MINAWALA

शहर की उत्कृष्टता

शिल्पा फड़के

गिनीज बुक ऑफ रिकार्ड्स के अनुसार इस संसार में, सबसे बड़ा खरीदारी मॉल द वेस्ट एडमोन्टन मॉल है जो कनाड़ा स्थित अल्बर्टो में है यह 5.2 मिलियन वर्ग फुट में फैला है। उत्तर अमरीका में 28,500 और मॉल हैं। यहाँ कनाड़ा और युनाइटेड स्टेट्स की 53% खुदरा बिक्री होती है। अमरीका में बाकायदा दुकानों का पहला मॉल 1956 में मिन्निपोलिस मिनेसोटा में स्थापित हुआ था। इसके वास्तुशिल्पी थे विएना से आए प्रवासी विक्टर ग्रुएन। उन्हें मॉल को डिजाइन करने का अग्रगामी माना जाता है। पहली बार एक ऐसा बाजार निर्मित किया गया था जो पूरी तरह से अन्तर्मुखी था। पहले से चली आ रही मान्यताओं को खंडित करते हुए अन्दर जारी 'खुदरा नाटक' को बिना किसी रुकावट के मंच के बीचों-बीच मुख्य भूमिका निभाने दिया गया। *1

कुछ वर्षों पहले तक भारत में मॉल का मतलब होता था अंग्रेजों द्वारा बनाई गई लम्बी-लम्बी सड़कें जिनका उपयोग होता था उन पर सैर करना, दोनों तरफ बनी दुकानों में खरीदारी करना। अपने शासन काल में अंग्रेजों ने शिमला और मसूरी की मॉल रोड़ पर घूमते हुए अपनी तस्वीरें हमेशा के लिए कैमरों में कैद कर रखी हैं। इन मॉल रोडों की अपनी अलग पहचान और विशेषताएं होती थीं। हाल के वर्षों में मॉल के मायने बदल गए हैं। यह वह जगह बन गई है जो उत्तर अमरीका में बनी खरीदारी की दुकानों की याद दिलाती है। आज मॉल मुंबई की गरीबी, मिट्टी-गर्द, तीसरी दुनिया का एक शहर होने का एहसास दिलवाने के बजाए विश्व के प्रथम श्रेणी के शंहर की याद दिलाते हैं। यहाँ की गन्ध, उपभोग के अनुभव और यहां की बनावट दुनिया के प्रथम श्रेणी के शहर की बराबरी करती हैं। एने फ्रॉइडबर्ग ने 1993 में लिखा था ''मॉल एक समकालीन मायाजाल है। यहाँ शहरी अभिशापों – बेघर लोग, भिखारी, अपराध, ट्रैफिक, यहाँ तक कि मौसम तक को आप भूल जाते हैं'' (पृष्ठ 113)*2 भारत में मॉल की गूँज हाल ही में सुनाई देने लगी है। इनका निर्माण 1990 के दशक में शुरू हुआ था। हम, अपने देश से बाहर बस चुके भारतीय

एन.आर.आई. को ऐसी दुनिया दिखाना चाहते हैं जिनकी उन्हें आदत है। उन्हें लगना चाहिए कि वे अपने ही घर – शहर में हैं।

अनेक विद्वानों द्वारा किए गए सांस्कृतिक अध्ययनों में कहा गया है कि मॉल सर्वोत्कृष्ट उत्तर आधुनिक स्थान है। इस विषय पर फ्रॉइडबर्ग ने लिखा है – 'शहरी स्थान का उत्तर आधुनिक प्रधान थल, यह मुख्य 'टोपो' (स्थान) है। (पृष्ठ 109)। आज भारतीय संदर्भ में आधुनिक शब्द का इस्तेमाल वर्तमान दृश्य को वर्णित करने के लिए किया जाता है।

आज मीडिया की मेहरबानी से आधुनिक का मतलब है कुछ खास चीजों का उपभोग, कुछ खास स्थानों में प्रवेश। इस तरह क्या मॉल और इसी तरह के और स्थानों में प्रवेश को आधुनिकता या उत्तर आधुनिकता माना जाने लगा है? एक तरह से देखा जाए तो अंग्रेजों के चले जाने के बाद कभी आधुनिकता एक उपलब्धि नहीं रही। ऐसा इसलिए हुआ क्योंकि लक्ष्य बदलते रहे। क्या आज हम इन्हें उत्तर आधुनिक मान लें?

शहर की कहानी सुनाते वक्त उपभोग के नए स्थान आधुनिकता के महत्वपूर्ण निशान माने जाते हैं। 'पुकार' के लिए हमने लिंग और स्थान विषय पर एक अनुसन्धान के लिए तीन मॉलों का अध्ययन किया था। पहला मॉल था : सेन्ट्रल मुंबई में परेल में हाई स्ट्रीट फिनिक्स। यहाँ पूर्व की कपड़ा मिलों को बदला जा रहा है। दूसरा मॉल था हिंदू, गुजरातियों की बड़ी जनसंख्या वाले पूर्वी उपनगर मुलुण्ड में 'आर मॉल'। यहा संपत्ति की कीमतें बेहिसाब तरीके से बढ़ी हैं *3 और तीसरा था 'इन ओरबिट' यह मलाड लिंक रोड़ पर स्थित है। यह वह जगह थी यहां नई बीपीओ संस्कृति और मुख्यतः ईसाई भूतकाल मिलते हैं।

इन मॉलों को निर्मित करने के लिए चुने गए स्थान के पीछे एक सोची- समझी जानकारी इकट्ठी की गई थी। कितने, किस तरह के, खर्च करने की कितनी क्षमता रखने वाले ग्राहक खरीदारी करने आएंगे *4 'आर-मॉल' और 'इन ओरबिट' में तो मल्टी प्लैक्स बन चुके हैं। हाई-स्ट्रीट फीनिक्स में बन रहा है। खरीदारी और मनोरंजन एक ही जगह उपलब्ध करवाने का फैशन पूरी दुनिया में फैल चुका है। दिलचस्प तथ्य यह है कि तीन में से दो मॉलों के मालिक बिल्डर हैं। *5

मैं इस स्तम्भ में जो प्रश्न पूछ रही हूँ वह यह है – मुंबई में मॉल स्थानीय संस्कृति को कहाँ पर लांघ जाते हैं? यह प्रश्न मॉलों की सफलता पर नहीं अटका हुआ है। यहाँ प्रश्न उनकी स्थिति का है। आखिर यह शहर अपने आपको अंतर्राष्ट्रीय स्तर का आधुनिक शहर मानता है।

स्थानीय सौन्दर्य

बाजार पर अनुसन्धान कर रहे एक व्यक्ति ने मुझे बताया था – भारतीय उपभोक्ता 'छू लो और महसूस करो' किस्म का प्राणी होता है। वह प्लास्टिक की थैलियों में बन्द सामान खरीदना पसन्द नहीं करता है। किराना की दुकानें इस इच्छा का ध्यान रखती हैं। अमरीका की के-मार्किट की तरह बिग बाजार ध्यान रखता है कि बाजार की सुन्दरता बनी रहे। उन्होंने सब्जी के स्टॉल के पीछे सब्जी बेचने वाला तैनात किया होता है। इस तरह ग्राहक को तसल्ली रहती है। वह अच्छी तरह देख-परख कर सब्जी उस तरीके से खरीदते हैं जिसकी उन्हें आदत होती है। इस जगह पर मॉल-स्टोर की साफ-सफाई भी ग्राहक पसन्द करता है। हालांकि इन दुकानों में साफ- सफाई को उतना महत्व नहीं दिया जाता जितना कि इस बात को कि सब सामान एक ही छत के नीचे खरीदा जा सकता है।

ठीक इसी तरह सड़कों पर बिकने वाली चीजें – मक्की, गन्ने का रस यहाँ तक कि बर्फ का गोला – तक मॉल के भीतर पहुंच कर साफ सुथरी बन जाती हैं। ये लोग विज्ञापन लगा देते हैं कि इस्तेमाल किया गया पानी साफ है। बेचने वाले दस्ताने पहन कर यह सामान परोसते हैं।

एकाएक यह जगह शृंगारिक होने के साथ-साथ, साफ-सुथरी जगह बन कर स्थानीय विशिष्टता बनाए रखती है। मानव विज्ञानी अर्जुन अप्पादुराई शायद ठीक ही कहते हैं कि विश्व अन्ततः स्थानीय से समझौता करके अनुकूल रवैया अपना लेता है। दोनों को अभिव्यक्त करने के लिए विकल्प ढूंढ लेता है।*6

स्थानीय पास-पड़ोस

बेशक तीनों मॉलों में दुकानें लगभग एक जैसी थीं। लेकिन उनका वास्तुशिल्प और वातावरण का अनुभव एकदम विविध प्रकार का था।

हाई स्ट्रीट फीनिक्स मॉल चूंकि क्योंकि कपड़ा मिल के बदले हुए ढांचे के आसपास बना है इसलिए यह अपना विगत नहीं भूल सकता। फिलहाल, यह अपने आसपास के ढेरो चालियों-मकानों से छुटकारा पा सकता है। हालांकि इन्हें हटाने का वादा किया गया था। निम्न श्रेणी की लगातार इसको देखती नजरों को हटाया नहीं जा सकता है। 'फायर एंड आइस' एक उच्च स्तरीय क्लब था। जिसे यहाँ से हटाना पड़ा क्योंकि उसकी महिला सदस्य उन नजरों को सह नहीं सकती थीं।

'आर-मॉल' बड़ी शिद्दत से देखता समझता है कि वह एक हिन्दू, गुजराती कच्छी उपनगर में स्थित है। यह दिक्कत उसने अपनी वेबसाइट में भी शामिल की है। दिलचस्प बात है कि ग्राहकों के लिए उद्घोषणाएं गुजराती और अग्रेंजी में की जाती हैं। जबकि वहाँ काम करने वालों के लिए यह घोषणाएं सिर्फ अंग्रेजी में की जाती हैं। ऐसा करने का कारण है तो बस यही कि पूरे विश्व में सम्पर्क भाषा अंग्रेजी है।

आर-मॉल में बिना निजी कार वाले ग्राहकों का सामान ट्राली में डालकर मुख्य द्वार तक पहुंचाया जाता है। वहाँ से टैक्सी, स्कूटर को बुलाया जा सकता है। दूसरी दोनों मॉलों का रवैया बिना निजी वाहन वालों के प्रति काफी रूखा- सूखा है। बुधवार को महिला दिवस होता है। अगर किसी ग्राहक ने 500 रुपए से ज्यादा का सामान खरीदा हो तो वाहन का किराया ग्राहक को दुकानदार देता है।

इन ओरबिट का निर्माण एक ऐसी जगह में हुआ है जो पहले कूडे-करकट का खता था। यह एक बड़े कॉम्पलेक्स के अंदर बनाया गया मॉल है। इसी कम्पनी ने माइंड-स्पैस का निर्माण किया था। माइंड स्पैस में तेजी से फैल रहा बी.पी.ओ. उद्योग भी कार्यरत है। यह एक विश्वव्यापी उपनगर के रूप में उभर रहा है। यहाँ के रहने-आने वाले लोग बाहरी हैं। इसलिए वे विषम मानसिकता के हैं। आगे बढ़ने के लिए उत्सुक व्यावसायिक युवा लोग इसे अच्छी रिहायशी जगह मानते हैं। इस मॉल के निर्माण का कोई पूर्व आधार न था। यह एक ऐसा मॉल है जो अपने स्थान की परिकल्पना से सर्वाधिक परे चला जाता है।

आज के आधुनिक मॉल, मिलों की जगहों पर बनाये गये हैं। औद्योगीकरण और इस्पात ने आधुनिकता को अपनी परिभाषा दी थी। आज उपभोग और सॉफ्टवेयर ने आधुनिकता को अलग तरीके से परिभाषित किया है। एक तरह से मॉल एक कहानी है, एक वृत्तान्त है – वास्तुशिल्प की एक रचना , एक निर्माण है। जैसे मिलें विज्ञान, प्रौद्योगिकी और उद्योग की आधुनिकता का प्रतिनिधित्व करती थीं ठीक वैसे ही मॉल उपभोक्तावाद के आधुनिक रूप को दर्शाते हैं। व्यापारिक, अर्थव्यवस्था से सम्बद्ध अनेक समाचार पत्रों और दूसरे अखबारों में मॉल के गुण बताए जाते हैं। इस तरह उपभोक्ता की वह इच्छा पूरी होती है कि वे उस जीवन शैली को अपना रहे हैं जिसे वे विश्वव्यापी मानते हैं।

माइकल सोरोकिन (1992) ने एक गहरे डर को अभिव्यक्त करते हुए लिखा है 'नए शहर के पास इतनी ताकत है कि वह शहरी जीवन के पुराने पारम्परिक तरीकों को नजर अन्दाज कर दे। उसमें इतनी भी ताकत है कि उन्हें विश्व की झंझरी या जाली के दो राहों के पीछे धकेल दे और वह भी इसलिए कि वह सब कुछ- समय और स्थान -पुराना पड़

चुका है (एक्स व्हि) बाग-बगीचों की जगह मुंबई मॉल निर्मित कर रहा है। यह देखते हुए कह सकते हैं कि सोरोकिन इस बात को बढ़ा-चढ़ा कर नहीं कह रहे हैं।

टिपणी :

*1 मार्गेरेट क्रॉफर्ड 'द वर्ल्ड इज अ शॉपिंग मॉल सोरोकीन (सं) वेरिएशन ऑन अ थीम पार्क: द न्यू अमेरिकन सिटी ऐंड द एंड ऑफ पब्लिक स्पेस, न्यूयार्क:हिल अन्ड व्हांग, 1992.

*2 विन्डो शॉपिंग:सिनेमा ऐंड द पोस्टमॉर्डन, बर्कले युनिवर्सिटी ऑफ केलिफोर्निया प्रेस, 1993.

*3 2002 और 2004 के दौरान दो साल से कम समय में मुलुंड में सम्पत्ति की कीमतें 2,800 रुपए वर्ग फुट यानी 75% बढ़ गई थीं। मुथु कुमार और अमित भण्डारी, द इकानॉमिक टाइम्स 22 नवम्बर,2004।

*4 उक्त जानकारी हासिल करने के लिएं जेन्डर मैनेजर इन ओरबिट माल्स श्री आनंद सुंदरम् से भेंटवार्ता देखें। http://www.indiainfoline.com/view/170704.html

*5 आर-मॉल और इन आरबिट के मालिक हैं बिल्डर रुनवाल और के. रहेजा। हाई-स्ट्रीट फीनिक्स के मालिक हैं कपड़ा उद्योगपति रुइया परिवार।

*6 'मॉडेर्निटी एट लार्ज' मिनेसोटा ड्युक युनिवर्सिटी प्रेस, 1996

*7 इनके बारे में जानकारी लें. www.highstreetphoenix.com

*8 www.rmall.org

*9 'इन्ट्रॉडक्शन' 'द वर्ल्ड इन अ शॉपिंग मॉल' इन माईकेल सोरोकिन (मं), वेरिएशन्स ऑन अ थीम पार्क: द न्यू अमेरिकन सिटी ऐंड द एन्ड ऑफ पब्लिक स्पेस, न्यूयार्क:हिल ऐंड वांग, 1992.

अनुवादक : सरोज वशिष्ठ

■ ■ ■ ■ ■

EVENTS