প্রতিষ্ঠিত এই হাউসটি মধ্যসময়ের আয়োজনে ক্রেতাসচেতনতাকে জোর দিয়েছে। এর কর্ণধার আশরাফুর রহমান ফারুক বলেছেন, আমরা এখন বিশ্বখ্যাত অংশ। স্যাটেলাইটের প্রভাবকে অস্বীকার করার জো নেই। সেটা আমাদের কাজে প্রমাণ করার চেষ্টা করে থাকি।

গ্রীষ্ম এবং বর্ষার আয়োজনকে আকর্ষণীয় করতে গত ১৫ মে থেকে নিপুণ দিচ্ছে বিশেষ ছাড় ১০-৫০ শতাংশ পর্যন্ত। পোশাক বলতে সেই একই। খোড় বড়ি খাড়া, খাড়া বড়ি খোড়। অর্থাৎ শাড়ি, সালোয়ার-কামিজ, শার্ট, ফতুয়া প্রভৃতি। সুতি এবং ভয়েলের কাপড় ব্যবহার করেছেন তাঁরা। শাড়ি সুতি এবং তাঁতের। ব্লক প্রিন্ট হ্যান্ডি এমব্রয়ডারি, মেশিন এমব্রয়ডারিতে বিমূর্ত করা হয়েছে নক্সা। সময়কে মাথায় রেখে হালকা অথচ মনোগ্রাহী রং ব্যবহার করেছেন তাঁরা। নিপুণের ক্লায়েনদের জন্য এই সময়ের বিশেষ উপহার ১৫টি নতুন ডিজাইনের সালোয়ার-কামিজ। ছোট হাতা এবং ছোট ইয়র্কের সাথে দীর্ঘ এবং হুস্ব নানা বুলের কামিজ পছন্দমতো বেছে নিতে পারবেন ক্রেতা; যা ক্রয় সাধ্যের মধ্যেই রাখা হয়েছে।

ছেলেদের ফতুয়া আছে সাদার ওপর হালকা প্রিন্টের। হাফ হাতা ভয়েলের ব্লক করা শার্ট, স্ট্রাইপ শার্টও আছে। পাঞ্জাবির কালেকশনে নজর কাড়বে ভয়েলের ওপর বিভিন্ন ধরনের কাজ আর কটন এ্যান্ডির ওপরে কাজ। এছাড়া অনুষ্ঠান উপযোগী দামী শাড়ি, সালোয়ার-কামিজ বা পাঞ্জাবি।

এছাড়া আছে রুপার, গোল্ড প্লেটেড রুপার মাটি পুঁথি ও কাঠের গহনা। কেবল পোশাক-আশাক নয়, ঘরকন্যার সামগ্রীও কেনা যেতে পারে নিপুণ থেকে। আছে নতুন সংযোজন হিসাবে ওয়াশেবল অর্থাৎ ধোয়া যায় এমন কটন বা পলি ফেল্টের কমফোর্টার, কুশান, বালিশ এবং কুইল্ট (অবশ্য শীতের জন্য)।

কে ক্রাফট

দেশীয় ফ্যাশনে সচেতন মধ্যবিত্তের কাছে বিশেষভাবে আদৃত। তাছাড়া তারুণ্যের বুটিক হিসাবে এর রয়েছে বিশেষ সমাদর। গেল মাসের শেষে তারা গ্রীষ্মের পোশাক নিয়ে আয়োজন করে বিশেষ প্রদর্শনী সামার ফেস্ট, বরাবরের মতোই। কে ক্রাফটের এবারের কালেকশনে স্পষ্ট হয়েছে গতানুগতিকতা থেকে বের হয়ে আসার সচেতন প্রয়াস। যথার্থ গ্রীষ্ম এবং তৎপরবর্তী বর্ষার উপযোগী মহিলা ও পুরুষদের পোশাক স্থান পেয়েছিল প্রদর্শনীতে। সেগুলো পাওয়া যাবে কে ক্রাফটের আউটলেটে।

সালোয়ার-কামিজ আছে সুতি, জর্জেট এবং শিফনের। সাথে ম্যাচিং ওড়না রয়েছে। হালকা রং এবং সামঞ্জস্যপূর্ণ ডিজাইনে ড্রেসগুলো বেশ আকর্ষণীয় মনে হয়েছে। কাজে প্যাচওয়াক, টাই-ডাই, ব্লক, মেশিন ও হ্যান্ড এমব্রয়ডারি ব্যবহার করা হয়েছে প্রয়োজন মতো। কখনওবা ছোঁয়ানো হয়েছে তুলির স্পর্শ কিংবা স্পের ঝলক। বড় বড় ফ্লোরাল মোটিফে কিছু সালোয়ার-কামিজ করা হয়েছে, যা দেবে ভিন্নতার স্বাদ।

স্লিভলেস এবং সমন্বয়যোগ্য কম বুলের কামিজগুলো উচ্চল তারুণ্যের উপযোগী, যে কোন আসরে পরিধেয়। শাড়ি আছে বিভিন্ন ধরনের, বিশেষত তাঁতের, টাঙ্গাইল ও সিরাজগঞ্জের। বুননে কাজ আছে তার সাথে প্রয়োজন অনুপাতে সামঞ্জস্য বিধান করা হয়েছে। গ্রুপ কালার নিরীক্ষা করেছেন তাঁরা— জানান পরিচালক খালিদ মাহমুদ খান। তবে বেশি নিরীক্ষা প্রবণতা লক্ষ্য করা গেছে ক্যাজুয়াল শার্টে। মিন্স-এ্যান্ড-ম্যাচের প্রভাব এ ক্ষেত্রে স্পষ্ট। কাপড়ও অন্যরকম। এ্যান্ডি, অম্বর খাদি এবং খাদি ব্যবহৃত হয়েছে।

তারুণ্যের জন্য আছে বিভিন্ন মোটিফ স্ক্রিন প্রিন্ট করা কিংবা হ্যান্ড পেইন্ট করা টিশার্ট। নান্দনিক রং ও নক্সায় টিশার্টগুলো আকর্ষণীয়। আর আছে পাঞ্জাবি। পাওয়া যাচ্ছে দু' ধরনের। একটা সাধারণ আর একটা উৎসব উপযোগী। কাজে পরিবর্তন ঘটানো হয়েছে। মানুষের মধ্যে পাঞ্জাবি পরার প্রবণতা আশাব্যঞ্জক হারে লক্ষণীয় তা স্বীকার করেছেন খালিদ। তাই তাঁরাও এ বিষয়টি নজরে রাখছেন সতর্কভাবে।

কাপড়ের পাশাপাশি আছে পর্দা, কুশান, পিলোকভাবের কাপড়। অর্ডার অনুযায়ী তাঁরা বানিয়ে দিয়ে থাকেন। আর ক্রেতা স্বাচ্ছন্দ্যের বিষয়টি মাথায় রেখে তাঁরা সব আউটলেটের অভ্যন্তরীণ সজ্জাও বদলে ফেলেছেন।

ফ্যাশনে জুতা, জুতার ফ্যাশন

ইকরামউজ্জমান ॥ মানুষ বৈচিত্র্যের পূজারী। পরিবর্তন আর নতুনত্ব মানুষকে সব সময় আকর্ষণ করে, টানে। মানুষ নিজেকে অতিক্রম করতে চায়। চায় নিজস্ব বাসনার বহির্প্রকাশ ঘটাতে। আর এই যে বৈচিত্র্যের প্রতি ঝোঁক, নতুনের প্রতি আগ্রহ এমন সব ইচ্ছা পূরণের জন্যই মানুষ ফ্যাশনের প্রতি ঝুঁকছে। ফ্যাশনের ব্যাপারটা পুরোপুরি ব্যক্তিগত। এটা রুচি-অভিরুচির ব্যাপার।

ফ্যাশনের প্রথম কথা হলো আপনি যেটা গ্রহণ করবেন, যেটা অনুকরণ কিংবা অনুসরণ করবেন, যে জোয়ারে গা ভাসাবেন তা আপনার জন্য মানানসই হবে কিনা! তা কি আপনার ঐতিহ্য ও সংস্কৃতির অনুকূলে? পশ্চিমী আবহাওয়া এ দেশে পুরোপুরি কোনদিনই তৈরি হবে না। দেশের বুনিনাদ মিশ্র সংস্কৃতির হলেও তার ঐতিহ্য সুপ্রাচীন। আমেরিকার কিশোর-কিশোরীরা যা করে সেই স্বাধীনতা কি কখনও দেয়া হবে এ দেশের ঐ বয়সের ছেলেমেয়েদের? এখানে দেশী প্রেক্ষাপটটা গুরুত্বপূর্ণ।

বিশ্বায়ন, উদারীকরণের যুগে ফ্যাশনের গুরুত্ব, আবেদন, পরিধি— সন্দেহ নেই অন্যরকম। এর আবেগও অন্য রকম। হাজার হাজার মাইল দূরের পাশ্চাত্যের অগ্রগতি, ফ্যাশন ট্রেন্ড, লাইফস্টাইল ঘরে বসে রিমোট টিপে অতি সহজেই জানতে পারছি, দেখতে পারছি। এর ফলে ফ্যাশনের ক্ষেত্রে আন্তর্জাতিক এবং আঞ্চলিক প্রভাব পড়ছে। আসছে ফ্যাশন ম্যাগাজিন। দেশেও দৈনিক পত্রপত্রিকায় ফ্যাশন নিয়ে প্রতিসপ্তাহে লেখালেখি চলছে। এটার তো একটা রেজাল্ট আছে।

ফ্যাশন জগতটা অনেকটা বহমান নদীর মতো। ফ্যাশন ও ট্রেন্ড সব সময়ই পরিবর্তনশীল। আজ যে ফ্যাশন তুঙ্গে কাল তা ওল্ড ফ্যাশনড। জেনারেশন নেস্কট আপনাকে বুঝতে হবে। এর ভাল এবং আকর্ষণীয় দিকটি গ্রহণ করতে হবে। নতুবা আপনি হয়ে যাবেন সেকেলদের দলভুক্ত।

ফ্যাশনের ক্ষেত্রে স্থান, কাল, পাত্র, জলবায়ু ও আবহাওয়া বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ। ইউরোপে দেখেছি বরফ পড়ার জন্য জুতার ব্যবসায়ীরা অপেক্ষা করেন। বরফ পড়লেই বিভিন্ন ধরনের ফ্যাশনেবল বুট তাঁরা বিক্রি করতে পারেন। কিন্তু আমাদের দেশে তো আর বরফ পড়বে না। অতএব সেই হাইকাট বুটও পরা যাবে না। যাবে না সেই উইন্টার ফ্যাশনও গ্রহণ করা। কারণ উপায় কি! তবুও দেশে দু'একজনকে দেখা যায় ঘোর গ্রীষ্মে তা পরতে।

ঋতু অনুযায়ী ফ্যাশন ট্রেন্ড লক্ষ্য করা যায় বিশেষ করে পোশাকে। দেশের ফ্যাশনের কথা বলতে গেলে পোশাকের কথাই আসবে। আর এই যে পোশাকের ক্ষেত্রে বৈচিত্র্য, কিন্তু চোখে পড়ছে বেশি ঈদ, পূজা, নববর্ষ এবং বড়দিনের ক্ষেত্রে। কালেকশনেও সেটা লক্ষণীয়। শহরকেন্দ্রিক ফ্যাশন মফস্বল শহরে যাচ্ছে ক্রেতা এবং বিক্রেতার মাধ্যমে। পোশাকের সাথে যেটার সবচেয়ে বেশি প্রয়োজন সেই জুতার ক্ষেত্রেও উৎসব এবং সৃষ্টির প্রভাব আছে একশত ভাগ। ফ্যাশনের আলোচনায় পোশাকের কথা উঠলেই আসবে পোশাকের সাথে মানানসই জুতা বা স্যাভেল, এমনকি ব্যাগের কথা। এ ছাড়া ফ্যাশনে পূর্ণতা আসবে না। পোশাকে প্রকৃতির বিকল্প নেই। প্রকৃতি আমাদের জীবনে ওতপ্রোতভাবে জড়িয়ে আছে। শরীর এবং মন দু'য়েরই প্রয়োজনে প্রকৃতি। আর তাই পোশাকের সাথে জুতা, স্যাভেল ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রকৃতির প্রভাবের কথা ভাবতে হবে। আর এর জন্যই মেয়েদের সামার স্যাভেল লাইনে বিভিন্ন ধরনের রঙের সমাবেশ ঘটানো হয়।

ফ্যাশন জগতটি সৃষ্টিশীল এবং সৃজনধর্মী। এখানে সবসময় 'ইয়ে দিল মাপে মোর'। ফ্যাশনের ক্ষেত্রে আত্মতৃষ্টির অবকাশ নেই। ফ্যাশন ডিজাইনার এবং শু ডিজাইনাররা তাই সব সময় একটা অতৃপ্ততায় ভুগেন। তাঁদের আধুনিক মন, সৌন্দর্য চেতনা, পোশাক ও পায়ের জুতা এবং স্যাভেল সম্পর্কে বৈচিত্র্যময় অভিজ্ঞতা, নিতানৈমিত্তিক রোমাঞ্চকর পরীক্ষা-নিরীক্ষা ফ্যাশন জগতকে সর্বদাই নতুন করে রাখছে। নতুন প্রাণের সঞ্চয় করছে।

দেশে ফ্যাশন সচেতনতা ক্রমেই বাড়ছে। এটা মধ্য আশি দশকের মাঝামাঝি সময়ের কিছু আগে থেকে দৃষ্টি কাড়তে শুরু করেছে। কিশোর-কিশোরী, যুবক-যুবতী এবং একটি বিশেষ বয়সের গৃহবধূরা এখন ফ্যাশন নিয়ে সীমাবদ্ধ গণ্ডিতে হলেও মাথা ঘামান। একটু লক্ষ্য করলে দেখবেন কিশোররা এখন আর 'জিন্স' নিয়ে সন্তুষ্ট নয়। অথচ এক সময় জিন্স ছিল চূড়ান্ত ফ্যাশন স্টেটমেন্ট। সচেতন কিশোর-কিশোরী, তরুণ-তরুণীদের পায়ের দিকে লক্ষ্য করণ-কি বিরাট পরিবর্তন। এটাই সময়ের দাবি। জুতার ফ্যাশন জগত সবসময় রং, স্টাইল, পণ্যের মান ও আরামের কথা বলে।

অতএব ক্রেতা কি চাচ্ছেন, তাঁর কি চাহিদা- শুধু সেই দিকে লক্ষ্য রেখে প্রডাক্ট ডেভেলপমেন্ট করা ছাড়া উপায় নেই। বিজনেস হাউসগুলোতে ক্যাটাগরি মার্চেন্ডাইজার এবং চেন মাইচেন্ডাইজারের মধ্যে সুন্দর সমন্বয় সাধন আর এক মন এক প্রাণের অধিকারী হয়ে কাজ করার মাধ্যমে পৌঁছানো সম্ভব ঈঙ্গিত লক্ষ্য। এখন সর্ব ক্ষেত্রেই সম্মিলিত প্রচেষ্টা, পারস্পরিক বোঝাপড়া, সহযোগিতা, সুদূরপ্রসারী চিন্তাভাবনা আর নিজ নিজ ক্ষেত্রে পেশাদারিত্বই সাফল্য নিশ্চিত করার ক্ষেত্রে পূর্বশর্ত। পোশাকের সাথে যুতসই জুতা ও স্যাভেলের মেলবন্ধ অনেকটা যেন দু'জনে দু'জনার। ফ্যাশন জগতে পোশাকের সাথে জুতা ও স্যাভেলের গুরুত্ব কারও অজানা নয়। আসলে স্টাইল বলি কিংবা ফ্যাশন-এক্ষেত্রে সর্বপ্রথমে প্রয়োজন পোশাকের। পরিভাষায় যাকে বলা হয় দি সেকেন্ড স্কিন। আর পোশাকের সাথে প্রয়োজন হয় অনুষ্ণের। জুতা, ব্যাগ, অলঙ্কার ইত্যাদি সবই অনুষ্ণ। কিন্তু জুতার প্রয়োজনটা আবার অন্য রকম-অত্যাাবশ্যক এবং অপরিহার্য। আপনি যে পোশাকই পরুন না কেন আপনাকে অবশ্যই ভাবতে হবে জুতা এবং স্যাভেল তার সাথে মানানসই হচ্ছে কিনা! নতুবা আপনি কিন্তু ফ্যাশন ট্রেন্ডে পশ্চাৎপদ হতে বাধ্য। মনে রাখবেন জুতা আপনার শ্রেণী, ব্যক্তিত্ব এবং ভাবমূর্তিকে সবসময়ই সঠিকভাবে প্রতীয়মান করবে। জুতা কিন্তু মোটেই খুব সহজ জিনিস নয়। এই ক্ষেত্রে একটু উনিশ-বিশ হলেই আপনি কষ্ট পাবেন, জটিলতায় ভুগবেন-আপনার মন খারাপ হবে। আবার আপনার পছন্দসই জুতাটি হতে হবে আরামদায়ক, আকর্ষণীয় ও টেকসই। জুতা পরে চলাফেরা করতে স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করবেন, তবেই না জুতা! পোশাকের মতো জুতা ব্যবহারের সাথে জড়িয়ে আছে সময়, আবহাওয়া ও পরিবেশ। মজার ব্যাপার হলো একই পোশাকের সাথে শুধু জুতা এবং স্যাভেল পরিবর্তন করে যে কেউ নিজেকে ক্যাজুয়েল এবং ফরমাল হিসাবে তুলে ধরতে পারেন। এর জন্যই বিশ্বজুড়ে ডিজাইনাররা পোশাকের সাথে জুতার ব্যবহারকে বিশেষ গুরুত্ব দিয়েছেন। উদার অর্থনীতির ফলে এখন বেশিরভাগ শিল্পেই এসেছে অগ্রগতির জোয়ার। পিছিয়ে নেই ফুটওয়্যার শিল্প। জুতার অনেক নামকরা আন্তর্জাতিক ব্র্যান্ডই এখন বাংলাদেশে পাওয়া যাচ্ছে। দেশে একমাত্র বহুজাতিক ফুটওয়্যার কোম্পানি বাটা শু কোম্পানি (বাংলাদেশ) লিমিটেড তাদের জেনেরিক প্রডাক্টের সাথে বেশ কয়েকটি আন্তর্জাতিক ব্র্যান্ডের জুতাও দেশে তৈরি করছে। যেমন পাওয়ার, মারিক্লেয়ার, নর্থস্টার, স্যাভাক, বাবল গামারস প্রভৃতি। শুধু তাই নয়, বাটা বাংলাদেশসহ অনেক স্থানীয় জুতা কোম্পানি এবং ট্যানারি নিয়মিত জুতা, চামড়া এবং চামড়াজাত সামগ্রী বিদেশে রফতানি করছে। প্রতিনিয়ত বিদেশে রফতানির সুযোগ বাড়ছে দেশে উৎপাদিত জুতা ও স্যাভেলের। বাংলাদেশ থেকে রফতানি করা জুতা ইতোমধ্যেই গুণগত মানে বিদেশে প্রশংসিতও হয়েছে। স্বাভাবিকভাবেই দেশে ফুটওয়্যার টেকনোলজির বিশেষজ্ঞের চাহিদাও বাড়ছে।

দেশে জুতা পরিধানকারীর সংখ্যাও দিন দিন বাড়ছে। এক্ষেত্রে সঠিক কোন পরিসংখ্যান না থাকলেও সম্প্রতি একটি জরিপে উল্লেখ করা হয়েছে, বর্তমানে মোট ৭৮ শতাংশ লোক জুতা পরে। তবে এদের মধ্যে সিংহভাগই পুরুষ ও মহিলা ব্যবহার করে প্লাস্টিক ও রবারের তৈরি কম দামের জুতা ও স্যাভেল। দেশে জুতার ব্যবহার দিন দিন বাড়ছে এর আরেকটি প্রমাণ হলো বাটা শু কোম্পানি। তারা ২০০০ সালে ১৬ লাখ জোড়া জুতা বেশি বিক্রি করেছে, যা ১৯৯৯ সালের তুলনায় ১১ শতাংশ বেশি। বাটা ২০০০ সালে ট্যাক্স, ভ্যাট, শুল্ক এবং অন্যান্য কর বাবদ জাতীয় কোষাগারে সাড়ে ৪৭ কোটি টাকা প্রদান করেছে। দেশের জুতার জগতে মোটামুটিভাবে মাত্র ২০ শতাংশ বাজার দখল করে আছে। অথচ জুতা শিল্প থেকে আয়কৃত মোট রাজস্বের ৮০ শতাংশ কর, ভ্যাট এবং শুল্ক একাই প্রদান করছে তারা। দেশের বাজারে ২০০১ সালে দুই কোটি সতেরো লাখ পঁচানব্বই হাজার জোড়া জুতা বিক্রি করেছে এই বহুজাতিক সংস্থা। এখন প্রতিদিন আটানব্বই হাজারের কিছু বেশি জুতা এরা তৈরি করে। দেশে জুতার কথা ভাবা হলে আসলে প্রথমেই আসে বাটার কথা। বাটা কোম্পানি গত সাত দশক ধরে উজ্জ্বল করপোরেট ইমেজ ধরে রেখেছে এ দেশে। ক্রমেই পুরো পরিবারের জুতা সরবরাহকারী হিসাবে প্রতিষ্ঠিত হয়েছে। এক্ষেত্রে সবচেয়ে ও বড় সফলতাই হলো বিশেষ করে সাধারণ, নিম্নমধ্যবিত্ত এবং মধ্যবিত্ত সমাজের মানুষের মনে দাগ কাটতে সক্ষম হওয়া, আস্থার প্রতীক হিসাবে। বিরাট সংখ্যক ক্রেতার বিশ্বাস বাটা মানেই ভাল জুতা, এই জুতা টেকসই এবং দাম ক্রয়ক্ষমতার মধ্যে। এছাড়া যুগ যুগ ধরে স্থানীয় বাজারে আরেকটি বাড়তি সুবিধা বাটা ভোগ করছে তা হলো একদর।

গত দশ বছরে বাটার পণ্যের আধুনিকীকরণ ও গুণগত মানোন্নয়ন কর্মসূচীতে যথেষ্ট সফলতা এসেছে। প্রতিসপ্তাহে নতুন পণ্য উপহার দেয়াটা কোম্পানির একটি চলমান ধারা। বিগত বছরগুলোতে বিভিন্ন ক্যাটাগরিতে নতুন পণ্য উদ্ভাবন করে সচেতন ক্রেতাদের চাহিদা মেটানোর পাশাপাশি ফ্যাশন ও সময়কে গুরুত্ব দেয়া হয়েছে। বিভিন্ন দেশ থেকে ফ্যাশনেবল লাইনকে এ দেশের শু লাইনে অন্তর্ভুক্ত করে কোম্পানির টোটাল শু লাইনকে সমৃদ্ধিশালী করা হয়েছে। আবার বাজারে অনীহার দিকে লক্ষ্য রেখে শু লাইন থেকে নিয়মিত পণ্য বাদও দেয়া হয়েছে। এর ফলে সমাজের একটি শ্রেণীর কাছে নতুন করে কমবেশি বাটার আবেদন সৃষ্টি হয়েছে।

দোকান আধুনিকীকরণের মাধ্যমে শপিং করার জন্য চমৎকার পরিবেশ সৃষ্টি করা হয়েছে। এক্ষেত্রে দেশের বিভিন্ন স্থানে বাটাবাজারগুলো চোখে পড়ার মতো। আধুনিক শপিং আসলে উপভোগের ব্যাপার, হঠকারী কিছু নয়। ধীরে সুস্থে, জিরিয়ে দেখেগুনে কেনা। এক ধরনের ফানও বটে। এই বিষয়টিকেও তারা গুরুত্ব দিয়েছে। অবশ্য এই পরিবর্তনের পিছনে রয়েছে কিন্তু আধুনিক (বা আরও এক ধাপ এগিয়ে বললে অত্যাধুনিক) পণ্যমনস্কতা।

ফ্যাশনের ক্ষেত্রে পুরুষের তুলনায় মেয়েরা অনেক বেশি সচেতন। সম্প্রতি এক শপিং হ্যাঁবিট সার্ভেতে বলা হয়েছে, পুরুষরা ব্র্যান্ড, রং, স্টাইলের আগে দামের ব্যাপারে ভাবেন। আর মহিলারা স্টাইল, রং, ব্র্যান্ড; তার পর দামের কথা ভাবেন। অপরদিকে টিনএজাররা ব্র্যান্ডের সুনামের কথা ভাবে, কোয়ালিটি নিয়ে তাদের মাথাব্যথা কম।

বাটা বাংলাদেশের বর্তমান ব্যবস্থাপনা পরিচালক হলেন ব্রিটিশ নাগরিক স্টিফেন জন ডেভিস। তিনি গত বছর নবেম্বর মাসে কোম্পানির দায়িত্বভার গ্রহণ করেছেন। ফ্যাশন সচেতন অত্যন্ত অমায়িক মার্জিত ও বহিমুখী এই ব্যক্তিত্ব ব্যবস্থাপনা পরিচালকের দায়িত্ব নেবার পর পরই কোম্পানির সার্বিক শু লাইনের মানোন্নয়ন ক্রেতাদের চাহিদার দিকে লক্ষ্য রেখে, চলতি ফ্যাশনের কথা ভেবে প্রতিটি গ্রুপে নতুন নতুন লাইন সংযোজনের মাধ্যমে বৈচিত্র্যের সৃষ্টি, বিভিন্ন গ্রুপের কালেকশনের দুর্বলতাকে চিহ্নিত করে প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করেছেন। কোম্পানির দৃষ্টিতে তুলনামূলক কম চাহিদাসম্পন্ন জুতার উৎপাদন বন্ধ এবং অতি দ্রুত নতুন পণ্য উদ্ভাবন করে বাজারজাতকরণ এবং এসব নতুন পণ্যের গুণগত মান সম্পর্কে আপোসহীন পদক্ষেপ নিয়েছেন। ইতোমধ্যেই বেশ একটা পরিবর্তন লক্ষ্য করা গেছে পুরুষ ও মহিলাদের কালেকশনে।

ডেভিসের আছে বিশ্লেষণী ক্ষমতা ও বিচক্ষণতা। সবার সঙ্গে মেশার এবং সংযোগ রক্ষার ক্ষমতা। এ জন্য তিনি কোয়ালিটি পলিসিতে উল্লেখ করেছেন যে, পণ্যের গুণগত মানের ধারাবাহিক উন্নয়ন এবং ক্রেতা সাধারণের পরম সন্তুষ্টি অর্জনই তাঁদের লক্ষ্য। বিগত ছয় মাসে ডেভিসের বলিষ্ঠ নেতৃত্বে বাটা বাংলাদেশ টিম প্রচণ্ড পরিশ্রম এবং আন্তরিকতার সাথে কাজ করে বিভিন্ন গ্রুপে ২৯০ নতুন লাইন বাজারজাত করেছে। আরও ২৫টি পাইপ লাইনে আছে। সবচেয়ে আশাব্যঞ্জক দিক হলো দোকানে সরবরাহকৃত এই নতুন লাইনের ৫৫ ভাগ জুতা ও স্যান্ডালের ইতোমধ্যেই বিক্রি হয়ে যাওয়া। এর কারণ শুধু আকর্ষণীয় ডিজাইন নয়, দাম ক্রেতার সামর্থ্যের মধ্যে থাকা। মেয়েদের ফ্যাশনেবল সামার লাইনের ওপর বিশেষভাবে গুরুত্ব দেয়া হয়েছে। এই কালেকশনকে ক্রয়ক্ষমতার মধ্যে রেখে ডিজাইনে বৈচিত্র্য আনার পাশাপাশি বিভিন্ন ধরনের রং ব্যবহারের বিষয়টি গুরুত্ব পেয়েছে। নজরকাড়া নতুন এসব স্টাইল ইতোমধ্যেই মহিলাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করেছে বলে ধারণা করা হচ্ছে। বাঁধন ছেঁড়া, দুঃসাহসিকতা, দুরন্ত বাসনাগুলো বেশ সুন্দরভাবে ফুটে উঠেছে এসব ফ্যাশনেবল স্যান্ডালে। ডোরাকাটা দাগ, জংলী ছাপ এবং সাপের চামড়ার ডিজাইনগুলো দৃষ্টিনন্দন।

ঠিক তেমনই শিশুদের নিজস্ব রাজত্ব (দশ বছর পর্যন্ত) বাবল গামারস কালেকশনকে আরও আকর্ষণীয় করে তোলার চেষ্টা চলছে। ফ্যাশনের সাথে তাল মিলানোর জন্য ইতোমধ্যেই স্কার টো শু সামার স্যান্ডেল ও স্লিপার বাজারে এসেছে। চিল্ড্রেন সামার ও চিল্ড্রেন থং গ্রুপে বিভিন্ন রং ব্যবহার করে আকর্ষণীয় করে তোলা হয়েছে। দেশে জনসংখ্যার হিসাব থেকে বলা হচ্ছে, পুরুষ ৫১% ভাগ আর মহিলা ৪৯% ভাগ। আবার ইদানীং বলা হচ্ছে পুরুষ ও মহিলা জনসংখ্যায় সমান সমান। সেই ক্ষেত্রে কিন্তু আগে দেশে মহিলাদের জুতা নিয়ে তেমন ভাবা হয়নি। এটা একটা বিরাট সুযোগের অপচয়। যতটুকু জানা গেছে, বাটার ব্যবসার পুরুষ ৭৭ শতাংশ, মহিলা ১৪ শতাংশ আর শিশুদের অংশগ্রহণ সম্ভবত আছে ৯ শতাংশ ভাগ। এই ক্ষেত্রে মহিলাদের কালেকশনকে সমৃদ্ধ করার সুযোগ আছে মার্কেটে শেয়ার বৃদ্ধির। সবচেয়ে বড় কথা হলো, শুধু যথাযোগ্য উদ্যোগের অভাবে কিন্তু দেশে মহিলাদের জুতার চাহিদামাফিক ফ্যাশনেবল জুতা, স্যান্ডেল ও স্লিপার বাজারজাত করা হয়নি বা হচ্ছে না। সময় দ্রুত চলে যাচ্ছে। পোশাকের সাথে জুতা ও স্যান্ডেলের ফ্যাশনও বদলাচ্ছে। অতএব এখনই সময় এদিকে মনোনিবেশের। সেট গ্র্যান্ড গো!

ফ্যাশনে ঋতুর হালচাল

বাংলা মাস প্রধানত ঋতুভিত্তিক। পক্ষান্তরে ইংরেজী মাস বাংলাদেশের জন্য তা নয়। তাই ইংরেজী মাসের ভিত্তিতে বাংলাদেশের ঋতুর অবস্থাটা সাধারণত জানা যায় না। আর বাংলা মাসও শুরু হয় ইংরেজী মাসের মাঝামাঝিতে।

মার্চ মাসে কোন্ ঋতু? প্রশ্ন করা হলে জবাব কি হবে? বসন্ত না গ্রীষ্মকাল? এ মাসে পাই ফাল্লুনের শেষার্ধ্ব আর চৈত্রের প্রথমার্ধ। ফাল্লুনে ভর বসন্তকাল। আর চৈত্র হচ্ছে গ্রীষ্ম মাস। অর্থাৎ বসন্তের শেষ এবং গ্রীষ্মের শুরু। এপ্রিলে পাই চৈত্রের শেষার্ধ্ব এবং বৈশাখের প্রথমার্ধ, পুরো গ্রীষ্মকে। তাই সব সময় ইংরেজী মাস দিয়ে বাংলাদেশের ঋতুর উপস্থিতি জানা একটু কঠিন।

বাংলাদেশের ঋতু অনুসরণে ইংরেজী মাস নিয়ে আবহাওয়াবিদদেরও একটু সমস্যায় পড়তে হয়। তারা বছরকে কয়েকটি ঋতুতে ভাগ করে নিয়েছেন। যেমন মার্চ থেকে মে মাস হচ্ছে প্রাক-বর্ষাকাল, জুন থেকে অক্টোবর হচ্ছে বর্ষাকাল। নবেম্বর থেকে ফেব্রুয়ারি শীতকাল। বসন্ত ঋতুর অস্তিত্ব নেই আবহাওয়াবিদদের দৃষ্টিতে! তাই বলে কি বসন্ত ঋতু নেই?

বাংলাদেশের শিক্ষিত জনসমাজ বাংলা সনের বদলে খ্রিস্টাব্দ অর্থাৎ ইংরেজী সালের তারিখ ব্যবহার করি। ফলে আমরা সব সময় ঋতুর আসা-যাওয়া সঠিকভাবে অনুসরণ করতে পারি না।

আবহাওয়াবিদরা জানান, মার্চ থেকে অক্টোবর পর্যন্ত সময়ে বাংলাদেশের জলবায়ুতে আর্দ্রতার পরিমাণ বেশি থাকে। স্যাতসেঁতে ভাবটা শুরু হয় মার্চের মাঝামাঝি হতে, থাকে সেপ্টেম্বরের মাঝামাঝি পর্যন্ত। জুন-আগস্ট সময়ে আর্দ্রতার পরিমাণ খুব বেশি হয়। পরিধেয় বস্ত্র রেখে দিলে ভেজা ভেজা মনে হয়। আবার শুষ্কতা শুরু হয় অক্টোবর থেকে। ডিসেম্বর ও জানুয়ারিতে শুষ্কতা সর্বাধিক হয়। এ জন্য গ্রীষ্ম এবং বর্ষায় সাজ পোশাকের দিকে তাই নরজ দিতে হয় সচেতনভাবেই। **আহমেদ নূরে আলম**