

**DRESS DRESSING KERALA
FOLK**

Thesis
submitted to the University of Calicut
for the Award of Degree of

DOCTOR OF PHILOSOPHY

BALACHANDRAN. B.

**DEPARTMENT OF MALAYALAM AND KERALA
STUDIES**

**University of Calicut
NOVEMBER - 2009**

വസ്ത്രം വസ്ത്രധാരണം
കേരളീയ കുട്ടായ്മ



ഗവേഷണ പ്രബന്ധം

ബാലചന്ദ്രൻ. ബി.

മലയാള കേരള പഠന വിഭാഗം
കാലിക്കറ്റ് സർവ്വകലാശാല
നവംബർ - 2009

പ്രസീതാവന

കാലിക്കറ്റ് സർവകലാശാല മലയാള കേരള പഠന വിഭാഗത്തിൽ പി.എച്ച്.ഡി. ബിരുദത്തിനുവേണ്ടി സമർപ്പിക്കുന്ന 'വസീതം വസീത ധാരണം കേരളീയ കൂട്ടായ്മ' എന്ന പ്രബന്ധം ഇതിനു മുമ്പ് ഏതെങ്കിലും സർവകലാശാലയുടെയോ തത്തുല്യമായ സ്ഥാപനത്തിന്റേയോ ബിരുദത്തിന് അടിസ്ഥാനമായിട്ടില്ലെന്ന് ഇതിനാൽ സത്യബോധപ്പെടുത്തുന്നു.

കാലിക്കറ്റ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി,
.11.2009.

ബാലചന്ദ്രൻ. ബി.

ഡോ. രാഘവൻ പയ്യനാട്

വകുപ്പ് അധ്യക്ഷൻ

സെന്റർ ഫോർ ഫോക്ലോർ സ്റ്റഡീസ്

കാലിക്കറ്റ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി

സാക്ഷ്യപത്രം

കാലിക്കറ്റ് സർവകലാശാല മലയാള കേരള പഠന വിഭാഗത്തിൽ പി.എച്ച്.ഡി. ബിരുദത്തിനുവേണ്ടി സമർപ്പിക്കുന്ന 'വസീതം വസീത ധാരണം കേരളീയ കൂട്ടായ്മ' എന്ന പ്രബന്ധം എന്റെ നിർദ്ദേശം അനുസരിച്ച് അംഗീകൃത ഗവേഷണകേന്ദ്രമായ സെന്റർ ഫോർ ഫോക്ലോർ സ്റ്റഡീസിൽ ബാലചന്ദ്രൻ. ബി. നിർവഹിച്ച പഠനത്തിന്റെ രേഖയാണ് എന്ന് ഇതിനാൽ സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നു.

കാലിക്കറ്റ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി,

.11.2009.

ഡോ. രാഘവൻ പയ്യനാട്

കൃതജ്ഞത

വസീത്രം വസീത്രധാരണം കേരളീയ കുട്ടായ്മ എന്ന പഠനം നിർവഹിക്കുന്നതിന് മാർഗദർശനം നൽകിയ ഡോ. രാഘവൻ പത്മനാഭനോടുള്ള കൃതജ്ഞത രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഈ ഗവേഷണത്തിന് ആവശ്യമായ ഫീൽഡ് വർക്കിനും അനുബന്ധ പ്രവർത്തനത്തിനും സഹായിച്ച സതീശൻ കോട്ടക്കൽ, മഞ്ജു വിനീഷ്, എം.ജി. ശശി, മോഹനൻ, ഡെ.പോലീസ് സുപ്രഭാഷ് എം.ബി. ചന്ദ്രാക്ഷൻ നായർ, പുരുഷോത്തമൻ നായർ, കുര്യൻ പൂഴ ശ്രീകുമാർ, എ.കെ. ഗോപീദാസ്, എ.സി.വി. ചാനലിലെ മനോജ്, നന്ദിയോട് സ്കൂളിലെ മോഹനൻ, ഹരി, ആലപ്പുഴയിലെ ജയചന്ദ്രൻ, രവികുമാർ, വിജേഷ്, ഷാജി, സുകുമാരൻ എന്നിവരോടും നെടുമങ്ങാട് മലയാളം സമിതിയിലെ പ്രവർത്തകരോടുമുള്ള നന്ദി അറിയിക്കുന്നു.

സുഹൃത്തുക്കളായ ഇരിഞ്ചയം സെബാസ്റ്റ്യനും ഉത്തമനും രാജനും അനിക്കുട്ടനും മൺമറയും വരെ സന്ദേശപൂർവ്വം നൽകിയ പ്രേരണയും സഹായവും ഓർമ്മിക്കുന്നു.

നെടുമങ്ങാട് കരുപ്പൂർ ഗവൺമെന്റ് ഹൈസ്കൂളിലെ സഹപ്രവർത്തകരും വിദ്യാർത്ഥികളും നൽകിയ സഹായ സഹകരണങ്ങൾ, ഈ ഗവേഷണ പ്രവർത്തനം പൂർത്തിയാക്കാൻ വളരെ സഹായിച്ചിട്ടുണ്ട്.

സെന്റർ ഫോർ ഫോക്ലോർ സ്റ്റഡീസിലെ അധ്യാപകരോടും ജീവനക്കാരോടും എം.എ., എം.ഫിൽ വിദ്യാർത്ഥികളോടും ഗവേഷകരോടും എല്ലാ പൂർവ്വ വിദ്യാർത്ഥികളോടും ബിന ഫോട്ടോസ്റ്റാറ്റിലെ എല്ലാ ജീവനക്കാരോടുമുള്ള നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

ദത്തസമാഹരണത്തിനു സഹകരിച്ച, കേരളത്തിലെ വിവിധ ജില്ലകളിലെ ഉപഭോക്താക്കളോടും വസീത്രവിപണനശാലകളിലെ നടത്തിപ്പുകാരോടും തയ്യൽ തൊഴിലാളികളോടും ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ഹാൻഡ്ലും ആൻഡ് ടെക്സ്റ്റയിൽ ടെക്നോളജിയിലെ (തോട്ടുട) അധ്യാപകരോടും അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് ഓഫീസറോടും തെരുവോര കച്ചവടക്കാരോടും കുത്തമ്പുളളി, ചെറുതാഴം, ബാലരാമപുരം പ്രദേശത്തെ നെയ്ത്തുതൊഴിലാളികളോടും സഹകരണ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഭാരവാഹികളോടും ഉള്ള കൃതജ്ഞത പ്രകാശിപ്പിക്കുന്നു.

ഈ പഠനത്തിന് അവസരം തന്ന കാലിക്കറ്റ് സർവ്വകലാശാല മലയാളം വിഭാഗത്തോടുള്ള കടപ്പാട് രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

ബാലചന്ദ്രൻ ബി.

ഉള്ളടക്കം

ആമുഖം	1
അധ്യായം	
1. ഇന്നത്തെ കേരളീയ വസീത്രധാരണം	13
2. വസീത്രം വസീത്രധാരണം ഉപകൂട്ടായ്മ	50
3. കേരളത്തിലെ വസീത്രവിപണനം വിപണന തന്ത്രം കൂട്ടായ്മ	84
4. വിശകലനം	141
5. വിശകലനം (തുടർച്ച)	170
ഉപസംഹാരം	204
അനുബന്ധം	
1. അഭിമുഖം	
i. ഉപഭോക്താവ്	225
ii. വസീത്രവിപണി	234
iii. നെയ്ത്തുമേഖല	234
iv. തയ്യൽ മേഖല	244
v. ഫാഷൻ മേഖല	249
vi. വിതരണ മേഖല	253
vii. ഡിസൈനർ	255
viii. വിശിഷ്ട വ്യക്തി	258
ix. പ്രത്യേക അഭിമുഖം	264
2. പട്ടിക	
i. ചോദ്യാവലി	269
ii. ഉപഭോക്താവ്	274
iii. വസീത്രവിപണി	281
3. രേഖാചിത്രങ്ങൾ	290
4. കൂട്ടായ്മ (ഫോട്ടോ)	336
5. പരസ്യം (ഫോട്ടോ)	342
6. പദകോശം	351
ആവേദക സൂചി	359
ഗ്രന്ഥസൂചി	367

ആമുഖം

അനേകം പാരമ്പര്യമായ കാര്യങ്ങൾ പങ്കിട്ട് അനുഭവിക്കുന്ന വ്യക്തികളുടെ കൂട്ടമാണ് ഒരു കൂട്ടായ്മ (Folk). ആ കൂട്ടായ്മയുടെ അനുഭവപ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ ഉൽപാദിപ്പിക്കപ്പെടുകയും പങ്കുവയ്ക്കപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്ന വസ്തുതകളെ ആണ് അലൻഡൻഡിസ് ഫോക്ലോർ എന്ന് നിർവചിച്ചത് (1978; P. 7). ലോറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഫോക്കിനെയും ഫോക്കിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലോറിനെയും തിരിച്ചറിയുകയാണ് ഫോക്ലോർ പഠനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. വർത്തമാനകാലത്തിൽ നിന്നു കൊണ്ട്, കൂട്ടായ്മയുടെ ഫോക്ലോർ രൂപങ്ങളെ പഠിക്കുകയും അതിന്റെ വെളിച്ചത്തിൽ അതിനെ സൃഷ്ടിച്ച മാനസിക യാഥാർത്ഥ്യത്തെയും അതിനു കാരണമായിട്ടുള്ള പ്രാകൃതികവും സാമൂഹികവുമായ പരിതോവസ്ഥകളെയും ഇവ തമ്മിലും ഇവക്ക് മറ്റ് ഫോക്ലോർ രൂപങ്ങളോടും നിലനിൽക്കുന്ന പാരസ്പര്യത്തെയും ലക്ഷ്യമാക്കി ഉള്ള പഠനം ആണ് ഫോക്ലോർ ആവശ്യപ്പെടുന്നത്. ഈ പഠനത്തിലൂടെ ജനതയെ നേരിട്ട് അറിയാനും അവരുടെ പൊതുസ്വഭാവം മനസ്സിലാക്കാനും കഴിയും. കേരള ജനതയുടെ ഉണമയെ തിരിച്ചറിയാൻ അവരുടെ പൊതുവായ ഫോക്ലോർ പഠിക്കുകയാണ് ഉചിതമായ മാർഗം. അത്തരം ഒരു പഠനത്തിലൂടെ കേരളീയരുടെ ലോകവീക്ഷണവും മാനസിക യാഥാർത്ഥ്യവും പരിവർത്തനദിശയും മനസ്സിലാക്കാൻ കഴിയും.

ഐക്യകേരളം രൂപം കൊണ്ടിട്ട് അത്രയേറെ കാലമൊന്നുമായിട്ടില്ല. അങ്ങനെ നോക്കുമ്പോൾ, കേരളീയ കൂട്ടായ്മക്ക് തീരെ കുറഞ്ഞ കാലയളവിലുള്ള പാരമ്പര്യമേ ഉള്ളൂ. പക്ഷേ, തിരു-കൊച്ചി, മലബാർ, തിരുവിതാംകൂർ എന്നിങ്ങനെ വേർപെട്ടു നിന്നെങ്കിലും സാമൂഹികവും സാംസ്കാരികവുമായി അനവധി കാര്യങ്ങൾ പങ്കിട്ട് അനുഭവിച്ചിരുന്ന പാരമ്പര്യം കേരളീയ ജനതയ്ക്ക് ഉണ്ട്. മലയാളം എന്ന ഭാഷ കൊണ്ടും ഓണം പോലുള്ള പൊതു ഉത്സവങ്ങളും ജന്മി കുടിയാൻ വ്യവസ്ഥയും ജാതി വ്യവസ്ഥയും കൊണ്ടും അങ്ങനെ പലതു കൊണ്ടും ഒരു കേരളീയതാ ബോധം നൂറ്റാണ്ടുകൾക്കു മുമ്പു തന്നെ രൂപപ്പെട്ടിരുന്നു.

കൂട്ടായ്മയുടെ ജീവിതത്തിൽ നിന്ന് ജന്മം എടുക്കുന്നതു നിമിത്തം ഫോക്ലോറിന് മനുഷ്യന്റെ ജീവിതവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു മാത്രമേ അർഥം സിദ്ധിക്കുകയുള്ളൂ. അതിനാൽ അത് ചലനാത്മകവും ആയിരിക്കും. കൂട്ടായ്മയുടെ ജീവിതം മാറുന്നത് അനുസരിച്ച് ഫോക്ലോറിനും മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിക്കാം. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ ഫോക്ലോർ, പാഠങ്ങളെ സൃഷ്ടിച്ചു കൊണ്ടേയിരിക്കും. ജീവനില്ലാത്ത ഒരു വസ്തു ആയാലും കൂട്ടായ്മാ ജീവിതത്തിൽ ഇടപെടുമ്പോൾ അത് സവിശേഷമായ ചില അർത്ഥങ്ങളും അവസ്ഥകളും ഉൽപാദിപ്പിക്കും. ഇടപെടുന്ന സന്ദർഭത്തിന്റെ പ്രത്യേകത അനുസരിച്ച് വസ്തുവിന്റെ അർത്ഥത്തിൽ വ്യത്യാസം വന്നു ചേരും.

പഠനലക്ഷ്യം

കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളെ ഒരു കൂട്ടായ്മയാക്കിത്തീർക്കുന്നതിൽ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും വഹിക്കുന്ന പങ്കിനെക്കുറിച്ച് വിശദമാക്കുകയും വിലയിരുത്തുകയുമാണ് ഈ ഗവേഷണത്തിന്റെ മുഖ്യലക്ഷ്യം. കേരളത്തിലെ വൈവിധ്യമാർന്ന ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ പൊതുസ്വഭാവത്തെയും അവയ്ക്ക് സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന പരിണാമങ്ങളെയും സാമാന്യ വൽക്കരിക്കുന്നതിലൂടെയാണ് ഈ ലക്ഷ്യം സാധ്യമാക്കുന്നത്.

ജന്മികൂടിയാൻ വ്യവസ്ഥയിലൂടെയും പിൻക്കാലത്ത് ജനാധിപത്യ-സോഷ്യലിസ്റ്റ് ആശയങ്ങളുടെ വ്യാപനത്തിലൂടെയും കേരളീയ കൂട്ടായ്മ കടന്നുവന്നു. മുതലാളിത്തവും കേരളീയ സമൂഹത്തെ ബാധിച്ചു. മേൽപറഞ്ഞ കാര്യങ്ങളുടെ പിൻബലം എന്ന നിലക്ക് ആധുനികതയും അതിനു ശേഷം ഉത്തരാധുനികതയും പ്രവർത്തിച്ചതായി മനസ്സിലാക്കണം. വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും ഇത് ഏറെ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിത്തീർത്തു. ഇക്കാര്യത്തിൽ വന്നു ഭവിച്ചതും വന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതുമായ പരിണതികളെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുക എന്നത് ഈ പഠനത്തിന്റെ വേറൊരു ലക്ഷ്യമാണ്.

വസ്ത്രം, മറ്റൊന്നിനെക്കാളും ഉപരി ഒരു ഉപഭോഗ വസ്തു ആയിത്തീർന്നിരിക്കുകയാണ്. കേരളീയ കൂട്ടായ്മക്ക് അതിനോടുള്ള സമീപനം എന്താണ് എന്ന് കണ്ടെത്തുക ഈ പഠനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം ആണ്.

പഠനത്തിന്റെ പ്രസക്തി

ഭൗതിക സംസ്കാര പഠനത്തിൽ കൂട്ടായ്മ എടുത്തു പെരുമാറുന്ന വസ്തുക്കളുടെ പഠനത്തിന് വളരെ ഏറെ പ്രാധാന്യം ഉണ്ട്. ഇത്തരം കാര്യങ്ങളെ ഭൗതിക സംസ്കാരം (Material culture) ആയിട്ടാണ് ഫോക്ലോർ പഠനം പരിഗണിക്കുന്നത് (R.M. Dorson; P. 19). വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും ഭൗതിക സംസ്കാര പഠനശാഖയിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. പ്രതിരൂപാത്മകമായ സ്വഭാവവും അബോധപൂർവമായ ആശയവിനിമയം സാധ്യമാക്കുന്ന രീതിയും ഫോക്ലോറിന് ഉണ്ട്. അപ്രകാരം, പ്രകാശനോപാധി എന്ന നിലയിലും വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണത്തെയും പറ്റി പഠിക്കുന്നത് പുതിയ അറിവിന്റെ ഉൽപാദനത്തിലേക്ക് നയിക്കും. കേരളീയ കൂട്ടായ്മയിൽ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും ഏതു തരത്തിലാണ് ഇടപെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത് എന്നും അതിന്റെ പ്രതിരൂപാത്മകമായ പ്രാതിനിധ്യം എന്താണ് എന്നും അന്വേഷിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

നവോത്ഥാനത്തിന്റെയും, സോഷ്യലിസ്റ്റ് - ജനാധിപത്യചിന്തകളുടെയും മറ്റും സ്വാധീനം കൊണ്ട്, പുതിയ കാലത്ത് കേരളീയ സംസ്കാരത്തിന് കാര്യമായ മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിച്ചു. പാശ്ചാത്യവൽക്കരണം നമ്മുടെ സമൂഹത്തിന്റെ എല്ലാ തലങ്ങളിലും പരിവർത്തനങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കി. ചിഹ്നവ്യവസ്ഥയുടെ ഭാഗം കൂടിയായ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും സാമൂഹികമായ അവസ്ഥാഭേദങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായി അർത്ഥ മാറ്റം സംഭവിച്ചു. പടിഞ്ഞാറൻ, ഉത്തരേന്ത്യൻ, വസ്ത്രമാതൃകകൾ കേരളത്തിലെ ജനങ്ങൾ ധാരാളമായി പരിചയപ്പെട്ടു. വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ ജനകീയ വൽക്കരണവും കേരളീയരുടെ തൊഴിൽ തേടിയുള്ള പ്രവാസജീവിതവും അന്യദേശത്തുള്ള വസ്ത്രമാതൃകകളെ അതിവേഗം നാട്ടിലെത്തിക്കാൻ ഇടവരുത്തി. അപ്പോഴും കേരളീയ ജനത കടം കൊണ്ട പാഠങ്ങളിൽ നിന്നും പുതിയ പാഠങ്ങളെ സൃഷ്ടിച്ചു കൊണ്ടാണ് സ്വീകരിച്ചത്. വസ്ത്രത്തിന്റെ രൂപത്തിലും വസ്ത്ര ധാരണത്തിലും വസ്ത്രത്തോടുള്ള പെരുമാറ്റത്തിലും കേരളീയ പാഠങ്ങൾ നിലവിൽ വന്നു. ഉദാഹരണമായി പെറ്റിക്കോട്ട് എന്ന വസ്ത്രം പാശ്ചാത്യം ആണ്. കേരളീയ കൂട്ടായ്മ അതിന്റെ ധർമ്മത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തിയിരിക്കുന്നു. പെറ്റിക്കോട്ടിനെ അടിവസ്ത്രം ആയിട്ടും, രൂപമാറ്റം വരുത്തി വെളിയിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രം ആയിട്ടും ഉപയോഗിക്കുകയാണ്. കേരളത്തിലെ ഗ്രാമീണ ജനത പെറ്റിക്കോട്ടിനെ ബാലികമാരുടെ വീട്ടുവസ്ത്രം ആയിട്ടും ഉപയോഗിക്കുന്നു.

കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മകൾ വസീത്രധാരണത്തിലൂടെയാണ് സ്വത്വം സ്ഥാപിച്ചിരുന്നത്. ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായും സാംസ്കാരികമായും വർത്തിച്ചിരുന്ന ഉപകൂട്ടായ്മകൾ വസീത്രത്തിലൂടെയും വസീത്രധാരണത്തിലൂടെയും തങ്ങളെ ലോകത്തിനു മുമ്പിൽ പ്രകാശിപ്പിച്ചിരുന്നു. സവർണരെയും അവർണരെയും തിരിച്ചറിഞ്ഞിരുന്നത് വസീത്രധാരണത്തിലൂടെ ആയിരുന്നു. സവർണർക്ക് ഇടയിലെയും അവർണർക്ക് ഇടയിലെയും വൈജാത്യങ്ങൾ തിരിച്ചറിഞ്ഞതും വസീത്രം ധരിച്ചുള്ള പെരുമാറ്റ രീതികളിലൂടെ ആയിരുന്നു. സമൂഹത്തെ ഭരിച്ചിരുന്ന രാഷ്ട്രീയ ഘടനയ്ക്ക് മാറ്റം സംഭവിച്ച് ജനാധിപത്യക്രമം വന്നു ചേരുമ്പോൾ സവർണാവർണഭേദം ഇല്ലാതായിത്തീരുകയാണ്. എല്ലാവരുടെയും വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും ഒന്നായിത്തീരുന്നു. ഈ ഒരു ഘട്ടത്തിൽത്തന്നെ പടിഞ്ഞാറൻ അനുകരണങ്ങളും ഉണ്ടാവുക ആണ്. അതിന് സമൂഹത്തിന്റെ അനുമതി ലഭിക്കുന്നു. ഒരു വിലക്കും ബാധിക്കാത്തത് എന്ന രീതിയിൽ പുത്തൻ വസീത്രധാരണ രീതിക്ക് അംഗീകാരം സിദ്ധിക്കുക ആണ്. ഇത്തരത്തിൽ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ട പശ്ചാത്തലത്തിൽ ആണ് ആഗോളീകരണത്തിന്റെ പ്രത്യയശാസ്ത്ര നിർമ്മിതി സാധ്യം ആകുന്നത്. അപ്രകാരം ഉദാഹരിക്കുന്നതിലൂടെ ഉപഭോഗവൽക്കരണം യാഥാർത്ഥ്യം ആയിത്തീരുക ആണ്. ചരിത്ര ഘട്ടങ്ങളെ വേർതിരിച്ച് പരിശോധിക്കുമ്പോൾ വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും പരിണമിച്ചത് ഇത്തരം ഒരു പ്രക്രിയയിലൂടെ ആണ് എന്ന് മനസ്സിലാക്കും. എല്ലാ അതിരുകളെയും ഇല്ലായ്മ ചെയ്യുക എന്നത് വിപണിയുടെ സ്വഭാവം ആണ്. അങ്ങനെയാണ്, ഇവിടെ പ്രായം, ലിംഗം, ജാതി, വർഗം എന്നിങ്ങനെ വസീത്രം കൊണ്ടു തന്നെ, സമൂഹം അടയാളപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള വ്യത്യാസം അപ്രത്യക്ഷം ആയത്. ഇതിനെ തുടർന്ന് വസീത്രം ചരക്കായി പുനർനിർവ്വചിക്കപ്പെടുന്നു. അത്തരത്തിൽ ഏതും ആർക്കും ഉപയോഗിക്കാം എന്ന തരത്തിൽ വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും അന്യവൽക്കരിക്കപ്പെട്ടപ്പോൾ ഉപകൂട്ടായ്മകൾ വസീത്രത്തിലൂടെ നിർവ്വഹിച്ചുകൊണ്ടിരുന്ന ആശയ പ്രകാശനധർമ്മം അപ്രസക്തം ആയിത്തീരുന്നു. ഈ ഒരു വിപണീകൃതമായ പ്രക്രിയ കേരളത്തിലെ ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണ രീതിയെയും ബാധിച്ചു. മേൽ പ്രസ്താവിച്ച തരത്തിലുള്ള വസീത്രസംബന്ധമായ സ്വീകാര തിരസ്കാരങ്ങളുടെയും പരിണാമങ്ങളുടെയും രീതി നിരീക്ഷണത്തിലൂടെ, കേരളജനതയുടെ വികാസത്തിന്റെ ചുവടുവയ്പ്പ് എങ്ങോട്ട് ആണെന്ന് കൃത്യമായി അടയാളപ്പെടുത്താൻ കഴിയും.

പൂർവകാല പഠനങ്ങൾ

പ്രശസ്ത ചരിത്രകാരനായ പി. ഭാസ്കരനൂണി 'പത്തൊമ്പതാം നൂറ്റാണ്ടിലെ കേരളം' എന്ന പുസ്തകത്തിൽ, പ്രസ്തുത നൂറ്റാണ്ടിലെ ജാതി വ്യവസ്ഥ കേരളത്തിലെ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും എങ്ങനെ ഇട പെട്ടു എന്ന് വിസ്മയിച്ചു പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇതിനായി വസ്ത്രം എന്നൊരു അധ്യായം തന്നെ ഈ പുസ്തകത്തിൽ മാറ്റി വെച്ചിരിക്കുന്നു.

ഹമീദ് ഖേനമംഗലൂർ, 'പർദയുടെ മനശ്ശാസ്ത്രം' എന്ന പുസ്തകത്തിലൂടെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകളുടെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും മതം ഇടപെടുന്നതിനെക്കുറിച്ചുള്ള യുക്തിപൂർവമായ അന്വേഷണമാണ് നടത്തിയിരിക്കുന്നത്.

ജെ. ദേവിക ആനുകാലികങ്ങളിലൂടെയും പുസ്തകങ്ങളിലൂടെയും കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകളുടെ സ്വത്വനിർമ്മിതിയുടെ ഭാഗമായുള്ള വസ്ത്രത്തിന്റെ ഇടപെടലിനെക്കുറിച്ച് വിവിധ കാലഘട്ടങ്ങളിൽ നടത്തിയ ചരിത്രപരമായ നിരീക്ഷണങ്ങൾ ശ്രദ്ധേയമാണ്.

J.C. Flugel എഴുതിയ " Psychology of Clothes', വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണത്തെയും കുറിച്ചുള്ള മനശ്ശാസ്ത്രപരമായ വെളിച്ചം നൽകുന്ന പുസ്തകമാണ്.

Richard. M. Dorsen, 'Folklore and Folk life An Introduction' എന്ന പുസ്തകത്തിൽ വസ്ത്രം എന്ന ഫോക്ലോർ രൂപത്തെയും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കൂട്ടായ്മയെയും ഗൗരവമായി നിരീക്ഷിച്ചിട്ടുണ്ട്.

Richard, M. Martin എഴുതിയ 'Addressing the Dress' എന്ന പുസ്തകത്തിൽ പുതിയ കാലത്തിന്റെ വെളിച്ചത്തിൽ വസ്ത്രത്തെ വിശകലനം ചെയ്തിരിക്കുന്നു.

ഫോക്ലോർ എന്ന വിഷയത്തിൽ, കേരളത്തിലെ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണത്തെയും പറ്റി നാളിതുവരെ ഒരു തരത്തിലുള്ള പഠന ഗവേഷണങ്ങളും നടന്നിട്ടില്ല.

പഠനമേഖല

ഇത്, കേരളീയ കൂട്ടായ്മയുടെ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണത്തെയും കുറിച്ചുള്ള പഠനം ആണ്. കൂട്ടായ്മയെ നിർണയിക്കുന്നതിൽ വസ്ത്രത്തിനും വസ്ത്രധാരണത്തിനും സവിശേഷമായ സ്ഥാനമാണ് ഉള്ളത് എന്ന നിരീക്ഷണത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് പഠനമേഖലയെ ചിട്ടപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളത്. എന്നാൽ, നാടോടി കലാരൂപങ്ങളിലെയും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിലെയും ഉടുത്തുകെട്ടുകളും അണിയലുകളും ഈ ഗവേഷണത്തിന്റെ പരിധിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടില്ല. നാടോടി കലാരൂപങ്ങളിലെ വസ്ത്രത്തിനും വസ്ത്രധാരണത്തിനും സാധാരണജീവിതത്തിലേതിൽ നിന്ന്, ധർമ്മപരമായും പ്രതീകപരമായും വ്യത്യസ്തമായ നിർവഹണം ആണ് ഉള്ളത്. ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിലെ അണിയലുകളുടെയും ഉടുത്തുകെട്ടുകളുടെയും പ്രതീകാത്മക പ്രാതിനിധ്യവും തീർത്തും വ്യത്യസ്തമായ മാനങ്ങളിലാണ് ഉരുവം കൊള്ളുന്നത്. ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ നിന്നും ഭിന്നമായി നാടോടി കലാരൂപങ്ങളിലെയും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിലെയും വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണ രീതിയും സംബന്ധിച്ചുള്ള മാറ്റം തീരെ മന്ദഗതിയിൽ ആണ് സംഭവിക്കുന്നത്. വിപണിയുടെ ഗതിവിഗതികളും മറ്റും അതിനെ നേരിട്ട് സ്വാധീനിക്കാറില്ല.

കേരളം മുഴുവൻ ഉൾപ്പെട്ട ദേശപരമായ മേഖലയാണ് ഈ ഗവേഷണത്തിന്റെ മണ്ഡലം. പഠനത്തിന്റെ നിർവഹണത്തിനായി കേരളത്തിന്റെ വ്യത്യസ്ത പ്രദേശങ്ങളിൽ നിന്നും ദത്തസമാഹരണം നടത്തിയിരിക്കുന്നു. ദേശം, കാലം, എന്നീ വ്യത്യസ്ത അവസ്ഥകളിൽ നിന്ന് രൂപം കൊള്ളുന്ന ഉപകൂട്ടായ്മകളെയാണ് പഠനത്തിന് ഉപാദാനമായി സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. കേരളത്തിൽ ഇക്കഴിഞ്ഞ ഒരു നൂറ്റാണ്ടുകാലത്ത് വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും സംഭവിച്ച മാറ്റങ്ങളെയും ചർച്ചക്ക് വിധേയമാക്കിയിരിക്കുകയാണ്.

പഠനരീതി

ദത്ത സമാഹരണം, ദത്ത വിശകലനം, വ്യാഖ്യാനം, അവതരണം എന്നീ നാലു ഘട്ടങ്ങൾ ഏതൊരു പഠനശാഖക്കും ഉണ്ട്. പഠന വിഷയം ആവശ്യപ്പെടുന്ന ലക്ഷ്യത്തിന് അനുസരിച്ച് പ്രസ്തുത നാലു തലങ്ങളിലു മുള്ള പ്രവർത്തനക്രമം ചിട്ടപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. അഥവാ, പഠനത്തിന്റെ

ലക്ഷ്യത്തിന് അനുസരിച്ചാണ് പഠനപദ്ധതി രൂപീകരിക്കേണ്ടതെന്നു തീരുമാനിക്കാവുന്നതാണ്.

കൂട്ടായ്മയിൽ നിന്നാണ് ഫോക്ലോർ പഠനത്തിന്റെ ദത്തങ്ങൾ പ്രധാനമായും സമാഹരിക്കപ്പെടുന്നത്. 'വസീത്രം വസീത്രധാരണം കേരളീയ കൂട്ടായ്മ' എന്നതാണ് ഈ പഠനത്തിന്റെ വിഷയം. ഈ പഠന വിഷയത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം നിറവേറ്റാൻ അനുകൂലമായ ദത്തങ്ങൾ, വസീത്രവും വസീത്രധാരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വ്യത്യസ്തങ്ങളായ ഉപകൂട്ടായ്മകളിൽ നിന്നും മറ്റ് അനുബന്ധ കേന്ദ്രങ്ങളിൽ നിന്നും ശേഖരിച്ചിരിക്കുകയാണ്. ദത്ത സമാഹരണത്തിനായി വ്യത്യസ്ത തന്ത്രങ്ങൾ പ്രയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്. ചോദ്യാവലി, നിരീക്ഷണം, അഭിമുഖം, സംശയനിവാരണം തുടങ്ങിയ തികച്ചും വ്യത്യസ്തങ്ങളായ രീതികളാണ് സ്വീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്.

രണ്ടാംഘട്ടം വിശകലനം ആണ്. സമാഹരിച്ച ദത്തങ്ങളെ വ്യാഖ്യാനത്തിന് അനുകൂലമായി വിശകലനം ചെയ്യുന്ന രീതിയിലാണ് വിശകലനം നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്. ദത്തങ്ങളെ പ്രബന്ധ ശരീരത്തിൽ നേരിട്ടു ചേർക്കാതെ വർഗീകരിച്ച് അനുബന്ധത്തിൽ കൊടുത്തശേഷം ആവശ്യ പ്രകാരം ചർച്ചയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്ന രീതിയാണ് സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്.

വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും നിരന്തരം പരിവർത്തനത്തിന് വിധേയമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. അതു കൊണ്ടു തന്നെ ഈ പഠനം സങ്കീർണമായ അവസ്ഥ നേരിടുന്നുണ്ട്. വസീത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഫോക്ലോർ ജനസ്സുകളെ പഠിക്കുന്നതും വ്യാഖ്യാനിക്കുന്നതും നിലവിലുള്ള സിദ്ധാന്തങ്ങളും സങ്കല്പനങ്ങളും മാത്രം ഉപയോഗിച്ച് നിർവഹിക്കാനാവില്ല. വ്യത്യസ്ത സ്വഭാവം വച്ചു പുലർത്തുന്ന ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ സംഘാതമായ ഒരു വലിയ കൂട്ടായ്മയുടെ അവബോധത്തെയാണ് മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. വസീത്രം വഴിയുള്ള പെരുമാറ്റരീതിയിലൂടെയാണ് പ്രസ്തുത അവബോധം പ്രകാശിപ്പിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. അതിനാൽ ബാഹ്യമായ സിദ്ധാന്തങ്ങളോടും സങ്കല്പനങ്ങളോടും ഒത്തുചേർന്നോ, ചിലപ്പോൾ അവയെക്കാൾ പ്രാധാന്യത്തോടെയോ ഓരോ വിഷയത്തിലുമുള്ള ദത്തങ്ങളുടെ സാമാന്യവൽക്കരണത്തെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.

പ്രബന്ധ സംവിധാനം

പ്രബന്ധ സംവിധാനം എന്നത് ഏതൊരു ഗവേഷണ പ്രബന്ധത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളവും ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്. വൈവിധ്യതയുള്ള

ദത്തങ്ങളും അവയുടെ വിശകലനവും വ്യാഖ്യാനത്തിനായി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്ന സിദ്ധാന്തങ്ങളും സങ്കല്പനങ്ങളും ഇവയൊക്കെ ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടുള്ള വ്യാഖ്യാനങ്ങളുമെല്ലാം പ്രയാസകരമായ പ്രക്രിയകളാണ്. മുകളിൽ പ്രസ്താവിച്ച തരത്തിലുള്ള ഘടകങ്ങളെ കൂട്ടിയിണക്കി ലക്ഷ്യത്തിന് അനുഗുണമായി സാക്ഷാൽക്കരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഈ ഗവേഷണപ്രബന്ധത്തിന്റെ സംവിധാനം താഴെ പറയും പ്രകാരമാണ് നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്.

ഈ പ്രബന്ധത്തിന് 3 ഭാഗങ്ങളുണ്ട്. പ്രബന്ധത്തിന്റെ മുന്നിലും പിന്നിലുമായി യഥാക്രമം ആമുഖവും അനുബന്ധങ്ങളും ഉണ്ട്. ആമുഖത്തിൽ ഗവേഷണ വിഷയത്തെ വിശദമായി പരിചയപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. ഒന്നും രണ്ടും മൂന്നും അധ്യായങ്ങളിൽ ദത്തങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരണവും വിശദമായ ചർച്ചയും പൊതുനിഗമനങ്ങളുമാണ് ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. നാലും അഞ്ചും അധ്യായങ്ങളിൽ വ്യാഖ്യാനമാണ് നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്.

ഈ പ്രബന്ധത്തിന്റെ ആമുഖത്തിൽ വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും സംബന്ധിച്ച പ്രശ്നങ്ങളും പരികല്പനകളും മുന്നോട്ടു വെച്ചിരിക്കുന്നു. പ്രസ്തുത പ്രശ്നങ്ങളും പരികല്പനകളും പ്രബന്ധത്തിലാകമാനം ചർച്ച ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. പ്രസ്തുത ചർച്ചയുടെ വെളിച്ചത്തിൽ സ്വരൂപിച്ച ആശയങ്ങളുടെ സംഗ്രഹമാണ് ഉപസംഹാരത്തിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്നത്. പ്രബന്ധത്തിന്റെ ആവശ്യത്തിനായി പ്രയോജനപ്പെടുത്തിയ ആവേദകരെയും ഗ്രന്ഥങ്ങളെയും കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ അനുബന്ധത്തിൽ ചേർത്തിട്ടുണ്ട്. പ്രബന്ധത്തിലും അനുബന്ധത്തിലും സൂചിപ്പിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന സാങ്കേതിക പദങ്ങൾ നിർദ്ദിഷ്ട സ്ഥലത്ത് വിശദീകരിച്ചാൽ പ്രബന്ധത്തിലെ ആശയങ്ങളുടെ തുടർച്ചയെ ബാധിക്കുമെന്നതിനാൽ അവ ക്രോഡീകരിച്ച് പദകോശം എന്ന നിലയിൽ അനുബന്ധത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.

പ്രബന്ധ സ്വരൂപം

അധ്യായ വിഭജനം

‘വസീത്രം വസീത്രധാരണം കേരളീയ കൂട്ടായ്മ’, എന്ന പ്രബന്ധത്തിന്റെ ഉദ്ദേശ്യലക്ഷ്യങ്ങൾ, താഴെകൊടുക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള അധ്യായവിഭജനത്തിലൂടെയാണ് നിർവഹിക്കുന്നത്.

അധ്യായം 1 - ഇന്നത്തെ കേരളീയ വസീത്രധാരണം

ഇന്ന് കേരളത്തിൽ താമസിക്കുന്ന മലയാളികളുടെ വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ ആണ് ഈ അധ്യായത്തിൽ ചേർക്കുന്നത്. കേരളത്തിലെ സീതീപുരുഷന്മാർ ജീവിതത്തിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളിൽ ധരിക്കുന്ന വസീത്രങ്ങളുടെ തരംതിരിച്ചുള്ള വിപുലവും വിശദവുമായ വിവരണമാണ് ഈ അധ്യായത്തിൽ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്നത്. വസീത്രത്തിന്റെ വിവിധ പാഠങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരണം ഈ അധ്യായത്തിലുണ്ട്. മലയാളികളുടെ വസീത്രധാരണത്തിൽ സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന മാറ്റത്തെക്കുറിച്ച് അറിയാൻ ഈ അധ്യായത്തിലെ വിവരങ്ങൾ പ്രയോജനപ്പെടും.

അധ്യായം 2 - വസീത്രം വസീത്രധാരണം ഉപകൂട്ടായ്മ

കേരളത്തിൽ താമസിക്കുന്ന മലയാളികളെ അനേകം ഉപകൂട്ടായ്മ കളായി തരംതിരിക്കാവുന്നതാണ്. വ്യത്യസ്ത കൂട്ടായ്മകൾ വളരെ വൈവിധ്യമാർന്ന കാര്യങ്ങൾ പങ്കിട്ട് അനുഭവിക്കുന്നു.

മതം, ജാതി, തൊഴിലിടങ്ങൾ, വയസ്സ്, ലിംഗം എന്നിങ്ങനെ വിവിധ കാര്യങ്ങളെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി കൂട്ടായ്മകൾ ഉണ്ടാകുന്നു. നഗരക്കൂട്ടായ്മകളും ഗ്രാമക്കൂട്ടായ്മകളും നിലവിൽ ഉണ്ട്. വ്യത്യസ്ത കൂട്ടായ്മകളിൽ നില കൊള്ളുമ്പോഴും ഒരു വലിയ കൂട്ടായ്മയുടെ ഭാഗമായി ചില പൊതു കാര്യങ്ങൾ പങ്കിട്ട് അനുഭവിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയ ഇവിടെ നടക്കുന്നു. കൂട്ടായ്മകളെ നിലനിർത്തുന്നതിൽ വസീത്രത്തിനും വസീത്രധാരണത്തിനും കാര്യമായ പങ്കുണ്ട്. ഇതൊക്കെ ഈ അധ്യായത്തിൽ വിശദലനം ചെയ്യുന്നു.

കേരളത്തിൽ ഇന്ന് നിലവിലുള്ള വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും നിലവിൽ വന്നിട്ട് ഏകദേശം ഒരു നൂറ്റാണ്ടുകാലത്തെ പഴക്കമേ ഉള്ളൂ. കുറച്ചു മാത്രം വസീത്രം ധരിച്ച് മലയാളികൾ നടന്നതിന്റെ ചരിത്രം രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ജാതിപരമായുള്ള അടയാളം വ്യക്തമാകുന്ന തരത്തിലുള്ള വസീത്രധാരണം നിർബന്ധമായിരുന്ന സാമൂഹികാവസ്ഥ കേരളത്തിൽ നിലവിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു. അതിനെക്കുറിച്ചുള്ള അന്വേഷണം ഈ അധ്യായത്തിൽ ഉണ്ട്.

ഇന്ന് കേരളത്തിലെ ഉപകൂട്ടായ്മകൾ ധരിക്കുന്ന വസീത്രങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച് വിവിധ പ്രദേശങ്ങളിൽനിന്ന് ലഭ്യമായ ദത്തങ്ങളുടെ വിശദലനം ഈ അധ്യായത്തിൽ നടത്തിയിരിക്കുന്നു.

അധ്യായം 3 - കേരളത്തിലെ വസീത്രവിപണനം വിപണന തന്ത്രങ്ങൾ കൂട്ടായ്മ

കേരളം ഒരു വലിയ വിപണിയാണ്. ധാരാളം വസീത്ര മാതൃകകൾ ഇവിടെ വിറ്റ് അഴിയുന്നു. വിപണിയുടെ രൂപപ്പെടലും വിപണിയും മുതലാളിത്തവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധപ്പെടലും ഈ അധ്യായത്തിൽ ചർച്ചക്ക് വിധേയമാക്കുന്നു.

സീതീപുരുഷ സൗന്ദര്യത്തിന്റെ പാരമ്പര്യമായ കാഴ്ചപ്പാടും നിലവിലുള്ള സൗന്ദര്യധാരണയും ചർച്ചാവിഷയമായിട്ടുണ്ട്. വസീത്രത്തിന്റെ നിറം, ശൈലി, വരമാതൃക തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളെ വിശദമായി ഈ അധ്യായത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നു.

കേരളത്തിലെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും സംബന്ധിച്ച താല്പര്യങ്ങളും വിശകലന വിധേയമാക്കുന്നുണ്ട്.

വസ്ത്രവിപണിക്കനുക്യലമായ പ്രത്യയശാസ്ത്രവ്യാപനത്തിന് സഹായം ഏകുന്ന പരസ്യങ്ങളുടെ ആശയസംഹിതയും വ്യാപന രീതികളും ഈ അധ്യായത്തിൽ വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്നു. സ്ത്രീയെ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങളാണ് സമൂഹത്തിൽ നിറഞ്ഞുനിന്നത്. അടുത്ത കാലത്ത് പുരുഷനെ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങൾ കണ്ടു തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. പുരുഷന്റെ നഗ്നതയും പരസ്യത്തിലെ, കാഴ്ചയുടെ കേന്ദ്രമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ വിഷയവും വിശദമായ ചർച്ചക്ക് വിധേയമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

അധ്യായം 4 - വിശകലനം

കേരളത്തിലെ വിവിധ കൂട്ടായ്മകളിൽ നിന്ന് ശേഖരിച്ച വിപുലമായ ദത്തങ്ങളുടെ വിശകലനം ആണ് ഈ അധ്യായത്തിലൂടെ നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്. വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും സംബന്ധിച്ച കാര്യത്തിൽ കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മകളുടെ നിലപാടുകൾ ഇവിടെ ചർച്ചക്ക് വിഷയമാകുന്നുണ്ട്. പല തരത്തിലുള്ള വിപണന താല്പര്യങ്ങളും ആഗോളവത്കരണം ഇതിൽ ചെലുത്തുന്ന സ്വാധീനവും വിശകലന വിധേയമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

അധ്യായം 5 - വിശകലനം (തുടർച്ച)

ഈ അധ്യായം, നാലാം അധ്യായത്തിലെ വിശകലനത്തിന്റെ തുടർച്ചയാണ്. കേരളത്തിൽ നിലവിലുള്ള മതം, ജാതി, സമ്പത്ത്, അധികാരം എന്നീ ഘടകങ്ങൾ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണരീതിയിലും എങ്ങനെ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നു എന്നും അതിന്റെ പരിണതികളെന്താണെന്നും ഈ അധ്യായത്തിൽ വിശദമാക്കുന്നു. കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മകളുടെ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണരീതികളെയും സ്വാധീനിക്കുന്ന ഉപാധികളെ കുറിച്ച് ഇവിടെ പ്രതിപാദിക്കുന്നുണ്ട്.

ഉപസംഹാരം

വസ്ത്രം, വസ്ത്രധാരണം കേരളീയ കൂട്ടായ്മ എന്ന വിഷയത്തെ ആസ്പദമാക്കി നടത്തിയ പഠനത്തിൽ, വിവിധ അധ്യായങ്ങളിൽ പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്ന വ്യാഖ്യാനങ്ങളെ ക്രോഡീകരിച്ച് ഉപസംഹാരത്തിൽ ചേർക്കു

കയാണ്. ഈ ഗവേഷണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കണ്ടെത്തലുകളുടെ സംക്ഷിപ്ത വിവരണം ഉപസംഹാര ഭാഗത്ത് ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.

ഉപസംഹാരത്തിനുശേഷം അഭിമുഖം, പട്ടിക, രേഖാചിത്രങ്ങൾ, ഫോട്ടോ, പദകോശം, ആവേദകസൂചി, ഗ്രന്ഥസൂചി എന്നിവ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

അധ്യായം 1

ഇന്നത്തെ കേരളീയ വസീത്രധാരണം

കേരളത്തിലെ സീതീപുരുഷന്മാരുടെ ഇന്നത്തെ വസീത്രങ്ങളെയും വസീത്രധാരണത്തെയും സംബന്ധിച്ച വിശദീകരണമാണ് ഈ അധ്യായത്തിൽ ചേർക്കുന്നത്. വിവിധ കൂട്ടായ്മകൾ, വയസ്സ്, തൊഴിൽ, ജാതി, മതം, ലിംഗം എന്നിവകൾക്കും പകൽ, രാത്രി എന്നീ ദിനാവസ്ഥകൾക്കും അനുസരിച്ച് ഏതേതൊക്കെ വസീത്രങ്ങൾ ധരിക്കുന്നുവെന്നും അവ ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന അർഥം എന്ത് എന്നും ആണ് ഇവിടെ വിശദമാക്കുന്നത്.

ബാല്യകൗമാര യൗവന വാർധക്യാവസ്ഥകൾക്ക് അനുസൃതമായി ഏതൊക്കെ വസീത്രങ്ങൾ ഏതു രീതിയിൽ ധരിക്കുന്നുവെന്നതിനെക്കുറിച്ചാണ് ആദ്യം അന്വേഷിക്കുന്നത്. ഒരു പാരമ്പര്യസമൂഹത്തിൽ വയസ്സ് അനുസരിച്ച് അനുഷ്ഠിക്കേണ്ട ധർമ്മങ്ങൾ ഉണ്ട്. വസീത്രം ഒരു അടയാളം കൂടിയാണ്. അപ്പോൾ തിരിച്ചറിവിന്റെ അവസ്ഥ സൂഷ്ടിക്കാൻ വയസ്സ് അനുസരിച്ചുള്ള വസീത്രം ധരിക്കേണ്ടിവരും. പുതിയ കാലത്ത് അത്തരത്തിലുള്ള ധർമ്മവിഭജനങ്ങളിൽ ചിലവ പൂർണ്ണമായും അപ്രത്യക്ഷമായി; ചിലവ ഭാഗികമായും. സാമൂഹികാവസ്ഥ മാറുമ്പോൾ, സ്വാഭാവികമായും അതിനോടൊപ്പം നിൽക്കുന്ന ധർമ്മവും അർഥവും മാറും. വയസ്സ് അനുസരിച്ച് നിർണ്ണയിച്ചിരുന്ന പല കർത്തവ്യങ്ങളും പുതിയ കാലത്ത് നിലനിൽക്കുന്നില്ല. മരുമക്കത്തായത്തിൽ നിന്നും മക്കത്തായത്തിലേക്ക് കുടുംബവ്യവസ്ഥ മാറിയപ്പോൾ കുടുംബനാഥൻ മാറുകയാണ്. അമ്മാവൻ ചെയ്തിരുന്ന പല കൃത്യങ്ങളും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളും അച്ഛനിൽ വന്നു ചേർന്നു. അതുപോലെ ജനാധിപത്യ വ്യവസ്ഥയിലേക്ക് ഭരണക്രമം മാറിയപ്പോൾ വ്യക്തിക്ക് കൂടുതൽ സ്വാതന്ത്ര്യം കൈവന്നു. വ്യക്തിസ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെ പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകകൾ നമ്മുടെ സമൂഹത്തിലും അനുകരിക്കാൻ തുടങ്ങി.

സാമൂഹികശാസീത്രം, മനശ്ശാസീത്രം, നരവംശശാസീത്രം തുടങ്ങിയ വിജ്ഞാന ശാഖകളിലെ പല സിദ്ധാന്തങ്ങളും ജനകീയമായിത്തീർന്നു. സംസ്കാരം തീർത്ത പല വിഭജനങ്ങളും അശാസീതീയമാണ് എന്നു തെളിയിക്കപ്പെട്ടു. മനുഷ്യന്റെ ഉത്പത്തി, പരിണാമം തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച അറിവ് ലോകത്ത് മനുഷ്യർ എല്ലാം ഒന്നാണ് എന്ന ചിന്തക്ക്

അടിത്തറ ഇട്ടു. എന്നാൽ, സംസ്കാരപരമായി കീഴ്ത്തട്ടിലും മുകൾ തട്ടിലും ഉൾപ്പെടുന്ന മനുഷ്യർ ഉണ്ട് എന്ന് സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടു. സാംസ്കാരികമായി വികസിച്ച മനുഷ്യർ പടിഞ്ഞാറ് ഉള്ളവരാണ് എന്നും സ്ഥിരീകരിച്ചു. അവർക്ക് ഒപ്പം വളരാൻ ജീവിതക്രമത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തണം എന്ന അറിവ് ലോകം എങ്ങും വ്യാപിച്ചു. രാഷ്ട്രീയ അധികാരം കൂടി പടിഞ്ഞാറൻ ശക്തികളുടെ കൈയിൽ അമർന്ന കാലത്ത്, മുകളിൽ പറഞ്ഞ ആശയങ്ങൾ പലപ്രകാരത്തിലും ജനങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ അവർക്ക് പ്രയാസം ഉണ്ടായില്ല. കേരളത്തിൽ നിലനിന്നിരുന്ന പല ഉപകൂട്ടായ്മകളും രാഷ്ട്രീയമായും സാംസ്കാരികമായും ഇല്ലാതായതും പാശ്ചാത്യ വൽക്കരണത്തിലൂടെ ആണ്. പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകയിൽ രൂപംകൊണ്ട കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മകളുടെ ആവശ്യങ്ങളും പടിഞ്ഞാറിന്റെ രീതികളിലേക്ക് മെല്ലെ ചായാൻ തുടങ്ങി. അങ്ങനെ ആണ് ഇവിടെ നിലവിൽ ഉണ്ടായിരുന്ന പല വസ്ത്രങ്ങളും വസ്ത്രധാരണ രീതികളും ഇല്ലാതായത്. അവയുടെ സ്ഥാനത്ത് പുതിയ ജീവിതക്രമത്തിന് യോജിച്ച വസ്ത്രങ്ങൾ നിലവിൽ വന്നു. ഇതിലൊക്കെ മുതലാളിത്ത ലോകത്തിന്റെ ബോധപൂർവമായ ഇടപെടൽ ഉണ്ട്. ഒരു മനുഷ്യന്റെ ജനനം മുതൽ മരണംവരെ പ്രായത്തിന്റെ വിഭജനം അനുസരിച്ച് ആവശ്യമായ വസ്ത്രധാരണ മര്യാദകൾ സമൂഹം നിഷ്കർഷിച്ചിരുന്നു.

കേരളത്തിൽ, ജനാധിപത്യരീതിയിലുള്ള ഭരണക്രമം വന്ന കാലത്ത്, കുഞ്ഞുടുപ്പു പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ പെറ്റിക്കോട്ട്, പാവടകൾ, ഫ്രോക്ക്, റാവണി, സാരി, ബ്ലൗസ്, കൈലി, തോർത്ത് എന്നീ വസ്ത്രങ്ങളാണ് പെൺകുട്ടികൾക്ക് ധരിക്കാൻ ഉണ്ടായിരുന്നത്. കൗമാരകാലംവരെ മാത്രമേ പെൺകുട്ടികൾ പെറ്റിക്കോട്ട് ധരിച്ചിരുന്നുള്ളൂ. ഈ വസ്ത്രം അധികമായും വീട്ടിൽ ആണ് ധരിച്ചിരുന്നത്. മുതിർന്ന കുട്ടികൾ അടിവസ്ത്രമായും പെറ്റിക്കോട്ട് ധരിച്ചിരുന്നു. കൗമാരപ്രായം മുതൽ യൗവനകാലം വരെ പുറത്തു ധരിച്ചിരുന്നത് പല തരത്തിൽ ഉള്ള പാവടകൾ ആയിരുന്നു. പിന്നീട് റാവണിയും അതു കഴിഞ്ഞാൽ സെറ്റോ സാരിയോ കൈലിയോ ആയിരുന്നു സ്ത്രീകളുടെ വേഷം.

പുരുഷന്മാർ ബാല്യം മുതൽ കൗമാരകാലം വരെ നിക്കറും ഷർട്ടും ധരിച്ചു. അത് കഴിഞ്ഞാൽ മുണ്ടും ഷർട്ടും കൈലിയും ബനിയനും തോർത്തുമായിരുന്നു വേഷം. അക്കാലത്ത് വയസ്സിന്റെ ഏകദേശകാലം വസ്ത്രം കൊണ്ട് തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയുമായിരുന്നു. കാച്ചിമുണ്ട്, ചട്ടയ്യം

മുണ്ടും, ആദിവാസികളുടെ ഒറ്റവസീതത്താൽ ഉള്ള ഉടുത്തു കെട്ട്, തൂവാല കൊണ്ടുള്ള തലയിൽ കെട്ട്, തോർത്തിന്റെയും രണ്ടാം മുണ്ടിന്റെയും ഉപയോഗങ്ങൾ ഇങ്ങനെയുള്ള ജാതിയേയും മതത്തെയും സ്ഥാനത്തെയും അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന ചിഹ്നങ്ങൾ മറയാൻ തുടങ്ങിയിട്ട് അര നൂറ്റാണ്ടേ ആയിട്ടുള്ളൂ.

ഇക്കാലത്ത് ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ മാത്രമാണ് പൊതുവേ ജാതി മത ചിഹ്നം എന്ന തരത്തിൽ വസീതം ഉപയോഗിക്കുന്നത്. പത്ത് വർഷങ്ങൾക്ക് ഉള്ളിൽ ആണ് പർവ്വ ഒരു ചിഹ്നം എന്ന തരത്തിൽ ഉപയോഗിച്ചു തുടങ്ങിയത്, പുരുഷന്മാരുടെ വസീതങ്ങളിൽ ഒരു വക ജാതിമത ചിഹ്നങ്ങളും കാണാനില്ല. പക്ഷേ, പല സ്ഥാപനങ്ങളിലെയും യൂണിഫോമുകളിലെ തരംതിരിവും മറ്റും കൊണ്ട് വിഭാഗീയതയുടെ പുതിയ മാതൃകകൾ സമൂഹത്തിൽ നിലവിൽ വരിക ആണ്. ഉദാഹരണത്തിന് ഓഫീസുകളിലും ഫാക്ടറികളിലും പണി എടുക്കുന്ന താഴ്ന്ന വിഭാഗത്തിലെ ജീവനക്കാർക്ക് നീല നിറത്തിലുള്ള യൂണിഫോം ആണ് നിശ്ചയിച്ചിട്ടുള്ളത്. അല്ലെങ്കിൽ അവർക്ക് എന്തെങ്കിലും മങ്ങിയ നിറത്തിലുള്ള വസീതങ്ങൾ ആയിരിക്കും യൂണിഫോം ആയി നിശ്ചയിച്ചിട്ടുള്ളത്. ബ്ലൂകോളർ, എന്ന സംജ്ഞ തന്നെ ഈ ഒരു പശ്ചാത്തലത്തിൽ ആണ് ലോകം എമ്പാടും നാണയപ്പെട്ടിട്ടുള്ളത്.

സീതീപുരുഷന്മാരുടെ ലിംഗവിഭജനം അനുസരിച്ചുള്ള വസീതവിഭജനം കേരളത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്നു. സീതീ, പുരുഷന്റെ ചില വസീതമാതൃകകൾ സ്വീകരിക്കുന്നുണ്ട് എങ്കിലും അത്തരം വസീതങ്ങൾ അല്പകാലത്തേക്ക് മാത്രമേ, സാധാരണഗതിയിൽ ഉപയോഗിക്കാറുള്ളൂ. മാത്രമല്ല, സീതീ ഉപയോഗിക്കുന്ന പുരുഷന്റെ വസീതങ്ങളിൽ സീതീയുടേത് എന്ന് സൂചിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിൽ ഉള്ള ചില പ്രത്യേകതകൾ ഉണ്ടാകാറുണ്ട്.

കേരളത്തിലെ പുരുഷന്റെ വേഷം പൂർണ്ണമായും പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകയിലേക്ക് വേഗം നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. സീതീയുടെ വസീതരീതികൾ പൊതുവെ കേരളീയ പാഠങ്ങളിൽ ഉള്ളതാണ്. ഫ്രോക്ക്, പാവട, ചുരിദാർ, സാരി, സെറ്റ്സാരി, മാക്സി എന്നീ വസീതങ്ങളാണ് ഇന്ന് കേരളത്തിലെ സീതീകൾ അധികമായും ധരിച്ചുപോരുന്നത്. ചുരിദാറിനും പാവടക്കും അനേകം പാഠങ്ങളുണ്ട്. അത്തരത്തിൽ ഉള്ള എല്ലാ വസീത മാതൃകകളും ഇവിടെ സീതീകൾ ധരിക്കുന്നു. കേരളത്തിലെ സീതീകൾ മാക്സി ഒരു വസീതമായി യൗവനം മുതൽ മധ്യവയസ്സുവരെ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പുരുഷ

ന്മാർ മൂണ്ടും, ഷർട്ടും, പാൻസും ഷർട്ടും ധരിക്കുന്നു. കേരളത്തിലെ, ബാല്യത്തിലും കൗമാരത്തിലും യൗവനത്തിലും എത്തിയ പുരുഷന്മാർ പുറമേ ധരിക്കുന്ന അതേ വസ്ത്രമാതൃകകളാണ് വീട്ടിലും ധരിക്കുന്നത്.

കേരളത്തിൽ അടിവസ്ത്രങ്ങളുടെ കമ്പോളവും സജീവമാണ്. സൗന്ദര്യത്തിന്റെയും ആകർഷണത്തിന്റെയും കേന്ദ്രം എന്ന നിലക്ക് ആണ് സ്ത്രീപുരുഷന്മാരുടെ അടിവസ്ത്രങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഉള്ള പരസ്യങ്ങളെ ആവിഷ്കരിക്കുന്നത്. പണ്ട് പഴന്തുണികൊണ്ട് പൊതിഞ്ഞ് വെച്ചാണ്, കുഞ്ഞുങ്ങളുടെ ജനനേന്ദ്രിയ ഭാഗത്തെ മറച്ചിരുന്നത്. ഇക്കാലത്ത് കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് ഉള്ള സാനിട്ടറി നാപ്കിൻസിന്റെ ഉപയോഗം വ്യാപകമായിട്ടുണ്ട്. കുഞ്ഞുങ്ങൾക്കും പ്രായപൂർത്തിയായ സ്ത്രീകൾക്കും വേണ്ടതായ സാനിട്ടറി നാപ്കിൻസിന്റെ കച്ചവടം വിപുലമായ തോതിൽ നടക്കുന്നു. ജട്ടികൾ, അണ്ടർവെയറുകൾ, ബ്രാകൾ, ഇവയുടെ വിവിധ മാതൃകകൾ വൻകിട കമ്പനികൾ പുറത്തിറക്കുന്നു. ഇതിനു പുറമേ, കൈലേസുകൾ, ടവലുകൾ, തോർത്തുകൾ എന്നിവയുടെ വിവിധ മാതൃകകൾ വ്യാപകമായി ലഭിക്കുന്നു.

കേരളത്തിലെ വസ്ത്രവിപണിയിൽ എത്തുന്ന അനേകതരം വസ്ത്രമാതൃകകൾ ഉണ്ട്. അടിസ്ഥാനപരമായി ഒരേ വസ്ത്രം ആയിരിക്കാത്തതെന്ന, വൈവിധ്യങ്ങൾ വരുത്തി, വ്യത്യസ്ത പേരുകളിൽ ഇവ അറിയപ്പെടുന്നു. കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മ, തിരിച്ച് അറിയുന്ന വസ്ത്രമാതൃകകളാണ് ഈ അധ്യായത്തിൽ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നത്.

കുഞ്ഞുടുപ്പ് (അനു. 3; 1a, 1b)

കുട്ടിയുടുപ്പ്, കുഞ്ഞുടുപ്പ്, ചെസ്റ്റ് കവർ എന്നീ പേരുകളിലറിയപ്പെടുന്ന വസ്ത്രമാണ് നവജാത ശിശുവിനെ ഇടുവിക്കാറുള്ളത്. ചെസ്റ്റ് കവർ എന്ന പേര് കടക്കാരുപയോഗിക്കുന്നതാണ്. ശരാശരി 14 ഇഞ്ച് നെഞ്ചളവിൽ 4 ഇഞ്ച് അയവു ചേർത്ത് പിൻവശത്തെ മടക്കിന് 1 ഇഞ്ചും എടുത്താണ് കുഞ്ഞുടുപ്പ് തയ്യാറാക്കുന്നത്. പിൻവശം തുറന്നു കിടക്കുന്നതും കഴുത്തു ഭാഗത്തെ രണ്ടു മൂന്നമ്പുകളിലും ചരടു വരുന്ന തരത്തിലുമാണ് ഇതു ക്രമപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. കൈകടത്തുന്നതിനുള്ള രണ്ടു തുറപ്പുകൾ വസ്ത്രത്തിന്റെ രണ്ടു വശങ്ങളിലും ഉണ്ടാകും. വില കുറവാണ്. കട്ടി കുറഞ്ഞ കോട്ടൺ തുണിയിലാണ് കുഞ്ഞുടുപ്പ് തയ്യാറാക്കുന്നത്. കടും നിറത്തിലുള്ള

തുണി ഉപയോഗിക്കില്ല. വെള്ളയോ അതിനോടുമുതൽ നിൽക്കുന്ന നിറത്തിലുള്ളവയോ ആയിരിക്കും. അതിൽ ചെറിയ പൂക്കളുടെ മുദ്ര ഉണ്ടാ യെന്നും വരാം. ഇവയൊന്നും സാധാരണരീതിയിൽ തയ്ക്കാറില്ല; റെഡി മെയ്ഡ് വാങ്ങാനാണ് പതിവ്. ഇരിപ്പു പ്രായം വരെ പൊതുവെ കുഞ്ഞുസൂപ്പിന് അടി വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കാറില്ല. തുണികൊണ്ട് മറയ്ക്കുക മാത്രമേ ചെയ്യാറുള്ളൂ. ആൺകുട്ടികളുടെ കാര്യത്തിൽ ഇത് സാധാരണയായി പാലിക്കാറില്ല. ആൺപെൺ വ്യത്യാസം കൂടാതെ മിക്കവാറും വയസ്സാകും വരെ കുഞ്ഞുസൂപ്പ് ഉപയോഗിക്കുന്നു. 15 രൂപ മുതൽ വിലയുള്ള കുഞ്ഞുസൂപ്പുകളുണ്ട്. കുഞ്ഞിനെ കാണാൻ വരുന്നവർ കുഞ്ഞുസൂപ്പും ടവലുമുൾപ്പെടെയുള്ള സമ്മാന പാക്കറ്റ് വാങ്ങിക്കൊടുക്കാറുണ്ട്. അത്തരത്തിൽ ലഭിക്കുന്ന ഉടുപ്പുകളിൽ സാധാരണ യായി റോസും ഇളം നീല നിറത്തിലുള്ളവയുമാണ് കാണാറുള്ളത്. ഗ്രാമ പ്രദേശങ്ങളിലും പട്ടണങ്ങളിലുമുള്ള പ്രധാന തുണിക്കടകളിലെല്ലാം കുഞ്ഞുസൂപ്പ് ലഭ്യമാണ്. മുമ്പ് ആശുപത്രിയ്ക്കു സമീപമുള്ള കടകളിൽ നിന്ന് മാത്രമാണ് ലഭിച്ചിരുന്നത്.

സാബ്ലാ (അനു. 3; 34)

ഇരിക്കാനായ കുട്ടിക്കാണ് ഈ വസ്ത്രം പ്രയോജനപ്പെടുന്നത്. പ്രത്യേകം തുറപ്പില്ലാത്ത ഈ ഉടുപ്പിന്റെ കഴുത്തു ഭാഗത്തെ ചരടുകൾ ചുരുട്ടിക്കെട്ടിയിടുകയാണ് പതിവ്. കൈയിറക്കം ചെറിയ തോതിൽ കാണും. പെൺ കുഞ്ഞുങ്ങൾക്കുള്ള സാബ്ലയിൽ ചുരുക്ക് പോലെയുള്ള അലങ്കാരപ്പണികൾ ചെയ്യാറുണ്ട്. കനം കുറഞ്ഞ വോയിൽ, മസ്ലിൻ, ജോർജ്ജ് തുണികളാണ് തൂന്നാനുപയോഗിക്കുന്നത്. ഈ പ്രായത്തിൽ അടി വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നു. സമ്പന്ന വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടവർ ഉപയോഗിക്കുന്നത് സാനിട്ടറി നാപ്കിൻ ആണ്. 30 രൂപ മുതൽ മുകളിലോട്ടു വിലവരുന്ന സാബ്ലാ തെരുവുകച്ചവടക്കാരും കൊണ്ടുനടക്കുന്നു. സാബ്ലാ എന്നത് കച്ചവടക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്ന പേര് ആണ്. സാധാരണക്കാർ കുട്ടിയുടെ പ്രായം സൂചിപ്പിച്ച് കുഞ്ഞുസൂപ്പു വേണമെന്നേ പറയാറുള്ളൂ.

ആൺകുട്ടികളുടെ വസ്ത്രങ്ങൾ

നിക്കറും ഉടുപ്പും (ഷോർട്സും ഷർട്ടും) (അനു. 3; 32a, 33)

ആറുമാസം കഴിഞ്ഞാൽ ആൺകുട്ടികൾക്ക് ഷോർട്സും ടീഷർട്ടുമാണ് വേഷം. തടിയും തണ്ടുമുള്ള കുഞ്ഞുങ്ങളെ

മൂന്നുമാസമാകുമ്പോഴേ നിക്കറും ഉടുപ്പും ധരിപ്പിക്കാറുണ്ട്. ഷോർട്ട്സിന്റേ അരയിൽ വീതി കുറഞ്ഞ ഇലാസ്റ്റിക്ക് ഉറപ്പിച്ചിരിക്കുകയോ, ബട്ടൺ വെച്ചുറപ്പിക്കുകയോ ചെയ്യും. അരക്കൈയുള്ള ടീഷർട്ടിനാണ് കൂടുതൽ ചെലവ്. ദരിദ്രവിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടവർ വഴിക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്നും വാങ്ങുന്നു. 50 രൂപയ്ക്കു താഴെ കൊടുത്താൽ 1 സെറ്റ് വസ്ത്രം വാങ്ങാനാകും. ഇടത്തരക്കാരും വീട്ടിലെ ഉപയോഗത്തിന് വഴിവാണിടക്കാരെ ആശ്രയിക്കുന്നു. കോട്ടൺ തുണിയിൽ തയ്ച്ച നിക്കറും ഷർട്ടും ഇപ്രായത്തിൽ ധരിപ്പിക്കുന്നവരുണ്ട്. എങ്കിലും റെഡി മെയ്ഡിനോടാണ് ആളുകൾക്ക് ആഭിമുഖ്യം.

പലേനിറത്തിലും തരത്തിലും ആകർഷകമായ വസ്ത്രങ്ങളാണ് വിപണിയിലുള്ളത്. നിറങ്ങളുടെ ചേരുവക്കാണ് പ്രാധാന്യം. ചുവപ്പും മഞ്ഞയും ഇടകലർത്തിയുള്ളവയോ തവിട്ടുനിറത്തിൽ പൂക്കളും മുദ്രകളുമുള്ളവയോ കമ്പനിഇനങ്ങളിലുള്ളവയോ അനുകരണങ്ങളിലുള്ളവയോ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്. ടീഷർട്ടും അതേ തുണിയിലുള്ള നിക്കറും ഏകദേശം 3 വയസ്സുവരെ മാത്രമേ ഉപയോഗത്തിൽ കാണാറുള്ളൂ. പക്ഷേ, കോട്ടൺനിക്കറും ടീഷർട്ടും 5 വയസ്സുവരെ ധരിക്കാറുണ്ട്. ടീഷർട്ടിന് പ്രായപരിധിയില്ല. അടിവസ്ത്രമായി ജട്ടി ഉപയോഗത്തിൽ വരുന്ന സമയമാണിത്.

നിക്കറും ബനിയനും നിക്കറും ഷർട്ടും എന്തൊക്കെയാണ് കൂടുതൽ ആളുകളും വിളിക്കുന്നത്.

പൈജാമയും കുർത്തയും

കുഞ്ഞു്, നന്നായി നടക്കുന്ന പ്രായമെത്തുന്നതു മുതൽ വിശേഷാൽ വസ്ത്രമെന്നതരത്തിൽ ഉത്സവങ്ങൾക്കും കല്യാണത്തിനുമൊക്കെ പൈജാമയും കുർത്തയും ഇടുവിക്കാറുണ്ട്. 1മ വയസ്സിനും 2 വയസ്സിനും ഇടയിലുള്ള കുട്ടികളെ ഈ വസ്ത്രം ധരിപ്പിക്കുന്നു. കാൽമുട്ടിനു താഴത്തോളം ഇറക്കമുള്ള കോളറില്ലാത്ത മുഴുവൻ കൈയുള്ള ഷർട്ടും അയഞ്ഞ ചുരിദാറും ഷാളും അടങ്ങിയ വേഷമാണിത്. നല്ല തിളങ്ങുന്ന നിറവും വരമാതൃകകളുമുള്ള റെഡി മെയ്ഡ് ഇനം ലഭ്യമാണ്.

ഇടത്തരക്കാരും സമ്പന്നരുമാണ് ഇത്തരം വസ്ത്രത്തിൽ കൂടുതൽ താല്പര്യം കാണിക്കുന്നത്. ഒരു ജോഡിക്ക് ശരാശരി 500 രൂപയോളം

വിലയുണ്ടാവും. ജൂബയ്യും പാന്റും എന്നാണ് അധികം ആളുകളും വിളിച്ചു വരുന്നത്.

സൺസ്യൂട്ട് (അനു. 3; 36a, 36b)

അടിഭാഗം ജട്ടിയുടെ സ്വഭാവത്തിലുള്ളതും മുകൾഭാഗത്ത് മുൻവശം മാത്രം മറച്ചതുമായ റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രമാണ് സൺസ്യൂട്ട്. പിൻവശത്തുകൂടി 2 സ്ട്രാപ്പ് കുറുകെ വരുത്തി തോളിനു താഴെ വച്ച് ബട്ടൺ മുറുക്കുന്നു. സാധാരണ രണ്ടു വയസ്സുവരെ മാത്രമേ ഇത് ഉപയോഗിക്കുകയുള്ളൂ. ഈ വസ്ത്രത്തിന് കുറഞ്ഞ വില 150 രൂപ ആകും.

കട്ടി കുറഞ്ഞ തൂണിയിൽ ആകർഷകമായ നിറങ്ങളുടെ കൂട്ടിലാണ് ഈ വസ്ത്രമൊരുക്കുന്നത്. സൺസ്യൂട്ട് എന്ന പേര് ജനങ്ങളുടെയിടയിൽ നാണയപ്പെട്ടിട്ടില്ല, എന്നാൽ വസ്ത്രം ജനകീയമാണ്. സാധാരണക്കാർ ആകൃതി വിശദീകരിച്ച് വാങ്ങുകയാണ് പതിവ്.

പാന്റുസും ഷർട്ടും (അനു. 3; 38)

2 വയസ്സുമുതൽ വ്യാപകമായി പാന്റുസും ഷർട്ടും ഉപയോഗിച്ചുവരുന്നു. അരമുതൽ തുടയിടുക്കുവരെ നിക്കറിന്റെ ഘടനയും പിന്നീട് പാദം വരെ എത്തിനിൽക്കുന്നതുമായ രൂപമാണ് ഇതിനുള്ളത്.

ഫാഷൻ മാറുന്നതിനനുസരിച്ച് മുറുക്കം കൂടിയത് (ടെറ്റ്), ലൂസ് (ബെൽ ബോട്ടം പോലെ) പലതരം പോക്കറ്റുകളുള്ളത്, അകവശത്ത് അറയുള്ളത്, പലഭാഗത്തും ചരടുകൾ തൂക്കിയത് (കാർഗോസ്) ഇങ്ങനെ അനേകം ഇനങ്ങൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്. ദരിദ്രർ തെരുവു കച്ചവടക്കാരെ ആശ്രയിക്കുന്നു. ഇടത്തരക്കാർ പ്രാദേശിക കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്നും വാങ്ങുകയാണ് പതിവ്. സമ്പന്നർ നഗരത്തിൽ നിന്നും വാങ്ങുന്നു.

ഷർട്ടിൽ അരക്കൈ, മുഴുക്കൈ എന്ന വ്യത്യാസം പ്രകടമാണ്. അടിഭാഗം അമ്പലൂ കട്ടിലും, വശങ്ങളിലെ വെട്ടിലൂടെ വേർതിരിച്ച് അർദ്ധവൃത്താകൃതിയിലും ചെറിയ സ്ലിറ്റ്കട്ടിലുമൊക്കെയായി വിവിധ രൂപങ്ങളിൽ ലഭിക്കുന്നു. ചെറിയ വരകളുള്ളത്, കോളങ്ങളുള്ളത്, ചെക്ക്, പ്രിന്റ്ഡ്, പല നിറങ്ങളുള്ളത് ഒറ്റ നിറത്തിലുള്ളത്, ഇവയൊക്കെ റെഡി മെയ്ഡായും തയ്പ്പിച്ചും ധരിക്കുന്നു. 40 രൂപ മുതൽ ആയിരക്കണക്കിന് രൂപ വിലവരുന്ന റെഡി മെയ്ഡ് ഷർട്ടുകളും ലഭ്യമാണ്.

തെരുവോരക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്ന് കമ്പനിസാധനങ്ങളെ അനുകരിച്ചുണ്ടാക്കിയവയും ലഭ്യമാണ്.

പാന്റ്സിന്റെ നിറത്തിന് എതിർ നിറത്തിലുള്ള ഉടുപ്പ് അംഗീകൃതമാണ് (ഉദാ: കറുപ്പിന് വെള്ള). കടും നിറത്തിലുള്ള പാന്റ്സും ഇളം നിറത്തിലുള്ള ഷർട്ടും ധരിച്ചു കാണാറുണ്ട്. ഇറക്കം കുറഞ്ഞ ഷർട്ടാണ് ഇപ്പോൾ ഉപയോഗിച്ചുവരുന്നത്. അരക്കെ വ്യാപകമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഔദ്യോഗിക കാര്യങ്ങൾക്ക് ഷർട്ട് അകത്താക്കി ധരിക്കുകയും അല്ലാത്ത സമയത്ത് പുറത്തിടുകയും ചെയ്യുന്നവരുമുണ്ട്. പാന്റ്സിനും ഷർട്ടിനുമായി ഏറ്റവും കുറഞ്ഞത് 200 രൂപ വിലയാകും. പാന്റ് എന്ന പേര് പൂർണ്ണമായും നാണയപ്പെട്ടെങ്കിലും ഷർട്ടിന് കുപ്പായം, ഉടുപ്പ് എന്നീ പേരുകളും പ്രയോഗത്തിലുണ്ട്.

ബർമുഡ (അനു. 3; 60)

നഗരത്തിലെ ആൺകുട്ടികൾ വീട്ടിലും പരിസരത്തും ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഒരു തരത്തിലുള്ള നിക്കറാണ് ഇത്. ഗ്രാമ പ്രദേശങ്ങളിൽ വ്യാപകമായിട്ടില്ല. പട്ടണങ്ങളിൽ സമ്പന്നവർഗ്ഗത്തിലെ മധ്യവയസ്കരും ഉപയോഗിക്കുന്നു. ബനിയൻതുണിയിലും കോട്ടണിലും ബർമുഡ ലഭിക്കുന്നു. ഇളം നിറത്തിലുള്ളവയാണ് കൂടുതലും ചെലവാകുന്നത്. 100 രൂപക്കു മുകളിൽ വിലയാകും. കെട്ടാൻ ചരടുള്ളവയും ഇലാസ്റ്റിക്ക് വച്ചവയുമുണ്ട്. നാട്ടിൻ പുറത്ത് വീടിനുള്ളിൽ ബർമുഡയുടെ ഉപയോഗം മെല്ലെ കടന്നുവരുന്നതായി കാണുന്നു.

ബേബി ഫ്രോക്ക് (അനു. 3; 2)

പിൻവശത്തു തുറപ്പും അല്പമാത്രം കൈയിറക്കമുള്ളതുമായ തരത്തിലാണ് ബേബി ഫ്രോക്കിന്റെ രൂപം. കഴുത്തിൽ ചുരുക്കുവച്ചു തയ്ക്കും. 1 വയസ്സു മുതലുള്ള പെൺകുട്ടികൾ ധരിക്കാറുണ്ട്.

വസ്ത്രത്തിന്റെ അരികുകളിൽ ചുരുക്കുകളോ റേന്തയോ വച്ചു പിടിപ്പിച്ചതും കടും നിറങ്ങളിലുള്ള പൂക്കളും വരകളുമുള്ളതും തട്ടു തട്ടുകളായതും ചരടുകൾ കെട്ടിയതും പലയിടത്തും വലിയ ബട്ടണുകൾ വച്ചു പിടിപ്പിച്ചതുമൊക്കെയായി അത്യാകർഷകങ്ങളായ ബേബി ഫ്രോക്കുകൾ ലഭിക്കുന്നു. 30 രൂപയിൽ തുടങ്ങി വളരെ വിലകൂടിയതും ലഭിക്കുന്നു. കോട്ടൺ, കോട്ടൺ മിക്സ്, ലിനൻ, പോളിസ്റ്റർ, സിൽക്ക്

എന്നീ തുണിത്തരങ്ങൾ മിക്സ് ചെയ്തും അല്ലാതെയും ഇതിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഫ്രോക്ക് എന്നാണ് സാധാരണക്കാർ ഇതിനെ വിളിക്കുന്നത്.

സൺ ഫ്രോക്ക്

തോൾ ഭാഗത്ത് ടേപ്പ് പിടിപ്പിച്ച് വില്ല് ആകൃതിയിൽ കെട്ടി തുണി താഴേക്കിടുന്ന രീതിയിലുള്ളതാണ് സൺഫ്രോക്ക്. നാട കഴുത്തിലൂടെയിട്ട് പിൻവശത്തു കെട്ടുന്ന തരത്തിലുമുണ്ട്.

ഫ്രോക്കിനെ ഷീറ്റ്, ചുരുക്ക്, ബട്ടൺ, നാട ഇവ ഉപയോഗിച്ച് രംഗിയാക്കുന്നു. 3 മുതൽ 5 വയസ്സു വരെ ഈ വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. കോട്ടൺ, ലിനൻ, പോളിസ്റ്റർ, സിൽക്ക് എന്നീ തുണികളിൽ നിർമ്മിക്കുന്നു. പല നിറങ്ങളുടെ ചേരുവയിൽ ഡിസൈനുകൾക്കോടുകൂടി ലഭിക്കുന്നു. സമ്പന്ന വിഭാഗത്തിന് സൺഫ്രോക്ക് എന്ന പേര് പരിചിതമാണ്. എന്നാൽ, ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ ഇതിന് പ്രചാരം കുറവാണ്.

അമ്പലാ ഫ്രോക്ക് (അനു. 5; 2)

ഇതിന്റെ പാവടഭാഗവും അരയുടെഭാഗവും വൃത്താകൃതിയിലാണ്. കൈയുടെ അറ്റം ചിറകുപോലെ ഒരുക്കിയിരിക്കും. വളരെ വ്യത്യസ്തങ്ങളായ വരമാതൃകകളിൽ അമ്പലാ ഫ്രോക്ക് ലഭ്യമാണ്.

നെലോൺ, സിൽക്ക്, കോട്ടൺ തുണിത്തരങ്ങൾ ഈ ഫ്രോക്കിന് ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഷീറ്റ്, ബട്ടൺ, നാട, ഡാർട്ട് ഇവയുടെ വിന്യാസം കൊണ്ട് മനോഹരമാക്കിയത് കമ്പോളത്തിൽ കിട്ടുന്നു.

കുട്ടികൾ മാത്രമല്ല കൗമാരക്കാരും ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ, 10 വയസ്സിനുമേൽ പ്രായമുള്ള കുട്ടികൾ ധരിക്കാറില്ല. പാർട്ടി വെയറായി സമ്പന്ന യുവതികൾ ഈ വസ്ത്രം ധരിക്കാറുണ്ട്.

ലോ വെയിസ്റ്റ് ഫ്രോക്ക്

അര ഇടുങ്ങിയതും കൈയില്ലാത്തതുമായ രൂപമാണിതിനുള്ളത്. ഇതിന്റെ ഇറക്കം കൂടുതലായിരിക്കും. തുടക്ക് താഴെഭാഗത്ത് ധാരാളം ഫ്ളീറ്റുകൾ ഉണ്ടായിരിക്കും. താഴ്ഭാഗം കയറിയിറങ്ങിയ രീതിയിലുള്ളവയുമുണ്ട്. പലതരത്തിലുള്ള വരമാതൃക

കളുമുപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ചിത്രരൂപത്തിലുള്ള ഫോക്കും കമ്പോളങ്ങളിൽ ലഭിക്കുന്നു. കൗമാരപ്രായമെത്തുംവരെ മാത്രമേ ഈ ഫോക്ക് ധരിക്കാറുള്ളൂ; പ്രത്യേകിച്ചും പാരമ്പര്യ സമൂഹങ്ങളിൽ. സമ്പന്നയുവതികൾ വിശേഷാൽ അവസരങ്ങളിലും കലാശാലകളിലും ഈ വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നു.

പാവാടയും ബ്ലാസും (അനു. 3; 4, 7)

5 വയസ്സിനു മുകളിൽ പ്രായമുള്ള പെൺകുട്ടികളാണ് സാധാരണയായി പാവാട ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഫുൾ പാവാട, അരപ്പാവാട, മിനിപ്പാവാട ഇങ്ങനെ വലിപ്പം കൊണ്ട് മൂന്നായി തിരിക്കാം.

ഫുൾ പാവാട അര മുതൽ പാദം വരെ എത്തുന്നതാണ്. നാട കൊണ്ട് അരയിലുറപ്പിക്കുന്നതും ഇലാസ്റ്റിക് പിടിപ്പിച്ചതുമുണ്ട്. ഇലാസ്റ്റിക് പിടിപ്പിച്ചതിനാണ് മുൻതൂക്കം.

അരപ്പാവാട അര മുതൽ കാൽമുട്ടു വരെ എത്തുന്ന തരത്തിലുള്ളതാണ്. അരയിൽ ഇലാസ്റ്റിക് പിടിപ്പിച്ചതാണ്.

മിനിപ്പാവാട അരമുതൽ കാൽമുട്ടിന് മുകളിൽ തുട വരെ എത്തുന്ന തരത്തിലാണ്. മിനിപ്പാവാടയ്ക്ക് ഇപ്പോൾ പ്രചാരം കുറവാണ്. ആറോ ഏഴോ വയസ്സുള്ള കുട്ടികളാണ് ധരിച്ചുപോരുന്നത്.

കോട്ടൺ, പട്ട്, പോളിസ്റ്റർ, ടു മൈ ടു - തൂണികളിൽ പാവാട തയ്ക്കുന്നു. വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ പട്ടുപാവാടയും ബ്ലാസും ധരിക്കുന്ന പതിവുണ്ട് (കല്ലാണം, വിരുന്നുകൾ). ഒറ്റ നിറത്തിലുള്ള പാവാട, മിക്കവാറും യൂണിഫോമിന്റെ ഭാഗമായാണുള്ളത്. നിറഭേദങ്ങളുള്ളതോ മിനുക്കമുള്ളതോ പലരീതിയിൽ അലങ്കരിച്ചതോ ആയ വസ്ത്രങ്ങളോടാണ് ആളുകൾക്ക് കമ്പം. ധാരാളം ചുരുക്കുകൾ ഒരുക്കിയെടുക്കുന്ന രീതിയും കാണാറുണ്ട്. സ്കൂൾ കുട്ടികളിൽ യൂണിഫോമിന്റെ ഭാഗമായി പാവാടകളിൽ ബ്ലാസ് ഇൻസേർട്ടു ചെയ്യുന്ന രീതിയാണ് പരക്കെ കണ്ടുവരുന്നത്.

സ്കൂൾ കുട്ടികളുടെ ഇടയിൽ ഇപ്പോൾ കണ്ടുവരുന്നത് ഷർട്ട് ബ്ലാസുകളാണ്. പലതരത്തിലുള്ള കോളറുള്ള ബ്ലാസാണ് ധരിച്ചു കാണുന്നത്. സ്കൂൾ സമയത്തല്ലാത്തപ്പോൾ പലതരത്തിലുള്ള ബ്ലാസുകൾ ഇവർ ധരിക്കുന്നു. കൈയിറക്കം കൂടിയതും കൈയിറക്കം കുറഞ്ഞതുമായ ബ്ലാസുകളും ഉപയോഗത്തിലുണ്ട്.

ബ്ലാസ് എന്ന പേരിനു പകരം ടോപ്പ് എന്നോ ഷർട്ട് എന്നോ പറയുന്നത് സാധാരണമായിരിക്കുന്നു. പല പല വരമാതൃകകളുള്ള തൂണികൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ബ്ലാസ് മാർക്കറ്റിൽ ലഭ്യമാണ്. 200 രൂപയും അതിനു മുകളിലുമുള്ള വിലയ്ക്ക് പാവാടയും ടോപ്പും വാങ്ങാനാകും.

കടകളിൽ പുതിയ ഫാഷനുകളിൽ, ധാരാളം വ്യത്യസ്ത മാതൃകകളിൽ ആകർഷകമായ നിറങ്ങളിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ വില്പനയ്ക്കുണ്ട്. കിഡ്സ് കോർണറുകൾ എന്ന പേരിൽ വസ്ത്രാലയങ്ങളുടെ പ്രത്യേകതയായി പരസ്യം ചെയ്യുന്ന പതിവും ഉണ്ട്. അവിടെ വാവ പ്രായം മുതൽ കൗമാരം വരെയുള്ളവർക്കുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ ഉണ്ടാകും.

ഇടത്തരക്കാരിലധികം പേരും തുണിവാങ്ങി തയ്ക്കുകയാണ് പതിവ്. കോട്ടൺ, സിൽക്ക്, കോട്ടൺ മിക്സ് തുടങ്ങിയ തുണികളാണ് പാവം തയ്ക്കാൻ സാധാരണയായി ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ബ്ലൂസിന്റെ തുണിക്ക് *ടു മൈ ടു* വാണ് അധികമായും വാങ്ങുന്നത്.

ദാവണി (അനു. 3; 14)

ദാവണിയും മെല്ലെ കടന്നു വരുന്നതായി കാണുന്നു. പണ്ട്, പാവം പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ പെൺ കുട്ടികൾ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന വസ്ത്രമാണിത്. പാരമ്പര്യ ബ്രാഫണ സമൂഹങ്ങളിൽ ഇപ്പോഴും പാവംയും ദാവണിയും ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ഇപ്പോൾ ഇത് ഫാഷനായി കടന്നു വരുന്നു. *പാർട്ടി വെയറിന്റെ* തലത്തിലാണ് അതിന്റെ ഉപയോഗം.

പ്രിൻസസ് പെറ്റിക്കോട്ട്

പാർട്ടി വെയറായും റിയാലിറ്റി ഷോകളിൽ അവതാരകയുടെ വേഷമായും ഈ വസ്ത്രം പ്രചാരത്തിലുണ്ട്. ക്ലബുകളിലും ഹോട്ടലുകളിലും സമ്പന്ന വർഗ്ഗം ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ പ്രചാരത്തിലില്ല.

കൈയില്ലാത്ത തരത്തിൽ, പാദം വരെ എത്തുന്ന ഈ വസ്ത്രം ശരീരകൃതിക്ക് അനുസരിച്ച് ഇറുകിയ രീതിയിൽ തയ്ച്ചൊരുക്കിയതാണ്. കഴുത്തിന് കീഴ്ഭാഗം മാറിന്റെ ആകൃതിക്കനുസരിച്ച് തയ്ച്ചെടുക്കുന്ന രീതിയാണ് ബോഡീസ് ഷെയ്പ്പ്ഡ് പെറ്റിക്കോട്ടിൽ കണ്ടുവരാനുള്ളത്.

ഡാർട്ടുകളും ഫ്രീലൂതമാക്കെ ചേർന്നുവരുമ്പോൾ പ്രിൻസസ് പെറ്റിക്കോട്ട് ആകർഷകമായിത്തീരും. ഇളം നിറത്തിനാണ് മാർക്കറ്റിൽ പ്രിയം. ഇതിന് 1500 രൂപയോളം വിലവരും. പട്ടണത്തിലെ കടകളിലാണ് പ്രിൻസസ് പെറ്റിക്കോട്ടുകൾ കൂടുതലായും ചെലവാകുന്നത്. ഐഡിയ സ്റ്റാർ സിങ്ങർ പോലുള്ള പരിപാടികളിലെ അവതാരകർ ഉപയോഗിച്ച് കേരളത്തിൽ അങ്ങോളമിങ്ങോളം ചലനമുണ്ടാക്കിയ വസ്ത്രമാണിത്.

പെറ്റിക്കോട്ട്

ഗ്രാമപ്രദേശത്തിൽ 11 വയസ്സുവരെയുള്ള പെൺകുട്ടികൾ വീട്ടുവസീത്രമായും അടിവസീത്രമായും പെറ്റിക്കോട്ട് ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. കോട്ടൺ തുണിയിലാണ് നിർമ്മിക്കുന്നത്. ബനിയൻ തുണിയിൽ തുന്നിയ റെഡിമെയ്ഡ് പെറ്റിക്കോട്ടും ലഭ്യമാണ്. ഇളം നിറത്തിലോ വെള്ള നിറത്തിലോ ഉള്ള തുണിയിലാണ് തയ്ക്കുന്നത്. ഇപ്പോൾ കൈയുള്ള പെറ്റിക്കോട്ട് അടിവസീത്രമായി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. പ്രായപൂർത്തിയാകാത്ത പെൺകുട്ടികൾ വീട്ടിൽ പെറ്റിക്കോട്ട് ഉപയോഗിക്കുന്നു. അത്തരത്തിലുള്ള ഉപയോഗം കുറഞ്ഞുവരികയാണ്.

മിഡിയും ടോപ്പും (അനു. 3; 10)

കൗമാര പ്രായത്തിലുള്ള പെൺകുട്ടികളാണ് മിഡിയും ടോപ്പും കൂടുതലായി ഉപയോഗിക്കുന്നത്. സ്കർട്ടിന്റെ അകൃതിയുമായി ഇതിന് ഏറെ സാമ്യമുണ്ട്. പല പാനലുകളിൽ തീർത്ത മിഡികളുണ്ട്. ലോങ്ങ് സ്കർട്ട് എന്ന പുതിയൊരിനം ഇപ്പോൾ കടകളിൽ വില്പനക്കുണ്ട്.

നിറയെ, വീതിയുള്ള ചുരുക്കുകളും പല നിറത്തിലുള്ള ചെറിയ പൂക്കളും ത്രെഡ്‌പേൾസീക്വൻസ് പെയിന്റിങ്ങ്ബീഡ് എന്നിവയൊക്കെയുള്ള മിഡികൾക്ക് ചെലവേറെയാണ്.

ടോപ്പ് അനേകം തരമുണ്ട്. ഷർട്ട് ടൈപ്പ് ടോപ്പ്, സിംഗിൾ കളർ ടോപ്പ്, കളർ മിക്സ് ടോപ്പ് ഇങ്ങനെ പലതരം ടോപ്പുകളുണ്ട്. ഓവർ കോട്ട്രാസുകൂടിയ ടൈറ്റ് ബനിയൻ ടോപ്പുകളും ധാരാളമായി വിറ്റഴിയുന്നു. എംബ്രോയിഡറിയും ബെൽറ്റും മെപപ്പിങ്ങുതൊക്കെ ചെയ്ത് വിവിധ നിറങ്ങളിൽ ആകർഷകമായ മിഡി ടോപ്പുകൾ ലഭ്യമാണ്. 200 രൂപ മുതൽ മേലോട്ടാണ് മിഡിയുടെ വില.

ഗെററയും ടോപ്പും (അനു. 3; 12)

പൈജാമയുടെ രീതിയിൽ മുട്ടിന് അല്പം മുകളിൽ വരെ വെട്ടി തയ്യിട്ട്, അവിടം മുതൽ പാവടച്ചുരുക്കു പോലെ രണ്ടു കാലിനും പ്രത്യേക ചുരുക്കുവച്ച് പാദം വരെ തയ്ച്ചെടുക്കുന്നു. കാലടുപ്പിച്ചു നിന്നാൽ മുഴുപ്പാവടയെന്നേ തോന്നൂ. കൗമാരക്കാരുടെയിടയിൽ പ്രചാരമുണ്ട്. മിഡിക്കുപയോഗിക്കുന്ന ടോപ്പുകളൊക്കെ ഇതിനും ചേരും.

വൈവിധ്യമാർന്ന വരമാതൃകകളിലുള്ളതും നിറങ്ങളിലുള്ളതുമായ ഗെറാറ കമ്പോളത്തിലുണ്ട്. കോട്ടൺ, ഷിഫോൺ, ടു മൈ ടു തുണികളിൽ ഈ വസ്ത്രം തുണിയെടുക്കുന്നു. സാധാരണക്കാരനും വാങ്ങാവുന്ന വിലയ്ക്ക് ഇത് ലഭ്യമാണ്. കുട്ടികൾക്കുള്ള ഗെറാറ വഴിയോര വിലപനക്കാരും വിൽക്കുന്നുണ്ട്. ഗെറാറ എന്ന പേര് സാധാരണക്കാർക്ക് പരിചിതമല്ല.

സൽവാറും കമ്മീസും (അനു. 3; 18)

സൽവാറും കമ്മീസും ഇന്ന് കേരളത്തിൽ ഏറെ പ്രചാരമുള്ള വസ്ത്രമാണ്. സൽവാറിന്റെ ഏറ്റവും താഴ്ഭാഗത്ത് സാധാരണയായി നല്ല അലങ്കാരപ്പണി ചെയ്തിരിക്കും. സൽവാറിന്റെ മുൻപിലും പിറകിലും ധാരാളം പാനലുകൾ കാണും. ഷമ്മീസ് മുട്ടിനു താഴെവരെ എത്തുന്ന മേൽവസ്ത്രമാണ്. വസ്ത്രത്തിന്റെ തരമനുസരിച്ച് കൈയിറക്കം കൂടിയതും കുറഞ്ഞതും കാണും. ഷമ്മീസിന്റെ സ്ലിറ്റ് മുട്ടിനുമുകളിൽ വരെ എത്തിനിൽക്കാറുണ്ട്. 300 രൂപയിൽ തുടങ്ങി മുകളിലോട്ടാണ് ഇതിന്റെ വില. മെറ്റീരിയലിന്റെ ഗുണനിലവാരത്തിനും പ്രത്യേകതക്കും അനുസരിച്ച് വില കൂടുകയോ കുറയുകയോ ചെയ്യാം.

പട്യാല സൽവാറും കുർത്തയുമാണ് ഇപ്പോഴത്തെ ശ്രദ്ധേയമായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നത്. അയഞ്ഞ പാന്റാണ് പട്യാല സൽവാർ. കാൽപാദമെത്തുമ്പോൾ ലൂസ് കുറയും. കുർത്തയും ജൂബിയും ഇതിന്റെ തന്നെ ഒരു വകഭേദമാണ്. ജൂബിക്ക് കൈയിറക്കം കുറവായിരിക്കും. പലനിറങ്ങളുടെ ചേരുവയായിട്ടുള്ള ദുപ്പട്ട, ഷാൾ രീതിയിലുള്ള വസ്ത്രമാണ്. കഴുത്തിലും നെഞ്ചിനു താഴെയും സീക്വൻസ് വർക്കുള്ളതിനാൽ ബ്ലൂസും പാവടയുമെന്നപോലെ തോന്നിക്കും. ഈ രീതിയിലെ വസ്ത്രങ്ങളിൽ പല തരത്തിലും ചെറു വരകളിലും ഉള്ള വരമാ തൃകകൂടി ഒരുക്കിയിരിക്കും.

കൗമാരക്കാർ ആഘോഷവേളകളിൽ ചിത്രപ്പണികൾ ചെയ്ത വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നു. സമ്പന്നർക്കു മാത്രമേ ഈ വസ്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങി ധരിക്കാനാകൂ. 4000 രൂപയിൽ കൂടുതൽ ഇത്തരത്തിലൊരു സൽവാറിനും കുർത്തക്കുമായി വേണ്ടി വരും. ദുപ്പട്ടക്കുമാത്രം അഞ്ഞൂറോളം രൂപ വിലയുണ്ടാകും.

ചുരിദാറും ടോപ്പും (അനു. 3; 18, 19)

സീനികൾ വ്യാപകമായി കേരളത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രമാണ് ചുരിദാറും ടോപ്പും. കണങ്കാൽ മുതൽ മുട്ടുവരെ ഇറുകിയും അതിനുമുകളിൽ അയഞ്ഞതുമായ വസ്ത്രമാണ് ചുരിദാർ. അരഭാഗത്ത് നാടകൊണ്ട് കെട്ടിയുറപ്പിക്കുന്ന രീതിയാണ് കാണുന്നത്. കോട്ടൺ, സിന്തറ്റിക് തുണികളിൽ ചുരിദാർ തയ്ക്കുന്നു. ഷെയ്ഡുകളും പൂക്കളും വരകളും ബട്ടണുമൊക്കെ ഉപയോഗിച്ച് മോടിപിടിപ്പിച്ച ചുരിദാറുകൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്. റെഡിമെയ്ഡിനു പൊതുവേ ചെലവു കുറവാണ്. ചുരിദാറിന്റെ ടോപ്പ്, ബ്ലൗസിന് ഇറക്കം കൂടി മുട്ടിനു മുകൾവരെ എത്തുന്ന തരത്തിലാണ് രൂപകല്പന ചെയ്യപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. നീളമുള്ള ഒരു ഷാജുമുണ്ടാകും. ടോപ്പ് പലതരം ചിത്രപ്പണികളുള്ളതോ, വരമാതൃകകളുള്ളതോ തിളങ്ങുന്ന മുത്തുപതിപ്പിച്ചതോ ആകാറുണ്ട്.

ചുരിദാറും ടോപ്പും തമ്മിലോ ചുരിദാറും ഷാജും തമ്മിലോ നിറപ്പൊരുത്തം ഉണ്ടായിരിക്കും. അനാർക്കലി ടോപ്പും ചുരിദാർ ബോട്ടവും ക്രഷ്ഡ് ഷാജുമൊക്കെ (പ്രിന്റ്ഡ് ബോർഡറും) യുള്ള ഒരു റെഡിമെയ്ഡ് സെറ്റിന് 2500 രൂപയോളമാകും. മൾട്ടി ഷെയ്ഡും നല്ല സീക്വൻസുമുള്ള ചുരിദാർ സെറ്റിന് 2700 രൂപയാകും. ഇതൊക്കെ സമ്പന്നരും ഇടത്തരത്തിൽ മുന്തിയവരും മാത്രമേ സാധാരണയായി വാങ്ങി ധരിക്കാറുള്ളൂ.

സാധാരണക്കാർ വിലകുറഞ്ഞ തുണിവാങ്ങി ചുരിദാർ തയ്ക്കുന്നതാണ് പതിവ്. ഏറ്റവും വിലകുറഞ്ഞ തുണിക്ക് 100 രൂപ മുതൽ 200 രൂപവരെ വിലയാകും. ചുരിദാർ എന്ന പേര് കേരളത്തിൽ ഇന്ന് സർവ്വസാധാരണമാണ്.

ചുരിദാറിലെ വ്യത്യസ്ത പാഠങ്ങൾ

ബോട്ടം ചുരിദാറും ടോപ്പ് ഫ്രോക്ക് രീതിയിലുള്ള ചുരിദാർ സെറ്റുമുണ്ട്. ഫ്രോക്കിന്റെ രൂപത്തിൽ ബെൽറ്റോ ഇലാസ്റ്റിക്കോ എംബ്രോയിഡറിവർക്കോ കൊണ്ട് അതിരു തിരിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രമാണിത്. അയ്യായിരത്തോളം രൂപയാണ് ശീമാട്ടി ടെക്സ്റ്റയിൽസിന്റെ ഈ ഉത്പന്നത്തിന് വിലയിട്ടിരിക്കുന്നത്. ടോപ്പിന്റെ താഴ്തിരിൽ കസവുപോലെയുള്ള എംബ്രോയിഡറി വർക്കുള്ള ഈ മൈറ്റ് മാജിക്സ് സമ്പന്ന വർഗ്ഗം ഉപയോഗിക്കുന്നു.

ലതപുട്ടാന എന്ന പ്രസിദ്ധയായ ഡിസൈനർ ചെയ്ത അനാർക്കലി മാതൃകയിലെ ചുരിദാർ ബോട്ടവും കോട്ടൺസിൽക്ക് കുർത്തയുമായുള്ള വസ്ത്രം ആകർഷകമാണ്. ഇതു പ്രിന്റ്ഡ് ആണ്. ഷിഫോൺ തുണിയിലാണ് ദുപ്പട്ട തയ്ക്കുക. ഇതിനും ബ്ലൗസ് ഭാഗം വേർതിരിക്കുന്ന തരത്തിൽ അലങ്കാരപ്പണി ഉണ്ടായിരിക്കും. ഈ വസ്ത്രത്തിന്റെ കഴുത്തുഭാഗം ഷഡ്ഭുജരൂപത്തിൽ വെട്ടി തയ്ക്കുന്നതിന് നിർദ്ദേശിക്കുന്നു.

ചുരിദാർ ബോട്ടവും ലഖ്നൗവി കുർത്തയും സിൽക്ക് ഷാജുമുള്ള ഒരു ചുരിദാർ സെറ്റുണ്ട്. ഷാൾ കഴുത്തിൽ ചുറ്റാനുള്ളതാണ്. വസ്ത്രത്തിന്റെ കഴുത്ത്, വട്ടത്തിലാണ് വെട്ടുന്നത്. രണ്ടായിരത്തോളം രൂപവിലവരുന്ന ഈ വസ്ത്രം ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിലേക്കിറങ്ങിച്ചെന്നിട്ടില്ല. ചിത്രപ്പണികളുള്ളതും ആകർഷകമായതുമായ വസ്ത്രങ്ങൾ സമ്പന്നരെ ഉദ്ദേശിച്ചാണ് മാർക്കറ്റിലെത്തിക്കുന്നത്. പക്ഷേ, സമാനതകളുള്ള അനുകരണ മാതൃക അധികം വൈകാതെ കമ്പോളത്തിൽ വരും.

പ്രിന്റ്ഡ് സിൽക്ക് കുർത്തയും സിൽക്ക് ചുരിദാർ ബോട്ടവും സിൽക്ക് ഷാജുമായുള്ള ഈ വസ്ത്രത്തിന് 2500 രൂപയോളം ഇന്ത്യൻ കമ്പോളത്തിൽ വിലയുണ്ട്.

പലനിറങ്ങളുടെ കൂട്ടിലാണ് ഇത്തരം വസ്ത്രങ്ങൾ തയ്യാറാക്കുന്നത്. ഇതിനോടൊപ്പം അനുയോജ്യമായ കമ്മലും മാലയും ബാഗും ഡിസൈനർ നിർദ്ദേശിക്കുന്നുണ്ട്. ഇതിന് അനുബന്ധാലങ്കാരങ്ങളുൾപ്പെടെ അയ്യായിരത്തോളം രൂപ ചെലവു വരും. ഗ്രാമ പ്രദേശങ്ങളിൽ വില കുറഞ്ഞ തുണിയിൽ ഈ മോഡൽ വസ്ത്രങ്ങൾ പതുക്കെ കടന്നുവരുന്നുണ്ട്. ഫ്ലാഫ്ഷണൽ കോഴ്സിനു പഠിക്കുന്ന കുട്ടികളും പ്രവാസി മലയാളികളുമാണ് പ്രസ്തുത വസ്ത്രത്തിന്റെ വ്യത്യസ്ത പാഠങ്ങൾ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നതിൽ ഒരു പ്രധാന പങ്കു വഹിക്കുന്നത്. സിനിമയും റിയാലിറ്റി ഷോയും പുതിയ ട്രെന്റുകൾ വേഗം വേഗം സൃഷ്ടിക്കുന്നു. സർക്കാർ തലത്തിൽ നിരന്തരമായി നടക്കുന്ന ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവലുകൾ പലതരം പുതുമയേറിയ വസ്ത്രങ്ങളെ നാണയപ്പെടുത്താൻ കാരണമായിട്ടുണ്ട്.

ചുരിദാർ സുരക്ഷിതത്വം നൽകുന്നുവെന്ന അഭിപ്രായമുണ്ട്. അത് വളരെ വേഗം അണിയാവുന്നതാണ്. ശരീരത്തിനിണങ്ങും വിധം

തയ്ച്ചൊരുക്കാവുന്നതാണ്. വൈവിധ്യതയ്ക്ക് സാധ്യത കൂടുതലായുണ്ട്, എന്നൊക്കെ ഗുണങ്ങളായി പറയുന്നു. അധ്യാപികമാർക്ക് ചുരിദാർ ധരിക്കാനുള്ള അനുമതി നൽകിക്കൊണ്ട് 2008 ൽ പൊതു വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പ് ഉത്തരവായിട്ടുണ്ട്. 'സാരിയിൽ നിന്നുള്ള മോചനത്തിലൂടെ ഞങ്ങളുടെ കാലുകൾ സ്വതന്ത്രമായി' എന്ന് അഭിപ്രായപ്പെടുന്നവരുണ്ട് (സി.എസ്. ചന്ദ്രിക, മാതൃഭൂമി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്, 2008: പു. 65).

ചുരിദാറിന്റെ കുറവുകളെക്കുറിച്ച് അഭിപ്രായങ്ങളുണ്ട്. അരക്കെട്ടുവരെ കാണാവുന്ന തരത്തിലുള്ള കീറലും, പാന്റ്സ് തയ്ക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന സുതാര്യമായ തുണിയും ശരീരം കാണുന്നതിന് അവസരം ഉണ്ടാക്കുമെന്ന അഭിപ്രായമുണ്ട്.

ജീൻസും ടോപ്പും (അനു. 3; 21)

5 വയസ്സുള്ള കുട്ടി മുതൽ യുവതികൾ വരെ ജീൻസും ടോപ്പും ധരിച്ചുവരുന്നു. ഗ്രാമപ്രദേശത്ത് ഇത് വ്യാപകമല്ല. എന്നാൽ ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ ജീൻസ് ഉപയോഗിക്കുന്ന പെൺകുട്ടികൾ യൗവനപ്രായമെത്തിയാൽ അത് ഉപയോഗിക്കുന്നതിൽ താല്പര്യം കാണിക്കുന്നില്ല. കുട്ടികൾ മുട്ടിനു തൊട്ടു താഴെ വരെ മാത്രം ഇറക്കമുള്ള ജീൻസും ടോപ്പും ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ജീൻസ് തൂണിയിലുള്ള സീരീകളുടെ പാന്റ്സിൽ പല അലങ്കാരപ്പണികളും നടത്താറുണ്ട്. സീരീകളുടെ പാന്റ്സിന്റെ മുൻവശത്തിൽ തുറപ്പുണ്ടാവില്ല.

ടെറ്റ് ഫിറ്റ്, ഫീജിയേഡ്, ബുട്ട് കട്ട്, ലോ കട്ട്, സ്ട്രൈയിറ്റ് കട്ട് ഇങ്ങനെ ധാരാളം ഫാഷനുകളിലെ ജീൻസുണ്ട്. സ്റ്റോൺ വാഷ്ഡ്യൂ, ബ്ലൂ ജീൻസുമാണ് ഏറെ ചെലവാകുന്നത്. ക്രിസ്റ്റലുകൾ പതിച്ച ജീൻസുകൾക്ക് ജനങ്ങളുടെയിടയിൽ പ്രചാരമുണ്ട്. മങ്ങിയ ബ്ലൂ ജീൻസിനാണ് കൂടുതൽ പ്രചാരം. ജീൻസിനോടൊപ്പം ഫുൾഷർട്ട്, ബ്ലൗസ് ഷർട്ട്, ടീ ഷർട്ട്, കുർത്ത, ജൂബ ഇങ്ങനെ വിവിധ തരം ടോപ്പുകൾ ധരിക്കാറുണ്ട്.

ഗ്ലാം ഗോഡസ്, ഓറിയന്റൽ ഫീജർട്ട്, കൺട്രിചാം, മൈക്കർ ബേബി, ഡ്രീമി ഡെനിം, ഫോക്സി ഫെം, കാഷ്വൽ ചിക്ക് ഇങ്ങനെ കമ്പനി ഇനത്തിലുള്ള ധാരാളം ജീൻസുകളുണ്ട്. ഇവയുടെ അനുകരണ മാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിൽ സുലഭമാണ്. തെരുവോരക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്ന് 225 രൂപയ്ക്ക്, തുടമുതൽ മുട്ടിനു താഴെവരെ അങ്ങിങ്ങി നിറംമങ്ങിയ മൈക്കർ ബേബിന്റെവരെ അനുകരണ മാതൃകകൾ ലഭിക്കും. ഇതിന്റെ ടീഷർട്ടിനുൾപ്പെടെ കമ്പനി വില ശരാശരി 3500 രൂപയുണ്ട്. മുട്ടുവരെ ഇറുകിയതിനും താഴെ അയഞ്ഞതിനുമാണ് ചെറുപ്പക്കാരുടെയിടയിൽ പ്രചാരം.

ജീൻസിനൊപ്പമുള്ള അനുബന്ധങ്ങൾ ചെരിപ്പ്, വാച്ച്, ബെൽറ്റ്, മാല, കമ്മൽ എന്നിവയാണ്. പിന്നെ, പെരുമാറ്റ രീതിയും ചില കമ്പനികൾ പരസ്യപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ജീൻസിന് സീരീകൾ ക്രോസ് മാച്ചിങ്ങും സ്വീകരിക്കുന്നു. കറുപ്പു ജീൻസിനോ ബ്ലൂ ജീൻസിനോ വെളുത്ത ടോപ്പ് ഉപയോഗിക്കുന്നു. ജീൻസ് ഇപ്പോഴും മലയാളികളുടെ സാധാരണ ജീവിതത്തിൽ പരക്കെ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടിട്ടില്ല. ജീൻസ് കോളേജുകളിലും പാർട്ടികളിലും ഉപയോഗിക്കുന്ന തരത്തിൽ ഒരുങ്ങി നിൽക്കുകയാണ്.

എൻജിനീയറിങ് വിദ്യാർത്ഥിനികൾ വർക്ക് ഷോപ്പുള്ള ദിവസം ജീൻസ് ധരിച്ചു പോകാറുണ്ട്. ഇത് ഗ്രാമ പ്രദേശങ്ങളിൽ സാധാരണമായ കാഴ്ചയാണ്.

കൈലിയും ബ്ലൗസും തോർത്തും (അനു. 3; 23)

കേരളത്തിലെ ദരിദ്ര വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടവരും ഇടത്തരത്തിൽ താഴെയുള്ളവരും ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രമാണ് കൈലിയും ബ്ലൗസും തോർത്തും. പ്രധാനമായും പ്രായമായ സ്ത്രീകളാണ് കൈലിയും തോർത്തും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. കൂലിപ്പണിക്കാർ തൊട്ടടുത്തുള്ള പ്രദേശങ്ങളിൽ പോകാനും പണിസ്ഥലത്തെ ആവശ്യത്തിനും ഈ വസ്ത്രമാണുപയോഗിക്കുന്നത്. തോർത്ത് തലയിൽ കെട്ടുകയാണ് പതിവ്. അല്ലാത്ത സമയത്ത് തോളിൽ വെറുതെ ഇടുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. കൈലിയും തോർത്തും ചെറുപ്പക്കാർ അപൂർവ്വമായേ വീട്ടിൽ ഉപയോഗിക്കാറുള്ളൂ. പട്ടണപ്രദേശങ്ങളിൽ ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നവർ അപൂർവമാണ്.

ബ്ലൗസ് അളവ് കൊടുത്ത് തയ്യാറാക്കുന്നു. വഴിവാണിക്കോരിൽ നിന്നോ കടകളിൽ നിന്നോ ലഭിക്കുന്ന വെള്ളത്തോർത്താണ് തോളിലിടാൻ ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

കോട്ടൺ, പോളിസ്റ്റർ തുണികളിലുള്ള കൈലികളാണ് സാധാരണ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. കാവി നിറത്തിലുള്ളതും ചെറിയ വരകളും ചെക്കുമാതൃകയിലുള്ളതുമായ കൈലിയാണ് സ്ത്രീകളുടെ ഇടയിൽ ചെലവുള്ളത്.

മുണ്ടും ബ്ലൗസും തോർത്തും/മുണ്ടും നേര്യതും (അനു. 3; 20)

മുണ്ടും ബ്ലൗസും തോർത്തും ഉപയോഗിക്കുന്നത് സ്ത്രീകളാണ്. മുണ്ടും ബ്ലൗസും തോർത്തുമാണ്, അല്ലെങ്കിൽ മുണ്ടും നേര്യതുമാണ് ഹിന്ദു പാരമ്പര്യ സമുദായത്തിലെ മധ്യ വയസ്സുകഴിഞ്ഞ സ്ത്രീകളുടെ വീട്ടുവേഷം. ചിലർ പുറത്തുപോകുമ്പോൾ മുണ്ടും നേര്യതും ഉപയോഗിക്കുന്നു. നേര്യത്ത്, ഷാൾ മാതിരിയുള്ള രണ്ടാം മുണ്ടാണ്. സാമ്പത്തിക നിലയനുസരിച്ച് കരയുള്ളതോ കസവുള്ളതോ ആയ നേര്യത്ത് വാങ്ങുകയാണ് പതിവ്.

നെറ്റി/മാക്സി (അനു. 3; 27)

രാത്രി ഉപയോഗിക്കേണ്ടുന്ന ഈ വസ്ത്രം യുവതികളായ മലയാളി സ്ത്രീകളുടെ മുഴുവൻസമയ വീട്ടുവസ്ത്രമായിത്തീർന്നു. കഴുത്തുമുതൽ

പാദം വരെ എത്തുന്ന ഘോഷരീതിയിലുള്ള വസീത്രമാണിത്. 135 സെ.മീ മൊത്തം നീളമുള്ള ഈ വസീത്രത്തിന്റെ വില 40 രൂപ മുതൽ മേലോട്ടാണ്. കോട്ടൺ, പോളിസ്റ്റർ, ട്രൈബെസ്റ്റ തുടങ്ങിയ തൂണികളിൽ ഇതു തയ്ക്കുന്നു.

ചെറിയ പൂക്കളും ഞൊറികളുമൊക്കെയായി ഏറെ മോടിപിടിപ്പിച്ച തരത്തിൽ മാക്സി ലഭ്യമാണ്. താഴെ ഭാഗത്ത് റേന്ത വെച്ചുപിടിപ്പിക്കാറുണ്ട്. ബ്ലൗസ് ഷർട്ടിന്റെ മാതിരി അനേകം മാതൃകകളിലുള്ള കഴുത്തും വ്യത്യസ്തങ്ങളായ കൈയും അലങ്കാരവുമൊക്കെയായി ധാരാളം നൈറ്റി മാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിലും വഴിയോരത്തും കച്ചവടത്തിനായി കൊണ്ടുവരുന്നു. മുൻകാലത്ത് ചിലതരം പാവടകൾക്ക്, മാക്സി എന്ന പേരു വിളിക്കാറുണ്ടായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ ഗ്രാമീണർ മാക്സി എന്ന പേര് നൈറ്റി എന്നതിനു പകരമായി ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നു.

കൈലേസ്/ തൂവാല (അനു. 3; 62യ)

സീതീകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന കൈലേസ്, ആകൃതിയിൽ ചെറുതായിരിക്കും. തൂവാലയിൽ ചിത്രപ്പണിയോ അലങ്കാരപ്പണിയോ ചെയ്ത് മനോഹരമാക്കുന്ന പതിവുണ്ട്. തൂണിക്കടകളിലും തെരുവോരത്തും പല നിറത്തിലും തരത്തിലുമുള്ള കൈലേസുകളുണ്ട്. മുഖത്തെ വിയർപ്പി ഒപ്പിയെടുക്കാനാവശ്യമായ വലുപ്പമേ ഇതിനുണ്ടാകൂ. പണ്ട് പഴന്തൂണി കീറിമടക്കി കൊണ്ടുപോകുന്ന പതിവുണ്ടായിരുന്നു.

സാരിയും ബ്ലൗസും (അനു. 3; 15, 17)

കേരളത്തിലെ വനിതകളുടെ ദേശീയവേഷമായി സാരി അറിയപ്പെടുന്നു. ഇന്ത്യ മുഴുവനും സാരി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും കേരളത്തിന്റെ തനതു വേഷമായി ഇത് കരുതപ്പെടുന്നു.

അരയുടെ വലതുഭാഗത്ത് മുൻവശത്തുകുത്തി, ഇടതു ഇടുപ്പിന്റെ മുകളറ്റംവരെ ഞൊറികളിട്ടുകുത്തി, മറ്റേ അറ്റം നെഞ്ചിനു കുറുകെ തോളിലൂടെ ഇടുന്ന തരത്തിലാണ് സാരി ഉടുക്കുന്നത്. സാധാരണഗതിയിൽ പൊക്കിൾക്കുഴി മറഞ്ഞ് ബ്ലൗസിന്റെ അടിവശത്തിനിടയിലുമായാണ് സാരിയുടെ ചുറ്റൽ വരുന്നത്. 'ഡ' മാതൃകയിൽ പൊക്കിളിനു താഴെയായി ചുറ്റി ഞൊറിഞ്ഞുകുത്തുന്ന രീതിയുമുണ്ട്.

പലതരത്തിലുള്ള സാരികൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭിക്കുന്നു. കോട്ടൺ, സിൽക്ക്, ഷിഫോൺ തൂണികളിൽ ഇന്ത്യയിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട നെയ്ത്തുകേന്ദ്രങ്ങളായ കാഞ്ചീപുരം, ബനാറസ്, സൂററ്റ് എന്നിവിടങ്ങളിൽ

നെയ്ത സാരികൾ കേരളത്തിലെ വസീത്രാലയങ്ങളിൽ ലഭ്യമാണ്. ഹാൻഡ് ചെയിന്റുചെയ്തതും, ഗോൾഡ് വർക്കും സ്വീകൻസ് വർക്കും ചെയ്ത വിവിധ നിറങ്ങളിലുള്ള ബ്ലൗസ് തുണി ഉൾപ്പെട്ടതുമായ സാരികൾക്ക് ഇരുപത്തിയയ്യായിരത്തിനു മുകളിൽ വിലവരും. കേരളത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട ചില ടെക്സ്റ്റയിൽസുകൾക്ക് സ്വന്തമായി നെയ്ത്തുശാലകളും നെയ്ത്തുകാരുമുണ്ട്. ബനാറസിൽ നിന്നും വരുന്ന വൽക്കലം സാരികൾ, റോസ് സിൽക്ക് സാരികൾ (പരുക്കൻ), 24 കാരറ്റ് സ്വർണ്ണം പതിച്ച ലക്നൗ ക്രേപ്പ് സാരികൾ കാശ്മീരി വർക്കുസാരികൾ, ബംഗാളി ബാലുച്ചാരി-രുപഹാലി സാരികൾ, ഒറീസ സാംബാൽപൂരി സാരികൾ, ധർമ്മവംശം സാരികൾ ഇവയൊക്കെ വൻതുകകൾ കൊടുത്താലേ ലഭിക്കുകയുള്ളൂ. ഇത്തരം സാരികൾക്ക് കേരളത്തിൽ ചെലവുണ്ട്.

40 രൂപയിൽ തുടങ്ങി 500 രൂപവരെ എത്തി നിൽക്കുന്ന നനച്ചുണക്കാവുന്ന സിന്തറ്റിക്ക് സാരികളാണ് സാധാരണക്കാർ വാങ്ങുന്നത്. വിപുൽ, പ്രഫുൽ, ആർടെക്സ്, ഗാർഡൻ തുടങ്ങി അനേകം തരം സാരികളുണ്ട്. വിലകുറവുള്ള സാദാ കോട്ടൺ സാരികളും കൃത്രിമ സിൽക്കു സാരികളും സാധാരണ ജനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നു.

എല്ലാ പുതിയ ഡിമെന്റൽ സാരികളുടെയും അനുകരണമാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്. കാശ്മീരി മെത്രഡ് വർക്ക് സാരികൾ വേറെ പേരിൽ കമ്പോളത്തിലിറങ്ങിയിട്ടുണ്ട്.

പാർട്ടിവെയർ സാരികൾ സമ്പന്നരുടെയിടയിൽ പ്രചാരത്തിലുണ്ട് (അനു. 5; 26). റെഡിമെയ്ഡ് സാരിയെന്നോ സാരിസ്കൂട്ടെന്നോ വിളിക്കാവുന്ന ഈ സാരി ഞൊറിയൊക്കെ ഉറപ്പിച്ച് ഒരുക്കി വെച്ചതാണ്. ടോപ്പ് ധരിച്ചശേഷം ഈ സാരി ഒരു മിനിറ്റിനുള്ളിൽ ധരിക്കാൻ സാധിക്കും. അയ്യായിരത്തോളം രൂപ വിലവരുന്ന ഈ സാരിക്ക് കേരളത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട പട്ടണങ്ങളിൽ ചെലവുണ്ട്. ഈ വസീത്രത്തിന് അനുബന്ധ അലങ്കാരവസ്തുക്കളുണ്ട്. ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ ഈ സാരി പ്രചാരത്തിൽ വന്നിട്ടില്ല. ശരീര വടിവ് അനുസരിച്ച് തയ്പ്പെച്ചെടുക്കുന്നതാണ് സാരിക്കുപയോഗിക്കുന്ന ബ്ലൗസ്. റെഡിമെയ്ഡ് ബ്ലൗസ് കേരളത്തിൽ വന്നെങ്കിലും നിലനിന്നില്ല. മുൻവശം തുറക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ബ്ലൗസിനാണ് പ്രചാരമെങ്കിലും പിറകുവശം തുറക്കുന്ന ബ്ലൗസ് തിരിച്ചു വരുകയാണ് (അനു. 5; 6).

ബ്ലാസിന്റെ കഴുത്തുഭാഗവും സ്ത്രീവുമായി വിവിധ തരത്തിൽ തയ്പ്പെടുത്തുന്നു. വട്ടക്കഴുത്ത്, ചതുരക്കഴുത്ത്, കൈയുള്ളത്, കൈയില്ലാത്തത്, കൈയിറക്കം കുറഞ്ഞത് ഇങ്ങനെ വിവിധ തരത്തിലുള്ള ബ്ലാസുകൾ ഉണ്ട്. മനോഹരമായ തയ്യിലിന്റെ പ്രത്യേകതകൊണ്ടും ബ്ലാസിന് വൈവിധ്യം സൃഷ്ടിക്കാറുണ്ട്. ചുരുക്കുകളും മടക്കുകളും പടികളും വെളി മോടി പിടിപ്പിക്കാറുണ്ട്. ബ്ലാസിന്റെ താഴ്ഭാഗത്തും കൈയുടെ അറ്റത്തും ഞാറി വെളി അലങ്കരിക്കാറുണ്ട്. ചിത്രപ്പണിചെയ്ത ബ്ലാസ് പാർട്ടിയവയറായി ഉപയോഗിക്കുന്നു.

സാരിയുടെയും ബ്ലാസിന്റെയും നിറപ്പൊരുത്തം നിർബന്ധമായി നോക്കാറുണ്ട്. ഒരേ നിറത്തിലുള്ള സാരിയും ബ്ലാസും എന്ന രീതിയാണ് സ്വീകരിക്കുന്നത്. പുരുഷൻ, പാന്റും ഷർട്ടും വിരുദ്ധ നിറങ്ങൾ പൊരുത്തപ്പെടുത്തിയുള്ള തരത്തിലാണ് ഉപയോഗിക്കാറുള്ളത്. സ്ത്രീശരീരത്തെ അതിന്റെ സമഗ്രതയിൽ കാണുക എന്ന പുരുഷന്റെ താല്പര്യം സാരിയും ബ്ലാസും തമ്മിലുള്ള നിറപ്പൊരുത്തത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന തായി കാണേണ്ടതാണ്. വൈവിധ്യമുള്ള നിറങ്ങളുള്ള സാരികൾ 80-കളിലാണ് വ്യാപകമായത്. വ്യത്യസ്ത നിറത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ കുറവായതിനാൽ പണ്ട് ഇന്നത്തെ തരത്തിലുള്ള പൊരുത്തപ്പെടുത്തലുകൾക്ക് സാധ്യത ഇല്ലായിരുന്നു (അനു. 1; ix). വിപരീത നിറങ്ങളുടെ പൊരുത്തം ആവേശത്തിന്റെയും ആക്രമണത്തിന്റെയും പ്രതീതി ജനിപ്പിക്കുന്നു (Dani, Cavallaro; 2000: p. 29). ഇത്തരം ഒരു അർത്ഥപരമായ തരുന്ന നിറപ്പൊരുത്തം പുരുഷാധിപത്യമുള്ള സമൂഹത്തിൽ തീർച്ചയായും അനുവദിക്കപ്പെടുകയില്ല. ഇത്തരത്തിലുള്ള സാഹചര്യങ്ങൾ നിമിത്തമാണ് സാരിയും ബ്ലാസും തമ്മിൽ ഇന്നു കാണുന്ന നിറപ്പൊരുത്തം സ്വീകരിക്കപ്പെട്ടത്. മസ്ലീം സ്ത്രീകളിൽ സാരിത്തലപ്പുകൊണ്ട് തലമറയ്ക്കുന്ന രീതി പൊതുവെ കണ്ടുവരുന്നു.

മസൂമിസാരി /കേരള സാരി (അനു. 3; 16)

കേരള സാരിക്ക് പൊൻനിറമാണ് ഉള്ളത്. അതിനു ഭാഗങ്ങളിൽ സാരിയുടെ കരയോ കസവോ വെളിപിടിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ടാകും. സാരിക്ക് അനുയോജ്യമായ നിറത്തിലുള്ള ബ്ലാസും ഉണ്ടാകും. ഇപ്പോൾ അലങ്കാരപ്പണികൾ ചെയ്ത അനേകതരം കേരളസാരി മാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്.

ബാലരാമപുരം, കുത്താമ്പുളി എന്നീ സ്ഥലങ്ങളിലെ സെറ്റുസാരിക്ക് മാർക്കറ്റിൽ നല്ല പ്രിയമാണ്. ഇതുകൂടാതെ തമിഴ്നാട്ടിൽനിന്ന് ധാരാളമായി സെറ്റുസാരി എത്തുന്നു.

കേരളപ്പിറവി, ഓണം, വിഷു, കല്ലയാണം, ചോറൂണ്, കുടുംബശ്രീ സംഗമങ്ങൾ തുടങ്ങിയ വിശേഷദിവസങ്ങളിൽ സെറ്റുസാരി ഉടുക്കുന്നത് പതിവാണ്. മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ സാധാരണയായി സെറ്റുസാരി ഉടുക്കാറില്ല. ഹിന്ദു, വിഭാഗത്തിലെ സ്ത്രീകൾ സെറ്റുസാരി ഉടുക്കുന്നു. പട്ടണങ്ങളിലെ ക്രിസ്ത്യൻ സ്ത്രീകളും ഈ സാരി ധരിക്കുന്നത്. ഇപ്പോൾ കേരളസാരിക്ക് ചെലവു കൂടുതലാണ്.

ആറ്റുകാൽ പൊങ്കാലയോടനുബന്ധിച്ച് പൊങ്കാലസാരി എന്ന പുതിയ ഒരു ഇനം കമ്പോളത്തിൽ എത്തിയിട്ടുണ്ട്.

പർദയും മഹീതയും (അനു. 3; 28)

പ്രധാനമായും, ഉത്തരകേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ അണിയുന്ന വേഷമാണ് പർദയും മഹീതയും. മുഖവും കൈവെള്ളയും മാത്രമേ ഈ വസ്ത്രമുപയോഗിച്ച് മറയ്ക്കാതെയുള്ളൂ. പർദ ഹൗസ് എന്ന പേരിൽ തന്നെ പർദ മാത്രം വില്ക്കുന്ന കടകൾ നിലവിൽ വന്നിട്ടുണ്ട്.

കറുപ്പുനിറത്തിലുള്ള പർദകളാണ് കമ്പോളത്തിൽ അധികമുള്ളത്. കറുപ്പെന്നു തോന്നിക്കുന്ന പല നിറങ്ങളിലും പർദ തയ്ക്കാറുണ്ട്.

റെഡിമെയ്ഡ് പർദ വാങ്ങി ശരീരത്തിന്റെ വടിവിനനുസരിച്ച് തയ്പ്പിച്ചിടാറുണ്ട്. പർദയുടെ മധ്യഭാഗത്തും വശങ്ങളിലും പ്രിന്റുകളോ, ഡാർട്ടുകളോ, മുത്തുകളോ പതിച്ച് ആകർഷണീയമാക്കാറുണ്ട്. മഹീത മനോഹരമായ പ്രിന്റുകളും തൊങ്ങലുമൊക്കെയുള്ള തരത്തിൽ തയ്ച്ചെടുക്കുന്നതും സർവ്വസാധാരണമാണ്.

ചെറുപ്പക്കാരിൽ പർദകളിൽ പാന്റുസും ടോപ്പും ധരിക്കുന്നവരാണധികവും. അത്തരം വസ്ത്രങ്ങളിൽ നല്ല ചിത്രപ്പണികൾ ചെയ്തവയുമുണ്ട്.

തെക്കൻകേരളത്തിൽ പർദവ്യാപകമല്ല. അവിടെ വൃദ്ധജനങ്ങളുടെ യിടയിലും പാരമ്പര്യ സമൂഹങ്ങളിലുമാണ് പർദക്ക് സ്വാധീനമുള്ളത്. മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ സാരിത്തലപ്പുകൊണ്ട് തലമറച്ചിടുന്നത് പതിവാണ്. പെൺകുട്ടികൾ ഷാജുകൊണ്ട് തലമറയ്ക്കുന്നു.

മഹിത ഒരു ചെറിയ ഷാളാണ്. തലമറച്ച് കഴുത്തുചുറ്റി പിൻചെയ്യുന്ന രീതിയാണുള്ളത്.

ചട്ടയുടമുണ്ടും

ക്രിസ്ത്യൻ വിഭാഗത്തിലെ പ്രായം ചെന്ന സ്ത്രീകളാണ് ചട്ടയുടമുണ്ടും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഞൊറിഞ്ഞുടുത്ത പുടവയും അതിനോടൊപ്പം ധരിക്കുന്ന ജാക്കറ്റാണ് ചട്ട. പുടവയുടെ അറ്റം മടക്കിട്ട് ഞൊറിഞ്ഞ് പുറകിലേക്ക് വിശറിപ്പോലെ ഇടുകയാണ്. ചട്ടക്ക് ബ്ലൗസിനേക്കാളും ഇറക്കമുണ്ടായിരിക്കും. ഈ വേഷം ധരിക്കുന്ന അപൂർവ്വം സ്ത്രീകളേ ഇന്ന് ഉള്ളൂ.

കാച്ചിമുണ്ടും ചട്ടക്കൂപ്പായവും (അനു. 3; 24)

കാച്ചിമുണ്ടും ജാക്കറ്റുമാണ് മുസ്ലീം ചട്ടക്കൂപ്പായം എന്നറിയപ്പെടുന്നത്. വളരെ മുമ്പ് കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ ഈ വസ്ത്രം ധരിച്ചിരുന്നു. ഇപ്പോൾ വ്യഭജനങ്ങൾ അപൂർവമായി ഈ വസ്ത്രം ധരിച്ചുവരുന്നു.

ഹൗസ് കോട്ട് (അനു. 5; 7)

മുൻവശം തുറന്നതും ഞൊറി തുന്നിച്ചേർത്തതുമായ ഈ വസ്ത്രം, നഗരപ്രദേശങ്ങളിലെ ഉയർന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെയും ബിസിനസുകാരുടെയും വീടുകളിലെ സ്ത്രീകൾ ധരിക്കുന്നു. ഏതുപ്രായക്കാർക്കുമുള്ള ഹൗസ് കോട്ടുകൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്.

സ്ത്രീകളുടെ അടിവസ്ത്രങ്ങൾ

സാരിപ്പാവാട/ അടിപ്പാവാട (അനു. 3; 31)

സാരിയുടെ അടിയിൽ ധരിക്കുന്നതും അരമുതൽ ഉപ്ലുറ്റിവരെ ഇറക്കമുള്ളതുമായ പാവാടയാണ് അടിപ്പാവാട. സാറ്റിൻ, കോട്ടൺ തുടങ്ങിയ തൂണികളാണ് തയ്ക്കാനുപയോഗിക്കുന്നത്. ഈ വസ്ത്രത്തിന് സാരിയുടെ നിറവുമായുള്ള പൊരുത്തം നോക്കാറുണ്ട്. പലതരം പാനലുകൾ പാവാടക്കുണ്ടാകാറുണ്ട്. ഇത് റെഡിമെയ്ഡായും തയ്പ്പിച്ചും ഉപയോഗിക്കുന്നു. 20 രൂപമുതൽ വിലവരുന്ന പാവാടയുണ്ട്. അടിപ്പാവാട തെരുവോരത്തും ചന്തകളിലും ലഭ്യമാണ്.

ബ്രെസിയേഴ്സ്/ബ്രാ (അനു. 5; 24)

ബ്രസിയെഴ്സിൽ ധരിക്കുന്ന വസ്ത്രമാണ് ബ്രെസിയേഴ്സ്. പിൻവശത്തു ഹുക്കുവെച്ച് പൂട്ടുന്നവയാണധികവും. വെളുപ്പുനിറത്തിലുള്ള ബ്രാകൾക്കാണ് കമ്പോളത്തിൽ മുൻതൂക്കം. അതുകഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ കറുപ്പുനിറത്തോടാണ് കൂടുതൽ താൽപര്യം. മൈബ്രാ, ഡെയ്സീ ഡീ, ബ്ലോസം, ഫീലിങ് എന്നീ കമ്പനികളുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾക്ക് ഇരുന്നൂറ്റിനും മൂന്നൂറ്റിനുമിടയ്ക്ക് വിലയുണ്ട്. തെരുവോരത്തും അല്ലാതെയും ഇതേ മാതൃകയിൽ 30 രൂപക്ക് ഈ വസ്ത്രം ലഭിക്കുന്നു. സമ്പന്നർ കമ്പനി ഇനങ്ങളാണ് വാങ്ങുന്നത്.

ഇലാസ്റ്റിക്സും ഹുക്കും ഒക്കെച്ചേർന്ന് ശരീരത്തിലുണ്ടാക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ ബ്രായെക്കുറിച്ചുള്ള ദോഷമായി പറഞ്ഞുവരുന്നു. പണ്ടത്തെപ്പോലെ തുണിയെടുത്ത് തയ്ച്ചിടുന്നതാണ് ശരീരത്തിനു നല്ലതെന്നും പറയുന്നുണ്ട്. പുതിയ തലമുറ അവയവവടിവിന്റെയും മറ്റും കാര്യം പറഞ്ഞ് പുതിയതിനെ അംഗീകരിക്കുന്നു.

വൃദ്ധരായ സ്ത്രീകൾ തുണികൊടുത്ത് തയ്ച്ചിടുന്ന പതിവ് ഗ്രാമങ്ങളിലുണ്ട്. ബ്രായുടെ നാടയിൽ കെട്ടിടുന്നതോ തുറപ്പും ഭാഗത്ത് പ്രസ് ബട്ടൺ പിടിപ്പിക്കുന്നതോ ആയ രീതിയാണുള്ളത്.

റവുക്ക (അനു. 3; 26)

മുൻ വശത്ത് കെട്ടുന്ന തരത്തിലുള്ള ബ്ലൗസാണ് റവുക്ക. പ്രായമായ ആളുകളാണ് ഇതുപയോഗിക്കുന്നത്. ഈ വസ്ത്രം തയ്ച്ചെടുക്കുന്ന പതിവാണ് ഉള്ളത്. റെഡിമെയ്ഡ് റവുക്കുകൾ ചുരുക്കം കടകളിൽ ലഭ്യമാണ്. വെളുത്ത നിറത്തിലുള്ളവയാണ് വിപണിയിൽ ഉള്ളത്. ബ്ലൗസിനു പകരം ആളുകൾ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന റൗക്കുകൾ ഇപ്പോൾ പ്രചാരം തീരെ കുറവാണ്. റൗക്കു ഇടുന്നവർ ബ്രാ ധരിക്കുന്ന പതിവില്ല. കേരളത്തിലെ ഗ്രാമങ്ങളിൽ ബോഡീസെന്റും ബോഡി എന്റും ഈ വസ്ത്രത്തിന് പേരുണ്ട്.

പാന്റീസ്/ ജട്ടി/ഷഡ്ഡി/ ജെട്ടി (അനു. 5; 13, 17)

പാവടക്കടിയിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നതാണ് ഈ അടിവസ്ത്രം. വിവിധ നിറങ്ങളിലുള്ള ജട്ടികൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭിക്കുന്നു. വിലകുറഞ്ഞതും കൂടിയതുമായ പാന്റീസുകളുണ്ട്. കമ്പനി ഇനങ്ങൾക്ക് വില കൂടുതലാണ്. ഇടത്തരക്കാരിൽ മുന്തിയവരും സമ്പന്നരും കമ്പനി ഇനങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. വെളുത്ത നിറത്തിലുള്ള ജട്ടികളാണ് കൂടുതലായി ചെലവാകുന്നത്. ഈ വസ്ത്രത്തിൽ അലങ്കാരപ്പണികളും മറ്റും ചെയ്യാറുണ്ട്. ഈ വസ്ത്രം മൃദലമായ തുണിയിലാണ് തയ്ക്കുന്നത്.

ഇന്നത്തെ ജട്ടിയുടെ സ്ഥാനത്ത് പണ്ട് ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന അടിവസ്ത്രമാണ് കോണകം. ഇപ്പോഴും അതാണ് നല്ലതെന്ന് കരുതുന്നവരുമുണ്ട്. പക്ഷേ, സൗകര്യം പുതിയ അടിവസ്ത്രം ധരിക്കുന്നതാണെന്ന് അഭിപ്രായമുണ്ട്. ജട്ടി ഉടുക്കുന്നതു കാരണം ഇലാസ്റ്റിക് അലർജിയും മറ്റുചില ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങളും ഉണ്ടാകുമെന്ന ഭയവുമുണ്ട്. പക്ഷേ, സുരക്ഷിതത്വം ഈ വസ്ത്രം കൊണ്ട് ലഭിക്കുമെന്നും പറയുന്നുണ്ട്. ഓരോ

വസീത്രത്തെക്കുറിച്ചും തീരുമാനമെടുക്കുന്നതിൽ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട ഘടകം ശീലമാണ് എന്നും അഭിപ്രായമുണ്ട്.

ഈ വസീത്രത്തിന് പാന്റീസെന പേര് ചെറുപ്പക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്നു. മുതിർന്നവർ ജട്ടിയെന്നോ ജെട്ടിയെന്നോ ഷഡ്ഡിയെന്നോ പറയുന്നു. പരസ്യങ്ങളിൽ ലിംഗറീസ് എന്ന പേരും ഉപയോഗിച്ചുവരുന്നു.

അണ്ടർവെയർ എന്നപേരിൽ നിക്കർ രൂപത്തിലും ബനിയൻ ക്ലോത്തിലുള്ളതുമായ അടിവസീത്രവും മാർക്കറ്റിലുണ്ട്. ഈ വസീത്രത്തിന് ചെലവു കുറവാണ്.

സാനിറ്ററി നാപ്കിൻസ്

സ്ത്രീകൾക്ക് മാസമുറ സമയത്ത് അടിയിലുപയോഗിക്കുന്ന തിനുവേണ്ടിയുള്ള വസീത്രമാണ് സാനിറ്ററി നാപ്കിൻസ്. വിദ്യാർത്ഥിനികളും ഉദ്യോഗസ്ഥരും മറ്റു സമ്പന്ന വിഭാഗങ്ങളും ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നു. ദരിദ്രവിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടവരും വീട്ടമ്മമാരും മാസമുറക്കാലത്ത് പഴന്തുണികൊണ്ട് തറ്റുടുക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. സാനിറ്ററി നാപ്കിൻസ് യാത്രാവേളകളിൽ പ്രയോജനപ്പെടുമെന്ന് വാദിക്കുന്നവരുണ്ട്. സാനിറ്ററി നാപ്കിൻസ് എന്ന പേര് പ്രയോഗിക്കുന്നവർ കുറവാണ്. കമ്പനിപ്പേരാണ് അധികമാളുകളും പറയുന്നത് (ഉദാ: കെയർഫീ). സ്ത്രീകളുടെയിടയിൽ പലതരത്തിലുള്ള കോഡ്പേരുകളുണ്ട് (ഉദാ: ബ്രഡ്). മെഡിക്കൽ സ്റ്റോറുകളിലാണ് ഇത് അധികമായും കണ്ടുവരുന്നത്. ‘പഴന്തുണി ധനലാഭമുണ്ടാക്കുന്നുവെന്നും ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങളുണ്ടാക്കി പെണ്ണുമുള്ള വാദവുമുണ്ട്’ (അനു. 1; ശ).

പരുഷൻമാരുടെ വസീത്രങ്ങൾ

മുണ്ടും ഷർട്ടും (അനു. 3; 44, 54)

തയ്യലില്ലാത്ത ഒറ്റ വസീത്രമാണ് മുണ്ട്. ഈ വസീത്രത്തിന്റെ അതിരുകളിൽ പല പ്രകാരത്തിലുള്ള കര ചേർത്ത് അലങ്കാരം വരുത്താറുണ്ട്. ഒറ്റ മുണ്ടും ഇരട്ടമുണ്ടും ഉണ്ട്. ഇരട്ട മുണ്ടിന് 2 പാളികളുണ്ട്. കോട്ടൺ, പോളിയസ്റ്റർ തുണികളിൽ മുണ്ട് നെയ്തെടുക്കുന്നു. കൈത്തറിയിൽ നെയ്തെടുക്കുന്ന സ്വർണ്ണനിറമുള്ള മുണ്ടുകൾ പ്രസിദ്ധമാണ്. ബാലരാമപുരം, കുത്താമ്പുളളി, കണ്ണൂർ മുണ്ടുകൾക്ക് കേൾവിയുണ്ട്.

കസവുകരയുള്ള മുണ്ട് വിവാഹത്തിനും ഓണത്തിനുമൊക്കെ ഉടുക്കാനും സമ്മാനം നൽകാനും ഉപയോഗിക്കുന്നു. പോളിയസ്റ്റർ മുണ്ടുകൾക്ക് പ്രചാരം കുറഞ്ഞുവരികയാണ്. തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്നുള്ള കമ്പനി മുണ്ടുകൾക്ക് ചെലവേറെയാണ്. പാന്റുസും ഷർട്ടും ജനകീയമായി തീർന്നിട്ടും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ പ്രത്യേകം സ്ഥാനമുള്ള ഈ പാരമ്പര്യ വസ്ത്രത്തിന് നിലനിൽപ്പുണ്ട്. ഔദ്യോഗിക കാര്യങ്ങളിൽ ഇടപെട്ടിട്ടില്ലാത്ത മലയാളികളായ വൃദ്ധജനങ്ങളിൽ വലിയൊരുപങ്കാളികളും മുണ്ടും ഷർട്ടുമാണുടുക്കുന്നത്. പുരുഷൻമാരായ മലയാളികളുടെ ദേശീയവേഷം മുണ്ടും ഷർട്ടും എന്ന് പൊതുവേ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. മുണ്ട് സാധാരണഗതിയിൽ വലതു ഭാഗത്ത് ചുറ്റിയുടുത്താണ് കൂത്തുന്നത്. മുസ്ലീങ്ങളിൽ പാരമ്പര്യവാദികളായവർ ചുറ്റിയുടുത്ത് ഇടതു ഭാഗത്തു കൂത്തുകയാണ് പതിവ്.

മുണ്ടിനൊപ്പം ധരിക്കുന്ന വസ്ത്രമാണ് ഷർട്ട്. ഷർട്ടിനെ ഉടുപ്പി, കുപ്പായം എന്നൊക്കെ പേരുവിളിക്കുന്ന സാധാരണക്കാരാണ്. കോളർ, കൈ, തോൾ, തുറപ്പു ഭാഗം, താഴ്ഭാഗം, മുതുകുവശം, എന്നിവിടങ്ങളിൽ വരുത്തുന്ന വ്യത്യാസംകൊണ്ട് ഷർട്ടിന്റെ രൂപത്തിന് കാര്യമായ മാറ്റം സംഭവിക്കുന്നു. നിറങ്ങളുടെ വ്യത്യാസം, വരമാതൃകകൾ ഇവയും ഷർട്ടിന്റെ രൂപത്തിന് മാറ്റം വരുത്തുന്നു (അനു. 5; 20).

സ്നാക്ക് ഷർട്ട്, ഹാഫ് ഓപ്പൺ ഫ്ലീറ്റഡ് ഷർട്ട്, ഫുൾ ഓപ്പൺ ഷർട്ട്, ഫുൾസ്ലീവ് ഇങ്ങനെ പലതരത്തിലുള്ള ഷർട്ടുകളുണ്ട്. തുണിയെടുത്ത് തയ്യിപ്പിക്കുന്നവരുടെ സംഖ്യ കുറഞ്ഞുവരികയാണ്. 80 രൂപ കൊടുത്താൽ റെഡിമെയ്ഡ് ഷർട്ട് കമ്പോളത്തിൽ കിട്ടും. കമ്പനി ഇനങ്ങൾക്ക് വില കൂടുതലാണ്. സോഡിയാക്ക്, ജോൺപെപ്പയേഴ്സ്, പാർക്ക് അവന്യൂ, ടർട്ടിൽ, ഡെർബി- ഇങ്ങനെയുള്ള കമ്പനി ഷർട്ടുകൾക്ക് 500 രൂപയിൽ താഴെ വില പ്രതീക്ഷിക്കേണ്ടതില്ല.

കോട്ടൺ, വൂളൻ, പോളിയസ്റ്റർ, തുടങ്ങിയ തുണികളിൽ ഷർട്ടുകൾ തയ്യിക്കുന്നു. കോട്ടൺ ചേരുവയുള്ള തുണിയിൽ തയ്യിച്ച ഷർട്ടിനാണ് കമ്പോളത്തിൽ കൂടുതൽ പ്രിയമുള്ളത്.

ഷർട്ടിന്റെ നിറത്തിനു തുല്യമായ കരയുള്ള മുണ്ടു വാങ്ങുന്ന *ട്രന്റ്* പരന്നു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. ഷർട്ടും മുണ്ടും ധരിക്കുന്നവരിൽ ഭൂരിപക്ഷവും മധ്യവയസ്കരും അതിനുമുകളിൽ പ്രായമുള്ളവരുമാണ്.

വെള്ളനിറത്തിലുള്ള ഷർട്ടിന് ഏറ്റക്കുറച്ചിലില്ലാതെ താല്പര്യമുണ്ട്. മധ്യവയസ്കർ ഇളം നിറങ്ങൾക്കാണ് പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുന്നത്. അവർ പൊതുവേ കറുപ്പുനിറം തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നില്ല.

മുണ്ടുമടക്കിക്കുത്തുന്നതിന് വ്യത്യസ്ത അർത്ഥങ്ങളുണ്ട്. ഷർട്ടിന്റെ കൈ ചുരുട്ടുന്നതിനും അർത്ഥവ്യത്യാസങ്ങളുണ്ട്. സന്ദർഭം അനുസരിച്ച്, മുണ്ടിന്റെയും ഷർട്ടിന്റെയും ഉടുക്കൽ കൊണ്ട് അർത്ഥവ്യത്യാസം സംഭവിക്കുന്നു.

മുണ്ടും ജൂമ്പയും (അനു. 3; 49)

മുണ്ടും ഖദർ ജൂമ്പയും ധരിക്കുന്ന കുറേ ആളുകൾ എല്ലാ പ്രദേശങ്ങളിലുമുണ്ട്. സാമൂഹിക പ്രവർത്തകരും രാഷ്ട്രീയപ്രവർത്തകരും ഈ വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഷർട്ടിന്റെ മാതൃകയിൽ കോളറില്ലാതെയോ ചെറിയ കോളറിലോ മുട്ടിനു താഴെ എത്തുന്നതരത്തിൽ, വശങ്ങളിൽ പോക്കറ്റുള്ള വസ്ത്രമാണ് ജൂമ്പ. കോട്ടൺ തുണിയിലുള്ള ജൂമ്പക്കാണ് ചെലവ് കൂടുതൽ. പോളിയസ്റ്റർ ജൂമ്പ ധരിക്കുന്നവരുമുണ്ട്. വെള്ള, കാവി, നീല തുടങ്ങിയ നിറങ്ങളിൽ ജൂമ്പയുണ്ട്. കാവി മുണ്ടും കാവി ജൂമ്പയും ധരിച്ചു നടക്കുന്നവരുമുണ്ട്. ജൂമ്പയോടൊപ്പം ഒറ്റമുണ്ടാണു സാധാരണയായി ധരിക്കുന്നത്. ഏറ്റവും കുറഞ്ഞത് 300 രൂപയോളം വേണ്ടിവരും ഒരു ജോഡി ജൂമ്പയും മുണ്ടും വാങ്ങുന്നതിന്. തയ്ച്ചിട്ട ജൂമ്പ കടകളിൽ കിട്ടുന്നു.

ലൂങ്കിയും ഷർട്ടും തോർത്തും/ കൈലി/ പേശ (അനു. 3; 50, 57)

കൂലിപ്പണിക്കാരും സാധാരണക്കാരുമാണ് ഈ വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നത്. കാവി,നീല, കറുപ്പ്, മഞ്ഞ എന്നീ നിറങ്ങളിൽ കൈലി കിട്ടുന്നു. ചെക്ക് മാതൃകയിലും മറ്റ് വരമാതൃകയിലും ഉള്ള കൈലികളുണ്ട്. കൈലി ഉടുത്ത് തോർത്ത് തോളിലിടുകയോ തലയിൽ കെട്ടുകയോ കഴുത്തിൽ ചുറ്റിയിടുകയോ ചെയ്യുന്നവരുണ്ട്. ഒരാൾ തന്നെ പല സന്ദർഭങ്ങളിൽ പലതരത്തിൽ തോർത്ത് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ടാവാം. സന്ദർഭത്തിനനുസരിച്ച് അർത്ഥം മാറുകയാണ്.

ആളുകൾ കൈലി ഉടുത്തുകൊണ്ട് വിവാഹം തുടങ്ങിയ ചടങ്ങുകൾക്ക് പങ്കെടുക്കാറില്ല. രണ്ടറ്റവും കൂട്ടിത്തയ്ച്ച് ഉടുക്കുന്ന അപൂർവ്വം ആളുകളുണ്ട്. വീട്ടിലെ ആവശ്യത്തിനുമാത്രം കൈലി

ഉടുക്കുന്നവരും ഉണ്ട്. കൈലി വീട്ടിലുടുക്കുന്നവരിൽ നല്ലൊരുപങ്കും മധ്യവയസ്കരാണ്. കോട്ടൺ, പോളിയസ്റ്റർ എന്നീ തൂണികളിൽ കൈലി നെയ്യുന്നു. പാരമ്പര്യ സമൂഹത്തിൽ ഇന്നും കൈലി ഉപയോഗിക്കാറില്ല. കൈലിക്ക് താഴ്ന്നവില ഏകദേശം എൺപതാണ്. 'കൈലി വസ്ത്രം ധരിച്ചുവരുന്ന ആളിന്റെ ജീവിതസാഹചര്യം തിരിച്ചറിയാനാകും എന്നും കൈലി ഉടുത്തുവരുന്ന ആളിന് മാനുഷ ലഭിക്കാൻ സാധ്യത കുറവാണ്' എന്നും അഭിപ്രായമുണ്ട് (അനു. 1; i). തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്ന് ധാരാളം ഇനം കൈലികൾ കമ്പോളത്തിൽ എത്തുന്നു.

പാന്റ്സും ഷർട്ടും (അനു. 3; 47, 59)

പാന്റ് എന്നാണ് ഭൂരിപക്ഷം പേരും പറയുന്നത്. കേരളത്തിലെ വലിയൊരുവിഭാഗം കുട്ടികളും യുവാക്കളും വീടിനകത്തും പുറത്തും ധരിക്കുന്ന വേഷം പാന്റ്സും ഷർട്ടുമാണ്. പല തരത്തിലുള്ള പാന്റ്സുകൾ റെഡിമെയ്ഡായി കിട്ടും. 200 രൂപയ്ക്കു താഴെ വിലയുള്ള പാന്റ്സ് മാർക്കറ്റിലുണ്ട്. മുറുക്കം കൂടിയതോ കുറഞ്ഞതോ ബെല്ലുള്ളതോ ഇല്ലാത്തതോ, ഇങ്ങനെ വിവിധ ഇനങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നു. റെയ്മണ്ട്സ്, ഡി.എച്ച് തുടങ്ങിയ കമ്പനി ഇനങ്ങൾക്ക് വില കൂടുതലാകും. സമ്പന്നർ അത്തരം കമ്പനി വസ്ത്രങ്ങളാണ് വാങ്ങുന്നത്.

പാന്റ്സിനോടൊപ്പം സാധാരണ ഷർട്ട്, ടീ ഷർട്ട്, ജൂമ്പ് എന്നിവ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ഷർട്ട് പാന്റ്സിന് അകത്താക്കിയും അല്ലാതെയും ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഇപ്പോൾ യൂണിഫോമിന്റെ ഭാഗമായും മറ്റുമല്ലാതെ, പാന്റ്സ് അകത്താക്കുന്ന രീതി കുറഞ്ഞു കാണുന്നു. ഇറക്കം കുറഞ്ഞ ഷർട്ടാണ് ഇപ്പോൾ പൊതുവെ ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നത്. വലിയ കോളങ്ങളുള്ള ഷർട്ട് മധ്യവയസ്കർ മാത്രമേ ഉപയോഗിക്കൂ എന്നു പറയുന്നു. അതിന് *വയസ്സൻകളി* എന്ന് വട്ടപ്പേരിട്ട് വിളിക്കാറുണ്ട്. *ചെക്ക്, പ്ലെയിൻ* എന്നീതരം ഷർട്ടുകൾ ചെറുപ്പക്കാർ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു.

ഷർട്ടിന്റെ തോൾ, കോളർഭാഗങ്ങൾ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടവയാണ്. പൗരുഷത്തിന്റെ ലക്ഷണമായി വിശിഷ്ടമാറും വിടർന്ന തോളും ഉയർന്ന കഴുത്തും കണക്കാക്കപ്പെട്ടുപോരുന്നു. ഇത്തരം ഭാഗങ്ങളിലേക്കുള്ള ആകർഷണമായാണ് ഷർട്ടിന്റെ കഴുത്തുഭാഗമായ കോളർനിൽക്കുന്നത്. സ്ത്രീകളുടെ ഷർട്ടിന് ഇത്തരം കോളർ സാധാരണഗതിയിൽ വെച്ചുപിടിപ്പിക്കാറില്ല. ഉണക്കിലും തളർത്തിയിടുകയാണ് പതിവ്.

ഷർട്ടിന്റെ ഫാഷൻ വ്യത്യാസപ്പെടുത്തുന്നത് പ്രധാനമായും കോളറിലുള്ള ഇടപെടൽ കൊണ്ടാണ്. മൈറ്റ് കോളർജോലി, ബ്ലൂകോളർ ജോലി എന്നൊക്കെയുള്ള പ്രയോഗങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതാണ്. മാനുവായ ഓഫീസ് ജോലിക്ക് വെള്ളക്കോളർ ജോലി എന്നും താഴ്ന്ന ജോലിക്ക് ബ്ലൂക്കോളർ ജോലി എന്നുമാണ് വിശേഷണം നൽകാവുന്നതാണ്.

ഷർട്ടിന് മുഴുവൻ കൈയും മുറിക്കൈയുമുണ്ട്. മുഴുവൻ കൈയുണിഫോമിന്റെ ഭാഗമായി ഹാന്റുകൾ ഉറപ്പിച്ചുവയ്ക്കാറുണ്ട്. മുഴുവൻകൈ പലതരത്തിൽ മടക്കിയോ ചുരുട്ടിയോ വയ്ക്കുന്നതും കാണാം. ഇത് ആഡംബരത്തിന്റെ ഭാഗമായി കണക്കാക്കാവുന്നതാണ്. വസ്ത്രം തന്നെ ഒരു അലങ്കാരവസ്തു കൂടിയായിരിക്കേ അതിൻമേൽ നടത്തുന്ന ഓരോ പരിഷ്കരണങ്ങളും പ്രത്യേകിച്ചും ധാരാളം പാളികൾ കൂട്ടുന്നതും മറ്റും ആഡംബരമായേ കണക്കാക്കാനാകൂ.

പോക്കറ്റ് ഷർട്ടിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ടൊരുഭാഗമാണ്. ഇടതുവശത്ത് നെഞ്ചിന്റെ ഭാഗത്തായാണ് സാധാരണ പോക്കറ്റ് വയ്ക്കാറുള്ളത്. രണ്ടു വശത്തും പോക്കറ്റ് തയ്ക്കുന്നവരുണ്ട്. പലആകൃതികളിൽ പോക്കറ്റ് തയ്ക്കാറുണ്ട്. അടിവശം വട്ടത്തിലും ചതുരത്തിലും നടുക്ക് ചെറിയ കോണാകൃതിയിലും വിവിധ തയ്ക്കൽ രീതിയിലുള്ളതും പലതരം ബട്ടണുകളും ഡിപ്പും ഉറപ്പിച്ചതുമായ പോക്കറ്റുകൾ തയ്ക്കാറുണ്ട്. ഉടുപ്പിന്റെ അകവശത്ത് പോക്കറ്റ് തയ്ക്കുന്നവരുണ്ട്. രഹസ്യമായി കാര്യങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കാനാണ് ഇത്തരത്തിൽ ഉള്ളിലെ പോക്കറ്റ് തയ്ക്കുന്നത്. പാക്കറ്റ്, ചേപ്പറ്റ് എന്നിങ്ങനെ പോക്കറ്റിന് പകരം പ്രയോഗങ്ങളുണ്ട്.

ഷർട്ടിന്റെ തുറപ്പുഭാഗം പലതരത്തിൽ തയ്യാറാക്കാറുണ്ട്. വലതുഭാഗത്ത് ബട്ടണും ഇടതുഭാഗത്ത് ബട്ടൺഹോളുമായി തയ്ക്കുന്ന രീതിയാണ് വ്യാപകമായുള്ളത്. രണ്ടുഭാഗത്തും ഹോളും പ്രത്യേകം നാടയിൽ ബട്ടൺ തയ്ക്കുന്നതുമായ സമ്പ്രദായമുണ്ട്. ബട്ടണു പകരം ലോഹത്തിലെ പ്രസ് ബട്ടൺ പ്രയോഗിക്കാറുണ്ട്. സിപ്പ് ഉപയോഗിക്കുന്നതും കണ്ടു വരുന്നു. ഇതിനു പുറമേ തുറപ്പുഭാഗത്തെ വശങ്ങൾ തമ്മിൽ ഒട്ടിച്ചുവയ്ക്കാവുന്ന തരത്തിൽ തയ്യാറാക്കാറുമുണ്ട്. ഷർട്ടിന്റെ നിറത്തിന് ഇണങ്ങുന്നതും ചിലപ്പോൾ എതിർനിറത്തിലുള്ളതും ലോഹത്തിൽ തീർത്തതുമായ ബട്ടണുകൾ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ഷർട്ടിന്റെ തുറപ്പുസ്ഥലമെന്ന നിലയിൽ വളരെ ശ്രദ്ധകിട്ടുന്ന ഭാഗമാണിത്.

പ്രത്യേകതരത്തിലുള്ള തയ്യാലും മറ്റുമായി ഇവിടം നന്നായി മോടിപിടിപ്പിക്കാറുണ്ട്. ഏറ്റവും മുകളിലത്തെ ബട്ടൺ തുറന്നിട്ട് നെഞ്ചുഭാഗം കാറ്റടിക്കുമ്പോൾ തുറന്നുകാണുന്ന തരത്തിൽ ചെറുപ്പക്കാർ ഷർട്ട് ധരിക്കാറുണ്ട്. സ്വർണ്ണമാല ധരിക്കുന്നവർ അത് പുറത്തുകാണുന്നതിനുവേണ്ടിയും ബട്ടൺ തുറന്നിടാറുണ്ട്. നാട്ടിൻപുറത്ത് ഈ ബട്ടണെ ചട്ടമ്പി ബട്ടൺ എന്നുപറയാറുണ്ട്. നെഞ്ചു മുഴുപ്പുകാട്ടി തന്റേടം പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നതുകൊണ്ടാണ് ഇത്തരത്തിൽ ഒരു പേരു പതിഞ്ഞത്. സ്കൂളുകളിൽ ഈ ബട്ടൺ തുറന്നിടുന്നതിൽ നിന്ന് കുട്ടികളെ വിലക്കാറുണ്ട്.

ഇന്ന് കടും കളർ ട്രൈക്കോൺ. ഉദ്യോഗസ്ഥർ അധികവും ഇളം നിറങ്ങളുള്ള ഷർട്ടുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. നെടുക്കെ വരയുള്ള ഷർട്ടുകൾ പൊക്കക്കൂടുതൽ തോന്നിക്കുന്നതിനാൽ ഉയരം കുറഞ്ഞവർ അതു തെരഞ്ഞെടുക്കുക പതിവാണ്. കർണ രീതിയിലുള്ള രേഖകൊണ്ടും ഉയരക്കൂടുതലും ഒപ്പം മെലിവും തോന്നിപ്പിക്കാനാവും. വസീത്രത്തിന്റെ നിറം ശരീരാകൃതിയെ വ്യത്യാസപ്പെടുത്തി തോന്നിപ്പിക്കുന്നു. കടും നിറങ്ങൾ ആകൃതിയെ ലഘുവാക്കുമ്പോൾ, ഇളം നിറങ്ങൾ വലുപ്പം കൂട്ടും. വെള്ളയും കറുപ്പും, മറ്റുനിറങ്ങൾക്ക് ദൃഢത വരുത്താൻ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു.

കറുപ്പുനിറക്കാർ വെള്ളവസീത്രമണിഞ്ഞാൽ അവരുടെ നിറം എടുത്തുകാണുമെന്നതിനാൽ അവർ ഇളം നിറത്തിലുള്ള വസീത്രം തെരഞ്ഞെടുക്കാനാണ് കടക്കാർ ഉപദേശിക്കുന്നത്. വെളുത്തനിറമുള്ളവർ കടും നിറത്തിലുള്ള ഷർട്ട് ധരിച്ചാൽ പ്രകാശപ്രതിഫലനത്താൽ മുഖം കൂടി പ്രകാശമാനമാകുമെന്നാണ് കടക്കാരുടെ നിഗമനം.

തെരുവുകളുടനീളം പാറാളം ആളുകൾ പാൻസും ഷർട്ടും വാങ്ങുന്നു. വിലക്കുറവും വിലപേശാനുള്ള അവസരവും അവിടെ ലഭിക്കുന്നു.

പൈജാമയും കുർത്തയും

പാൻസിനെ അപേക്ഷിച്ച് അയഞ്ഞ വസീത്രമാണ് പൈജാമ. ജൂബിയുടെ ആകൃതിയിലുള്ള നീണ്ട വസീത്രമാണ് കുർത്ത. ഈ വസീത്രത്തിൽ ഏകദേശം അഞ്ചു ബട്ടൺ മുൻവശത്തെ തുറപ്പിലുണ്ടാകും. വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ നഗരത്തിലെ യുവാക്കളാണ് പൈജാമയും കുർത്തയും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. പൈജാമ വീട്ടിൽ ധരിക്കുന്നവരുണ്ട്.

പൈജാമക്കു പകരം ചുരിദാർ പാന്റ്സും ഷാജുമായാൽ ഷെർവാണി എന്ന ഇനമായി (അനു. 3; 48). ഹിന്ദു വിവാഹ വേളയിൽ വരന്റെ വസ്ത്രം ചിലരുടെ കാര്യത്തിലെങ്കിലും ഷെർവാണിയിലേക്ക് മെല്ലെ മാറുന്നുണ്ട്. ഈ വസ്ത്രത്തിന് ടെക്സ്റ്റൈലുകൾ കാര്യമായി പരസ്യം നൽകി വരുന്നു. ഇടത്തരക്കാരിൽ മുന്തിയവരും പണക്കാരുമാണ് ഷെർവാണി വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

ജീൻസും ഷർട്ടും (അനു. 3; 40, 41)

ഒരു കാലത്ത് യൂറോപ്പിലും അമേരിക്കയിലും കൗബോയി വേഷമായിരുന്ന ജീൻസ് ഇന്ന് ലോകത്തെല്ലായിടത്തും മാന്യമായ വേഷമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ വസ്ത്രം ഏറെ അർകർഷിക്കുന്നത് ചെറുപ്പക്കാരെയാണ്.

കറുപ്പി, നീല, മങ്ങിയ നിറങ്ങൾ ഇങ്ങനെ വിവിധ നിറങ്ങളിൽ ജീൻസുണ്ട്. സ്റ്റർഡി, കാഷ്യാൽസ്, ലീ തുടങ്ങിയ പ്രസിദ്ധ കമ്പനികളുടെ ജീൻസ് ശേഖരങ്ങൾ കേരളത്തിലെ പ്രമുഖ വസ്ത്ര ശാലകളിലുണ്ട്. കാർഗോസ് എന്ന ഇനം പാന്റ്സ് വന്നിട്ട് കുറേ നാളായെങ്കിലും ഇപ്പോഴും അതിന് ചെലവുണ്ട്. ജീൻസിനൊപ്പം ഷർട്ടും ടീഷർട്ടും അണിയാറുണ്ട്. ഈ വക വസ്ത്രങ്ങൾ ഇടക്കിടക്ക് കഴുകിയാൽ മതിയെന്നും അഴുക്ക് പെട്ടെന്ന് അറിയില്ലെന്നും അഭിപ്രായമുണ്ട്.

ടവൽ (അനു. 3; 62a)

പലതരത്തിൽ, പല ഉപയോഗങ്ങൾക്കായി ടവലുണ്ട്. തോർത്തിന്റെ രൂപമാണിതിന്റേത്. തുണിയുടെ പുറത്ത് രോമസദൃശമായ പ്രതലമാണുള്ളത്. ഇത് പല നിറങ്ങളിൽ ലഭിക്കുന്നു. വാഷ് ബേസിനിൽ നിന്ന് കൈ കഴുകി തുടക്കാൻ, കുട്ടികളെ കിടത്താൻ, ബാത്ത് ടവലായി ഇങ്ങനെ വ്യത്യസ്ത ഉപയോഗങ്ങൾ ഇതിനുണ്ട്. ഇടത്തരക്കാരുടെ ജീവിതത്തിൽ ഇത് വളരെ സാധാരണമായിത്തീർന്നു.

പുരുഷന്മാരുടെ അടിവസ്ത്രം

ബനിയൻ/ ബന്യൻ (അനു. 3; 46, 50)

ഷർട്ടിനടിയിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന അടിവസ്ത്രമാണിത്. ഈ വസ്ത്രത്തിൽ കൈയുള്ളതും കൈയില്ലാത്തതുമുണ്ട്. കൈ ഇല്ലാത്ത ബനിയൻ സാന്റോ എന്നും പേരുണ്ട്. ചിലർ ബനിയൻ ഉടുപ്പിനു പകരം ഉപയോഗിക്കുന്നു. അതിന് പെറ്റിക്കോട്ടിന്റെ രൂപമാണുള്ളത്.

മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരുമാണ് പ്രസ്തുത വസീത്രത്തിന്റെ ഉപഭോക്താക്കൾ. ഐ. ടി. മേഖലയിൽ പണിയെടുക്കുന്നവർ, ബനിയൻ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനാൽ അത്തരം സ്ഥലങ്ങളിൽ ഇതിനു ചെലവുകൂടുതലാണ്. പൊതുവേ ബനിയൻ ചെലവു കുറവാണ്. വെള്ള നിറത്തിലുള്ള ബനിയനാണ് കൂടുതലായും പ്രചാരത്തിലുള്ളത്. കായികതാരങ്ങൾ പല നിറത്തിലുള്ളവ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ഇന്ന് സമൂഹത്തിൽ പ്രചാരമുള്ള ടീഷർട്ട് ബനിയന്റെ രൂപത്തിൽ തയ്ച്ചൊരുക്കുന്നതാണ്. അതിന് നല്ല ചെലവുണ്ട്.

ബ്രീഫ് / ജട്ടി (അനു. 5; 9, 10)

പുരുഷൻമാരുടെ അടിവസീത്രത്തിനും പൊതുവേ പറയുന്നത് ജട്ടി എന്നാണ്. കൂമ്പാള കോണകം, പട്ടുകോണകം, പിന്നെ ജട്ടി ഇതാണ് പണ്ടത്തേതിൽ നിന്ന് ഇക്കാലത്തേക്കുള്ള മാറ്റത്തിന്റെ ക്രമം. കോട്ടണോ, കോട്ടൺ കലർപ്പോ ആയ തുണി കൊണ്ടാണ് ജട്ടി നിർമ്മിക്കുന്നത്. ഇലാസ്റ്റിക് ഉപയോഗിച്ച് അരയിൽ ഉറപ്പിക്കാൻ പാകത്തിനാണ് നിർമ്മിച്ചെടുക്കുന്നത്. സ്ത്രീകളുടേതിനെ അപേക്ഷിച്ച് പുരുഷന്റെ ജട്ടിക്ക് കട്ടി കൂടുതലായിരിക്കും. റേന്തയോ, ചിത്രപ്പണികളോ ചെയ്തതായിരിക്കില്ല. കമ്പനി ഇനങ്ങളുണ്ട്. ഉദ്യോഗസ്ഥരും സമ്പന്ന വിഭാഗവും കമ്പനി സാധനങ്ങളാണ് വാങ്ങുന്നത്. ജട്ടി വാങ്ങുന്നവരിൽ പലരും കൃത്യം കമ്പനി പറഞ്ഞാണ് വാങ്ങുന്നത്. സാധാരണക്കാർ വില നോക്കി വാങ്ങുന്നു. വിവിധ നിറത്തിലുള്ള ജട്ടികൾക്ക് ചെലവുണ്ട്. വെള്ളപ്പു നിറത്തിന് പ്രചാരം കുറവാണ്. ജട്ടിയുടെ നിരന്തരമായ ഉപയോഗം ആൺകുട്ടികളുടെ പ്രജനനശേഷിയെ ബാധിക്കുമെന്ന സംശയം പ്രകടിപ്പിച്ചു കേൾക്കുന്നു.

അണ്ടർവെയർ (അനു. 5; 14)

നിക്കർ രൂപത്തിലുള്ള അടിവസീത്രമാണ് അണ്ടർവെയർ. കോറ, കോട്ടൺ എന്നീ തുണികളിൽ തയ്ച്ചെടുത്തും ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. അരയിൽ നൂൽ കൊണ്ടു കെട്ടുന്ന രീതിയാണ് മുമ്പ് ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഇപ്പോൾ ബനിയൻ തുണിയിൽ ഇലാസ്റ്റിക് വച്ചുപിടിപ്പിച്ച അണ്ടർവെയർ കമ്പനികളിറക്കുന്നു. മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരുമാണ് ഇതിന്റെ ഉപഭോക്താക്കൾ. തനി നാട്ടിൻപുറങ്ങളിൽ മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരും പണം സൂക്ഷിക്കാൻ ഈ വസീത്രത്തിന്റെ പോക്കറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നു.

ലക്കോട്ടി (അനു. 3; 39b)

കോണകത്തിന്റെ ആകൃതിയിലുള്ള ഈ വസ്ത്രം, ജിംഖാനകളിലും കളരികളിലും കായികമേഖലകളിലും പരിശീലിക്കുന്നവർ ഉപയോഗിക്കുന്ന അടിവസ്ത്രമാണ്. മുകൾഭാഗം വീതി കൂടിയും താഴേക്ക് വീതി കുറഞ്ഞുമാണ് ഇതിന്റെ രൂപഘടന. തുണിയുടെ മുകൾ ഭാഗത്ത് കെട്ടാനുള്ള ചരടുണ്ട്. ഈ വസ്ത്രം വൃഷണങ്ങൾ തുണിപ്പോകാതിരിക്കാൻ സഹായിക്കുമെന്നാണ് അഭിപ്രായം.

കോണകം/ കൗപീനം (അനു. 3; 39മ)

ഒരുകാലത്ത് മലയാളികളുടെ പ്രധാന വസ്ത്രമായിരുന്നു കോണകം. ഏതാണ്ട് ഒരു കൈ നീളമുള്ള ഒറ്റത്തുണി അരയിലെ ചരടിൽ കാലിടുക്കിലൂടെ മുമ്പിലും പിമ്പിലും കൊള്ളുത്തിയിടുന്ന രീതിയാണ്. കാലക്രമത്തിൽ ഇത് അടിവസ്ത്രമായി തീർന്നു. 'അയയിലിട്ട കോണൻ പോലെ', 'കോണാവാലുകമ്പി' ഇങ്ങനെ കോണകവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അനേകം പഴഞ്ചൊല്ലുകളും പ്രയോഗങ്ങളുമുണ്ട്. ഇപ്പോൾ വൃദ്ധർ മാത്രമാണ് ഈ വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

ഈ അധ്യായത്തിൽ സ്ഥലം, കാലം എന്നീ ഘടകങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കി കേരളീയ കുട്ടായ്മയുടെ വർത്തമാനകാലത്തെ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണത്തെയും കുറിച്ച് വിശദീകരിച്ചിരിക്കുകയാണ്. സീതീപുരുഷന്മാരുടെ പിറവി മുതൽ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളിലെ വസ്ത്രത്തിന്റെയും വസ്ത്രധാരണ രീതിയുടെയും ധർമ്മത്തെയും അർഥത്തെയും കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുണ്ട്.

പിറവിയുടെ ഘട്ടത്തിൽ ആൺ-പെൺ വ്യത്യാസം തിരിച്ചറിയുന്ന വസ്ത്രമല്ല ധരിപ്പിക്കുന്നത്. കുഞ്ഞിന്റെ സുരക്ഷയെ മാത്രം ലക്ഷ്യമാക്കിയുള്ള വസ്ത്രധാരണമാണ് ഈ ഘട്ടത്തിൽ സ്വീകരിക്കുന്നത്. ക്രമേണ പെൺകുഞ്ഞിന്റെ, വസ്ത്രം മുഖേനയുള്ള സുരക്ഷയിൽ രക്ഷാകർത്താക്കൾ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധാലുക്കളാകുന്നു. ആൺകുട്ടിയെ അപേക്ഷിച്ച് പെൺകുട്ടിക്ക് അനേകം വസ്ത്രമാതൃകകൾ ഉണ്ട്.

സീതീ, പുരുഷൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രം ധരിക്കുമ്പോഴും ലിംഗ വ്യത്യാസം നിലനിർത്താൻ ശ്രദ്ധിക്കുന്നു. ജാതി മതചിഹ്നങ്ങൾ വസ്ത്രത്തിൽ നിന്നും വസ്ത്രധാരണ രീതിയിൽ നിന്നും ഏകദേശം അപ്രത്യക്ഷമായിരിക്കുന്നു.

ബാല്യം മുതലേ പെൺകുട്ടികൾ മിക്കവാറും ചുരിദാറും അതിന്റെ വ്യത്യസ്ത മാതൃകകളും സ്വീകരിക്കാൻ തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. ഏതു പ്രായത്തിലും ഒരൊറ്റ വസ്ത്രം മതി എന്ന ചിന്തയാണ് വ്യാപിക്കുന്നത്. ആൺകുട്ടികളും നിക്കർ പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ പാന്റ്സിലേക്ക് മാറുകയാണ്. മധ്യവയസ്സുകഴിഞ്ഞ ഒരു സ്ത്രീ സാരി ഉടുക്കുമ്പോൾ അധികം പ്രായം തോന്നിക്കുകയും ചുരിദാറിലേക്കു മാറുമ്പോൾ പ്രായക്കുറവിന്റെ പ്രതീതി ജനിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. പ്രായം ചെന്ന പുരുഷൻ മുണ്ടിൽനിന്ന് പാന്റ്സിലേക്ക് മാറുമ്പോഴും ഉണ്ടാകുന്ന തോന്നൽ ഇതേ തരത്തിൽ ഉള്ളതാണ്. ശരീരം എല്പിക്കുന്ന കുറവുകൾ വസ്ത്രത്താൽ മറയ്ക്കുക എന്ന ആശയമാണ് ഇവിടെ പ്രാവർത്തികമാക്കുന്നത്.

വസ്ത്രത്തിൽ മാനുഷതയുള്ള സ്ഥാനം കൃത്യമായി അടയാളപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. കൈലിയും മുണ്ടും തോർത്തുമൊക്കെ അത്ര മാനുഷമായ വസ്ത്രം അല്ല എന്ന ധാരണ സമൂഹത്തിൽ പരന്നിരിക്കുകയാണ്. ജാതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അധിത്തം ഇല്ലാതായിട്ടുണ്ടെങ്കിലും തൊഴിലിന്റെയും മറ്റും ശ്രേണി ബന്ധങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ഏറ്റക്കുറവുകൾ സമൂഹത്തിലുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് ആണ് ചില വസ്ത്രങ്ങൾക്ക് മാനുഷ ലഭിക്കാതെ പോകുന്നത്. തോർത്തുപോലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ നിർവഹിച്ചിരുന്ന ധർമ്മങ്ങൾക്ക് സമൂഹത്തിൽ പ്രസക്തി കുറഞ്ഞുവരുകയാണ്.

സ്ത്രീ, സുരക്ഷിതത്തിന്റെ ഉപാധി എന്ന നിലയിൽ ചുരിദാർ തുടങ്ങിയ വസ്ത്രത്തെ പരിഗണിക്കുമ്പോഴും ആകർഷണം എന്ന ഘടകം കൂടി അതിൽ ഉൾക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പുരുഷമേധാവിത്വ സമൂഹത്തിന്റെ പ്രേരണ ഇതിന്റെ പിന്നിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ടെന്ന് തിരിച്ചറിയേണ്ടതുണ്ട്.

കേരളത്തിലെ മതവിഭാഗങ്ങളിൽ മുസ്ലീങ്ങളും ക്രിസ്ത്യാനികളും സൃഷ്ടിച്ചിരുന്ന തങ്ങളുടേതായ വസ്ത്രരീതികൾ സമൂഹത്തിൽ നിന്നും മിക്കവാറും അപ്രത്യക്ഷമായി. പാശ്ചാത്യവും വടക്കേ ഇന്ത്യക്കകത്തുള്ളതുമായ വസ്ത്രങ്ങളുടെ കേരളീയമായ പാഠങ്ങളാണ് ഇവിടത്തെ ജനങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്നത്. മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ പർദയിലേക്കും നീങ്ങുന്നുണ്ടെങ്കിലും അത് അവരുടെ ഇച്ഛയാൽ സംഭവിക്കുന്നത് അല്ല എന്ന് മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്.

അധ്യായം 2

വസീത്രം വസീത്രധാരണം ഉപകൂട്ടായ്മ

കേരളത്തിൽ വസിക്കുന്ന മലയാളികളെ അനേകം ഉപകൂട്ടായ്മകളായി തിരിക്കാവുന്നതാണ്. കേരളദേശം ഒരു വലിയ കൂട്ടായ്മയായി നിലനിൽക്കവേതന്നെ വ്യത്യസ്ത കാര്യങ്ങൾ പങ്കിട്ടനുഭവിക്കുന്ന ധാരാളം ഉപകൂട്ടായ്മകളായി വേർപെട്ടുനിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. മതം, ജാതി, സ്കൂൾ, കോളേജ്, രാഷ്ട്രീയം, വയസ്സ്, ലിംഗം എന്നിങ്ങനെ വിവിധ കാര്യങ്ങളെ ആസ്പദമാക്കി കൂട്ടായ്മകൾ രൂപപ്പെടുന്നു. നഗരം, ഗ്രാമം എന്നീ സംജ്ഞകൾക്ക് കീഴിൽ പ്രത്യേകം കൂട്ടായ്മകളുണ്ടാകുന്നു. വളരെ വ്യത്യസ്തമായ സ്വഭാവം പുലർത്തുകയും തനതായ സ്വത്വബോധത്താൽ നയിക്കപ്പെടുകയും വലിയൊരു കൂട്ടായ്മയോടൊപ്പം ചില പൊതു കാര്യങ്ങൾ പങ്കിടുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയ ഇവിടെ നടക്കുകയാണ്.

പുതിയ കാലത്ത് കൂട്ടായ്മകളുടെ അതിരുകൾ മാർച്ചുകളയാനുള്ള ബോധപൂർവ്വമായ ശ്രമങ്ങൾ നടന്നുവരുന്നു. ഉപകൂട്ടായ്മകളെ ഇല്ലാതാക്കി എല്ലാം ഒന്നെന്ന തരത്തിൽ മാറ്റിത്തീർക്കാനുള്ള സാമൂഹികവും സാമ്പത്തികവുമായ ഇടപെടൽ നടക്കുകയാണ്. 'ലോകമെമ്പാടുമുള്ള ഉപഭോക്താക്കളുടെ രൂപീകരണങ്ങൾ ഏകീകരിക്കപ്പെടുന്ന സ്ഥിതിയാണുണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. വസീത്രധാരണത്തിലും സൗന്ദര്യ സങ്കല്പനത്തിലുമൊക്കെ ലോകത്തെവിടെയും സാജാത്യം ദൃശ്യമായിത്തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു' (എം.എ. ഉമ്മൻ; 2000: പൂ. 6) എല്ലാം വിട്ടുപോകുന്നതിന്റെ പ്രത്യയശാസ്ത്രമാണ് ലോകത്തെത്തന്നെ നയിക്കുന്നത്. ആഗോളീകരണത്തിന്റെ ഭാഗമായിട്ടാണ് ഇങ്ങനെ സംഭവിക്കുന്നത്.

മതം, ജാതി, വയസ്സ്, ലിംഗം, പ്രസ്ഥാനങ്ങൾ, പ്രവിശ്യ എന്നിവ കേരളീയ കൂട്ടായ്മയിലെ ഉപകൂട്ടായ്മകളാണ്. ഇവയെ നിർണ്ണയിക്കുന്നതിൽ വസീത്രധാരണത്തിനും പങ്കുണ്ട്. ഇന്നത്തെ ഉപകൂട്ടായ്മകളെ തിരിച്ചറിയുന്നതിന് കേരളത്തിലെ മലയാളികൾ അമ്പതു വർഷം മുമ്പ് പങ്കിട്ടനുഭവിച്ച സാംസ്കാരിക ഭൂമിക എന്തെന്ന്

അന്വേഷിച്ചറിയേണ്ടതുണ്ട്. വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും ഉപകൂട്ടായ്മകൾ എന്തൊക്കെ സ്വത്വപരമായ സവിശേഷതകൾ പുലർത്തിയിരു നെന്നും തിരിച്ചറിയേണ്ടതുണ്ട്.

‘പഴയകാലത്ത് മലയാളിയുടെ ശരീരത്തിൽ മാനം എന്നത് ജനനേന്ദ്രിയം സ്ഥിതിചെയ്യുന്ന ഭാഗം മാത്രമായിരുന്നു. അന്നൊക്കെ മാനം മറയ്ക്കലായിരുന്നു, വസീത്രധാരണത്തിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്ന്. സമൂഹത്തിന്റെ താഴെത്തട്ടിലുള്ള പുലയരും പറയരും അരയിൽ ചരടുകെട്ടി അതിൽ പുല്ലുകെട്ടിത്തൂക്കി മാനം മറച്ചിരുന്നു’. (പി.കെ. ബാലകൃഷ്ണൻ; 1992: പു. 336, 337) കുറച്ചുകൂടി മേൽജാതിയിലുള്ളവർ ഒരു തുണ്ടു തുണി കോണകമാക്കി മറച്ചിരുന്നു. പണിക്കുപോകുമ്പോഴും ഈ വേഷം തന്നെയായിരുന്നു. പത്തൊമ്പതാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ തുടക്കത്തിൽ അധഃകൃതരായ സ്ത്രീകൾ കൂമ്പാള (വാഴപ്പോള, കമുകിൻപോള) കൊണ്ടോ, ശീലക്കഷണം കൊണ്ടോ മാനം മറച്ചിരുന്നു. “പുരുഷൻമാർക്ക് രണ്ടോ മൂന്നോ യാർഡ് നീളമുള്ള ഒരു കോട്ടൺ തുണിയുടെ രണ്ടറ്റവും അരയിൽ ചുറ്റി കെട്ടിയിടുന്ന തരത്തിലുള്ള വസീത്രധാരണമാണ് കണ്ടിട്ടുള്ളതെന്നും ചെറിയ തോർത്തുമുണ്ടിൽ കവിഞ്ഞ വസീത്രം രാജാക്കൻമാർ പോലും ധരിച്ചിരുന്നില്ല”നും സാമുവൽ മറ്റീർ (1883: പു. 200) എന്ന ഇംഗ്ലീഷ് എഴുത്തുകാരൻ രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

1930 കൾക്കുശേഷമാണ് കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകൾ സാരിയുടുക്കാൻ തുടങ്ങിയതായി കാണുന്നത്; അതും വളരെ അപൂർവ്വമായി. അതിനുമുമ്പ് മുണ്ട്, പുതപ്പുമുണ്ട്, മുട്ടുമറയാത്ത കച്ച, മുലക്കച്ച, കാച്ചിയും മുണ്ടും, ചട്ടയും മുണ്ടും തുടങ്ങി തങ്ങളുടെ ജാതിക്കും മതത്തിനും തൊഴിലിനും അനുസൃതമായി പലവിധ വസീത്രങ്ങളാണ് ധരിച്ചിരുന്നത്. “അച്ഛൻ ഒരു തോർത്തുമുണ്ടും കോണകവും മാത്രമായിരുന്നു വീട്ടിലെ വേഷം; ചുറ്റുപാടും നോക്കിയാലും വേഷം ഒരു കഥയായിരുന്നില്ല” (വി.എം. ഗിരിജ; 2008: പു. 35): ഇങ്ങനെയുള്ള ഒരു മാനസികാവസ്ഥ ആയിരുന്നു വസീത്രത്തെക്കുറിച്ച് അക്കാലത്ത് മലയാളിക്ക് ഉണ്ടായിരുന്നത്.

ഭാസകരനുണ്ണിയുടെ ‘19ാം നൂറ്റാണ്ടിലെ കേരളം’ എന്ന പുസ്തകത്തിലെ വസ്തുതകളുടെ സഹായത്തോടെയാണ് താഴെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള എട്ട് ഖണ്ഡികകളും തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത് (2000: പു. 61,62,63,66,67,1185,1186,1190,1191).

ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ടിലും സാധാരണക്കാർ തോർത്ത് മാത്രം ഉടുത്തു കഴിഞ്ഞു. മുട്ടിനു മേൽവരെ, മുട്ടുവരെ, കണങ്കാലെത്തിച്ച്, നെരിയാണിവരെ എന്ന തരത്തിലായിരുന്നു വസീത്രധാരണത്തിലെ കീഴ്നടപ്പ്. ജാതിഭേദമനുസരിച്ചായിരുന്നു ഈ തരം തിരിവ്. അവർണ്ണൻ മുട്ടുമറയാതെമാത്രം മുണ്ടുടുക്കാനേ അവകാശമുണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. ഈഴവാദി പിന്നോക്കക്കാർക്ക് കഷ്ടിച്ച് മുട്ടുമറയും വരെ മുണ്ടുടുക്കാമായിരുന്നു. നായർ തുടങ്ങിയ മുന്നോക്കക്കാർക്ക് കണങ്കാലെത്തിച്ചും ബ്രാഹ്മണർക്ക് നെരിയാണിവരെയും എത്തുന്ന മുണ്ടുടുക്കാമായിരുന്നു.

ഉയർന്ന ജാതിയിൽപ്പെട്ട സ്ത്രീകൾ ഒന്നരയും മുണ്ടും മുട്ടിനു കീഴെ വരെ ഉടുത്തുപോന്നു. അച്ചിപ്പൂടവ എന്നാണതിന്റെ പേര്. അധഃക്യത സ്ത്രീകൾക്ക് മുട്ടിനു കീഴെ എത്താത്ത മുണ്ടായിരുന്നു വേഷം. ബ്രാഹ്മണ സ്ത്രീകൾ മാത്രമാണ് അരയ്ക്കുമുകളിൽ മേല്പോട്ട് നല്ലവണ്ണം മറച്ചിരുന്നത്. കീഴ്ജാതിക്കാർ തോർത്ത് യജമാനൻമാരുടെ മുമ്പിൽ എളിയിൽ കെട്ടുകയോ ചുരുട്ടി കക്ഷത്തുവയ്ക്കുകയോ മാത്രം ചെയ്യുന്നതായിരുന്നു നാട്ടുനടപ്പ്. കീഴ്ജാതിയിൽപ്പെട്ട സ്ത്രീപുരുഷൻമാർ മേൽജാതിക്കാരുടെ മുന്നിലെത്തുമ്പോൾ മേൽമുണ്ട് മാറ്റി ബഹുമാനം പ്രദർശിപ്പിക്കണമായിരുന്നു. വസീത്രം എന്ന പദം പോലും വരേണ്യവർഗ്ഗമായ നമ്പൂതിരിമാരുടെ അനുഷ്ഠാനകർമ്മത്തിന് ഉപയോഗിക്കുന്ന തൂണിയെ ഉദ്ദേശിച്ചുള്ളതായിരുന്നു. കസവുള്ള വസീത്രത്തിനെയാണ് പൂടവ എന്നു പറഞ്ഞിരുന്നത്.

മതപരിവർത്തനം ചെയ്ത് ക്രിസ്ത്യാനികളായവർക്കാണ് വസീത്രം ധരിക്കാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം കുറച്ചെങ്കിലും ലഭിച്ചത്. ചാന്നാർ ലഹള കേരള ചരിത്രത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു സംഭവമാണ്. മതപരിവർത്തനം ചെയ്ത പൂതത്താൻകുടിച്ചാന്നാനും എശക്കിച്ചാന്നാട്ടിയും പുതിയവേഷമിട്ടുതൊട്ടാണ് ചാന്നാർ ലഹള തുടങ്ങിയത്. 1859-ൽ മാറുമറയ്ക്കാൻ അനുവദിച്ചുകൊണ്ടുള്ള ഉത്തരവു വന്നിട്ടും ജനവും ബന്ധപ്പെട്ട ഉദ്യോഗസ്ഥരും താഴ്ന്ന വർഗ്ഗക്കാരെ അതിനനുവദിച്ചില്ല. ഇതു നിമിത്തം കൊച്ചിയിലും തിരുവിതാംകൂറിലും അനേകം വർഗീയ ലഹളകളുണ്ടായി. മാറ്റ് മറച്ചുനടന്ന അധഃക്യത സ്ത്രീകളെ സവർണ്ണർ ആക്രമിച്ചു. മുട്ടിനു കീഴെനിൽക്കുന്ന മുണ്ടുടുത്തു വന്ന ഒരു ഈഴവ

സീനിയുടെ മൂന്ന് നായന്മാർ അഴിപ്പിച്ച സംഭവം ചരിത്രത്തിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

കൊച്ചി ഭരിച്ചിരുന്ന സർ രാമവർമ്മമഹാരാജാവ് സീനികൾ മാറുമറയ്ക്കാതെ മാത്രമേ ക്ഷേത്രത്തിൽ പ്രവേശിക്കാവൂ എന്ന കല്പന പുറപ്പെടുവിച്ചു. മാറു മറയ്ക്കാതെ നടക്കുന്നത് മാനക്കേടുണ്ടാക്കുമെന്ന് ബോധ്യം വന്ന ഘട്ടത്തിലും അതിനനുവദിക്കാതെ ഇത്തരത്തിൽ പീഡിപ്പിച്ച അനേകം സംഭവങ്ങളുണ്ടായി. കമ്പോളങ്ങളിലും പൊതു നിരത്തുകളിലും മതപരിവർത്തനം ചെയ്ത ചാന്നാർ സീനികൾ ഹിന്ദു വേഷത്തിൽ വന്നപ്പോൾ കലാപങ്ങൾ ഉണ്ടായി. ചാന്നാർ സീനികൾ ക്രിസ്തുമതത്തിലേക്ക് പരിവർത്തനം ചെയ്യുമ്പോൾ മറ്റു ചാന്നാർ സീനികൾ ധരിക്കുന്ന ജാക്കറ്റോ, ക്രിസ്ത്യാനി സീനികൾ ധരിക്കുന്ന ഉടുപ്പുകളോ സ്വീകരിക്കാമെന്നും ഈ സീനികൾ മാറു മറയ്ക്കുന്നതിന് യാതൊരു വിരോധവുമില്ലെന്നുമുള്ള തരത്തിൽ 1814-ലും 1821-ലും തിരുവിതാംകൂറിൽ വിളംബരങ്ങളുണ്ടായി. ഇതൊന്നുകൊണ്ടും സാമൂഹികനീതി നടപ്പായില്ല. 1829-ൽ ചേല ധരിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ലഹളയുണ്ടായി. ജാത്യാചാരങ്ങൾക്ക് വിരുദ്ധമായി താഴ്ന്ന ജാതിക്കാർ വേഷം ഉപയോഗിക്കുന്നതിൽ പ്രതിഷേധിച്ച് ശൂദ്രർ കലാപമുണ്ടാക്കി. പള്ളികളും പള്ളിക്കൂടങ്ങളുമൊക്കെ തീവച്ചു നശിപ്പിച്ചു. സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥരും പോലീസുകാരും ശൂദ്രരുടെ പക്ഷത്തായിരുന്നു. സ്വാതന്ത്ര്യത്തിനു വേണ്ടിയുള്ള സമരം തന്നെയായിരുന്നു ചാന്നാർ വർഗം നടത്തിയത്. തെക്കൻ തിരുവിതാംകൂറിലെ സാമൂഹിക രാഷ്ട്രീയ രംഗങ്ങളിൽ പരിവർത്തനങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ച ഈ ലഹള വടക്കൻ ഭാഗങ്ങളിലും സ്വാധീനമുണ്ടാക്കി.

മധ്യതിരുവിതാംകൂറിലും നായർ സീനികളെപ്പോലെ വേഷം ധരിച്ചുനടന്ന ഈഴവ സീനികളെ അപമാനിക്കുകയും ഉപദ്രവിക്കുകയും ചെയ്തപ്പോലെ ധാരാളം സംഭവങ്ങൾ നടന്നു. കായംകുളത്തിനടുത്ത് അച്ചിപ്പുടവ നീട്ടിയുടുത്ത ഈഴവ സീനിയെ സവർണർ ആക്ഷേപിച്ചു. ഇതിനെതിരെ വേലായുധപ്പണിക്കരെന്ന ഈഴവ നേതാവിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ അനേകം സമരങ്ങൾ നടന്നു.

കല്ലമാലകൾ ധരിച്ച പുലയ സീനികളെ അത് ഉപേക്ഷിക്കുവാൻ കൊല്ലത്തെ പുലയ സമുദായ പരിഷ്കർത്താവായിരുന്ന ഗോപാലദാസിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ ശ്രമങ്ങളുണ്ടായി. അവർ കല്ലമാലകൾ

ഉപേക്ഷിക്കാൻ തുടങ്ങി. ഇതിനെതിരെ നായർ പ്രമാണിമാർ പ്രക്ഷോഭം നടത്തി. ഒരു പുലയ മഹായോഗത്തിൽ കടന്നുചെന്ന് അവരുടെ നേതാവിനെ പ്രഹരിച്ചതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് 1905-ൽ നായർ പുലയ ലഹള നടക്കുകയുണ്ടായി. അതേ തുടർന്ന് നായന്മാർ പുലയരുടെ വീടുകൾ തിരഞ്ഞുപിടിച്ച് അവരെ മർദ്ദിക്കുകയും വീടുകൾ തീവച്ച് നശിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. അയ്യൻകാളിയുടെ ഉത്സാഹത്തിൽ ചങ്ങനാശ്ശേരി പരമേശ്വരൻപിള്ളയുടെ അധ്യക്ഷതയിൽ നായർപുലയ സംയുക്തസമ്മേളനം കൊല്ലം മൈതാനത്ത് കൂടുകയും പുലയ സീതീകൾ കല്ലുമാല ഉപേക്ഷിക്കുന്നതായ പ്രഖ്യാപനം ഉണ്ടാവുകയും ചെയ്തു.

കാൽമുട്ട് മറയാത്തവിധം ഒരു മുണ്ട് അരയ്ക്കുചുറ്റിയ അവർണനെ കാൽമുട്ട് മറച്ചു മുണ്ടുടുപ്പിച്ച ചൂര്യയി കണാരൻ എന്ന തിയ്യസമുദായ പരിഷ്കർത്താവിന്റെ ഇടപെടൽ മലബാറിൽ ഒട്ടേറെ മാറ്റങ്ങൾക്കു തുടക്കം കുറിച്ചു. 1860 കാലഘട്ടത്തിലാണ് ഈ സംഭവം നടന്നത്.

‘മഹത്തായ പരിഷ്കരണപ്രവർത്തനങ്ങൾ നടന്നിട്ടും 1945 ൽ പോലും ചൊട്ടിത്തോർത്തി’നെക്കുറിച്ചുള്ള ഓർമ്മയാണ് പയ്യന്നൂരുള്ള കൊട്ടുമ്മൽ വീട്ടിലെ കെ.വി നാരായണിയമ്മ എന്ന നായർ സീതീ (74വയസ്സ്) പങ്കുവെച്ചത്. മേൽക്കൂപ്പായം അത്ര വ്യാപകമായി തീർന്നിരുന്നില്ലെന്നും അവർ പറഞ്ഞു.

കേരളത്തിൽ ജാതി കൂട്ടായ്മകളുടെ ഉച്ചനീചത്വം നിർണയിക്കുന്നതിൽ വസ്ത്രത്തിന് കാര്യമായ പങ്കുണ്ടായിരുന്നു എന്നാണ് മേൽവിവരിച്ച വസ്തുതകൾ വ്യക്തമാക്കുന്നത്. കൂടാതെ, കേരളത്തിൽ വസ്ത്രം ആകർഷണീയതയുടെയും സദാചാരത്തിന്റെയും ഭാഗമായി ഉപയോഗിക്കാൻ തുടങ്ങിയത് ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ട് മുതൽക്കാണ് മുകളിൽ ഉദ്ധരിച്ച സ്ഥിതിവിവരണത്തിൽ നിന്നും മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. അപ്പോഴും ജാതി തിരിച്ചുള്ള വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും പൂർണ്ണമായ തരത്തിൽ മാറ്റം സംഭവിച്ചിരുന്നില്ല. നഗ്നതയെക്കുറിച്ച് പുതിയ കാഴ്ചപ്പാടുകൾ വന്നുകഴിഞ്ഞകാലത്തും മേൽജാതിക്കാർ, കീഴ്ജാതിക്കാരെ തങ്ങൾക്കൊപ്പം വസ്ത്രം ധരിക്കാൻ അനുവദിച്ചിരുന്നില്ല. പഴയകാല നാടകങ്ങളിലെ വസ്ത്രധാരണത്തിലൂടെ യുള്ള പ്രാതിനിധ്യം ജാതിമത വേർതിരിവ് പ്രകടമാക്കുന്ന തരത്തിൽ ഉള്ളതായിരുന്നു വി.ടി. ഭട്ടതിരപ്പാടിന്റെയും ഇടശ്ശേരിയുടെയും തോപ്പിൽ ഭാസിയുടെയും കെ.ടി. മുഹമ്മദിന്റെയും നാടകങ്ങളിലെ കഥാപാത്രങ്ങൾ

ജൂടെ വസീത്രവും പെരുമാറ്റരീതികളും ഒക്കെ കഥാപാത്രങ്ങൾ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്ന ജാതിയുടെയും മതത്തിന്റെയും ആയിരുന്നു. 1970 കൾ വരെ ഈ പ്രവണത ശക്തമായി തുടർന്നു. എൻ.എൻ. പിള്ള, ജി. ശങ്കരപ്പിള്ള, ജോസ് ചിറമ്മൽ തുടങ്ങിയവർ അരങ്ങേറിയ, പുതിയകാലത്തിന്റെ ചരിത്ര പശ്ചാത്തലത്തിലുള്ള നാടകങ്ങളിലെ കഥാപാത്രങ്ങൾ മതം, ജാതി തുടങ്ങിയ വ്യത്യാസങ്ങൾ അനുസരിച്ചുള്ള വേഷവിധാനങ്ങളൊന്നും സൂക്ഷിക്കുന്നവരല്ല. കേരളത്തിലെ ഉത്സവ പറമ്പുകളിലും മറ്റു പൊതുവേദികളിലും കളിക്കുന്ന പ്രൊഫഷണൽ നാടകങ്ങളിലും അമേച്വർ നാടകങ്ങളിലും പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന കഥാപാത്രങ്ങളുടെ വേഷാലങ്കാരങ്ങൾ എല്ലാം, സമകാലീന സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതിഫലനം ആണെന്ന് പറയാൻ കഴിയും. കാലം മാറിയതനുസരിച്ച്, നാടകത്തിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തിലും പാത്രങ്ങളുടെ വേഷത്തിലും ഭാവത്തിലും പൊതുജീവിതത്തിലേതുപോലെയുള്ള അടയാളപ്പെടുത്തലുകൾ വരുത്തേണ്ടിവന്നു. ഒരു മുസ്ലീം കഥാപാത്രമോ, ക്രിസ്ത്യൻ കഥാപാത്രമോ അവർണവിഭാഗത്തിലെ കഥാപാത്രമോ നാടകത്തിൽ ഉൾപ്പെടുമ്പോൾ അവരുടെ വ്യക്തിത്വ പ്രകാശനം പ്രേക്ഷകരുമായി നേർക്കുനേർ സംവദിക്കുന്ന കലാരൂപം എന്ന നിലക്ക്, സമൂഹത്തിലുണ്ടാകുന്ന മാറ്റങ്ങളെ ശ്രദ്ധയോടെ ഉൾക്കൊള്ളുകയും അത് അനുസരിച്ച് ആവിഷ്കരിക്കുകയും ചെയ്യേണ്ടത് നാടകത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ധർമ്മമാണ്. വസീത്രം കൊണ്ടുള്ള കഥാപാത്രങ്ങളുടെ വ്യക്തിത്വ നിർമ്മിതി സമൂഹത്തിന്റെ ഗതിവിഗതികൾക്ക് നിരക്കാത്തതായാൽ പ്രസ്തുത നാടകത്തെ ജനത തിരസ്കരിക്കുക തന്നെ ചെയ്യും. വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും കേരളീയ കൂട്ടായ്മ ഒന്നായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നാണ് ഈ കാര്യംകൊണ്ട് തിരിച്ചറിയേണ്ടത്.

കാർഷികബന്ധിച്ച്, ജാതിപരമായ വേർതിരിവിനെ മാറ്റിത്തീർക്കുന്നതിനു സഹായിച്ചു. പിൻക്കാലത്ത് വസീത്രധാരണത്തിൽ സംഭവിച്ച ഏകീകരണത്തിന് ജനാധിപത്യ സോഷ്യലിസ്റ്റ് ആശയങ്ങളുടെ സ്വാധീനവും കാരണമായിട്ടുണ്ട്.

ജാതികളും ഉപജാതികളും പുതിയകാലത്തിൽ

ജാതികളും ഉപജാതികളും കേരളസമൂഹത്തിൽ സജീവമായി നിലവിലുണ്ട്. പക്ഷേ, വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും കേരളജനത ഒന്നായിത്തീർന്നു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. കേരളത്തിലെ പൊതുജീവിതത്തിൽ ജാതികളുടെയും ഉപജാതികളുടെയും സ്വത്വം

വസീത്രത്തിലൂടെ ഇന്ന് തിരിച്ചറിയാനാവില്ല. ആദിവാസി വിഭാഗങ്ങളുടെ വസീത്രധാരണവും പൊതുസമൂഹത്തിനു തുല്യമായി മാറിക്കഴിഞ്ഞു. ഉൾക്കാട്ടിൽ കഴിയുന്ന അപൂർവ്വം ചില വിഭാഗങ്ങളും വ്യഭജനങ്ങളിൽ ചിലരും മാത്രമാണ് ആദിവാസി സ്വത്വം വെളിവാക്കുന്ന ഒറ്റച്ചേലകൊണ്ടുള്ള ഉടുത്തുകെട്ടു നടത്തുന്നത്. ഇന്ന് വസീത്രം ഒരു ജാതി ചിഹ്നമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നില്ല. മാത്രമല്ല, വസീത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് കേരളത്തിൽ നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന ജാത്യാചാരങ്ങളും ഇല്ലാതായി. മണ്ണാൻ, വണ്ണാൻ, ചാലിയൻ തുടങ്ങിയ സമുദായങ്ങൾ വസീത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ജാതിപരമായ കുലത്തൊഴിലുകൾ തന്നെ ഉപേക്ഷിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. വണ്ണാത്തിമാറ്റ് തുടങ്ങിയ സമ്പ്രദായങ്ങൾ അസ്തമിച്ചിരിക്കുകയാണ് എന്ന് കാണുന്നു. ഓണക്കോടി കൊടുക്കുക തുടങ്ങിയ ജന്മി കുടിയാൻ ബന്ധവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആചാരങ്ങളും നിലവിലില്ല. പഴയകാലത്തെ കാർഷികവ്യവസ്ഥ ഇല്ലാതായതോടെ ഇത്തരം ആചാരങ്ങളുടെയും പ്രസക്തി നഷ്ടപ്പെട്ടു.

വയസ്സ് / വസീത്രം / സ്വാതന്ത്ര്യം

പഴയകാലത്ത് വയസ്സ് അടയാളപ്പെടുത്തുന്നതിൽ സമൂഹം തല്പരരായിരുന്നു. കോണകം നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന കാലത്ത് അതിൽനിന്നും തോർത്തിലേക്കോ മുണ്ടിലേക്കോ എത്തണമെങ്കിൽ വയസ്സിന്റെ മാനദണ്ഡമനുസരിച്ചെ കഴിയുമായിരുന്നുള്ളൂ. പണ്ട് പെൺകുട്ടികൾക്ക് 5 വയസ്സുവരെ പട്ടുകോണകവും 5 വയസ്സിനുശേഷം വെള്ളക്കോണകവും എന്നായിരുന്നു നാട്ടുനടപ്പ്. അതു കഴിഞ്ഞു മുണ്ടും ബ്ലൗസും ആയിരുന്നു വേഷം. ഇങ്ങനെ വയസ്സനുസരിച്ചുള്ള ഈ വിവേചനം സമീപകാലം വരെ ശക്തമായിരുന്നു. പുതിയ വസീത്രമാതൃകകൾ വന്നപ്പോൾ അത് കുറേക്കൂടി വ്യക്തമായിത്തീർന്നു. ആൺകുട്ടികൾ കുഞ്ഞുടുപ്പ് ധരിക്കുന്നത് ചോറുണു വരെ, പിന്നീട് നിക്കറും ഷർട്ടും, അതുകഴിഞ്ഞ് പതിനേഴുവയസ്സു കഴിഞ്ഞ് മുണ്ടും ഷർട്ടുമാണ് വേഷം.

സീതീക്ക് കുഞ്ഞുടുപ്പുകഴിഞ്ഞാൽ ചോറുണു കഴിയുന്നസമയത്ത് പെറ്റിക്കോട്ട്, പിന്നെ അരപ്പാവായും അതിൽപിന്നെ കൗമാരമെത്തുമ്പോൾ പാവായും ബ്ലൗസും അതുകഴിഞ്ഞ് ഴുതുമതിയായാൽ പാവായും ദാവണിയും കല്ലാണമെത്തിയാൽ സാരി, വാർദ്ധക്യമെത്തിയാൽ മുണ്ടും നേര്യതും എന്നത് കൃത്യമായും പാലിച്ചിരുന്നു. ഇവിടെ വ്യക്തിയുടെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങൾക്ക് യാതൊരു

വിലയുമില്ല. സമൂഹമാണ് തീരുമാനമെടുക്കുന്നത്. കേരളീയ കൂട്ടായ്മയിൽ വയസ്സിനനുസരിച്ചുള്ള ഉപകൂട്ടായ്മ നിലനിന്നുവന്നു എന്നതിനും തെളിവാണ്. പണ്ട് വസീതം കണ്ടാൽ പ്രായം നിർണയിക്കാൻ ഒരു പ്രയാസവുമുണ്ടായിരുന്നില്ല. പ്രായത്തിന്റെ ഘട്ടവിഭജനത്തിൽ സീതീക്കുതന്നെയായിരുന്നു കൂടുതൽ പരിഗണന ലഭിച്ചിരുന്നത്. പുരുഷന് നിക്കറും ഷർട്ടും കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ മുണ്ടും ഷർട്ടും മാത്രമായിരുന്നു ഉണ്ടായിരുന്നത്.

സൗന്ദര്യത്തെ പൊലിപ്പിച്ചു കാണിക്കുന്ന പുതിയ കാലത്ത് വയസ്സ് അറിയാതിരിക്കാൻ ആളുകൾ പല മാർഗങ്ങളും സ്വീകരിക്കുന്നു. കൊച്ചുകുട്ടികൾ മാത്രമാണ് വയസ്സ് പെരുപ്പിച്ചുകാണാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നത്. വയസ്സും സൗന്ദര്യവും മനോഭാവവും സംബന്ധിച്ച് കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളുടെ ഇടയിൽ നടത്തിയ സർവ്വേയിൽ 59.61% സ്ത്രീകളും 44.23% പുരുഷന്മാരും തങ്ങളുടെ വയസ്സ് കുറഞ്ഞിരിക്കുന്നതായി അറിയപ്പെടുന്നതിലാണ് താൽപര്യം എന്ന് അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ഉയരം, നിറം എന്നീ കാര്യങ്ങളിൽ വസീതം കൊണ്ട് വ്യത്യാസം തോന്നിപ്പിക്കാനാകും എന്ന് 68.59% സ്ത്രീകളും 38.46% പുരുഷന്മാരും വിശ്വസിക്കുന്നതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട് (അനു. 2; 9). തന്റെ കുറവുകൾ നികത്തി മറ്റുള്ളവരുടെ മുമ്പിൽ ആകർഷണീയമായി നിൽക്കാൻ സ്ത്രീ വളരെ അധികം താൽപര്യം കാണിക്കുന്നു എന്ന് മനസ്സിലാക്കാവുന്നത് ആണ്. ചേച്ചി, ചേട്ടൻ എന്നല്ലാതെ ആന്റി, അങ്കിൾ എന്ന വിളി പ്രായക്കൂടുതലിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്നതിനാൽ അസഹ്യതയുണ്ടാക്കുന്നുവെന്ന് അഭിപ്രായപ്പെടുന്നവരുണ്ട്. വസീതത്തിന്റെ കാര്യത്തിലായാലും കുഞ്ഞുടുപ്പു കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെയുള്ള ചുരിദാറായാലും പാന്റ്സായാലും മരിക്കും വരെ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന തരത്തിലാണുള്ളത്. ഇക്കാലം അങ്ങനെ വയസ്സിനെ മായ്ച്ചു കളഞ്ഞു.

വസീത്രധാരണത്തിൽ തീരുമാനം എടുക്കുന്നതിൽ വയസ്സിന്റെ തടസ്സം നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ നിർണായകം ആയിരുന്നു. ഇക്കാലത്ത് അത്തരം കാര്യങ്ങളിൽ മാറ്റം സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളുടെ വയസ്സും വസീത്രവും വസീത്രധാരണബോധവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേയുടെ ഫലം അങ്ങനെ ഒരു മാറ്റത്തിന്റെ സൂചന നൽകുന്നു. സർവ്വേക്കു വിധേയരായ ജനങ്ങളിൽ 76% പേരും വസീത്രത്തെ കുറിച്ചും വസീത്രധാരണത്തെക്കുറിച്ചും ബോധം ഉള്ളവരായിത്തീരുന്നത് 10

വയസ്സിനും 16 വയസ്സിനും ഇടക്കുള്ള കാലയളവിലാണ്. മാത്രമല്ല 71% പേരും 16 വയസ്സിനുമുകളിലാണ് വസീത്രത്തെക്കുറിച്ചും വസീത്രധാരണത്തെക്കുറിച്ചും തീരുമാനമെടുക്കാൻ തുടങ്ങുന്നത് (അനു. 2; d) സാമൂഹികാവസ്ഥകളുടെ മാറ്റം നിമിത്തം കേരളത്തിലെ ജനതയുടെ ബോധതലത്തിലും മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. മാധ്യമങ്ങളും പുതിയ വിദ്യാഭ്യാസവും ജനങ്ങളുടെ മനസ്സിൽ ഒരു പുതിയ സ്വാതന്ത്ര്യബോധം സൃഷ്ടിക്കുന്നുണ്ടെന്നു വേണം കരുതാൻ. സമൂഹം അനുശാസിക്കുന്ന പ്രായപൂർത്തി എത്തുന്നതിന് മുമ്പുതന്നെ ബോധതലത്തിൽ തീരുമാനം ഉണ്ടാകുന്ന തരത്തിലുള്ള മാറ്റത്തെക്കുറിച്ചാണ് ഇവിടെ സൂചന ലഭിച്ചിരിക്കുന്നത്. വളരെ വേഗത്തിൽ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു സമൂഹമാണ് നമ്മുടെ നാട്ടിലുള്ളത് എന്നു വേണം ഈ വക കാര്യങ്ങളിൽ നിന്ന് മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. വസീത്രവിപണിയുടെ താല്പര്യങ്ങൾക്ക് അനുകൂലമായ ദിശയിലേക്ക് സമൂഹം സഞ്ചരിക്കുന്നുണ്ടെന്ന കാര്യമാണ് ഇവിടെ സിദ്ധിക്കുന്നത്.

വീട്ടിലെത്തിയാൽ പരമാവധി വസീത്രങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നത് പൊതുവെ എല്ലാവർക്കും ആശ്വാസം ആണ് (അനു. 1; i). ഇവിടെ ശരീരത്തിന്റെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തെ തടസ്സപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു അന്യവസ്തു എന്ന വിവക്ഷ വസീത്രത്തിനുണ്ട്. കുഞ്ഞുങ്ങൾ പൊതുവെ വസീത്രം ധരിക്കുന്നതിൽ താല്പര്യം കാണിക്കാറില്ല. മുതിർന്നവരുടെ നിർബന്ധം കൊണ്ടാണ് അവർ വസീത്രം ധരിക്കാൻ തുടങ്ങുന്നത്. പെൺകുട്ടികളുടെ വസീത്രധാരണത്തിൽ ഒരു പ്രത്യേക ശ്രദ്ധ സമൂഹം കൊടുക്കാനും ഉണ്ട്. പെൺകുട്ടിയുടെ വളർച്ചയെ സമൂഹം വളരെ ഗൗരവത്തോടെ ആണ് കാണുന്നത് എന്ന് അനുമാനിക്കാവുന്നതാണ്. വയസ്സിന് അനുസരിച്ച് സ്ത്രീയെ തിരിച്ചറിയണം എന്ന ധാരണ സമൂഹത്തിന് ഉണ്ട്.

പുരുഷന് താരതമ്യേന കുറച്ചു വസീത്രങ്ങൾ മാത്രം ധരിച്ചാൽ മതിയാകും. പക്ഷേ സ്ത്രീക്ക് സുരക്ഷിതത്വവും സൗന്ദര്യപരവും ആയ പ്രശ്നങ്ങൾ നിമിത്തം അധികം വസീത്രങ്ങൾ അണിയേണ്ടി വരുന്നു. എണ്ണത്തിൽ കൂടുതൽ വസീത്രം ധരിക്കുമ്പോഴും കാലാവസ്ഥക്ക് അനുയോജ്യം അല്ലാത്ത വസീത്രം അണിയുമ്പോഴും അസ്വസ്ഥത ഉണ്ടാകുന്നു. സുരക്ഷിതത്വം നൽകുന്ന സ്ഥലം ആകുമ്പോൾ ആയത് ഉപേക്ഷിച്ച് സ്വാതന്ത്ര്യയാകാൻ ആണ് സ്ത്രീ ആഗ്രഹിക്കുന്നത് (അനു. 1; ഗ). പുരുഷന്മാരും വസീത്രത്തിൽ നിന്നും സ്വാതന്ത്ര്യം നേടുന്നതിനെക്കുറിച്ച് എതിർ അഭിപ്രായം ഉള്ളവർ അല്ല. സ്ത്രീക്ക് മറ്റൊരു തടസ്സം കൂടി ഉണ്ടാകുന്നു. വീട്ടിൽ പോലും പരിമി

തമായ സ്വാതന്ത്ര്യമേ അവൾക്ക് വിനിയോഗിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. കാണാൻ തൽക്കാലം ആരും ഇല്ലെങ്കിൽ കൂടി കാഴ്ചയുടെ ഓർമ്മ സിംഗിൾ ജാഗരൂകയാക്കി കൊണ്ടിരിക്കും. അതുകൊണ്ടാണ് വീട്ടിലായിരിക്കുമ്പോൾ സിംഗിൾ വൃത്തിയായി വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നതിൽ താല്പര്യം കാണിക്കുന്നത്. ഇതു കൂടാതെ, ഒരു പ്രത്യേക പ്രായം എത്തുമ്പോൾ സിംഗിൾ ആയാലും പുരുഷൻ ആയാലും വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നത് ഒരു അനിവാര്യതയായിത്തീരുകയാണ്.

വയസ്സും ലിംഗവ്യത്യാസവും

സിംഗിൾപുരുഷവ്യത്യാസം വസ്ത്രധാരണത്തിൽ മാറ്റമില്ലാതെ തുടരുകയാണ്. “ലിംഗവ്യത്യാസം ഏതൊരു പാരമ്പര്യസമൂഹത്തിന്റെയും വ്യത്യസ്തതയുടെ അടിസ്ഥാന ഘടകം ആണ്” (Richard M Dorsen; 1972 : P.304). മറ്റു കാര്യങ്ങളിൽ എന്ന പോലെ, ആൺപെൺവ്യത്യാസം അറിയാൻ വസ്ത്രധാരണവും ഒരു പ്രധാനപ്പെട്ട ഉപാധി ആണ്. കുഞ്ഞുസൂക്ഷ്മ ധരിക്കുന്ന പ്രായത്തിൽ മാത്രമേ ആൺപെൺതിരിവ് ഇല്ലാതെയുള്ളൂ. അതുകഴിഞ്ഞുള്ള ഓരോ ഘട്ടവും കൃത്യമായി ആൺ-പെൺ വ്യത്യാസം അടയാളപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ‘ലിംഗവ്യത്യാസം ഫാഷൻചരിത്രത്തിലെ ആദ്യത്തെ അളവുകോലാണ്. സിംഗിൾപുരുഷവ്യത്യാസം സൂക്ഷിക്കുന്നതിൽ എല്ലാ സമൂഹവും ശ്രദ്ധ പുലർത്തിയിട്ടുണ്ട്. ലിംഗപരമായ തിരിച്ചറിവ് ഫാഷൻരംഗത്തെ സ്ഥിതിവിവരത്തിന്റെ സത്യസന്ധവും തുറന്നതുമായ മനസ്സിലാക്കൽ കൂടിയാണെന്ന് പ്രശസ്ത ചിന്തകനായ റിച്ചാർഡ് മാർട്ടിൻ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (Richard Martin; 1988: P 63).

നിക്കറും പാവായും തമ്മിൽ നോക്കുമ്പോൾ കാലുകൾ വേറിട്ടതിന്റെ വ്യത്യാസമാണ് രൂപപരമായുള്ളത്. പക്ഷേ, പൊതുസമൂഹത്തിൽ മലയാളി പെൺകുട്ടികൾ നിക്കറിട്ടും ആൺകുട്ടികൾ പാവായുടേയും നടക്കുന്നില്ല. പഴയകാലത്ത് അത്തരമൊരു ആലോചനപോലും ഉണ്ടായിക്കാണില്ല. സിംഗിൾ ധരിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിൽപോലും പൊതുസമൂഹത്തിൽ ജനകീയമായി തീർന്നിട്ടില്ല. മാത്രമല്ല, അപ്പോഴും സിംഗിൾ എന്നതിന്റെ കൃത്യമായ അടയാളങ്ങൾ അത്തരം വസ്ത്രങ്ങളിൽ ഉണ്ടാവുകയും ചെയ്യും. കൗമാര പ്രായത്തിൽ എത്തിയ പെൺകുട്ടികൾ ആൺകുട്ടികളുടെ വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിച്ചു നടക്കാറുണ്ട്. നഗരപ്രദേശങ്ങളിൽ ഇത് സാധാരണ കാഴ്ചയാണ്. ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ വിശേഷാൽ അവസരങ്ങളിലും കോളേജുകളിലും

പെൺകുട്ടികൾ പുരുഷവേഷങ്ങൾ ധരിക്കാറുണ്ട്. കുടുംബിനികൾ ആകുമ്പോൾ ഇത്തരം വേഷങ്ങൾ അവർ ധരിക്കാറില്ല. കൗമാരത്തിലുള്ള പെൺകുട്ടികൾ പുരുഷവേഷങ്ങളെ വേഷം ധരിച്ച് ആകർഷണീയമായിരിക്കുക എന്നത് ഒരു ആവശ്യമായിത്തന്നെ, കുടുംബത്തിലെ നായകൻ എന്ന നിലയിൽ പുരുഷൻ കരുതുന്നതായി മനസ്സിലാക്കണം.

സീതീകളും പുരുഷൻമാരും തോർത്ത് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. പക്ഷേ, കൃത്യമായ സന്ദർഭവും ധരിക്കുന്ന വ്യക്തിയും ഏതെന്നും ആരെന്നും തിരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ചുമട്ടുവെട്ടുന്ന സീതീ തലയിൽ മുടിമറച്ച് പുറകോട്ട് കെട്ടിയിട്ടാൽ സമൂഹത്തിന്റെ അംഗീകാരം ലഭിക്കും. പക്ഷേ, വെറുതെ കമ്പോളത്തിൽ പോകുമ്പോൾ ഇത്തരത്തിൽ തലയിൽ കെട്ടുമായി നടന്നാൽ സമൂഹം അംഗീകരിക്കില്ല. മുണ്ടുവെട്ടുന്ന പുരുഷൻ സാധാരണ സന്ദർഭങ്ങളിൽ മടത്തു കെട്ടാവുന്നതാണ്. മുണ്ടുവെട്ടുന്ന സീതീക്ക് അങ്ങനെ ചെയ്യാനാവില്ല. മലയാളി സീതീ കാല് മുടി വെച്ചു നടക്കാറുള്ളൂ. ഇതിനു വിപരീതമായി സിനിമകളിലും മറ്റും ചില സീതീ കഥാപാത്രങ്ങൾ പെരുമാറുമ്പോൾ കണ്ടിരിക്കുന്നവർക്ക് ചിരിയുണ്ടാകും. സംസ്കാരം നിശ്ചയിച്ചിരിക്കുന്ന ശ്രേണീബന്ധങ്ങൾ, പെരുമാറ്റം വഴി തെറ്റിക്കുമ്പോഴാണ് പരിഹാസവും ഹാസ്യമുണ്ടാകുന്നത്. ‘സീതീകൾ’ എന്ന സിനിമയിലെ നായികാ കഥാപാത്രം മദ്യപിച്ച് തോർത്ത് തലയിൽ കെട്ടി അഭിനയിക്കുന്ന രംഗമുണ്ട്. പ്രേക്ഷകരിൽ ചിരിയുണർത്തുന്ന സന്ദർഭമാണിത്. നായകൻ മദ്യപിക്കുകയും തോർത്ത് തലയിൽ കെട്ടി നടക്കുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. പക്ഷേ, അത് സമൂഹത്തിൽ അസ്വാഭാവികമായ ഒരു സംഭവമല്ല. സീതീ പുരുഷൻമാരുടെ അവസ്ഥകൾ തമ്മിലുള്ള സാംസ്കാരിക വൈരുദ്ധ്യമാണ് ഇവിടെ ഹാസ്യത്തിന് കാരണമായിത്തീർന്നത്. “പരസ്പര വൈരുദ്ധ്യം ഹാസ്യത്തിന് കാരണമാകും”മെന്ന് പ്രൊഫ. എം.പി. പോൾ ‘ഹാസ്യത്തിന്റെ ഉല്പത്തി’ എന്ന ലേഖനത്തിൽ സമർത്ഥിച്ചിട്ടുണ്ട്. (1968: P. 99)

വസീത്രം ധരിച്ചുള്ള സീതീയുടെ പെരുമാറ്റവും പുരുഷന്മാർക്കിടയിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമാണ്. സ്കൂളിന്റെ പിറകിലിരുന്ന് യാത്രചെയ്യുന്ന സീതീകൾ ബഹുഭൂരിപക്ഷവും വശത്തേക്കു കാലുകൾ വെച്ചിരുന്നെ യാത്ര ചെയ്യുന്നുള്ളൂ. കാലുകൾ സ്കൂളിന്റെ രണ്ടു വശത്തുമായിട്ട് മുന്നോട്ട് മുഖം തിരിച്ചിരുന്ന് യാത്ര ചെയ്യണമെന്ന കോടതി നിർദ്ദേശം വന്നിട്ടുകൂടി ചൂരിദാറിയുന്ന സീതീകളും അതിന് തയ്യാറാകുന്നില്ല. വളരെക്കുറച്ച്

പെൺകുട്ടികൾ മാത്രമാണ് ഈ നിർദ്ദേശം അനുസരിച്ച് യാത്ര ചെയ്യുന്നത്. പക്ഷേ വടക്കേ ഇന്ത്യയിലെ സ്ത്രീകൾ സ്കൂട്ടറിന്റെ കുറുകെ കാലുകൾ വിന്യസിച്ചിരിക്കുന്നതിൽ മടി കാണിക്കുന്നതേയില്ല. അവർ ധരിക്കുന്ന അതേ വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്ന മലയാളിസ്ത്രീകൾ മുകളിൽ പറഞ്ഞ തരത്തിൽ കാലുകൾ വിന്യസിച്ചിരിക്കാൻ മടിക്കുകയാണ്. കാലുകൾ വിസ്തരിച്ചിരിക്കുന്നതിൽ നിന്നും മലയാളി സമൂഹം സ്ത്രീയെ വിലക്കിയിരിക്കുകയാണ്. നരവംശശാസ്ത്രജ്ഞനായ ഡെസ്മണ്ട് മോറിസും 'സ്ത്രീകളുടെ കാലുകളുടെ വിന്യാസവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിലക്കി'നെക്കുറിച്ച് പരാമർശിച്ചിട്ടുണ്ട് (1994: P. 59). വസ്ത്രത്തിന്റെ രൂപപാഠം മാറിയതുകൊണ്ട് ക്രിയാപരമായ മാറ്റം ഉണ്ടാവുകയില്ല. അന്യപുരുഷന്റെ അകർഷണം സ്വന്തം സ്ത്രീയുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട രഹസ്യഭാഗത്തേക്ക് വരാതിരിക്കാനുള്ള പുരുഷന്റെ അസൂയയിലധിഷ്ഠിതമായ നിലപാട് ഈയൊരു വിലക്കിന് ആധാരമായിട്ടുണ്ട് എന്നും ഫീജുഗലും പറഞ്ഞു വെച്ചിട്ടുണ്ട്.

സ്വവർഗരതിക്കാരുടെ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും പ്രത്യേകത കളുണ്ട്. പുരുഷൻമാരെക്കിൽ ഒരാൾ പുരുഷന്റെയും മറ്റേയാൾ സ്ത്രീയുടെയും വേഷം ധരിക്കുന്ന രീതിയുണ്ട്. സ്ത്രീയുടെ കാര്യത്തിൽ ഒരാൾ എതിർലിംഗത്തിലുള്ളയാളിന്റെ വസ്ത്രം ധരിച്ചുകാണുന്നു. ഉഭയലിംഗമുള്ളവർ പൊതുവെ സ്ത്രീവേഷമാണ് ധരിച്ചുനടക്കുന്നത്. സമൂഹം ഈ വിഭാഗക്കാരെ അംഗീകരിച്ചിട്ടില്ലെങ്കിലും അവരുടെ കൂട്ടായ്മകൾ സജീവമായി തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. അവരെ അംഗീകരിക്കണമെന്നും സമൂഹത്തിന്റെ പൊതുധാരയിൽ ചേർക്കണമെന്നും അഭിപ്രായമുണ്ട് (അനു. 1; i). ഇത്തരത്തിലല്ലാതെ 'എതിർലിംഗത്തിലുള്ളവരുടെ വസ്ത്രം പൂർണ്ണമായോ ഭാഗികമായോ ധരിക്കാനുള്ള ചോദന സ്ത്രീപുരുഷൻമാർക്കുണ്ടെന്നു മനശ്ശാസ്ത്രം പറയുന്നുണ്ട്. ഇത് സ്വയംഭോഗ മനസ്ഥിതിയാണെന്നും വ്യാഖ്യാനിക്കുന്നു. ഇയോണിസം എന്നാണിതിനെ മനശ്ശാസ്ത്രത്തിൽ പറയുന്നത്. ഇണയോടു സഹതാപം പ്രകടിപ്പിക്കുന്നതിനും ഇണയിലൂടെ രൂപപ്പെടുത്തിയ സ്വത്വദർശനത്തിനും വേണ്ടിയുള്ള ഇച്ഛയാണ് ഇത്തരം വസ്ത്രധാരണത്തിലൂടെ സഹലീകരിക്കുന്നതെന്നാണ് ഇതിനുള്ള മനശ്ശാസ്ത്രപരമായുള്ള വ്യാഖ്യാനം (J.C. Flugel, 1930 PP. 11920).

പുരുഷന്റെ ആകർഷണവസ്തുവായിരിക്കാൻ സ്ത്രീ ശരീരത്തെ മാറ്റിത്തീർക്കുന്നത് വസ്ത്രത്തിന്റെ ശക്തമായ ഇടപെടലിലൂടെയാണ്, പുരുഷന്റെ നോട്ടത്തിനായുള്ള വസ്തു എന്ന തരത്തിൽ ആണ് സ്ത്രീകളെ പല കലാവസ്തുക്കളിലും ബിംബവൽക്കരിച്ചിട്ടുള്ളത് എന്ന മാർട്ടിനസ്റ്റർക്കന്റെയും ലിസാകാർട്ടിന്റെയും അഭിപ്രായം ഇവിടെ അനുയോജ്യമാണ് (2001: P. 80). അത്തരത്തിൽ പുരുഷനാൽ നിർമ്മിക്കപ്പെട്ട പ്രത്യയശാസ്ത്രമാണ് സ്ത്രീയെ നയിക്കുന്നത്. സ്ത്രീശരീരം കാഴ്ച വസ്തു ആണെന്നും അതിനെ ആകർഷണീയമാക്കി അവതരിപ്പിക്കുന്നത് മാന്യമായ നടപടിയാണ് എന്നും അഭിപ്രായപ്പെടുന്നവരുണ്ട്. വ്യക്തിത്വ നിർണയത്തിൽ ശരീരസൗന്ദര്യത്തെയും വസ്ത്രമാതൃകയെയും പരിഗണിക്കുന്നുണ്ട്. സന്ദർഭം അനുസരിച്ച് വസ്ത്രം മാറ്റേണ്ടി വരുന്നതും എതിർലിംഗക്കാരെ സന്തോഷിപ്പിക്കുന്നതും സ്വഭാവവികാസം ആണ്. വസ്ത്രത്തിന്റെ അണിയലിലൂടെയാണ് നഗ്നത വിഷയം ആകുന്നത്. നഗ്നത കമ്പോളത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണ്. മാനം രക്ഷിക്കുക എന്ന ധർമ്മം മാത്രമല്ല വസ്ത്രത്തിനുള്ളത് എന്നും അതിലും പ്രധാനം പ്രദർശനം എന്നുള്ള ധർമ്മം ആണെന്നും വരുത്തിത്തീർത്തിരിക്കുന്നു. സ്ത്രീ സ്വയം വരുത്തി വയ്ക്കുന്നതല്ല. 'കുഞ്ഞുനാൾ മുതലേ, പെണ്ണാണ് ഓർമ്മ വേണം', എന്ന തരത്തിൽ വളർത്തി എടുക്കുമ്പോൾ പെണ്ണിന്റെ നിർമ്മിതിക്ക് പുരുഷൻ തന്നെയാണ് ഉത്തരവാദി എന്നു വരുന്നു (അനു. 1; i).

ആവേദകരിൽ നിന്നും ലഭ്യമായ ഈ അഭിപ്രായത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, എന്തുകൊണ്ടാണ് പാവ്യാ അണിയുന്നവർ ഷാൾ ഉപയോഗിക്കാത്തത് എന്നു ചർച്ച ചെയ്യുകയാണ്. ചൂരിദാർ, സാൽവാർ കമ്മീസ് എന്നീ വസ്ത്രങ്ങളുടെ ഷാൾ വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നതിലെ പൂർണ്ണതയ്ക്കുവേണ്ടി (full fill) ആണ് എന്ന ഹബ്ബാജ് ഹസ്സന്റെ അഭിപ്രായം ഇവിടെ പരിഗണിക്കാവുന്നതാണ് (അനു. 1; vii). തോർത്ത്, ഷാൾ, രണ്ടാമുണ്ട് എന്നിവ ഏതെങ്കിലും ഒരു അവയവത്തെ മറയ്ക്കാൻ വേണ്ടി ഉള്ളതല്ല എന്നു വിലയിരുത്താവുന്നതാണ്. മാറു മറയ്ക്കുക എന്നത് നമ്മുടെ പാരമ്പര്യത്തിൽ ഉൾച്ചേർന്നത് കഴിഞ്ഞ ഒരു നൂറ്റാണ്ടുകാലത്തിനുള്ളിലാണ്. മാറു മറയ്ക്കാതെ ഇരിക്കുന്നത് ഒരു മാനക്കേട് ആയി തോന്നുന്നത് പാശ്ചാത്യശീലങ്ങളുടെ ഇടപെടൽ കൊണ്ടാണ് (പു. 257). "ഒരുവൾ സ്ത്രീയായി ജനിക്കുകയല്ല നേരെമറിച്ച് സ്ത്രീയായി നിർമ്മിക്കപ്പെടുകയാണെന്ന്" പ്രസിദ്ധചിന്തകൻ ദെലൂസ് അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (Ian Buchanan and Claire Cole Brook; 2000: P. 19). ആയതിനാൽ വസ്ത്രത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ

ലിംഗപരമായ വേർതിരിവിനെക്കുറിച്ച് ജീവശാസ്ത്രപരമായ പ്രത്യേകതകൾ മാത്രം വെച്ചുകൊണ്ട് അന്വേഷിക്കുന്നത് ഭാഗികമായിത്തീരും.

അനുഷ്ഠാനത്തിന്റെ ഭാഗമായിനിലനിൽക്കുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ മാറ്റമില്ലാതെ തുടരുകയാണ്. പാരമ്പര്യത്തിന്റെ ഭാഗമായുള്ള വസ്ത്രമേ അനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ അനുവദിക്കുകയുള്ളൂ. ചുരിദാറും പാന്റ്സും ജനകീയമായിത്തീർന്നിട്ടും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ സ്ഥാനം ലഭിച്ചിട്ടില്ല. അതുകൊണ്ടാണ് ചുരിദാർ ഉടുത്ത് ക്ഷേത്രത്തിൽ പ്രവേശിക്കുന്നത് ഇന്നും വിവാദം സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. പാരമ്പര്യത്തിന് അന്യമായതൊന്നും പ്രധാന ചടങ്ങുകളിൽ സ്വീകരിക്കില്ല.

മതവും വസ്ത്രധാരണവും

കേരളത്തിലെ മതവിഭാഗങ്ങളെ വ്യത്യസ്ത ഉപകൂട്ടായ്മകളായിട്ടാണ് ഇവിടെ പരിഗണിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഹിന്ദു, ക്രിസ്ത്യൻ, ഇസ്ലാം എന്നീ മതങ്ങളെ വ്യത്യസ്തകൂട്ടായ്മകളായി പരിശോധിക്കുകയാണ്. മതവിഭാഗങ്ങൾ മതത്തിന്റെ ചിഹ്നമെന്ന തരത്തിൽ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും വ്യത്യസ്തപാഠങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നുണ്ടോ എന്ന അന്വേഷണമാണ് നടത്തുന്നത്. കാലം മാറുന്നതിനനുസരിച്ച് ഓരോ മതവും സ്വീകരിക്കുന്ന നിലപാടുകൾ എന്തൊക്കെയാണെന്നും അറിയേണ്ടതുണ്ട്.

മതക്കൂട്ടായ്മകൾ

1) ഹിന്ദുമതം

ഹിന്ദുമതത്തിന്റെ ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങൾക്ക് വസ്ത്രവുമായി വളരെ ബന്ധമുണ്ട്. ജനനം മൃതത്വം മരണം വരെയുള്ള വ്യത്യസ്ത ഘട്ടങ്ങളിൽ വസ്ത്രം ക്രിയാത്മകമായ പങ്കുവഹിക്കുന്നു. ആചാരാനുഷ്ഠാനക്രിയകൾ അനുഷ്ഠിക്കുന്നവർ അണിയുന്ന വസ്ത്രത്തിന് നിർദ്ദിഷ്ട സമയത്ത് സവിശേഷമായ അർത്ഥം വന്നുകൂടുന്നു.

കുഞ്ഞിന്റെ നൂലുകെട്ട്, ചോറൂണ് എന്നീ അവസരങ്ങളിൽ പാരമ്പര്യ ഹിന്ദു ഭവനങ്ങളിൽ അച്ഛൻ മുണ്ടും തോർത്തും, അമ്മ കസവുസാരിയോ സെറ്റുമുണ്ടോ മുണ്ടും തോർത്തുമോ ആണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. അത് അലക്കി ശുദ്ധിവരുത്തിയതായിരിക്കും. ഗർഭിണിയാകുന്ന അവസരത്തിൽ

അമ്മവീട്ടിലേക്ക് പോകുമ്പോൾ കസവുസാരിയോ, സെറ്റുമുണ്ടോ ആണ് ഉടുക്കുന്നത്. വീടു പാലുകാച്ചുമ്പോൾ ഗൃഹനാഥൻ മൂണ്ടും ഷർട്ടും ധരിച്ചാണ് ഗൃഹപ്രവേശം നടത്തുന്നത്. ഗൃഹനാഥ കസവുസാരിയോ മൂണ്ടും നേര്യതുമോ ധരിക്കുന്നു. പാലുകാച്ചിന് വീടുപണിക്കാർക്ക് മൂണ്ടും ഷർട്ടുമാണ് വാങ്ങിക്കൊടുക്കുന്നത്. കേരളത്തിൽ മിക്കപ്രദേശങ്ങളിലും ഹിന്ദുവിവാഹവേളയിൽ പുടവകൊടുക്കു മ്പോൾ കല്യാണസാരിയായി കസവുസാരിയും പട്ടുസാരിയുമാണ് നൽകുക. കേരളീയ വിവാഹസമ്പ്രദായത്തിൽ മൂണ്ടു കൊടുക്കുകയാണല്ലോ പ്രധാനക്രിയ എന്ന് കേരളപാണിനി, പീഠികയിൽ ഭാഷകളെയും അക്ഷരമാലയെയും താരതമ്യം ചെയ്ത സന്ദർഭത്തിൽ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (കേരളപാണിനി; 2007: p. 46). വിവാഹനിശ്ചയത്തിന് തെക്കൻകേരളത്തിൽ നായർ വിഭാഗത്തിലെ വധുവിന്റെയും വരന്റെയും പിതാക്കൾ തോർത്തു തലയിൽ കെട്ടിയാണ് ജാതകക്കൈമാറ്റം നടത്തുന്നത്. വരൻ വിവാഹത്തിന് ധരിക്കുന്നത് മൂണ്ടും ഷർട്ടുമാണ്. വെളുപ്പുമായി ചേർന്നുനിൽക്കുന്ന ഇളം നിറത്തിലുള്ള ഷർട്ടും പൊൻനിറമുള്ള മൂണ്ടുമാണ് പതിവ്. ധനവാൻമാർ ഷെർവാണി ധരിക്കുന്ന സമ്പ്രദായം കണ്ടു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. സീതീ പട്ടുസാരിയാണു ധരിക്കുന്നത് (അനു. 3; 22a). ചില പ്രബല ഹിന്ദുസമുദായങ്ങളിൽ വരൻ കൊടുക്കുന്ന പുടവ ഉടുത്തുകൊണ്ടു വധു കല്യാണപ്പന്തലിൽ കയറാവു എന്നും അതു ധരിച്ചുകൊണ്ടു വരന്റെ വീട്ടിലേക്കുപോകാവു എന്നും നിഷ്കർഷിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇണങ്ങൻ ഡബിൾമുണ്ട് മുറിച്ച് കല്യാണം നടത്തുന്ന രീതി മലബാർ ഭാഗത്തെ നായർവിഭാഗങ്ങളുടെ ഇടയിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു (അനു. 1; i).

മരിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ആചാരപ്രകാരം കുളിപ്പിച്ച്, പുരുഷനെങ്കിൽ അലക്കിയ മൂണ്ടും ഷർട്ടും, സ്ത്രീയെങ്കിൽ മൂണ്ടും ബ്ലൗസും തോർത്തുമാണ് ധരിപ്പിക്കുക. ബലികർമ്മം ചെയ്യുന്ന പുരുഷൻ അലക്കിയ മൂണ്ടുധരിച്ച് അതിനുപുറത്ത് ശവക്കച്ചയുടെ കൂടെയുള്ള പട്ടുമുറിച്ച് അതിനെ ത്രികോണമാക്കി സൂചിഭാഗം താഴേക്കു ചൂണ്ടുന്ന തരത്തിൽ പുറകിലാക്കി അരയിൽ മുറുക്കി കെട്ടുന്ന രീതി തെക്കൻ കേരളത്തിൽ നടപ്പിലുണ്ട്.

മിക്ക ക്ഷേത്രങ്ങളിലും ആരാധനക്കു പോകുമ്പോൾ പുരുഷൻ മൂണ്ട് മാത്രമാണ് ധരിക്കേണ്ടത്. അതു നിർബന്ധമില്ലാത്ത അമ്പലങ്ങളിൽ പോലും ഭൂരിപക്ഷം പേരും മൂണ്ടുടുത്തിട്ടാണ് ദർശനം നടത്തുന്നത്. ക്ഷേത്രദർശനം നടത്തുന്ന പെൺകുട്ടികൾ പട്ടുപാവായും സ്ത്രീകൾ കസവുസാരിയും,

സെറ്റുസാരിയും, സെറ്റുമുണ്ടുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. ചുരിദാർ അനുവദിച്ചിരിക്കുന്ന ക്ഷേത്രങ്ങളിൽ കസവുചുരിദാർ ഉടുക്കുന്ന ധാരാളം യുവതികളുണ്ട്. പൊക്കാല ഉത്സവമായി കൊണ്ടാടുന്ന അമ്പലങ്ങളിൽ സ്ത്രീകൾ പൊക്കാലസാരി ഉടുത്തുപോകുന്നു. പൊക്കാലയിടാൻ പോകുന്ന സ്ത്രീകൾ പൊതുവേ ആചാരപരമായ സാരിതന്നെയാണുടുക്കുന്നത്. ദരിദ്രവിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടവരും വിലകുറഞ്ഞവയെങ്കിലും മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രമാണുടുക്കുന്നത്. സെറ്റുസാരിയും പൊക്കാലസാരിയും ഒക്കെ കമ്പോളത്തിന്റെ തന്ത്രങ്ങളുടെ ഭാഗമായി വന്നതാണ് (അനു. 1; i)

ക്ഷേത്രോത്സവങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആചാരങ്ങൾക്ക് ധരിക്കേണ്ടുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ പാരമ്പര്യമായി ധരിച്ചുപോരുന്നവയാണ്. ഭദ്രകാളീ ക്ഷേത്രങ്ങളിലെ താലപ്പൊലി, ഓട്ടം തുടങ്ങിയ ചടങ്ങുകളിൽ പെൺകുട്ടികളും ആൺകുട്ടികളും യഥാക്രമം പട്ടുപാവാടയുടുത്തോ മൂലക്കച്ചകെട്ടിയോ, കസവുമുണ്ടുടുത്തോ ആണ് പങ്കെടുക്കുന്നത് (അനു. 3; 13). ശബരിമലദർശനത്തിന് പാരമ്പര്യമായി കറുത്ത കൈലിയാണ് ഉടുക്കുന്നത്. ശബരിമലയ്ക്കു പോകുന്ന സ്ത്രീകൾ കറുത്ത സാരിയോ കറുത്ത മുണ്ടും തോർത്തുമോ ആണു ധരിക്കുന്നത്. ചിലയിടങ്ങളിൽ കാവികൈലിയും ഉടുക്കാറുണ്ട്. കാവിമുണ്ട്, ആർ.എസ്.എസ് പ്രവർത്തകർ തങ്ങളെ തിരിച്ചറിയാൻവേണ്ടി പ്രചാരത്തിൽ കൊണ്ടുവന്നതാണെന്ന് അഭിപ്രായമുണ്ട്. പിൻക്കാലത്ത് ഇടതുപക്ഷ പ്രവർത്തകർ ബോധപൂർവ്വം കാവിമുണ്ടുടുത്ത് അത്തരമൊരു സ്വതന്ത്ര ഇല്ലാതാക്കാവൻ ശ്രമിച്ചു എന്നും അത് വിജയത്തിലെത്തിയെന്നുമാണ് അവകാശപ്പെടുന്നത്. കാവി മുണ്ടുടുത്തവരെ മറ്റു മതക്കാർ, വിശേഷിച്ച് ഇസ്ലാം മതക്കാർ ഹിന്ദുവെന്ന സ്വതബോധമുള്ളവരായിട്ടാണ് കണക്കാക്കുന്നത്.

ഹിന്ദുക്കൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ വസ്ത്രം വാങ്ങുന്ന സമയം ഓണക്കാലമാണ്. പക്ഷേ ഓണത്തിന് നാനജാതിമതത്തിലുള്ളവർ വസ്ത്രം വാങ്ങാൻ എത്തുന്നു. ഓണത്തിന് 53.85% ആളുകൾ വസ്ത്രം വാങ്ങാൻ വിപണി സന്ദർശിക്കുന്നു. 14.42% പേർ റംസാൻ കാലത്തും, 5.77% പേർ ക്രിസ്തുമസിനും വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നു. 8.66% പേർ വിഷുവിന് വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നു (അനു. 2; e). ഓണത്തിനെ കേരളത്തിലെ ഭൂരിപക്ഷം ജനങ്ങളും ദേശീയോത്സവമായി കാണുന്നു എന്നതിന് തെളിവാണ്. മതേതരബോധം

കേരളത്തിന് പാരമ്പര്യമായി ഉള്ളതാണ്. ആയതിന്റെ പ്രതീകമായുള്ള ഉത്സവം കൂടിയാണ് ഓണം. ഓണം സർക്കാർ തലത്തിലും ഉത്സവമായി കൊണ്ടാടുന്നു. ഓണക്കോടി എന്ന പ്രയോഗം അർത്ഥവത്താണ്. ഓണത്തിന് കോടി വാങ്ങണം എന്നാണ് ആ പ്രയോഗത്തിന്റെ അർത്ഥം. ഓണം എന്ന വാക്ക് ഗ്രാമീണർ ഉത്സവം എന്നതിനു പകരമായും ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഓണം കഴിഞ്ഞാൽ വിഷുവിനും പൂരത്തിനുമാണ് ഹിന്ദുക്കൾ വസീത്രം കൂടുതൽ വാങ്ങുന്നത്.

2) ക്രിസ്തുമതം

മധ്യവയസ്സു കഴിഞ്ഞവരും വൃദ്ധജനങ്ങളും ഗ്രാമത്തിൽ കഴിയുന്നവരുമായ അപൂർവ്വം ക്രിസ്ത്യാനി സ്ത്രീകളേ പാരമ്പര്യ വസീത്രമായ ചട്ടയുടും മുണ്ടും ധരിക്കുന്നുള്ളൂ. വിവാഹവേളയിൽ വധു വെളുത്തസാരിയും വരൻ പാന്റുസും കോട്ടുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. വെളുത്തപ്രോക്കു ധരിക്കുന്നതിൽ വിലക്കൊന്നുമില്ല (അനു. 3; 22b). വെളുത്തമുണ്ടും ഷർട്ടും വെളുത്തസാരിയും ധരിക്കുന്ന വിഭാഗക്കാരുണ്ട്. പ്രാർത്ഥനാവേളയിൽ സ്ത്രീകൾ സാരിത്തുണു വളച്ച് തലമറയ്ക്കുന്ന രീതിയുണ്ട്. ക്രിസ്ത്യാനിയാണെന്ന് അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന വസീത്രധാരണരീതി കേരളത്തിൽ കാണുന്നില്ല. ക്രിസ്തീയ പുരോഹിതന്മാരുടെ ജോഹയും കന്യാസ്ത്രീകളുടെ കുപ്പായവും മാത്രമാണ് വസീത്രം ഒരുചിഹ്നമായുള്ള അർത്ഥത്തെ ഉൽപാദിപ്പിച്ചുകാണുന്നത്. ഏറ്റവും പുതിയ മെട്രൽകളെയും പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകകളെയും അനുകരിക്കുന്നതിൽ ക്രിസ്ത്യൻ യുവതീയുവാക്കൾ ആവേശം കാണിക്കുന്നുവെന്ന് വസീത്രവിപണിയിൽ നിന്നും ലഭിച്ച ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. ലോകത്തിനൊപ്പം നീങ്ങുന്ന മനസ്സാണ് പൊതുവെ ക്രിസ്ത്യൻ യുവതീയുവാക്കൾ പ്രകടമാക്കുന്നതെന്നും വസീത്രവ്യാപാരികൾ പറഞ്ഞു. ക്രിസ്തുമസ്സിന് വസീത്രം വാങ്ങുന്നതിൽ ക്രിസ്ത്യൻ സമൂഹം അത്രയധികം താല്പര്യം കാണിക്കുന്നില്ല. എന്നാൽ ഓണത്തിന് വസീത്രം വാങ്ങാൻ അവർ തല്പരരാണ്. കേരളത്തിലെ നഗരങ്ങളിലുള്ള വസീത്രവില്പനശാലകളിൽ ഭൂരിപക്ഷവും, ക്രിസ്ത്യാനികൾ സെറ്റുമുണ്ടോ സെറ്റുസാരിയോ വാങ്ങുന്നതിൽ താല്പര്യം ഉള്ളവരാണ് എന്ന് അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ഗ്രാമത്തിലെ കടകളിൽ നിന്ന് അനുകൂലമായ അഭിപ്രായം ലഭിച്ചില്ല. കാവിവസീത്രം വാങ്ങുന്നതിൽ ക്രിസ്ത്യാനികൾക്ക് വൈമനസ്യം ഉണ്ടെന്നാണ് കണക്കുകൾ സൂചി

പ്പിക്കുന്നത് (അനു. 2; iii-g). നഗരത്തിലെ ക്രിസ്ത്യൻ ജനത സെറ്റ് മുണ്ടിനോട് താല്പര്യം കാണിക്കുന്നുണ്ട് എന്നാണ് ദത്തം സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. പക്ഷേ ഗ്രാമപ്രദേശത്തു നിന്നും അനുകൂലമായ മറുപടി ലഭിച്ചില്ല. നഗരം മതപരമായ കാര്യങ്ങളിൽ കൂടുതൽ സ്വതന്ത്രരാണെന്ന് ആണ് ഇതു കാണിക്കുന്നത്. പല മതവിഭാഗങ്ങളുടെ ചേരുവയും ഈ മനോഭാവത്തെ ആണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. പക്ഷേ, കാവിയോട് അനുകൂലമായ അഭിപ്രായം ഗ്രാമത്തിലെയും നഗരത്തിലെയും കടകളിൽനിന്നും ലഭിച്ചില്ല. കാവി ഹിന്ദുവർഗീയതയുടെ ചിഹ്നം ആയി മറ്റു മതക്കാർ കാണുന്നതായി വിലയിരുത്താവുന്നതാണ്. സെറ്റ് മുണ്ടിനെ ഹിന്ദുത്വത്തിന്റെ ഭാഗമായി ഗ്രാമത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികൾ കാണുന്നു എന്നത് ശ്രദ്ധേയമാണ്. സെറ്റ് സാരി കേരളത്തിലെ സവർണരുടെ വസ്ത്രം ആയിരുന്നു. പക്ഷേ, അവർണരും ഇത്തരം ഒരു വസ്ത്രം ധരിക്കണം എന്ന ആഗ്രഹം വെച്ചു പുലർത്തുന്നുണ്ടായിരുന്നു. അധികാരവും സമ്പത്തും ഉള്ള വിഭാഗത്തിന്റെ വസ്ത്രം സ്വാഭാവികമായും മറ്റുവിഭാഗക്കാർ ആഗ്രഹിക്കും. ഐക്യകേരളം നിലവിൽ വന്നപ്പോൾ എന്താണു കേരളീയത എന്നും കേരളീയതയുടെ ചിഹ്നം എന്താണ് എന്നും ഉള്ള ചോദ്യങ്ങൾ ഉയർന്നു വന്നു. സമ്പത്തും അധികാരവും ഉള്ളവരുടെ വസ്ത്രം, മറ്റ് അലങ്കാരങ്ങൾ, കല ഇതൊക്കെ കേരളത്തിന്റെ മുദ്രയായി അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടു. പക്ഷേ, കാവിവസ്ത്രം കേരളീയതയുടെ ഭാഗമായി കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികൾ കാണുന്നില്ല. അതിനെ ഹിന്ദുത്വത്തിന്റെ വസ്ത്രം ആയാണ് കാണുന്നത്.

3) ഇസ്ലാം മതം

ഇസ്ലാം മതത്തിലെ സീതീകൾ പർദയിലേക്കും മഹ്മതയിലേക്കും മെല്ലെ നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ചില പ്രദേശങ്ങളിൽ കണ്ണി മാത്രം കാണാവുന്ന തരത്തിലാണ് പർദയും മഹ്മതയും ധരിക്കുന്നത്. തിരുവിതാംകൂർ മേഖലയിലെ മുസ്ലീം സീതീകളിൽ പർദ ധരിക്കുന്നവർ കുറവാണ്. അവർ സാരിത്തലപ്പുകൊണ്ടോ ഷാജുകൊണ്ടോ തലമറക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. കേരളത്തിലെ മലപ്പുറം, കണ്ണൂർ കാസർകോട് ജില്ലകളിൽ ആണ് പർദ കൂടുതൽ ചെലവ് ആകുന്നത്. കേരളത്തിലെ ഭൂരിപക്ഷം ജില്ലകളിലും പർദയുടെ ചെലവ് കുറവാണ് എന്നാണ് കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. തെക്കൻ ജില്ലകളിൽ പർദക്ക് പൊതുവേ ചെലവു കുറവാണ് (അനു. 1; ii-a).

ശരീരത്തിനിന്നുണ്ടാകുന്ന വിധം തയ്ച്ചെടുക്കുകയാണ് നല്ലൊരു പക്വ യുവതികളും പർവ്വ ധരിക്കുന്നത്. വശങ്ങളിലോ മധ്യഭാഗത്തോ കൈകളിലോ തിളങ്ങുന്ന ഡിസൈനുകളോ വർണനൂലുകളോ തൂണിച്ചേർത്ത പർവ്വയാണ് ഭൂരിപക്ഷം പേരും ധരിക്കുന്നത്. പലതരത്തിലുള്ള മഹിതകൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭ്യമാണ്. അത് വൈവിധ്യമാർന്ന രീതിയിൽ ധരിക്കുന്നുമുണ്ട്. മധ്യേഷ്യൻ അറബ് രാജ്യങ്ങളിലെ സ്ത്രീകൾ ധരിക്കുന്നതുപോലെയുള്ള മഹിത അണിയുന്നവരെയും കണ്ടുവരുന്നുണ്ട്. കൗമാരക്കാരും യൗവനത്തിലെത്തിയവരുമാണ് വളരെ ആകർഷകമായ തരത്തിലുള്ള മഹിതകൾ അണിഞ്ഞുവരുന്നത്. ചിലർ പർവ്വങ്ങളിൽ ആകർഷകമായ ചുരിദാറും ടോപ്പും ധരിക്കുന്നു. വീട്ടിൽ നിന്നും പർവ്വ ധരിച്ചുവന്ന് കോളേജിലെത്തി വിശ്രമമുറിയിൽ വെച്ച് ചുരിദാറിയുന്ന ധാരാളം കുട്ടികളുണ്ട് എന്ന് ദത്തം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; i). മഹിതക്കു പുറത്തേക്ക് നെറ്റിത്തടത്തിൽ മുടി നല്ലതരത്തിൽ വിരിച്ചിട്ടുണ്ടെന്നു കണ്ടുവരുന്നുണ്ട്. കോളേജുവിദ്യാഭ്യാസത്തിനെത്തുന്ന നല്ലൊരു ശതമാനം കുട്ടികളും ചുരിദാറോ ലാച്ചയോ ധരിക്കുന്നതായും കാണാം.

സാധാരണഗതിയിൽ മുസ്ലിം യുവാക്കൾ മതചിഹ്നങ്ങൾ വെളിവാക്കുന്ന വസ്ത്രമോ വസ്ത്രധാരണരീതിയോ അവലംബിച്ചുകാണുന്നില്ല. ഇടതുഭാഗത്തേക്കു മുണ്ടു ചുറ്റുന്നവരിൽ അധികം പേരും മധ്യവയസ്സിലോ വാർദ്ധക്യത്തിലോ എത്തിയവരാണ്. തുവാല നെറ്റിക്കുമുന്നിലായി കെട്ടുകയോ ചെവികൾക്കിടയിൽ തുവാലതിരുകി നടക്കുകയോ ചെയ്യുന്നവരുടെ എണ്ണവും കുറഞ്ഞുവരുന്നു. വസ്ത്രത്തിന്റെ അടിഭാഗം നെരിയാണിക്കു താഴെ പാടില്ല എന്ന വിലക്കും പൊതുവെ പാലിച്ചുകാണുന്നില്ല. വെള്ളയുടുപ്പും വെള്ളമുണ്ടും തൊപ്പിയും ധരിച്ചുനടക്കുന്ന യത്തീംഖാനയിലെ വിദ്യാർത്ഥികളോ മതപാഠശാലകളിലെ മുസലിയാർമാരോ അല്ലാതെ യുവാക്കൾ പൊതുവെ ഇസ്ലാം മതക്കാരാണെന്നു വെളിപ്പെടുത്തുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കുന്നില്ല. മുസ്ലിം സ്ത്രീകളെയാണ് മതചിഹ്നത്തോടുകൂടി നടക്കുവാൻ നിർബന്ധിക്കുന്നത്. അതിൽ മനസ്സോടെ വഴങ്ങുന്നവർ അപൂർവ്വം പേരാണെന്നും കാണുന്നു. തലയിൽ തട്ടം ഇട്ടില്ലെങ്കിൽ മരിച്ചുനരകത്തിൽ എത്തിയാൽ തീത്തട്ടം ഇടേണ്ടി വരും എന്ന് രക്ഷാകർത്താക്കൾ ഭീഷണി വെച്ചുത്താറുണ്ട് എന്ന് ദത്തങ്ങളിൽ സൂചനയുണ്ട് (അനു. 1; i).

കാവിവസീത്രത്തോട് മുസ്ലീങ്ങൾ പൊതുവെ വിമുഖത കാണിക്കുന്നു. അവർ കാവിക്കൈലിയും ഉടുപ്പും ധരിക്കുന്നതിലും സെറ്റുസാരി ഉടുക്കുന്നതിലും അനിഷ്ടം പ്രകടിപ്പിക്കുന്നു. കേരളപ്പിറവി തുടങ്ങിയ സന്ദർഭങ്ങളിൽ ഉദ്യോഗസ്ഥകളായ മുസ്ലിം സ്ത്രീകളിൽ നല്ലൊരുപങ്ക് ആളുകളും പട്ടുസാരി യൊക്കെയാണ് ധരിക്കുന്നത്. ഓണത്തിനും വലിയ പെരുന്നാളിനും മുസ്ലീങ്ങൾ വസീത്രം വാങ്ങുന്നു. തിളക്കമുള്ളതും വിലകൂടിയതുമായ വസീത്രങ്ങൾ വാങ്ങാൻ ഏറ്റവും കൂടുതൽ താല്പര്യം കാണിക്കുന്നത് മുസ്ലീങ്ങളാണ്. വിവാഹത്തിന് വരന് മുണ്ടും ഷർട്ടും, പാന്റ്സും കോട്ടും, ഷെർവാണിയുമൊക്കെ അനുവദനീയമാണ്. വധു പട്ടുസാരി, ലാച്ച, കൂടാതെ വെള്ളപ്പട്ടിലുള്ള ഫ്രോക്കും ധരിക്കുന്നത് ട്രെന്റായി വരുന്നുണ്ട് (അനു. 3; 22c).

കേരളീയതയുടെ ചിഹ്നമായി സർക്കാർ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ഏജൻസികൾ സെറ്റ് സാരിയെ വിശേഷിപ്പിക്കുമ്പോഴും കേരളത്തിലെ മുസ്ലീങ്ങൾ അതിനെ ഹിന്ദുവിഭാഗത്തിന്റെ വസീത്രം ആയാണ് കാണുന്നത്. കാവിവസീത്രത്തെയും ഹൈന്ദവവീര്യയുടെ ചിഹ്നം ആയി മുസ്ലീങ്ങൾ കാണുന്നു (അനു. 1; vii).

ശ്രീനാരായണീയ പ്രസ്ഥാനം

ശ്രീനാരായണഗുരുവിനെ ആരാധിക്കുന്നവരുടെ കൂട്ടായ്മയാണ് ശ്രീനാരായണീയ പ്രസ്ഥാനം. ശ്രീനാരായണഗുരു നിഷ്കർഷിച്ച മഞ്ഞ മുണ്ടും മഞ്ഞ ഷാളും വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ ശ്രീനാരായണീയർ ധരിക്കാറുണ്ട്. മഞ്ഞ ഷാൾ എസ്.എൻ.ഡി.പി യുടെ നേതാക്കളിൽ പലരും സദാ ധരിക്കാറുണ്ട്. എസ്.എൻ.ഡി.പി എന്ന സംഘടനയിൽ മുൻകാലത്ത് എല്ലാ ജാതിമതസ്ഥരും പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നു. പിൻകാലത്ത് ആ സ്ഥിതി മാറുകയും ഈഴവജാതിയിൽ പെട്ടവരുടെ പ്രസ്ഥാനമായി അത് നാണയപ്പെടുകയും ചെയ്തു. ശ്രീനാരായണഗുരുദേവന്റെ ജന്മ ദിനാഘോഷവേളയിൽ മഞ്ഞ മുണ്ടും ഷർട്ടും അല്ലെങ്കിൽ മഞ്ഞ മുണ്ടുമാത്രം അതുമല്ലെങ്കിൽ മഞ്ഞ ഷാൾ, ഇതിൽ ഏതെങ്കിലും ധരിച്ചു ഘോഷയാത്രയിൽ പങ്കെടുക്കുന്നവർ അനേകം ഉണ്ട്. ഈഴവജാതിയുടെ നിറമായി കേരളജനത ഈ നിറത്തെ തിരിച്ചറിയുന്നുണ്ടെന്ന് കൊല്ലം ജില്ലയിലെ ചവറഭാഗത്തുള്ള തുണിക്കച്ചവടക്കാർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ജാതിചിന്തയ്ക്കെതിരായി ശ്രീനാരായണഗുരു സ്ഥാപിച്ച ഈ പ്രസ്ഥാനം

ജാതിയെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്നതായി മാറിയത് കൗതുകകരമായ വസ്തുതയാണ്.

നഗര കൂട്ടായ്മകൾ

ഫോക്ലോറിൽ നഗരകൂട്ടായ്മയെയും അവരുടെ ലോറുകളെയും പറ്റിയുള്ള പഠനം വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്. നഗരവൽക്കരണത്തിന്റെ ഭാഗമായി പലപല തൊഴിലിടങ്ങളും, അവിടങ്ങളിൽ കൂട്ടായ്മകളും സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുകയുണ്ടായി. കേരളത്തിൽ അത്തരത്തിൽ പൊതുവെ കാണുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട കൂട്ടായ്മകളുടെ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും എന്തെന്നും അവ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്ന അർത്ഥമെന്തെന്നും ചുവടെ കൊടുക്കുന്നു.

സ്കൂൾ കൂട്ടായ്മ

കേരളത്തിലെ എല്ലാ സ്കൂളുകളിലും യൂണിഫോം നിർബന്ധമായിരിക്കുന്നു. പല നിറത്തിലും തരത്തിലുമുള്ള യൂണിഫോമുകൾ +2 തലത്തിൽ വരെ നിർബന്ധമാക്കിയിരിക്കുകയാണ്. പ്രൊഫഷണൽ വിദ്യാലയങ്ങളിലും യൂണിഫോം (ടി.ടി.ഐ, ബി.എസ്സ്, പോളിടെക്നിക്ക്, എഞ്ചിനീയറിങ്) നിർബന്ധമാക്കുന്ന പ്രക്രിയ പൂർത്തിയായി വരുന്നു. പ്രൈമറി വിഭാഗങ്ങളിൽ പെൺകുട്ടികൾക്ക് പാവായും ബ്ലൗസും, അല്ലെങ്കിൽ ചുരിദാറും ടോപ്പും, കോളേജ് തലത്തിൽ സാരിയും ബ്ലൗസും, അല്ലെങ്കിൽ പാന്റ്സും ഷർട്ടും ഓവർകോട്ടുമാണ് കേരളത്തിലെ പെൺകുട്ടികളുടെ യൂണിഫോം ആയി അംഗീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. നിക്കറും ഷർട്ടും, അല്ലെങ്കിൽ പാന്റ്സും ഷർട്ടും എന്ന തരത്തിലാണ് ആൺകുട്ടികൾക്കുള്ള യൂണിഫോം. അൺഎയിഡഡ് വിദ്യാലയങ്ങളിലും അപൂർവ്വം സർക്കാർ വിദ്യാലയങ്ങളിലും യൂണിഫോം മാതൃകയായി തുടങ്ങുകയും ക്രമേണ വ്യാപിക്കുകയുമാണ് ഉണ്ടായത്. ഒറ്റനിറത്തിലുള്ള തൂണിയായിരുന്നു ആദ്യകാലങ്ങളിൽ സ്വീകരിച്ചിരുന്നത്. ഇപ്പോൾ ഭൂരിപക്ഷം സ്കൂളുകളും ചെക്ക് തൂണികളിലും ഓവർകോട്ടിലുമൊക്കെയായി മാറി. വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങൾ പണം മുൻകൂർ വാങ്ങി നേരിട്ടു നൽകുന്ന രീതിയും നടപ്പാക്കിത്തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്.

കുട്ടികളെല്ലാം സമന്മാരാണ് എന്ന് തോന്നിക്കാൻ വേണ്ടി കൊണ്ടുവന്നതാണ് യൂണിഫോം എന്നൊരു വാദമുണ്ട്. ധനം, ജാതി

തുടങ്ങിയ വ്യത്യാസങ്ങൾ തിരിച്ചറിയാതെയിരിക്കാനാണത്രേ യൂണിഫോം ഏർപ്പെടുത്തിയത്. അച്ചടക്കത്തിന്റെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തലായും ഇതിനെ കാണാം. അൺഏയിഡഡ് സ്കൂളുകളിൽ തുണിയുടെ മാതൃകകൾ സ്കൂൾ അധികാരികളെ കാണിച്ച് ആവശ്യമായത് മൊത്തവിലയ്ക്ക് നൽകുന്നതിന് വൻകിട കച്ചവടക്കാർക്ക് ഏജൻ്റ്മാരുണ്ട്. തമിഴ്നാട്ടിലെ ടെക്സ്റ്റയിലുകൾക്കാണ് തെക്കൻകേരളത്തിൽ ഈ വ്യാപാരത്തിൽ മുൻകൈയുള്ളത്. പല വലിയ സ്കൂളുകളിലും കമ്പനികളുടെ വിതരണ ഏജൻ്റുകൾ അധികാരികളെ സമീപിക്കാറുണ്ടെന്നാണ് മനസ്സിലാക്കുന്നത്. വസീത്രവിപണിയും യൂണിഫോമുകൾ വ്യാപകമാക്കുന്നതിനുള്ള ശ്രമത്തിൽ നിർണായക പങ്കു വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇത്ര വേഗം കേരളം മുഴുവൻ യൂണിഫോം പരക്കാൻ ഇടയായത് കമ്പോളത്തിന്റെ കാര്യമായ ഇടപെടൽ കൊണ്ടാണ്.

വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളും യൂണിഫോമും.

വൻകിട ഹോട്ടലുകളിൽ തൊഴിലാളികളുടെ സ്ഥാനമനുസരിച്ച്, യൂണിഫോമിന്റെ നിറത്തിനും തരത്തിനും വ്യത്യാസം കാണാവുന്നതാണ്. വാച്ചർമാർ, വിളമ്പുകാർ, പാചകക്കാർ, ടേബിൾ സൂപ്പർവൈസേഴ്സ് ഇങ്ങനെ തരംതിരിവുണ്ട്. ഇത്തരം വേർതിരിവുകൾ മേലാളനും കീഴാളനും എന്ന പഴയകാലത്തിന്റെ അവസ്ഥയെ ഓർമ്മയിൽ എത്തിക്കുക കൂടി ചെയ്യുന്നു. വളരെ സ്വാഭാവികമായ ഒരു പരിവർത്തനത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ അല്ലാതെ സംഭവിച്ച, കേരളത്തിലെ മനുഷ്യർ തമ്മിലുള്ള അധിത്തം, മറ്റൊരു രൂപത്തിൽ തിരിച്ചു വന്നതായി കണക്കാക്കാവുന്നതാണ്. വസീത്ര ശാലകളിൽ മിക്കയിടങ്ങളിലും സാരിയാണ് യൂണിഫോം. ഒരു നിറത്തിലുള്ളതും അധികം ഡിസൈനില്ലാത്തതുമായ രീതിയിലാണ് യൂണിഫോം നിശ്ചയിച്ചിരിക്കുന്നത്. മിക്ക പെട്രോൾബങ്കുകളിലും ഓവർകോട്ട് എന്ന തരത്തിലാണ് യൂണിഫോം തീരുമാനിച്ചിരിക്കുന്നത്. പരസ്യം എന്ന നിലക്കും മാന്യതയ്ക്കും അച്ചടക്കത്തിനും വേണ്ടിയാവണം ഇത്തരത്തിൽ യൂണിഫോം സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. വ്യക്തികളുടെ സ്വത്വബോധത്തെ മാറ്റിത്തീർക്കാൻ യൂണിഫോമുകൾ കാരണമായിത്തീരുന്നുണ്ടെന്നും വിലയിരുത്താവുന്നതാണ്.

കുടുംബശ്രീ കൂട്ടായ്മ

പഞ്ചായത്തും മുനിസിപ്പാലിറ്റി, കോർപ്പറേഷൻ എന്നീ തലങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വനിതകളുടെ കൂട്ടായ്മയാണ് കുടുംബശ്രീ. ഒട്ടനേകം പദ്ധതികളുള്ള ഇവരുടെ കൂട്ടായ്മ ഒരു ഗവൺമെന്റ് അംഗീകൃത സ്ഥാപനമാണ്.

കുടുംബശ്രീ സംഗമങ്ങളിൽ കേരളീയസാരിയും (കസവുസാരി, മുണ്ടും നേര്യതും) ചുവന്ന ബ്ലൗസും ധരിച്ചാണ് കൂട്ടായ്മയിലെ അംഗങ്ങൾ ഘോഷയാത്രകളിൽ പങ്കെടുക്കുന്നത്. കുടുംബശ്രീ യൂണിറ്റുകൾ സജീവമായ ശേഷം കേരളസാരിക്ക് ചെലവേറിയെന്നാണ് ലഭ്യമായ കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത് (അനു. 1; ii-a).

ഇന്നത്തെ വസ്ത്രങ്ങളും കൂട്ടായ്മയും

ചൂരിദാർ

ഇന്ന് ചൂരിദാർ കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകളുടെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട വസ്ത്രമായി മാറിക്കഴിഞ്ഞു. കേരളത്തിലെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഇടയിൽ നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേയുടെ ഫലം സൂചിപ്പിക്കുന്നത് നഗരങ്ങളിലും ഗ്രാമങ്ങളിലും ചൂരിദാർ മേൽക്കൈ നേടിക്കഴിഞ്ഞു എന്നാണ് (അനു. 2; ii-n). കേരളത്തിലുള്ള ഗ്രാമങ്ങളിലെയും നഗരങ്ങളിലെയും ഭൂരിപക്ഷം സ്ത്രീകളുടെ ഇഷ്ട വസ്ത്രം ചൂരിദാർ എന്ന് രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. സാരി, ഗ്രാമങ്ങളിലും നഗരങ്ങളിലും ഇഷ്ടപ്പെടുന്നവർ കുറവാണ്. സ്ത്രീകൾക്ക് ഏറ്റവും കൂടുതൽ ആത്മവിശ്വാസം തരുന്ന വസ്ത്രവും ചൂരിദാർ ആണെന്ന് അഭിപ്രായം ഉണ്ട് (അനു. 1; i).

വസ്ത്രങ്ങൾ തുന്നിയിടാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്ന സ്ത്രീകളുടെ സംഖ്യ കൂടുതലാണ്. റെഡിമെയ്ഡും തുന്നിയിടലും ഇഷ്ടപ്പെടുന്നവർ തൊട്ടുതാഴെ നില്ക്കുന്നു. ചൂരിദാർ തുന്നിയാണ് കൂടുതലും ചെലവാകുന്നതെന്ന് വസ്ത്രവിപണിയിൽ നിന്നും വിവരം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ii-a). റെഡിമെയ്ഡ് ബ്ലൗസ് കമ്പോളത്തിൽ ഒരു കാലത്ത് ഇറങ്ങി എങ്കിലും ചെലവു കുറവു നിമിത്തം അത് ഇന്ന് കടകളിൽ ലഭ്യമല്ല. ചൂരിദാർ കമ്പോളത്തിൽ വന്നപ്പോഴും റെഡിമെയ്ഡിനായിരുന്നു മുൻതൂക്കം. ക്രമേണ ചൂരിദാർ തുന്നിയിലേക്ക് കമ്പോളം മാറി. റെഡിമെയ്ഡായും തുന്നിച്ചിട്ടും കഴിയുന്നവരുടെ മൊത്തം എണ്ണം വളരെ കൂടുതലാണ്. പാരമ്പര്യ വസ്ത്രങ്ങളിൽ നിന്ന് ചൂരിദാറിലേക്കുള്ള പരിവർത്തന ഘട്ടമാണ് ഇത്. ഇപ്പോൾ

ഷർട്ട് വേറെ പാന്റ് വേറെ എന്ന കണക്കിൽ റെഡിമെയ്ഡിൽ കമ്പോളം പുതിയ തന്ത്രം പതിപ്പിക്കുകയാണ്. ഇതിന് കാര്യമായ പരസ്യവും ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. ഒരു ഭാഗം തയ്യിപ്പിക്കുകയും ഒരു ഭാഗം റെഡിമെയ്ഡ് വാങ്ങുകയും ചെയ്യാം എന്ന സൗകര്യവും ഉണ്ട്. ഇതൊക്കെ ഈ കാലത്ത് പല മാറ്റങ്ങൾക്കും വഴി വെക്കാനിടയുണ്ട്.

ചൂരിദാർ ധരിക്കുന്നതിലുള്ള സൗകര്യവും സുരക്ഷയും ആണ് സീനീകൾ ഈ വസീത്രത്തിനോട് ഇത്രയും താല്പര്യം കാണിക്കുന്നത് എന്ന് ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു (അനു. 1; i). സാരിയെ അപേക്ഷിച്ച് സൗകര്യമുള്ളതും പുതുതായുള്ളതുമായ ഒരു വസീത്രം എന്ന നിലക്ക് ചൂരിദാറിനെ സ്വീകരിച്ചു എന്നു കരുതാവുന്നതാണ്. മാത്രമല്ല, രൂപപരമായ ധാരാളം വൈവിധ്യതക്ക് ചൂരിദാറിൽ സാധ്യത ഉണ്ട്. ചൂരിദാറിന്റെ ഷാളിലും നിരവധി പരീക്ഷണങ്ങൾ നടക്കുന്നു. ഒരു വസീത്രം എന്ന നിലയിൽ സാരിയിലും, വളരെ കുറച്ചുഭാഗത്തു സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന ബ്ലൗസിലും വൈവിധ്യതക്ക് അധികം സാധ്യത ലഭിക്കുന്നില്ല. പക്ഷേ, കേരളത്തിലെ കുടുംബിനികളും യുവതികളും വിരുന്നു വേളകളിലും മറ്റും സാരിയാണ് കൂടുതലായും ഉടുക്കുന്നത്. സാരിയും ചൂരിദാറും ഇഷ്ടപ്പെടുന്ന ആളുകൾ ഗ്രാമങ്ങളിൽ 24% പേർ എന്ന കണക്ക് സൂചിപ്പിക്കുന്നത് പൂർണ്ണമായും സാരി ഉപേക്ഷിക്കാനുള്ള ജനങ്ങളുടെ മനസ്സില്ലായ്മയാണ്. ആചാരനുഷ്ഠാനവേളകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നതും ദേശീയ തലത്തിൽ സീനീകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസീത്രം എന്നതും സാരിയുടെ വിപണന മൂല്യം വരും കാലത്തിലും കുറയില്ല എന്നതിന് തെളിവാണ്. കമ്പോളം സിൽക്ക് സാരിക്ക് വലിയ പ്രചാരണമാണ് കൊടുക്കുന്നത് എന്നതും മുകളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന അഭിപ്രായത്തെ പിന്തുണക്കുന്നു.

കേരളത്തിലെ 11 ജില്ലകളിൽ നിന്നും പൊതു ശരാശരിയിൽ തെരെഞ്ഞെടുത്ത പുരുഷന്മാരിൽ ഭൂരിപക്ഷവും പാന്റ്സും ഷർട്ടും ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. ഗ്രാമങ്ങളിലെയും പട്ടണങ്ങളിലെയും സ്ഥിതി വ്യത്യസ്തം അല്ല. മൂണ്ടും ഷർട്ടും ധരിക്കാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നവർ പട്ടണങ്ങളിലും ഗ്രാമങ്ങളിലും കുറവാണ്. ഗ്രാമങ്ങളിലും പട്ടണങ്ങളിലും ഉള്ള നല്ലൊരു പങ്ക് ആളുകളും പാന്റ്സും ഷർട്ടും ആണ് ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത് എന്ന് തെളിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ഗ്രാമങ്ങളിൽപോലും 33% പേർ മാത്രമാണ് മൂണ്ടും ഷർട്ടും ധരിക്കാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത്. പട്ടണങ്ങളിൽ 10% പേർ മൂണ്ടും ഷർട്ടും ധരിക്കുന്നു (അനു. 1; ii-i). അധികാരസ്ഥാനമുള്ളവരുടെ ഔദ്യോഗികവേഷമായി പാന്റ്സും

ഷർട്ടും മാറിയിരിക്കുന്നു. അങ്ങനെ മാന്യതയുടെ വസ്ത്രമായി പാന്റ്സും ഷർട്ടും അറിയപ്പെടുന്നു.

അധികാരത്തിന്റെ വ്യത്യസ്തമായ വ്യവഹാരങ്ങളിൽ ഏതു തരത്തിൽ ആണോ ഒരു ഉപകൂട്ടായ്മ ഇടപെടുന്നത്, ആ മനോഭാവം അവരുടെ വസ്ത്രധാരണത്തിന്റെ രീതിക്രമങ്ങളിൽ പ്രതിഫലിക്കപ്പെടും എന്ന് പ്രസിദ്ധ ചിന്തകരായ മാർഗരറ്റ് റക്കറും എലിസബത്ത് ആന്റേഴ്സണും എപ്രിൽ കാൻഗാസും അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. (2002. P. 59) എപ്പോഴും, വസ്ത്രം മാന്യത എന്ന ധാരണ സമൂഹത്തിൽ ഉണ്ട്. പ്രതിഫലം, അധികാരം, നീതിശാസ്ത്രം, ആശയസംഹിത, വൈദഗ്ദ്ധ്യം, വിനിമയം എന്നിങ്ങനെ 6 അടിസ്ഥാന സാമൂഹിക അധികാരങ്ങളെ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തിപ്പറയുന്നുണ്ട്. (Lennon; 1999: P. 12). യാത്രയുടെ സൗകര്യവും ഒക്കെ പാന്റ്സും ഷർട്ടും ധരിക്കാൻ ഉള്ള കാരണമായി പറയുന്നുണ്ട്. വിവാഹം തുടങ്ങിയ ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ മുണ്ടും തോർത്തും ഉപയോഗിക്കുന്നതു കൊണ്ട് അതിന് നിലനില്പ് ഇല്ലാതെ വരില്ല.

പുരുഷന്മാരിൽ 41% പേർ റെഡിമെയ്ഡിലും 23% പേർ തുന്നിയിടുന്നതിലും 24% പേർ റെഡിമെയ്ഡിലും തുന്നിച്ചിടുന്നതിലും താല്പര്യം ഉള്ളവർ ആണ് (അനു. 2; ii-b). പുരുഷന് സ്ത്രീയെ അപേക്ഷിച്ച് ശരീരത്തിൽ പറ്റിക്കിടിക്കുന്ന വസ്ത്രം തയ്യിപ്പിച്ച് ഇടേണ്ടി വരുന്നില്ല. മാത്രമല്ല, സ്ത്രീ ശരീരത്തിന്റെ ആകൃതിപോലെ സങ്കീർണ്ണം അല്ല പുരുഷന്റെ ശരീരം എന്നതിനാൽ റെഡിമെയ്ഡ് പാകത്തിൽ ഉള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭിക്കാറുണ്ട്. വളരെ ചെറിയ തുകക്കുള്ള റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രങ്ങൾ കിട്ടുന്നുമുണ്ട്. വിലകൂടിയ കമ്പനി ഷർട്ടുകളുടെ മാതൃകകൾ തയ്ച്ചുലഭിക്കാറില്ലെന്നതും മറ്റൊരു കാര്യമാണ്.

ഗ്രാമീണ മേഖലകളിൽ തയ്യൽ ജോലികൾ ചെയ്തിരുന്ന പുരുഷന്മാർ മറ്റു പലതൊഴിൽ മേഖലകളിലേക്കും മാറിപ്പോവുകയാണ്. തയ്യൽ ജോലിക്ക് ലഭിക്കുന്ന വേതനത്തെ അപേക്ഷിച്ച് കൂടുതൽ ശമ്പളം മറ്റു പലതൊഴിലുകളിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്നു. തയ്യൽ ടൈപ്പ്റൈറ്റിംഗ്, ഡി.ടി.പി തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലെ അവസ്ഥ പരിശോധിച്ചാൽ ഇക്കാര്യം കുറേക്കൂടി വ്യക്തമാകും. ഒരു പുതിയ സാങ്കേതികവിദ്യ നിലവിൽ വരുമ്പോൾ പുരുഷൻ അത് താൽപര്യപൂർവ്വം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു. അത് തൊഴിലായി മാറുമ്പോൾ ചലനാത്മകത കുറവുള്ളതെങ്കിൽ ഉപേക്ഷിച്ചു പോകാനുള്ള

മനോഭാവം, സ്ത്രീയെ അപേക്ഷിച്ച് പുരുഷനിലാണ് കൂടുതലായി കാണുന്നത്. കേരളത്തിലെ പുരുഷന്മാർ പൊതുവെ തയ്യാൾ ജോലിയിൽ താൽപര്യം കാണിക്കാത്തത് മുഷിച്ചിലുള്ള തൊഴിലായതുകൊണ്ടാണ് എന്ന ദത്തം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; iv).

റെഡിമെയ്ഡും തുന്നിച്ചിട്ടലുമായി മുന്നോട്ടുപോകുന്നവരുമുണ്ട്. അവരെ സംബന്ധിച്ച് തുന്നിയിടുക എന്നുള്ള ശീലം തീരെ ഉപേക്ഷിക്കാനാവില്ല. കല്ലാണം തുടങ്ങിയ ചടങ്ങുകൾക്ക് ഹിന്ദുസമുദായത്തിലെ പുരുഷന്മാർ അടിവസ്ത്രവും മുണ്ടും മാത്രമേ റെഡിമെയ്ഡ് വാങ്ങാറുള്ളൂ. ഷർട്ട് തുന്നിച്ചിട്ടുകയാണ് നിലവിലുള്ള രീതി. പാവനമായ ചുറ്റുപാടുകളിൽ തനിമ നിലനിർത്താൻ നിർബന്ധം പിടിക്കുന്ന രീതി ഉണ്ട്. ഷെർവാണിയും കോട്ടും പാന്റ്സുമൊക്കെ ഉപയോഗിക്കുന്ന അപൂർവ്വം ചിലർ റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങി ധരിക്കുന്നു.

പതിവായി വസ്ത്രം എവിടെനിന്നും വാങ്ങുന്നുവെന്ന ചോദ്യത്തിന് 37% പേർ പട്ടണത്തിൽനിന്നും 35% പേർ സമീപത്തുള്ള കടയിൽനിന്നും 3.36% അന്യസംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്നും 0.48% വഴിയോരക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്നും 0.48% വീട്ടിൽ കൊണ്ടുവരുന്നവരിൽവരിൽ നിന്നും 22% സമീപത്തു നിന്നും പട്ടണത്തിൽ നിന്നും 1.44% പേർ മറ്റിടങ്ങളിൽ നിന്നുമെന്നാണ് ഉത്തരം നൽകിയത് (അനു. 2; ii-C).

വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നവരിൽ 41% പേർ പട്ടണങ്ങളിൽ നിന്നാണ് വാങ്ങുന്നത്. പ്രാദേശിക കമ്പോളത്തിൽ നിന്നും 25% ആളുകൾ വാങ്ങുമ്പോൾ പട്ടണത്തിൽ നിന്നും പ്രദേശികമായിട്ടും 27.88% പേരും അന്യസംസ്ഥാനത്തു നിന്നും 5.77% പേരുമാണ് വാങ്ങുന്നത്. ഓണം തുടങ്ങിയ വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ പട്ടണങ്ങളിൽ നിന്ന് 26% ഗ്രാമീണർ വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നുവെന്നാണ് ലഭ്യമായ കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത് (അനു. 2; ii-C).

വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നത് പ്രാദേശികമായി നിർവ്വഹിക്കുന്നവരുടെ സംഖ്യ പട്ടണത്തിൽ നിന്നും വാങ്ങുന്നവരുടേതിൽ നിന്നും തീരെ കുറവാണ്. പട്ടണത്തിൽ നിന്നും വാങ്ങുന്ന പ്രവണത കൂടി വരുകയാണ്. പട്ടണത്തിലെ കടകളിലെ വസ്ത്രശേഖരങ്ങളുടെയും വ്യത്യസ്തമായ തൂണിത്തരങ്ങളുടെയും ലഭ്യതയും കടകളുടെ എണ്ണക്കൂടുതലും

പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനവുമൊക്കെ അവിടെനിന്നും വാങ്ങുന്നതിലേക്ക് ആളുകളെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള പ്രധാനപ്പെട്ട കാരണങ്ങളാണ്.

അധികാരവ്യവസ്ഥയും വസീത്രധാരണവും

കൂട്ടായി ജീവിക്കാൻ തുടങ്ങിയ മനുഷ്യൻ പല തരത്തിലുള്ള വ്യവസ്ഥകൾക്ക് വിധേയമായിട്ടായിരിക്കും മുന്നോട്ടു പോയത്. സമൂഹത്തിന്റെ കെട്ടുറപ്പിന് വ്യവസ്ഥ ആവശ്യമാണെന്ന് മനുഷ്യൻ കരുതുന്നു. അധികാരവ്യവസ്ഥക്ക് കൃത്യമായ ചിഹ്നവ്യവസ്ഥയും ഉണ്ടായിരിക്കും. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി മാനം മറയ്ക്കാൻ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന വസീത്രങ്ങളും പില്കാലത്ത് അധികാരത്തിന്റെ ചിഹ്നങ്ങളും കൂടി ആയിത്തീർന്നു. അധികാരത്തിന്റെ ചിഹ്നത്തിൽ മാറ്റം വരാം എന്നല്ലാതെ വസീത്രവും അധികാരവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തിൽ വലിയ മാറ്റമൊന്നും സംഭവിക്കുകയില്ല. വസീത്രത്തിന്റെ നിറം, രൂപം, സ്വഭാവം എന്നിവയൊക്കെ അധികാരത്തിന്റെ ചിഹ്നമായിത്തീരുന്നതായി കാണാം.

ഇന്നത്തെ അണുകൂടുംബ വ്യവസ്ഥയിൽ തീരുമാനമെടുക്കുന്നത് പുരുഷനാണ്. ജോലി ചെയ്ത് സിംതീയെ പുലർത്തുക എന്ന കർത്തവ്യം നിറവേറ്റാൻ ബാധ്യതപ്പെട്ടയാൾ പുരുഷനാണ്. അപ്പോൾ സ്വാഭാവികമായും അധികാരം പുരുഷന്റെ കൈകളിലായിരിക്കും കേന്ദ്രീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. അത്തരമൊരു വ്യവസ്ഥയിൽ സിംതീക്കും കുട്ടിക്കുമൊന്നും സ്വതന്ത്രമായി ഇടപെടാനാവില്ല. മാത്രമല്ല, വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും ഒരു വ്യക്തിയെ തിരിച്ചറിയുന്നതിനുള്ള അടയാളം കൂടിയാകുന്നു. എത്തരത്തിലാണ് മക്കളെ സമൂഹം കാണേണ്ടതെന്ന് ബാല്യകാലം വരെ പൂർണ്ണമായും തീരുമാനിക്കുന്നത് പിതാവാണ്, ഒരു പരിധിവരെ മാതാവും. കൗമാരപ്രായമെത്തുമ്പോഴാണ് വ്യക്തിയുടെ ഇംഗിതത്തിന് അംഗീകാരം ലഭിച്ചു തുടങ്ങുന്നത്. അപ്പോഴും അയാൾ പൂർണ്ണമായി സ്വതന്ത്രമാക്കപ്പെടുന്നില്ല. നാളത്തെ പൗരൻ എന്നാണ് എപ്പോഴും മുതിർന്നവർ കുട്ടികളെ ഉപദേശിക്കുന്നത്. അനുസരണയുടെ മാനസികതലം സൃഷ്ടിക്കാനായി ബോധപൂർവ്വം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുന്ന ഒരു പ്രക്രിയയാണിത്. ഇതൊരു സാമൂഹിക നിർമ്മിതിയാണ്. അധികാരം ഉപയോഗിച്ചും അധികാരത്തിനു കീഴടങ്ങിയുമൊക്കെയാണ് മനുഷ്യൻജീവിക്കുന്നത്. “സ്വാതന്ത്ര്യത്തിൽനിന്നകന്ന് മറ്റുള്ളവരോട് വിധേയനായി സുരക്ഷിതത്വം തേടാനുള്ള വാങ്മുഖ മനുഷ്യൻ ജനനം

മുതലേ ഉണ്ടെന്ന് പ്രസിദ്ധ സൈക്കോ അനലിസ്റ്റായ എറിക്ഫ്രോം അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (ഡോ. ആൽവി ഏലിയാസ്; 2008 : പൂ. 13).

അധികാരവും വസീത്രവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തെക്കുറിച്ചു കേരളത്തിൽ നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേയുടെ വിവരം ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

അധികാരവും വസീത്രവും തമ്മിൽ ബന്ധമുണ്ടെന്ന് 65%സീതീകളും 76.92% പുരുഷന്മാരും വിശ്വസിക്കുന്നു (അനു. 2; ശശത). അധികാരമാണ് വസീത്രത്തിന് അർത്ഥം കല്പിച്ചു പോന്നിട്ടുള്ളത്. രാഷ്ട്രീയം, മതം തുടങ്ങിയ അധികാര വ്യവസ്ഥകൾ കാലാകാലങ്ങളിൽ വസീത്രത്തിനും വസീത്രധാരണത്തിനും വ്യാഖ്യാനങ്ങൾ നല്കിപ്പോന്നിട്ടുണ്ട്. ചിലപ്പോൾ പ്രത്യക്ഷമായും ചിലപ്പോൾ പരോക്ഷമായും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ അർത്ഥകല്പനകൾ പുറപ്പെടുവിച്ചിരുന്നു. ഈഴവർ നെയ്ത അച്ചിപ്പുടവ അവന്റെ സീതീകൾ ധരിച്ചുകൂടെന്ന വ്യവസ്ഥയും അധികാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണുണ്ടായത് (ദാസകരനുണ്ണി; പൂ. 62).

സീതീകളുടെ ശരീരത്തെയും വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും സമൂഹം ചില അധികാരപ്രയോഗങ്ങളാൽ നിയന്ത്രിക്കുകയും നിർണയിക്കുകയും ചെയ്യുകയാണ്. താലപ്പൊലിയിലെ വസീത്രധാരണവും പർവ്വതമൊക്കെ സൂചിപ്പിക്കുന്നത് അധികാരവും വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തെയാണ്. “അമേരിക്കയിലെ മെനോനൈറ്റ് ഇവാഞ്ചലിക്കൽ സമൂഹം സീതീകളുടെ വസീത്രത്തെ നിർദ്ദിഷ്ട മത നിയമങ്ങളാൽ നിയന്ത്രിച്ചിട്ടുണ്ട്. അവരുടെ ശിരോവസീത്രത്തെ, വീട്ടിലും പള്ളിയിലുമുള്ള കീഴടങ്ങലിന്റെയും അനുസരണയുടെയും പ്രതീകമായാണ് വ്യാഖ്യാനിക്കുന്നത്. ഇവിടെ വ്യക്തിശരീരത്തെ സാമൂഹികശരീരനീതിശാസ്ത്രം നിയന്ത്രിക്കുന്നതായി കണക്കാക്കേണ്ടതാണ്” (ആലവേ ഏഡ്യൂ ആശഹഹ മിറ ഘശിറമ ആ ആവേവു; 2000. ജ. 14, 17). ഈ സമ്പ്രദായം ഒരു പരിധിവരെ നമ്മുടെ സമൂഹത്തിലും ബോധകമായിട്ട് ആണ് കാണുന്നത്.

നമ്മുടെ രാഷ്ട്രീയക്കാരിൽ പുരുഷന്മാർ ഭൂരിപക്ഷവും വെള്ളവസീത്രമാണ് ധരിക്കുന്നത്. ഖദർ വസീത്രം അധികാരത്തിന്റെ പ്രതീകമായാണ് ജനങ്ങൾ കാണുന്നത്. ചില രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കളും സിനിമകളിലെ നായകന്മാരും ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഡാക്കാ മസ്ലിൻ തുണിയിൽ തയ്ച്ച ഷർട്ടാണെന്നും അത് യഥാർത്ഥ ഖദർ അല്ലെന്നും അഭി

പ്രായമുണ്ട് (അനു. 1; ശഃ). ഖദർ കോൺഗ്രസുകാരുടെ മാത്രം വേഷം എന്ന രീതിക്ക് മാറ്റം വന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ധാരാളം കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് നേതാക്കളും ബി.ജെ.പി നേതാക്കളും സാമൂഹിക പ്രവർത്തകരും ഖദർ ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നു. ഖദറിൽ നിന്നും ലാളിത്യമെന്ന അർത്ഥം മാറിപ്പോവുകയാണെന്നും ആവേദകർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ശഃ). വെളുപ്പ് സംരക്ഷണത്തിന്റെയും ശുശ്രൂഷയുടെയും നിറമാണെന്ന് നരവംശശാസ്ത്രജ്ഞർ കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട് (ഗ. ചമമൈ; 1998; ജ. 195) സംരക്ഷണം കൊടുക്കുന്നവരെയും കൊടുക്കുന്നതിനെയും വ്യവസ്ഥയുടെ അധികാരികളായി തീരുമാനിക്കാവുന്നതാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ വെളുപ്പ് അധികാരത്തിന്റെ ചിഹ്നം കൂടിയായി മാറുന്നു.

സന്യാസിമാരുടെ വസ്ത്രങ്ങൾ നിർമ്മമതയുടെ ആശയം നൽകുന്നു. ഒറ്റ നിറത്തിലുള്ളതോ, നിറമെന്ന നിർണ്ണയത്തിൽ വരാത്തതോ ആയ, പ്രത്യേകിച്ച് ആകർഷണീയതയ്ക്ക് ഇടം നൽകാത്ത വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവുമാണ് സന്യാസികൾ സ്വീകരിക്കുന്നത്. പക്ഷേ, അധികാരത്തിന്റെ അംഗീകാരം പ്രസ്തുത വസ്ത്രങ്ങൾ വഴി ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. സദാചാരത്തിന്റെ ചിഹ്നം കൂടിയാണ് സന്യാസി വേഷങ്ങൾ. കഴുത്തിൽ ഷാജുതുക്കി വരുന്നതും തോർത്തുകൊണ്ട് തലയിൽ കെട്ടിവരുന്നതും കൈലി ഉടുത്തു വരുന്നതും മുട്ടിന് വളരെ മുകളിലേക്ക് തെറുത്തുകയറ്റിമുണ്ടുകെട്ടിവരുന്നതും സന്ദർഭത്തിന് അനുസരിച്ച് പ്രത്യേക അധികാരക്രമത്തെ കുറിക്കുന്നു. മുണ്ടുടുത്ത് പഞ്ചനക്ഷത്ര ഹോട്ടലിലെത്തുന്ന ഉപഭോക്താവിനെ ചോദ്യം ചെയ്യുന്നതും കൈലി ഉടുത്തു നടക്കുന്ന ആളിനെ സദാചാരവിരുദ്ധനായി അധികാരികൾ കാണുന്നതുമാകെ ഓരോ കാലത്തെയും വ്യവസ്ഥിതി ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന പ്രത്യയശാസ്ത്രത്തിന്റെ പിൻബലത്തിലാണ്. ഓരോ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയും ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന അർത്ഥത്തെ തീരുമാനിക്കുന്നത് അധികാര വ്യവസ്ഥയാണ്.

ഇവിടെ നവ മുതലാളിത്തത്തിലൂടെ ഒരു പുതിയ അധികാരവ്യവസ്ഥ സ്ഥാപിച്ചെടുക്കുകയാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ യൂറോഅമേരിക്കൻ മാതൃകകളാണ് കേരളത്തിലും നടപ്പിലാക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. പുതിയ മേശമദ്യാരകളും പാർട്ടിവെയറുകളുമാകെ ഇത്തരമൊരു മാറ്റത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിലൂടെ കാണേണ്ടതുണ്ട്. “ഏതൊരു കൂട്ടായ്മാ സമൂഹത്തിന്റെയും വസ്ത്രത്തിന്റെയും വസ്ത്രധാരണത്തിന്റെയും ലക്ഷ്യമെന്നത് വ്യക്തിപരതയെ ഇല്ലാതാക്കി സമൂഹപരതയിലേക്ക്

ലയിപ്പിക്കുക എന്നതാണ്” (ഞശരവമ്യം ൩. ഉദ്ദേശം; 1972: ജ. 308). പക്ഷേ, വ്യക്തിപരതയ്ക്ക് ഊന്നൽ കൊടുക്കുന്ന പുതിയ കാലത്ത് എല്ലാറ്റിനെയും വസ്തുവൽക്കരിക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. മനുഷ്യശരീരത്തെ പ്രതീകവൽക്കരിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണിതെന്നു മനസ്സിലാക്കാം. ‘പോപ്പ് ഗായകരായ മഡോണയും മൈക്കൽ ജാക്സണും ശരീരത്തെ പുതിയ തരത്തിൽ ശൈലീവൽക്കരിച്ചത് ശ്രദ്ധേയമാണ്. പോയകാലത്തിന്റെ ഗൃഹാതുരത്വമുണർത്തുന്ന ബിംബങ്ങളും ശരീരത്തിന്റെ ഉപരിഘടനയിൽ വരുത്തിയ മാറ്റങ്ങളും കൊണ്ടാണ് ഇത്തരമൊരു മാതൃക അവർ സൃഷ്ടിച്ചെടുത്തത്. സഹജമായ മുഖ്യങ്ങളെ ചോദ്യം ചെയ്ത് സാമൂഹിക ജീവിതത്തിന്റെ ഉപരിതലത്തിന് പ്രാധാന്യം കല്പിച്ചുകൊണ്ടുള്ള ആധുനികോത്തര പ്രത്യയശാസ്ത്രത്തിന്റെ ചിന്തയാണ് പ്രസ്തുത ഗായകരെ നയിച്ചത്’ (ബ്രമ്യശമേ ട്രൂസലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യൂ ഞുശഘവേ, 2001: ജ. 257). വ്യക്തിപരതയുടെ പേരിൽ എല്ലാവിധ സാമൂഹികകെട്ടുപാടുകളെയും തകർത്തറിയുകയും പുതിയ വ്യക്തിത്വ നിർമ്മാണപ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിൽ വരുത്തുകയും ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ പുതിയ സാംസ്കാരികാധിനിവേശം തീർക്കുന്ന സ്വപ്നലോകത്തിലൂടെ, നവ മുതലാളിത്തം, ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ സ്വതന്ത്ര്യത്തെ ഇല്ലായ്മ ചെയ്ത് മാധ്യമങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ വേറിട്ടൊരു ലോകം സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്.

പഴയ കാലത്ത് കേരളത്തിൽ മതം, ജാതി, വയസ്സ്, ലിംഗം, എന്നിവകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉപകൂട്ടായ്മ തിരിച്ചറിയാമായിരുന്നു. അല്പം മാത്രമെങ്കിലും ഉള്ള വസ്ത്രം ഉടുക്കുന്ന തോതും രീതിയും അനുസരിച്ച് ജാതി നിർണയിക്കാൻ കഴിയുമായിരുന്നു. കീഴ്ജാതിയിലുള്ള സ്ത്രീകൾക്ക് മാറുമറയ്ക്കാൻ അവകാശം ഉണ്ടായിരുന്നില്ല. അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് കേരളത്തിൽ അനേകം സമരങ്ങളും ലഹളകളും പരിഷ്കരണ പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ ഇടപെടലുകളും ഉണ്ടായി. അതിന്റെ ഫലമായി പലതരത്തിലുള്ള മാറ്റങ്ങൾ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും സംഭവിച്ചു. നാടകങ്ങളിലെ കഥാപാത്രങ്ങളുടെ വസ്ത്രരീതികൾ കാലത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രൂപപ്പെടുത്തി എടുക്കുന്നതാണ്. പ്രേക്ഷകനുമായി നേരിട്ട് ഇടപെടുന്ന കലാരൂപം എന്ന നിലക്ക് സമകാലീനതകൾക്ക് നാടകത്തിൽ ഏറെ പ്രസക്തിയുണ്ട്. പഴയകാല നാടകങ്ങളിൽ കഥാപാത്രങ്ങളുടെ ജാതിമത ഭേദം വസ്ത്രംകൊണ്ട് തിരിച്ചറിയാമായിരുന്നു. ഇപ്പോഴത്തെ നാടകങ്ങളിൽ ജാതിമതഭേദം വസ്ത്രംകൊണ്ട് തിരിച്ചറിയാൻ ആവില്ല.

വസീത്രം കൊണ്ട് ലിംഗവ്യത്യാസം തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയും എന്ന സ്ഥിതി മാത്രമാണ് ഇപ്പോഴുള്ളത്. വയസ്സിന്റെ കാര്യത്തിൽ വസീത്രം കൊണ്ട് അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന രീതി ഏതാണ്ട് പൂർണ്ണമായും അവസാനിച്ചു. നവോത്ഥാന പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെയും ഇടതുപക്ഷ പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെയും ഇടപെടലുകൾ മലയാളിയെ പുതിയ ബോധത്തിലേക്ക് നയിച്ചു.

സൗന്ദര്യപരമായ കാര്യങ്ങൾക്ക് അധികമായ പ്രധാന്യം കൊടുക്കുന്ന രീതി ഇന്ന് സമൂഹത്തിൽ കണ്ടുവരുന്നു. അതിൽ വസീത്രത്തിന്റെ സാന്നിധ്യം ശക്തമായിത്തീർന്നിരിക്കുകയാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ മലയാളികൾ പാശ്ചാത്യമാതൃകകളെ അനുകരിക്കുന്നു.

വസീത്രം ശരീരത്തിന്റെ സ്വതന്ത്ര്യപരമായ പെരുമാറ്റത്തിന് തടസ്സമാണെന്ന് ഈ സമൂഹം തിരിച്ചറിയുന്നുണ്ട്. സ്ത്രീയും പുരുഷനും ഇക്കാര്യത്തിൽ തുല്യഅഭിപ്രായം ഉള്ളവരാണ്. പക്ഷേ, സ്ത്രീക്ക് പരിമിതമായ സ്വാതന്ത്ര്യമേ അനുവദിക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ളൂ. ശീലം കൊണ്ടുകൂടി അവൾ പൊരുത്തപ്പെട്ടിരിക്കുകയാണ്.

സ്ത്രീകൾ പുരുഷന്റെ വസീത്രം ധരിച്ചു നടക്കുന്നത് അല്പ കാലത്തേക്കുമാത്രമാണ്. അതും കുടുംബത്തിലെ നായകന്റെ സമ്മതത്തോടുകൂടിയാണ് സംഭവിക്കുന്നത്. എതിർലിംഗക്കാരുടെ വസീത്രത്തോടുള്ള ആഭിമുഖ്യം സ്ത്രീപുരുഷൻമാർക്കുണ്ട് എന്നത് മനശ്ശാസ്ത്രം സ്ഥിരീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. കൗമാരപ്രായത്തിൽ പെൺകുട്ടികൾ പുതുമയാർന്ന വേഷം ധരിക്കുക എന്നത് ഒരു ആവശ്യമായി പുരുഷൻ കരുതുന്നതുകൊണ്ടു കൂടിയാണ് ഇങ്ങനെ സംഭവിക്കുന്നത്.

വസീത്രം ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ടുള്ള പെരുമാറ്റ രീതികൾ സമൂഹം പ്രത്യേകമായി നിഷ്കർഷിച്ചിട്ടുണ്ട്. സ്ത്രീകളുടെ കാര്യത്തിൽ പല വസീത്രധാരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് വിലക്കുകളും നിലനിൽക്കുന്നു. സ്ത്രീയുടെ കാലിന്റെ വിന്യാസം തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ ഒരുക്കത്തോടെ ആയിരിക്കണം എന്ന് പൊതുസമൂഹം ഇച്ഛിക്കുന്നു.

സ്ത്രീയുടെ സ്വത്വത്തെ സമൂഹം നിർമ്മിക്കുകയാണ്. നൂറ്റാണ്ടുകളായി തുടർന്നുവരുന്ന ആ പ്രക്രിയക്ക് തടസ്സം വരുത്തുക എളുപ്പമല്ല. മതപരമായ വസീത്രം എന്ന അർത്ഥം രൂപപരമായി പർദ നൽകുന്നില്ല. പക്ഷേ, അത്തരത്തിലുള്ള വ്യാഖ്യാനം നൽകുന്നു. അതിനെ ഫാഷൻ വസീത്രമായി ഉപയോഗിക്കുകയാണ്. മുസ്ലീം ക്രിസ്തു മതക്കാർക്ക് കാവി വസീത്രത്തോട് പൊതുവേ ആഭിമുഖ്യം ഇല്ല. സെറ്റുസാരിയോട് മറ്റ് മത

ക്കാർ, പ്രത്യേകിച്ച് ഇസ്ലാം മതക്കാർ താൽപര്യം ഉള്ളവരല്ല. ക്രിസ്ത്യാനികളിൽ നഗരത്തിലുള്ളവർ മാത്രമാണ് സെറ്റ്മുണ്ട് സ്വീകരിക്കുന്നത്.

നഗരക്കൂട്ടായ്മകൾ പാശ്ചാത്യവൽകൃത വസ്ത്രമാതൃകകൾ വേഗം സ്വീകരിക്കുന്നു. യൂണിഫോമുകൾ മനുഷ്യനെ അനുസരണയിലേക്ക് നയിക്കുന്നു. അതിന്റെ നിറത്തിലും തരത്തിലുമുള്ള വ്യത്യാസത്താൽ വലുപ്പമെടുത്ത വ്യത്യാസം കൊണ്ടുവരുകയും ചെയ്യുന്നു. സമൂഹത്തിൽ പുതിയ തരത്തിലുള്ള വർഗവൈരുദ്ധ്യങ്ങളെ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ആശയമായിട്ടുകൂടി ഇതിനെ കാണാവുന്നതാണ്.

സ്ത്രീകൾ പൊതുവേ വസ്ത്രങ്ങൾ തുന്നിച്ചിട്ടുണ്ട്. ശരീരാകൃതിക്ക് ഒത്ത വണ്ണം വസ്ത്രങ്ങളെ പാകപ്പെടുത്തി എടുക്കാനാണ്, അവർ റെഡി മെയ്ഡ് വസ്ത്രങ്ങൾ സ്വീകരിക്കാതെ തുന്നിച്ചിട്ടുണ്ട്. കമ്പനി ഷർട്ടുകളുടെ മാതൃകകൾ തുന്നിക്കിട്ടാത്തതുകൊണ്ടാണ് പുരുഷന്മാർ റെഡിമെയ്ഡിൽ താൽപര്യം കാണിക്കുന്നത്. പൊതുസംജ്ഞകൾ വഴി ഏതു വസ്ത്രവും സ്വീകരിക്കാമെന്ന തരത്തിൽ ഒരു തന്ത്രം സ്ത്രീകളുടെ വസ്ത്രപിറവണി പരീക്ഷിച്ചുവരുന്നു. അത് റെഡിമെയ്ഡ് വിപണിയെ ശക്തിപ്പെടുത്താനുള്ള തന്ത്രമായി കരുതാവുന്നതാണ്.

ഓണത്തിന് എല്ലാ മതക്കാരും ഒരു ഉത്സവത്തിന്റെ മട്ടിൽ വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നു. ക്രിസ്തുമസിനു ക്രിസ്ത്യാനികൾ അധികം വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നില്ല. റംസാന് മുസ്ലീങ്ങൾ വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നു. ഒന്നും എന്ന വാക്ക് ഉത്സവത്തിന്റെ പര്യായമായി കേരളജനത സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നു.

വസ്ത്രം അധികാരവ്യവസ്ഥയുടെ ചിഹ്നമാണ്. വെളുത്ത ഷർട്ടും മുണ്ടും ഖദർ ഷർട്ടും മുണ്ടും ഒക്കെ അധികാരത്തിന്റെ പ്രതീകാത്മകരൂപങ്ങളാണ്. ഈ വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിച്ചുള്ള പെരുമാറ്റരീതികളും കൂടി ചേരുമ്പോഴാണ് പ്രസ്തുത വസ്ത്രത്തിന് അധികാരവുമായുള്ള ബന്ധം വ്യക്തമാകുന്നത്. ഓഫീസുകളിൽ പാന്റ്സിനും ഷർട്ടിനും അധികാരവ്യവസ്ഥയുടെ ഭാഗം എന്ന നിലയിൽ പൊതുസമ്മതിയുണ്ട്. വ്യക്തിപരതയിലേക്ക് മലയാളിയെ നവമുതലാളിത്തം നയിക്കുന്നു എന്നു മനസ്സിലാക്കേണ്ടതാണ്. അത്തരത്തിൽ ഉപഭോഗവൽക്കരണം സാധ്യമാക്കിത്തീർക്കുകയാണ് ലക്ഷ്യം.

അധ്യായം 3

കേരളത്തിലെ വസീത്രവിപണനം വിപണനതന്ത്രം കൂട്ടായ്മ

ലോകത്ത് ഫ്യൂഡലിസത്തിന്റെ തകർച്ചയുടെ ഘട്ടത്തിലാണ് പാശ്ചാത്യർ കപ്പൽ യാത്രകൾ നടത്തിയത്. ആഫ്രിക്കയിലും ഏഷ്യയിലുമുള്ള അനേകം രാജ്യങ്ങൾ അവർ സന്ദർശിച്ചു. അവിടങ്ങളിൽ കണ്ടെത്തിയ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെ അവർ സ്വന്തം നാട്ടിലെത്തിച്ചു. ഇതേ കാലഘട്ടത്തിലാണ് അനേകം കണ്ടുപിടിത്തങ്ങളും നടന്നത്. ആവിയാന്ത്രം, യന്ത്രത്തറി, അച്ചടിയന്ത്രം ഇങ്ങനെ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ കണ്ടുപിടിത്തങ്ങളുണ്ടായി. ഇന്ത്യയിലും ചൈനയിലുമുള്ള പരുത്തി, പട്ടുനൂൽ അസംസ്കൃത പദാർത്ഥങ്ങൾ ബ്രിട്ടീഷുകാർ മാഞ്ചസ്റ്റർ പോലുള്ള വസീത്ര വ്യവസായ കേന്ദ്രങ്ങളിലെത്തിച്ചു. ഉല്പന്നങ്ങളാക്കി അവയെ അസംസ്കൃത പദാർത്ഥങ്ങളുടെ സ്രോതസ്സുകളിലും വിറ്റഴിച്ചു. കമ്പോളം ശക്തിപ്പെടുത്താൻ പാശ്ചാത്യർ കിഴക്കൻ രാജ്യങ്ങളിൽ അധികാരം സ്ഥാപിച്ചു.

രാഷ്ട്രീയാധികാരത്തെ സാമ്പത്തിക ചൂഷണത്തിനുള്ള ഉപാധിയായാണ് പാശ്ചാത്യ ശക്തികൾ പരിഗണിച്ചത്. ആദ്യഘട്ടത്തിൽ അധികാരം സ്ഥാപിച്ച പോർച്ചുഗീസ്, ഡച്ച്, ഫ്രഞ്ച്, മുഗൾ സാമ്രാജ്യങ്ങളെ തകർത്ത് ബ്രിട്ടീഷുകാർ ഇന്ത്യയുൾപ്പെടെയുള്ള രാജ്യങ്ങളെ കോളനിയായിത്തീർത്തു. സാമ്രാജ്യത്വത്തോടൊപ്പം മുതലാളിത്തവും ശക്തിപ്പെട്ടു. വ്യവസായ വിപ്ലവം എന്നറിയപ്പെടുന്ന ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ കമ്പോളത്തിന്റെ നിലനില്പിനാവശ്യമായ ആശയാടിത്തറയുണ്ടാക്കാനും അവർ ശ്രമിച്ചു. അങ്ങനെയാണ് പല പുതിയ പഠന ശാഖകളും ഉണ്ടാകുന്നത് (രാഘവൻ പത്മനാഭ്; 2004: പৃ. 13). ഇത്തരത്തിൽ സൃഷ്ടിച്ച അറിവിന്റെ പിൻബലത്തിലാണ് മുതലാളിത്തം വ്യവസായവൽക്കരണം സാധ്യമാക്കിയത്.

മുതലാളിത്തത്തിന്റെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു സങ്കല്പനം മിച്ചമൂല്യമാണ്. ഇത് ചെലവഴിക്കാനുള്ള അന്വേഷണമാണ് പലതരം വിനോദങ്ങളെയും കലകളെയും സൃഷ്ടിച്ചത്. അതിനനുസരിച്ച് പല

ഉപഭോഗവസ്തുക്കളുടെയും മൂല്യത്തെ പുനർ നിർവചനത്തിന് വിധേയമാക്കി. ഈയൊരു സാഹചര്യത്തിൽ വസ്ത്രത്തിന് പുതിയ അർത്ഥം കൈവന്നു. വസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രാഥമിക ധർമ്മമായ നാണം മറക്കൽ മെല്ലെ പുറകിലാക്കപ്പെട്ടു. അലങ്കാരവൽക്കരണത്തിനുള്ള ഉപാധിയായി വസ്ത്രം അംഗീകരിക്കപ്പെടുകയാണ്. ഈ ഘട്ടത്തിലാണ് ശരീരത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ധാരാളം പഠനങ്ങളും വ്യാഖ്യാനങ്ങളുമുണ്ടായത്. സ്ത്രീശരീരത്തെക്കുറിച്ച് നരവംശ ശാസ്ത്രജ്ഞന്മാർ അനേകം വെളിപ്പെടുത്തലുകൾ നടത്തുകയുണ്ടായി. സ്ത്രീയുടെ അവയവങ്ങളെയും അവയുടെ പ്രദർശനത്താൽ ഉൽപാദിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന ആശയങ്ങളെയും കുറിച്ചുള്ള പ്രബന്ധങ്ങളും പുസ്തകങ്ങളും പുറത്തുവന്നു. അതിനെ തുടർന്ന് പ്രധാനമായും മുതലാളിത്തത്തിന്റെ ആശയാഭിലാഷങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായ തിരിച്ചറിവാണ് സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടത്. അതിനു സമാന്തരമായി ചരക്കുവൽക്കരണം എന്ന പ്രക്രിയയ്ക്ക് തുടക്കമായി.

ഇപ്പോൾ എന്തിനെയും ചരക്കാക്കിത്തീർക്കുക എന്ന പ്രവർത്തനമാണ് നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. പുതിയ ഉൽപന്ന മാതൃകകൾ പുറത്തുവരാൻ തുടങ്ങി. വസ്ത്രത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഫാഷൻ ടെക്നോളജി പഠന വിഷയമായി മാറുകയും അതിന് മാനുമായൊരു സ്ഥാനം ലഭിക്കുകയുമുണ്ടായി. പാർസിലും, മിലാനിലും, ലോസ് ഏഞ്ചൽസിലുമുണ്ടാക്കുന്ന വസ്ത്രമാതൃകകൾ ജനങ്ങളിൽ അപ്പപ്പോഴെത്തിക്കാൻവേണ്ടി ഫാഷൻ ചാനലുകൾ തുറക്കപ്പെട്ടു. അതിലൂടെ നൂതനമായ ശരീരമാതൃകകളും സൗന്ദര്യ അവബോധവും സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടു തുടങ്ങി. ഇത്തരം ഒരു ഇടപെടൽ പാരമ്പര്യ സമൂഹങ്ങളെവരെ മാറ്റിത്തീർത്തുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. കമ്പോളത്തെ ലക്ഷ്യമാക്കുന്ന സമൂഹത്തിന്റെ സൃഷ്ടിക്കാപ്പം തന്നെ നഗരവൽക്കരണത്തിന്റെയും വ്യവസായ വൽക്കരണത്തിന്റെയും നവീകരണത്തിന്റെയും ശക്തികൾ പാരമ്പര്യ കൂട്ടായ്മാ സമൂഹത്തിന്റെ ആർജ്ജിത ബോധത്തെ നശിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പൊതുധാരയിലെ റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രമാതൃകകൾ സീകരിക്കാൻ വ്യക്തികളെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. വ്യക്തികളുടെ സന്തോഷത്തെ വിപണിയുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. നിരോധനാത്മകമായ സമൂഹം ആനന്ദാത്മകമായ സമൂഹം (ടീരശലഭ്യ ിള ജീവശയശശേനീ, ടരീരശലഭ്യ ിള ലിഷീയാലി) ഇങ്ങനെ രണ്ട് സാമൂഹിക സങ്കല്പനങ്ങൾ ചില ചിന്തകർ മുന്നോട്ടുവെച്ചിട്ടുണ്ട്. നിരോധനാത്മകമായ

സമൂഹം സ്വാർത്ഥതാല്പര്യങ്ങൾക്കെതിരും ആനന്ദാത്മകമായ സമൂഹം സ്വാർത്ഥതയിലധിഷ്ഠിതവുമാണ്. മാർക്സിസം, സ്വാർത്ഥതയിലൂന്നിയുള്ളതും സഹജവുമായ ആനന്ദതത്വത്തെ എതിർക്കുന്നു (വീററു ഞരപ്പിമി; 2007: ജ. 321) ഈ ചിന്താഗതിക്ക് തിരിച്ചടിനേരിട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. മുതലാളിത്തത്തിന്റെ കച്ചവട തന്ത്രങ്ങളുടെ പിൻബലത്തിൽ വ്യക്തിയുടെ ആനന്ദത്തിലൂന്നിയ ഉപഭോഗവസ്തുക്കളുടെ വിപണികൾ വ്യാപിക്കുകയാണ്. കേരളത്തിലും അതിന്റെ അലകൾ എത്തിക്കഴിഞ്ഞു. ഫാഷൻഷോകളും പലതരം ഫെസ്റ്റിവലുകളും ഇവിടെയും നടക്കുന്നുണ്ട്. ഫാഷൻഷോകൾ പ്രധാനമായും ലക്ഷ്യമിടുന്നത് വസ്ത്രത്തെയും അനുബന്ധമായുള്ള അലങ്കാര വസ്തുക്കളെയുമാണ്.

മുതലാളിത്തത്തെ നിലനിർത്തുന്ന അർത്ഥശാസ്ത്രത്തിന്റെ എതിർദിശയിലാണ് കമ്മ്യൂണിസത്തിന്റെ സാമ്പത്തികശാസ്ത്രം നിലകൊള്ളുന്നത്. കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് ആശയത്തിൽ മിച്ചമുല്പത്തിന് സ്ഥാനമില്ല. ഉത്പാദന സാമഗ്രികളും സ്വത്തുവകകളും സ്റ്റേറ്റിന്റെ, അതായത് സമൂഹത്തിന്റെ വകയായതു നിമിത്തം വ്യക്തിയുടെ കൈയിൽ ധനം കേന്ദ്രീകരിക്കുകയില്ല. വ്യക്തികേന്ദ്രീകൃതമായ ആനന്ദത്തിനും ആശക്കും കമ്മ്യൂണിസത്തിലിടമില്ല. അധ്വാനം എന്നത് വിറ്റഴിക്കാനുള്ള ചരക്കെന്ന സങ്കല്പനമാണ് മുതലാളിത്തത്തിന്റെ രീതിശാസ്ത്രം മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്നത്. (പി. കേശവ മേനോൻ; 1999: പു.36-7,44-5) കഴിവിനനുസരിച്ച് അധ്വാനിക്കുകയും ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ച് ലഭ്യമാവുകയും ചെയ്യുന്ന സാമൂഹികാന്തരീക്ഷമാണ് കമ്മ്യൂണിസം സൃഷ്ടിക്കേണ്ടത്. അത്തരമൊരു വ്യവസ്ഥയിൽ സമൂഹത്തിന്റെ ഒരംഗം എന്ന നിലയിലാണ് വ്യക്തിയെ പരിഗണിക്കുക. അപ്പോൾ ജന്മനായുള്ള സ്വാർത്ഥതക്ക് സാമൂഹിക വ്യവസ്ഥ തടയിടുന്നു. ഇങ്ങനെയൊരു സാമൂഹികാവസ്ഥ ലോകത്ത് സംജാതമായിട്ടില്ല. 'കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് വ്യവസ്ഥ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ അറിവിന്റെ ലോകം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുന്നതിൽ പരാജയപ്പെടുക നിമിത്തം കമ്മ്യൂണിസത്തിന്റെ ആദ്യപടിയായ സോഷ്യലിസ്റ്റ് സാമൂഹിക ക്രമം പോലും സാധ്യമാക്കിത്തീർക്കുന്നതിൽ റഷ്യയും ചൈനയും പോലുള്ള രാജ്യങ്ങളും പരാജയപ്പെട്ടു.' (രാഘവൻ പത്മനാഭ്; 2004:പു, 11,12,15)

ഇന്ന് ലോകത്തെ ഭരിക്കുന്നത് നവ മുതലാളിത്തവും നവ കൊളോണിയലിസവും ചേർന്ന് സൃഷ്ടിച്ച സാമൂഹിക സാമ്പത്തികക്രമമാണ് മുതലാളിത്ത വ്യവസ്ഥയുടെ വ്യാപനത്തിനും സ്ഥാപനത്തിനും അനേകം ശീതസമരങ്ങൾ വേണ്ടി വന്നു. മുതലാളിത്ത സാമ്പത്തിക ക്രമത്തിന്റെ നിലനിൽപ്പിനു വേണ്ടിയാണ് സാമ്രാജ്യത്വ വ്യവസ്ഥതന്നെ സൃഷ്ടിച്ചത്. പക്ഷേ, പുതിയ കാലത്ത് രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള പലതരം ഉച്ചകോടികളിലൂടെയും കരാറുകളിലൂടെയും സമാധാനപരമായ നടപടികളിലൂടെയും ഉദാരവൽകൃത കമ്പോള വ്യവസ്ഥക്ക് വിത്തുപാകുകയുണ്ടായി. സ്വതന്ത്രവിപണി എന്നാണ് ഇതിനെ വിളിക്കുക. ഇതൊരു തട്ടിപ്പ് ആണെന്ന് നോം ചോംസ്കി അഭിപ്രായപ്പെടുക ഉണ്ടായി. (2001: ജ.111) ഈ വിപണിവ്യവസ്ഥക്ക് കടുത്ത തടസ്സം സൃഷ്ടിച്ചത്, ഇസ്ലാമിക ഫണ്ടമെന്റലിസത്തിന് ആധിപത്യമുണ്ടായിരുന്ന രാജ്യങ്ങളാണ്. “ഭൂതകാലത്തിൽ പ്രത്യേക സാഹചര്യത്തിനനുസൃതമായി സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ട ഒരു പാഠത്തെ വർത്തമാന കാലത്തിൽ കൊണ്ടുവന്ന് അടിച്ചേല്പിക്കുന്നതിനെയാണ് ഫണ്ടമെന്റലിസം എന്നുപറയുന്നത്.” (രാഘവൻ പത്മനാഭ്; 2004: പു, 25) ഇതിന് ഉദാഹരണമായി വസീത്രത്തിന്റെ കാര്യം പരിശോധിക്കാവുന്നതാണ്.

അറേബ്യയിൽ ഒരു പ്രത്യേക കാലത്ത് പ്രകൃതിശക്തികളിൽ നിന്നോ കൊള്ളക്കാരിൽ നിന്നോ രക്ഷ പ്രാപിക്കാൻ വേണ്ടി ആൺപെൺ വ്യത്യാസം തിരിച്ചറിയാത്ത രൂപമുള്ള വസീത്രം ആ ജനത സ്വീകരിച്ചിരിക്കാം. അതേ വസീത്രത്തെ ലോകത്തെല്ലായിടത്തെയും സ്ത്രീകൾ ഇന്നും എന്നും പിന്തുടരണമെന്നുപറയുന്നത് ഫണ്ടമെന്റലിസമാണ്. പക്ഷേ ഇസ്ലാമിക നിയമം കർശനമായി നടപ്പാക്കിവരുന്ന ഭരണകൂടങ്ങളുള്ള രാജ്യങ്ങളിലെ ഭൂരിപക്ഷം ജനങ്ങളും ഇതനുസരിച്ച് ജീവിക്കാൻ നിർബന്ധിതരാകുന്നു. സ്ത്രീകളുടെ കാര്യത്തിലാണ് നിയമം ശക്തമായ നിലപാട് സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇത് മുതലാളിത്തത്തിന്റെ ആഗോളീകരണത്തിന് കാര്യമായ തടസ്സം സൃഷ്ടിച്ചു. സമൂഹം കടന്നുവന്ന പരിതോവസ്ഥകൾ ആണ് വസീത്രം അടക്കമുള്ള സാംസ്കാരിക രൂപങ്ങളെ തീരുമാനിക്കുന്നത്. ഫണ്ടമെന്റലിസം നിലവിലുള്ള രാജ്യങ്ങളിൽ പാർസിലും മിലാനിലുമുണ്ടാക്കുന്ന വസീത്രമാതൃകകളെ വിറ്റഴിക്കാൻ കഴിയാതെ വന്നു. ഏഷ്യാഭൂഖണ്ഡത്തിലുള്ള രാജ്യങ്ങളിലാണ് ഈ തടസ്സങ്ങൾ കൂടുതലായി നിലനിൽക്കുന്നത്. ബഹുരാഷ്ട്രകൗതുകകൾ വമ്പിച്ച മുതൽമുടക്കു

നടത്തിയിട്ടുള്ള വസീത്ര വ്യാപാരം ഉൾപ്പെടെയുള്ള വിപണിയെ വ്യാപിപ്പിക്കേണ്ടത് നവമുതലാളിത്തത്തിന്റെയും അതിന് ഒത്താശ ചെയ്തുകൊടുക്കുന്ന ഭരണകൂടങ്ങളുടെയും ചുമതലയാണ്. അതു നിറവേറ്റാനുള്ള ശ്രമത്തിന്റെ ഭാഗമായിട്ടു കൂടിയാണ് ലോകത്തിന്റെ പലഭാഗങ്ങളിലും ഏറ്റുമുട്ടലുകൾ പൊട്ടിപ്പുറപ്പെടാൻ തുടങ്ങിയത്. തങ്ങളുടെ നയങ്ങൾക്ക് എതിരുന്നിരുന്ന രാജ്യങ്ങളെ അമേരിക്കയുടെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള യൂറോപ്യൻ രാജ്യങ്ങൾ എതിർക്കുവാൻ തുടങ്ങിയപ്പോഴാണ് അവർ വളരെ തന്ത്രപരമായി ഫണ്ടമെൻ്റലിസത്തെ എതിർക്കുവാനെന്ന പേരിൽ അഫ്ഗാനിസ്ഥാൻ തുടങ്ങിയ രാജ്യങ്ങളെ ആയുധ ശക്തിയാൽ കീഴ്പ്പെടുത്തി നവ കൊളോണിയൽ ഭരണം സ്ഥാപിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. അതോടൊപ്പം തന്നെ സ്വതന്ത്ര വ്യക്തിയെന്ന ആകർഷകമായ ചിന്ത പരത്തുകയും വ്യക്തിയുടെ ആഡംബരത്തെയും ആനന്ദത്തെയും വിപുലപ്പെടുത്തുകയും സാധന സാമഗ്രികൾ വിറ്റഴിക്കാനുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പാക്കുകയുമാണ് യൂറോ അമേരിക്കൻ ശക്തികളുടെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള നവ മുതലാളിത്തം ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. വർത്തമാന കാലത്തിന്റെ ഭാഗമായി നിൽക്കുന്ന പാരമ്പര്യ മൂല്യങ്ങളെ തിരസ്കരിക്കുന്ന ഒരു തലമുറയെ ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് അവർ നടത്തുന്നത്. അതിനായി വ്യക്തിയുടെ പലതരത്തിലുള്ള ഉപഭോഗതൃഷ്ണയുടെ ശമനത്തിനായുള്ള അവസരങ്ങൾ ധാരാളമായി സൃഷ്ടിക്കുന്നു. തിരഞ്ഞെടുപ്പിന് അനേകം മാതൃകകൾ ഉണ്ടാക്കിക്കൊടുക്കുകയാണ്. പക്ഷേ, മാതൃകകൾ ഏതെന്നു തീരുമാനിക്കുന്നത് ഉപഭോക്താക്കളല്ല, വിപണിയാണ്. വ്യക്തിയിൽ നിലീനമായിരിക്കുന്ന പാരമ്പര്യ ബോധത്തെ ഉന്മൂലനം ചെയ്യുകയോ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുകയോ ചെയ്യുന്നതിനായി വിപണിയുടെ വക്താക്കൾ ഇടപെടുന്നു.

വിപണി/സമൂഹം/പരമ്പരാഗത തൊഴിൽമേഖല

ആഗോളവൽകൃതമായ പരിതോവസ്ഥയിൽ കേരളത്തിലെ വസീത്രത്തിന്റെയും വസീത്രധാരണത്തിന്റെയും വിപണിക്കു കാര്യമായ മാറ്റം സംഭവിച്ചു. വിദേശവസീത്രങ്ങളുടെ രീതിയിലുള്ള വസീത്രമാതൃകകൾ ഉത്പാദിപ്പിക്കുകയും അതിനെ നാടങ്ങളും വ്യാപിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. അതിനായുള്ള ആശയങ്ങളെ നിർമ്മിച്ച് അടിത്തറയുണ്ടാക്കുന്ന പ്രക്രിയ നേരത്തേ തന്നെ വിപണി നടപ്പാക്കി കഴിഞ്ഞു. നമ്മുടെ വികസന

ത്തിന്റെ മാതൃക യൂറോപ്പായിത്തീർന്നു. ലോകത്തിന്റെ മുമ്പിൽ മാനുഷമായ വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും യൂറോപ്യൻ മാതൃകയിൽ ഉള്ളതാണെന്ന ചിന്ത കേരളം മുഴുവൻ വ്യാപിക്കുകയാണ്. ഇത്തരം ഒരു അവസ്ഥയിൽ കേരളത്തിലെ ബാലരാമപുരം, പയ്യന്നൂർ, കുത്താമ്പള്ളി തുടങ്ങിയ കൈത്തറിമേഖലകൾ വിപണന രംഗത്ത് കടുത്ത പ്രതിസന്ധിയിൽ എത്തിപ്പെട്ടു. സർക്കാർ സബ്സിഡി നൽകുന്നുണ്ടെങ്കിൽ പോലും കേരളത്തിലെ കൈത്തറി മേഖലയിലുള്ള സഹകരണ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഭൂരിപക്ഷവും തകർച്ചയെ നേരിടുകയാണ്.

കൈത്തറിയിൽ നെയ്തെടുക്കുന്ന വസീത്രങ്ങൾക്ക് ഉത്പാദനച്ചെലവ് കൂടുതലാണ്. അതിനാൽ കൈത്തറി വസീത്രങ്ങൾ വലിയ വിലയ്ക്ക് വിൽക്കേണ്ടി വരുന്നു. കമ്പനിയിൽ നിന്ന് ധാരാളമായി ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന വസീത്രങ്ങൾക്ക് ഉത്പാദനച്ചെലവ് കുറയുകയും അവ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് വിൽക്കാനാവുകയും ചെയ്യുന്നു. (അനു. 1; ശശശ).

ഇന്ത്യ പല പ്രകാരത്തിലുള്ള വാണിജ്യ കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെട്ടതിന്റെ ഫലമായി സൗജന്യ നിരക്കിലുള്ള തീരുവ പ്രകാരം ചൈനയിൽ നിന്ന് സിൽക്ക് നൂലും സിൽക്ക് വസീത്രവും വരാൻ തുടങ്ങി. അതുവരെ ബനാറസിനെയൊക്കെ ബാംഗ്ലൂരിൽ നിന്നുള്ള നൂലാണ് നെയ്ത്തിന് ഉപയോഗിച്ചു വന്നത്. ബനാറസിൽ മാത്രം ഇപ്പോൾ ഒരു വർഷത്തെ കൈത്തറി വിപണനം കൊണ്ടു ലഭിക്കുന്നത് 4000 കോടി രൂപയാണ്.

ഇപ്പോഴത്തെ ഇന്ത്യൻ കൈത്തറി വ്യവസായത്തെ നിലനിർത്തണമെങ്കിൽ അധികാരികൾ താല്പര്യം എടുത്തെങ്കിൽ മാത്രമേ കഴിയൂ. കേരളത്തിലെ കൈത്തറി വ്യവസായ യൂണിറ്റുകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ച അഭിപ്രായങ്ങൾ മുകളിൽ പറഞ്ഞ കാര്യങ്ങളോട് യോജിച്ചിരിക്കുന്നു (അനു. 1; ശശശ). ഒരു തുറന്ന വിപണിയുടെ ഭാഗമായതു നിമിത്തമാണ് കേരളത്തിലും മുകളിൽ പറഞ്ഞ തരത്തിലുള്ള സ്ഥിതി സംജാതമായത്. അതിന് അനുകൂലമായ സാഹചര്യവും മറ്റും മുതലാളിത്തം ബോധപൂർവ്വം സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. “പത്രമാസികകൾ, ടി.വി, സിനിമ, കമ്പ്യൂട്ടർ തുടങ്ങിയ മാധ്യമങ്ങളെയും അക്കാദമിക് ഏജൻസികളെയും ഉദാരീകൃത മുതലാളിത്തവ്യവസ്ഥിതിയുടെ അറിവിന്റെ ഉത്പാദനത്തിനും സ്ഥാപനത്തിനുമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. വ്യക്തികേന്ദ്രീകൃത സമൂഹമെന്ന ആശയം നടപ്പിലാക്കാനുള്ള പരിപാടികൾ ആവിഷ്കരിക്കുന്നു. സമൂഹത്തിന് ഒരു പരിധിവരെ കീഴ്പ്പെടുത്തി വ്യക്തിയുടെ

ശരീരത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ബോധത്തെ മാറ്റാനുള്ള ശ്രമത്തിന്റെ ഭാഗമായി പുതിയ സൗന്ദര്യ ധാരണകളും സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്” (ഒലിറലുശസൗര ഖ. ടമോ; 2004 ജ. 5).

ശരീരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുനിൽക്കുന്ന വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും ഉപേക്ഷിച്ച് പുതിയവ സ്വീകരിക്കാനാണ് ഇങ്ങനെയുള്ള പുതിയ അറിവുകൾ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. പാരമ്പര്യമായി ഉണ്ടായിരുന്ന നഗ്നതാ സങ്കല്പം തന്നെ മാറ്റിമറിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. നഗരങ്ങളെ കേന്ദ്രീകരിച്ചാണ് ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടന്നുകൊണ്ടിരുന്നത്. ക്രമേണ ഗ്രാമങ്ങളിലേക്കും ഈ പ്രക്രിയ പരന്നു. ഇത്തരമൊരവസ്ഥ ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുന്നതിന് വിവിധ മാധ്യമങ്ങളെ മുതലാളിത്തം സമർത്ഥമായി ഉപയോഗിച്ചു. വസ്ത്രം തുടങ്ങിയ ചരക്കുകളുടെ കൂടിയ തോതിലുള്ള ഉപഭോഗം ക്ഷേമരാഷ്ട്രത്തിന്റെ വിജയസൂചികയായി വ്യാഖ്യാനിക്കപ്പെടുന്നു. കമ്പോളത്തിൽ പല ഫാഷനുകളും പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു. “ദേഹത്തെ പൊതിഞ്ഞും ചുറ്റിയും തുളച്ചും നില കൊള്ളുന്ന വസ്ത്രഭരണങ്ങളാൽ ലൈംഗികക്രിയയെ ഇരട്ടിക്കുന്ന തരത്തിൽ സ്ത്രീയെ വസ്ത്രവൽക്കരിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. സാമൂഹിക മാനുഷ്യതയുടെയും മാനസികോല്ലാസത്തിന്റെയും യഥാർത്ഥ മാനദണ്ഡം ഈ ചിഹ്നങ്ങളുടെ ഉത്പാദനവും ഉപഭോഗവും മാത്രമാണെന്ന വിശ്വാസം പ്രചരിപ്പിക്കപ്പെടുന്നു. മറ്റുള്ളവരിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തനാകുന്നതിനുള്ള ആഗ്രഹമാണ് ഉപഭോക്താക്കളെ ഭരിക്കുന്നത്. സമ്പന്നതയും ആഡംബരവും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അലങ്കാരസാധ്യതകളുമാണ് ഒരു വസ്തുവിന്റെ ഉപയോഗമൂല്യമായി പരിഗണിക്കപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഉപഭോഗസമുദായത്തിൽ ഒരു വസ്തു ഒരു ചിഹ്നമാണ്” (വി.സി. ശ്രീജൻ; 2000: പു, 91). ഉപഭോഗ സംസ്കാരത്തിൽ, ഗ്രാമ നഗരങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം 1960 ൽ യഥാക്രമം 74% - 70% എന്നായിരുന്നത് 1980 ൽ 61% 59% (ടി.ടി. ശ്രീകുമാർ; 2001: പു. 49,51)എന്ന തരത്തിലായിത്തീർന്നു. ഇന്നത് മിക്കവാറും തുല്യമായിത്തീർന്നിരിക്കാം. ഉപഭോഗ മാതൃകയുടെ കാര്യത്തിൽ ഗ്രാമ നഗര വ്യത്യാസം അസ്തമിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഏറ്റവും കൂടുതൽ അലങ്കരിക്കപ്പെടുന്ന വസ്തു സ്ത്രീയാണ്. മനുഷ്യജീവിയെന്ന കാര്യം മറച്ച് സ്ത്രീയെ വസ്തുവാക്കി മാറ്റി അലങ്കരിക്കുന്നതിന്റെ പിന്നിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നത് മുകളിൽ പരാമർശിച്ചിരിക്കുന്ന ഉപഭോഗസംസ്കാരത്തിന്റെ പ്രത്യയശാസ്ത്രമാണ്. അങ്ങനെ അവൾ ആസ്വാദനത്തിന്റെ വിഭവമായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു. ഇപ്പോൾ മെല്ലെ

പുരുഷനെയും കാഴ്ചവസ്തുവാക്കിത്തീർത്തു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. മനുഷ്യനെ ചരക്കാക്കിത്തീർക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് നടക്കുന്നത്. വസീത്രത്തിന്റെയും വസീത്രധാരണത്തിന്റെയും കാര്യത്തിൽ സിംഗിൾപെപ്പടയുള്ള ഉപഭോക്തൃസമൂഹത്തിന്റെ പൊതുസ്വഭാവത്തെ നവ മുതലാളിത്തം ബോധപൂർവ്വം നിർമ്മിക്കുകയാണ്.

വസീത്രവും വസീത്രധാരണവുമാണ് അവരവരെ വെളിപ്പെടുത്താനുള്ള ഏറ്റവും പ്രത്യക്ഷമായ മാർഗ്ഗം. “ഉപഭോക്താവെന്ന നിലയിൽ സ്വയംധാരണയ്ക്ക് ഉപോൽബലകമായ ചില ഘടകങ്ങളുണ്ട്. അതിനായി, ആത്മബിംബം, ആദർശാത്മകമായ സ്വാത്മ ബിംബം, സാമൂഹികമായ ആത്മബിംബം, ആദർശാത്മകവും സാമൂഹികവുമായ ആത്മബിംബം എന്നീ നാല് അവസ്ഥകളാണുള്ളത്. ഓരോരുത്തരും സ്വയം എങ്ങനെ കാണുന്നു, തങ്ങളെ സ്വയം എങ്ങനെ കാണപ്പെടാനാണ് ആഗ്രഹിക്കുന്നത്, മറ്റുള്ളവർ തങ്ങളെ എങ്ങനെ കാണുവാനാണ് നാം ആഗ്രഹിക്കുന്നത് എന്നിങ്ങനെ പ്രസ്തുത നാല് അവസ്ഥകളെയും വ്യാഖ്യാനിക്കാവുന്നതാണ്.” (ബ്രഹ്മസമ ഇനീമേമിശേനീ ; 1998: ജ. 32)

ഇത്തരം വ്യാഖ്യാനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ടെക്സ്റ്റയിൽ വ്യവസായം ഉത്പാദന കേന്ദ്രീകൃത വ്യവസ്ഥയിൽ നിന്നും വിപണികേന്ദ്രീകൃത വ്യവസ്ഥയിലേക്ക് മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിക്കപ്പെട്ടത്. ‘ഈ വ്യവസ്ഥയെ സമഗ്ര ഉപഭോക്തൃ വ്യവസ്ഥയെന്നു വിളിക്കാം. ഉപഭോക്താവിന്റെ മുന്നിലേക്ക് കച്ചവട വസ്തുവിനെ തള്ളിവിടുന്ന അവസ്ഥയിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിനെയും അവന്റെ താല്പര്യങ്ങളെയും കുറിച്ചുള്ള അറിവിന്റെ വിനിമയങ്ങളെ വിപണിയിലേക്ക് വലിച്ചെടുപ്പിക്കുകയും അതിനെപ്പറ്റി ഗവേഷണവും ഉപഭോക്തൃ താല്പര്യമനുസരിച്ചുള്ള സാധന സാമഗ്രികളുടെ നിർമ്മിതിയും നടത്തുന്ന അവസ്ഥ സംജാതമാക്കുകയുമാണുണ്ടായത്. കമ്പോളവ്യവസ്ഥയിൽ ഒരു സ്ഥിതിമാറ്റപ്രക്രിയ (ട്രാൻസ്ഫോമേഷൻ) യാണു സംഭവിച്ചത്.’ (ബ്രഹ്മസമ ഇനീമേമിശേനീ; 1998: ജ. 32,38)

ഇതോടൊപ്പം തന്നെ ശരീരത്തിന്റെ പ്രതിച്ഛായയെക്കുറിച്ചുള്ള നിർവ്വചനങ്ങളും മാറുകയുണ്ടായി. പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ള വിശദീകരണങ്ങളാണ്, ശരീരത്തിന്റെ സൗന്ദര്യത്തെപ്പറ്റി സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടത്. ഭാരതീയ സങ്കല്പനപ്രകാരം സിംഗിൾപെപ്പട ജാതികളെയും ലക്ഷണങ്ങളെയും വിശദമായി നിർവചിച്ചിട്ടുള്ളത് പരിശോധിക്കാവുന്നതാണ്.

സീതീ ജാതി ലക്ഷണങ്ങൾ: പദ്മിനി, ചിത്രീണി, ശംഖിനി, ഹസീതിനി എന്നീ സീതീ ജാതികളെയും ശശൻ, വൃഷൻ, അശിനി എന്നീ പുരുഷജാതികളെയും കൊക്കോക ശാസ്ത്രത്തിൽ വിശദമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. (നാരായണൻ സൈത്താലി (വിവ); 2004: പു. 22,26,64-5)

പദ്മിനി

മാംസളമായ കവിശ്ത്തടവും സമൃദ്ധമായ മുടിയും ഇടയില്ലാത്ത മാർത്തടവും ചുഴിയും പരപ്പുമുള്ള ഉദരവും തുടകളും മാംസളമായ പാദങ്ങളുമൊക്കെയാണ് പദ്മിനിയുടെ ശാരീരിക ലക്ഷണം. കേരളത്തിൽ ഈ ജാതി സീതീകളുണ്ടായിരുന്നതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.

ചിത്രീണി

മദയാനയെപ്പോലെ നടക്കുന്ന, കഠിനസ്മതനങ്ങളുള്ള, കുഴിഞ്ഞ വയറുള്ള, വിശാലമായ പൃഷ്ഠമുള്ള വിശാലമായ നാഭിപ്രദേശവും തടിച്ച തുടകളും കൊഴുത്ത കണങ്കാലുകളും നീളമുള്ള മാംസളമായ കാലുകളുമുള്ളതുമായ സീതീകൾ വടക്കൻ കേരളത്തിലുണ്ടായിരുന്നതായി പറയുന്നു.

ശംഖിനി

ഇവർ മധ്യകേരളത്തിലുണ്ടായിരുന്നു. അധികം തടിക്കാത്തവരും ഉയരമുള്ളവരും വിശദമായ നെറ്റിയും, ചരിഞ്ഞ് തുടുത്ത മുലകളും, ഒരുങ്ങാത്ത അരക്കെട്ടും. പരന്നുതുടിച്ച വയറും, തടിച്ചുതുങ്ങുന്ന നിതംബവും ഉള്ളവരാണ് ശംഖിനികൾ.

ഹസീതിനി

തടിച്ച അധരങ്ങളും നെഞ്ചുനിറഞ്ഞ കഠിനസ്മതനങ്ങളും തടിച്ചവയറും അരക്കെട്ടും നിതംബവും തടിച്ചുകൊഴുത്ത കണങ്കാലുകളും നീളം കുറഞ്ഞ പാദങ്ങളുമൊക്കെയുള്ള ഇവർ തെക്കൻ കേരളത്തിലുണ്ടെന്നാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളത്.

ഇവരെല്ലാം പലപ്രകാരത്തിലുള്ള ആസക്തിയുള്ളവരാണെന്നും ഗ്രന്ഥത്തിൽ പറയുന്നുണ്ട്.

പുരുഷജാതിലക്ഷണങ്ങൾ

പരന്ന് മാംസളമായ കവിളിണ, ആജാനുബാഹുക്കൾ, ഭംഗിയുള്ള കഴുത്ത്, വിരിഞ്ഞ നെഞ്ച്, അധികം തടിക്കാത്ത പൃഷ്ഠഭാഗം, നീണ്ടുപരന്ന മാംസളമായ തുടകൾ, മാംസളമായ കാലുകൾ ഇതൊക്കെയാണ് ശശൻ ജാതി പുരുഷന്റെ ലക്ഷണം.

നീണ്ടുപരന്ന കവിൾത്തടങ്ങൾ, ആനയുടെ വയറ്, വിരിവേറിയ നെഞ്ച്, തടിച്ച പൃഷ്ഠം, വണ്ണംകൂടിയ കഴുത്തും മുഴുത്ത് കൊടുത്ത തുടകളും കണങ്കാലുകളും വലിയ പാദങ്ങളും വിരിവേറിയ നെഞ്ചും പൃഷ്ഠിയും ഭംഗിയുമുള്ള അവയവങ്ങളുമാണ് വൃഷൻ ജാതി പുരുഷന്റെ ലക്ഷണം.

അശ്വജാതി പുരുഷന് നീണ്ട കഴുത്തും പരന്ന കപോലങ്ങളും പരന്ന വയറും, അധികം വിരിയാത്ത നെഞ്ചും തടിച്ചുതുങ്ങിയ പൃഷ്ഠവും ഒരുങ്ങിയ അരക്കെട്ടുമാണ് പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷണമായി പറയുന്നത്.

ശങ്കരാചാര്യരും വള്ളത്തോളും കുമാരനാശാനും സിംഗിയെ വർണിച്ചിട്ടുണ്ട്. പാർവ്വതിയുടെ ഹിമാലയസദൃശമായ നിതംബഗുരുതന്ത്രയും വിസ്മയകരമായ സൗന്ദര്യലഹരിയിൽ ശങ്കരാചാര്യർ വാഴ്ത്തിയിരിക്കുന്നു. വാഴത്തടകളാകുന്ന തുടകളും അമ്മിക്കുഴവിപോലെ കഠിനമായ സിന്തവുമൊക്കെയാണ് ഉത്തമ സിംഗിയുടെ ലക്ഷണമായി സൗന്ദര്യലഹരിയിൽ വർണിച്ചിരിക്കുന്നത്. സിംഗിയുടെ ശരീരസൗന്ദര്യത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ഭാരതീയ സങ്കല്പമാണ് ഈ വർണനയിലൂടെ മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് (കണ്ടിയൂർ മഹാദേവശാസ്ത്രികൾ (വിവ); 2000: പു. 162-77).

വള്ളത്തോളിന്റെ സൗന്ദര്യസങ്കല്പം ഭാരതീയ സൗന്ദര്യചിന്തകൾക്കനുഗുണമായതാണ്. ഉത്തുംഗമായ മാർത്തന്ദ്രം വിശാലമായ നിതംബപ്രദേശവുമാണ് നാരിയുടെ സൗന്ദര്യത്തിന് ചേരുകയെന്ന് അദ്ദേഹം ധരിച്ചിരുന്നു (1974-75: പു. 259- 75).

ഉണ്ണുനീലിസന്ദേശത്തിലും ഉന്നതമായ കൊങ്കയുഗ്മവും വിപുലജഘനവുമാണ് സിംഗീ സൗന്ദര്യത്തിന്റെ ലക്ഷണമായി വർണിച്ചിരിക്കുന്നത് (ശൂരനാട് കുഞ്ഞൻപിള്ള; 1996: പു. 28).

ഇതിൽനിന്നൊക്കെ വ്യത്യസ്തമാണ് കുമാരനാശാന്റെ സൗന്ദര്യ സങ്കല്പം. 'കൃശഗാത്രിയായ നളിനി ചന്ദ്രശർമിപോലെ ശോഭിച്ചു'വെന്ന് അദ്ദേഹം വർണിച്ചിട്ടുണ്ട്. (കുമാരനാശാൻ; 1911: പു. 51) ഇന്ത്യയിലെ നവോ

ത്ഥാന ചിന്തകളുടെ ഉറവിടം പടിഞ്ഞാറൻ ബംഗാളിലാണ്. നാരായണഗുരുവിന്റെ ചിന്തകളിൽനിന്ന് തെല്ലൊന്നകന്ന് ബംഗാളിലെത്തിയ ആശാൻ നവോത്ഥാനപ്രസ്ഥാനത്തെക്കുറിച്ച് മനസ്സിലാക്കുകയുണ്ടായി. നവോത്ഥാന ചിന്തകളെ ആവഹിച്ചിരുന്ന കീറ്റ്സ്, ഷെല്ലി, വേർഡ്സ്വർത്ത് തുടങ്ങിയവരുടെ കവിതകൾ അദ്ദേഹം പരിചയപ്പെട്ടു. അപ്രകാരം പടിഞ്ഞാറുണ്ടായ സിംഗിൾ പുരുഷ സൗന്ദര്യമാതൃകകൾ കുമാരനാശാനെ ആകർഷിച്ചിരിക്കാനിടയുണ്ട്. ആയതിന്റെ പ്രതിഫലനമായാണ് നളിനിയിലെ നായികയുടെ ശരീരസൗന്ദര്യപ്രകൃതി ഈ വിധമായിത്തീർന്നത്. ഈയൊരു സൗന്ദര്യചിന്തക്കാണ് പിൽക്കാലത്ത് കേരളത്തിൽ ആധിപത്യം നേടാൻ കഴിഞ്ഞത്. പക്ഷേ, പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ള വസ്ത്രമാതൃകകൾ അതേ രീതിയിൽ കേരളത്തിലെ സിംഗിൾ സ്വീകരിച്ചില്ല. സെറ്റുമുണ്ടുപോലുള്ള വസ്ത്രമാണ് കേരളത്തിലെ തനതു വസ്ത്രമെന്ന തരത്തിൽ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടത്.

ഭൂരിപക്ഷമതവിഭാഗം പല സന്ദർഭങ്ങളിലും വ്യാപകമായി ധരിക്കുന്നതുകൊണ്ടാകണം മറ്റുമതക്കാർ കുറേയൊക്കെ സെറ്റുമുണ്ടിനാൽ ആകൃഷ്ടരാകുന്നതും കേരളത്തിന്റെ തനിമയെ കുറിക്കുന്ന വസ്ത്രമെന്ന തീരുമാനത്തിൽ എത്തുന്നതും. മുണ്ടും, നെറ്റിയിൽ ചന്ദനക്കുറിയും, സ്വർണാഭരണങ്ങളും, മോഹിനിയാട്ടം, കഥകളി തുടങ്ങിയ കലാപ്രകടനങ്ങളും മതേതരത്വമല്ല, നേരെമറിച്ച് മേൽജാതി ഹിന്ദുക്കളുടെ ജീവിതരീതിയെ കേരളത്തിന്റെ മുഴുവൻ ചിഹ്നമാക്കിത്തീർക്കാനുള്ള ശ്രമമാണെന്നുള്ള അഭിപ്രായം ഇവിടെ ശ്രദ്ധേയമാണ് (ദേവിക; 136-7). മെലിഞ്ഞ ശരീരം ഒരുകാലത്ത് രോഗലക്ഷണമായിട്ടുപോലും കണക്കാക്കിയിരുന്നു. തടിച്ച ശരീരം ആരോഗ്യ ലക്ഷണമായും സുന്ദരമായും പരിഗണിച്ചിരുന്നു. കൂടവയറ് പുരുഷലക്ഷണമായും പരിഗണിച്ചിരുന്നു. ഇന്നിപ്പോൾ പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃക പിന്തുടർന്നിട്ടായിരിക്കാം കൃശഗാത്രം സൗന്ദര്യലക്ഷണമായി അംഗീകാരം നേടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. സ്ലിംബ്യൂട്ടി എന്നുള്ള വിശേഷണം നിലവിലുണ്ട്. ഓലപ്പൊളി പോലത്തെ പെണ്ണ് എന്ന് തെക്കൻ കേരളത്തിൽ പ്രയോഗിച്ചുവരുന്നു. തെങ്ങോലയുടെ ഒരു കീറുപോലെ മെലിഞ്ഞു സുന്ദരിയായ പെണ്ണ് എന്നാണു ഈ പ്രയോഗത്തിന്റെ അർത്ഥം. പാരമ്പര്യരീതികൾ അനുസരിച്ചുള്ള സിംഗിൾ പുരുഷ സൗന്ദര്യത്തിന്റെയും വസ്ത്രധാരണത്തിന്റെയും കാഴ്ചയിൽ നിന്നു വ്യത്യസ്തമായവ്യതിയാനങ്ങൾ സംഭവിച്ചിട്ടില്ലെന്നു നിരീക്ഷണത്തിൽ നിന്നു മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്. പദ്മിനി, ചിത്രീണി, ശംഖിനി, ഹസ്തിനി എന്നീ സിംഗിൾജാതികളിലൂടെ,

പുരുഷന്റെ ആകർഷണമായി വിശദീകരിച്ചിരിക്കുന്ന സ്ത്രീയുടെ അവയവങ്ങൾ പ്രധാനമായും കവിശ്ത്തടം, മാർത്തടം, തുടകൾ, നിതംബം ഇവകളാണ്. ഇന്ന് മെലിഞ്ഞ ശരീരം മാതൃകയായി അവതരിപ്പിക്കുമ്പോഴും അവയവരൂപത്തിലുള്ള സൗന്ദര്യപരമായ കാഴ്ചക്ക് മാറ്റം വന്നിട്ടില്ല. ഈ അവയവങ്ങളുടെ ഭംഗിയെ പ്രതിഫലിപ്പിക്കുന്നതിന് ഇണങ്ങുന്ന തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രവും ആഭരണങ്ങളുമാണ് സ്വീകരിച്ചു പോരുന്നത്. സാരിയായാലും ചുരിദാറായാലും പുരുഷന്റെ കാഴ്ചക്ക് താത്പര്യം നൽകുന്ന സ്ത്രീയുടെ അവയവങ്ങളുടെ വടിവ് വ്യക്തമാക്കുന്ന തരത്തിലാണ് അവയെ തയ്ച്ചൊരുക്കുന്നത്. നമ്മുടെ ക്ലാസിക് നൃത്ത രൂപങ്ങളായ ഭരതനാട്യത്തിലെയും, മോഹിനിയാട്ടത്തിലെയും വസ്ത്രധാരണവും വസ്ത്രം കൊണ്ടുള്ള പെരുമാറ്റ രീതികളും പുരുഷന്റെ ആകർഷണത്തിന് കാരണം ആയിത്തീരുന്നുണ്ട്. ഈ നൃത്ത രൂപങ്ങളിൽ തറ്റുടുത്തും ഞൊറിയിട്ടുമുള്ള വേഷവിധാനങ്ങളും കരചലനങ്ങളുടെയും പദചലനങ്ങളുടെയും വിന്യാസങ്ങളും കൊണ്ടും ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന അർത്ഥങ്ങൾ, വശീകരണത്തിന്റെ ഭാഷയുടേതാണ് (അനു. 5; 28, 30).

മലയാള സിനിമയിലെ സ്ത്രീയുടെ അവതരണങ്ങളും കാമശാസ്ത്രം അനുശാസിക്കുന്ന അവയവരൂപങ്ങൾക്ക് തുല്യമാണ്. നീലക്കുയിൽ, ചെമ്മീൻ, കള്ളിച്ചെല്ലമ്മ, വിലയ്ക്കുവാങ്ങിയ വീണ,സിന്ദൂരച്ചെപ്പ്, ചെമ്പരത്തി തുടങ്ങിയ പഴയ സിനിമകളിലും പിന്നീടുവന്ന ഐ.വി. ശശിയുടെയും ഭരതന്റെയും ഒക്കെ സിനിമകളിലും ഇപ്പോൾ പുറത്തു വരുന്ന സിനിമകളിലും പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന നായികമാരുടെ സാവയവഭംഗി പഴയ കാല സൗന്ദര്യ സങ്കല്പനത്തിന്റെ തുടർച്ച തന്നെയാണ്. നായിക കൈലി ഉടുത്താലും സാരി ഉടുത്താലും ചുരിദാറിട്ടാലും ജീൻസിട്ടാലും ശരീരത്തിലെ നിർദ്ദിഷ്ട അവയവങ്ങളുടെ പ്രദർശനം എന്ന ലക്ഷ്യത്തെ സാധ്യകരിക്കുന്നത് ആയിരിക്കും.

വസ്ത്രത്തിന്റെ ഉടുക്കലും മറക്കലും കൊണ്ടു പ്രകടമാകുന്ന അവയവ സംബന്ധിയായ പുരുഷജാതി ലക്ഷണങ്ങളിൽ മുകളിലോട്ടുള്ള ഭാഗങ്ങൾക്കാണ് പ്രാധാന്യം നൽകിപ്പോന്നിട്ടുള്ളത്. പ്രധാനമായും വയറ്, നെഞ്ച്, തോൾ, കഴുത്ത്, മുഖം എന്നീ ഭാഗങ്ങളിലാണ് പുരുഷന്റെ സൗന്ദര്യമായി ചിത്രീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്.

വിരിഞ്ഞ മാറും ഉയർന്ന തോളും കഴുത്തുമുള്ള ശക്തിസ്വരൂപനായിട്ടാണ് കലാരൂപങ്ങളിലെ നായകനെ അവതരിപ്പിച്ചു പോന്നത്. അതേ സങ്ക

ലീപനങ്ങൾ തന്നെയാണ് ഇപ്പോഴും നിലനിൽക്കുന്നത്. ശരീരം മുഴുവനും മറച്ച തരത്തിൽ വസ്ത്രം ധരിക്കുന്ന പുരുഷനെ ചിത്രീകരിക്കുന്ന കാലം വന്നു ചേർന്നപ്പോൾ അനാവൃതമായ പുരുഷന്റെ ശരീരം ഒരു കാഴ്ചയായി മലയാള സിനിമയിലും അവതരിപ്പിക്കാൻ തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. കമല ഹാസന്റെയും ജയന്റെയും സിനിമകളിലും മമ്മൂട്ടിയുടെ സിനിമയിലും അർധനഗ്നരായ നായക കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിച്ചു പോന്നിട്ടുണ്ട്. അടിവസ്ത്രങ്ങളുടെ പരസ്യത്തിൽ പുരുഷന്റെ നഗ്നത കാണിക്കുന്ന ചിത്രം ചേർക്കുന്നത് ഇത്തരമൊരു പുതിയ കാഴ്ചയുടെ സൗന്ദര്യശാസ്ത്രം അവതരിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായാണ്. സ്ത്രീയുടെയും പുരുഷന്റെയും ശരീരത്തെക്കുറിച്ചുള്ള കാഴ്ചപ്പാടുകൾക്ക് കാര്യമായ മാറ്റമൊന്നും സംഭവിച്ചിട്ടില്ല എന്ന് ഇതിൽ നിന്നൊക്കെ തെളിയുകയാണ്. ഭക്ഷണവ്യവസ്ഥയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടൊരു പോഷകാഹാര വിജ്ഞാന ശാഖയും അതിനോടനുബന്ധിച്ച് വ്യവസായവും സ്ഥാപിതമായിരിക്കുകയാണ്. ഇന്ത്യയിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട നടീനടൻമാർക്കെല്ലാം ഡയറ്റീഷ്യൻമാരുടെ നാണിയിലൂടെ (റവല ഒഴിറു ടെമഴമശില; 2009 : ജ. 7)

‘മാധ്യമങ്ങൾ മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്ന മാതൃകകളെ ശരീരമാതൃകകളായി കണക്കാക്കി നിഗമനങ്ങളിലെത്തണമെന്ന് ശരീരരൂപത്തെ സംബന്ധിച്ച താരതമ്യാത്മക സിദ്ധാന്തം അനുശാസിക്കുന്നു. സ്വന്തം മനോനിലപ്രകാരം മറ്റുള്ളവരിൽ നിന്നും വേർതിരിക്കപ്പെട്ട, സ്വന്തം അവസ്ഥയെ നിർണ്ണയിക്കുന്ന, രീതിയുമുണ്ട്’ (ടമ്യമ എന്റീഴമി; 1999: ജജ. 10001). പുരുഷൻമാരുടെ ജിംഖാനകൾ സംസ്ഥാനത്തിൽ മിക്ക സ്ഥലങ്ങളിലും പണ്ടുമുതലേ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ സ്ത്രീശരീരത്തെ പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകയിൽ മെരുക്കിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള ജിംഖാനകൾ പ്രധാന നഗരങ്ങളിലെല്ലാം എത്തിക്കഴിഞ്ഞു. മാത്രമല്ല, ശരീരത്തിന്റെ അമിതഭാരം കുറയ്ക്കുന്നതിനായി അന്തർദേശീയ ഏജൻസികൾ തയ്യാറാക്കി വിൽക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങളുടെ മുഴുവൻ സമയ പരസ്യം സംപ്രേഷണം ചെയ്യുന്ന ചാനലുകളും നിലവിൽ വന്നു.

സിനിമാനടീനടൻമാരിൽ ശരീരം മെലിയിച്ച് സൗന്ദര്യം വരുത്തുന്ന രീതി ഇതര ഭാഷാപ്രദേശങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് മലയാളത്തിൽ കുറവാണ്. വട്ടമുഖവും വെളുത്തുകൊഴുത്ത ശരീരവുമായി മലയാളത്തിലെ നടീനടൻമാരിൽ പ്രമുഖരായ പലരും അഭിനയിക്കുകയും ആരാധകരുടെ പ്രശംസ

പിടിച്ചുപറ്റുകയും ചെയ്യുന്നു. ഒരു വശത്ത് മെലിഞ്ഞ ശരീരത്തെ പരിഗണിക്കുകയും മറുവശത്ത് തടിച്ചുകൊഴുത്ത ശരീരത്തെ ആരാധനയോടെ സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. നാട്ടിൻപുറത്ത് പുതിയ സൗന്ദര്യബോധം വളരെ വ്യാപകമായി വേരുപിടിപ്പിച്ചിട്ടില്ല എന്നുവേണം വിലയിരുത്തേണ്ടത്. സ്ത്രീകൾ രാവിലെ നടക്കാൻ പോകുന്ന കാഴ്ചയും ഗ്രാമത്തിൽ സർവസാധാരണമായിട്ടില്ല. നമ്മുടെ ആശുപത്രികളിൽ ഡയറ്റീഷ്യൻമാരെ നിയമിച്ച് തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. നാരുചേരാത്ത ഭക്ഷണം കഴിച്ച് ദഹനക്രിയയിൽ പ്രശ്നം വരുത്തുന്ന അതേ മലയാളിതന്നെയാണ് ഡയറ്റീഷ്യനെ കാണാൻ പോകുന്നതും. കാർഷികവ്യവസ്ഥ തകരുമ്പോൾ പ്രസ്തുത വ്യവസ്ഥയോടൊപ്പം നില നിന്നിരുന്ന ഭക്ഷണ ശീലങ്ങളും സൗന്ദര്യ സങ്കല്പനങ്ങളും കുറേയ്ക്കെ അപത്യക്ഷമാവും. വിപണി ഒരു കാര്യത്തിൽ മാത്രമല്ല, മനുഷ്യന്റെ വ്യാപാരങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു എല്ലാകാര്യങ്ങളിലും ഇടപെട്ടുകൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു. ലാഭം ഏറെകിട്ടുന്ന സൗന്ദര്യപരമായ കാര്യത്തിലാണ് അത് കൂടുതൽ ഇടപെട്ടുനിൽക്കുന്നത്. അവിടെ വസ്ത്രങ്ങൾക്ക് പ്രധാനപ്പെട്ട സ്ഥാനം നൽകിയിരിക്കുകയാണ്.

കാലം ആവശ്യപ്പെടുന്ന ദേഹക്കാഴ്ച നൽകാൻ ഒരു ശരീരത്തിന് പലകാരണങ്ങളാൽ കഴിയാതെ വന്നാലും വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും കൊണ്ട് ആകർഷണീയമായ കാഴ്ച സൃഷ്ടിക്കാനോ കുറവുകളിൽ നിന്ന് ശ്രദ്ധ തിരിക്കാനോ കഴിയും. നിറം, ഡിസൈൻ, തയ്യിലിന്റെ പ്രത്യേകതകൾ എന്നിവകൊണ്ട് അതിശയിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള മാറ്റം സൃഷ്ടിക്കാനാകും. പ്രായക്കൂടുതൽ സ്ത്രീകളെ അലട്ടുന്ന പ്രശ്നമാണെന്ന് ദത്തങ്ങളിൽ നിന്നും സൂചന ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 2; ശശു). പ്രായം മറക്കാനാവശ്യമായ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണ രീതികളും സ്ത്രീകൾ നിഷ്കർഷയോടെ വാങ്ങാറുണ്ടെന്നും ആവേദകർ പറയുന്നു. സാരിയിൽ നിന്ന് ചുരിദാറിലേക്ക് മാറുമ്പോൾ പ്രായവും കൂടി, കൗമാര യൗവനങ്ങളിലേക്ക് മാറുന്നുവെന്നും അവർ കൂട്ടിച്ചേർത്തു. ഇറക്കം കുറഞ്ഞ ഷർട്ടും ഇറക്കം കൂടിയ ഷർട്ടും യഥാക്രമം പ്രായക്കുറവിനെയും പ്രായക്കൂടുതലിനെയുമാണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്.

“നിറങ്ങൾക്കും പ്രായത്തെ മാറ്റുന്ന തരത്തിൽ ഇടപെടാൻ കഴിയും. അടുപ്പമുള്ള നിറങ്ങൾ തൊട്ടുതൊട്ടുപയോഗിച്ചിരിക്കുന്ന വസ്ത്രം ശാന്തതയുടെയും സമീകരണത്തിന്റെയും പ്രതലം സൃഷ്ടിക്കും.

വിരുദ്ധദശയിലുള്ള നിറങ്ങൾ സജീവതയും കീഴടക്കൽ മനോഭാവവും ഉണ്ടാക്കും. നീല, പച്ച നിറങ്ങൾ ലഘൂകരിച്ചാൽ വളരെ ശാന്തമായ അന്തരീക്ഷമുള്ളതായി തോന്നിക്കും. ശീതള വർണ്ണങ്ങൾ പ്രതലത്തിന്റെ വലിപ്പം കൂട്ടിത്തോന്നിക്കും. ഈഷ്മള വർണ്ണങ്ങൾ ശീതളപ്രതലത്തെ കണ്ണിനോടടുപ്പിച്ചുകൊണ്ടുവരും” (ഉമിശ ഇമ്മഹഹമ്യീ; 2000: ജ. 129). നിറങ്ങൾ സംസ്കാരത്തിന്റെ ഉത്പന്നങ്ങളാണ്. സംസ്കാരം മാറുന്നതിനനുസരിച്ച് നിറം ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന അർത്ഥവും മാറും. എന്നാൽ നിറവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ആഗോളീകരിക്കപ്പെട്ട ചില അർത്ഥങ്ങളുണ്ട്. “കറുപ്പും ചുവപ്പും വെള്ളയും നിറങ്ങൾ ശരീരത്തിന്റെ ഉത്പന്നങ്ങളെന്നോണം നരവംശ ശാസ്ത്രജ്ഞരാൽ തിട്ടപ്പെടുത്തപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ചുവപ്പ് ഉർവ്വരതയുടെയും മാസമുറയുടെയും പ്രതീകമായി പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നു. പച്ച വളർച്ചയുടെ ചിഹ്നമായി കണക്കാക്കിയിരിക്കുകയാണ്” (ഘശിറമ നലഹലേയു ; 1998: ജ. 200).

നിറത്തെ സംബന്ധിച്ച് വസ്ത്രത്തിന്റെ കമ്പോളത്തിന് ചില പ്രവചനങ്ങളുണ്ട്. സാധാരണഗതിയിൽ 6 മാസം മുതൽ 1 വർഷം വരെ മുമ്പുള്ളകാലത്ത് നിശ്ചയിക്കപ്പെട്ട നിറങ്ങൾ ഷോറൂമുകളിൽ അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്നു. വിപണിയിൽ വസ്തു പ്രത്യക്ഷപ്പെടുമ്പോൾ ഉചിതവും ആകർഷകവുമായ നിറവും പ്രധാന പങ്കുവഹിക്കുന്നു. വിപണന വസ്തുവിലേക്ക് ഉപഭോക്താവിനെ അടുപ്പിക്കുന്ന കാര്യത്തിൽ നിറത്തിന് വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ധർമ്മം നിർവ്വഹിക്കാൻ കഴിയും. ഉപഭോക്താവിന്റെ ആദ്യ മതിപ്പ് നിറവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണിരിക്കുന്നത്. ചില കമ്പനികൾക്ക് തങ്ങളുടേതായ കയ്യാപ്പ് നിറമുണ്ട്. പരസ്യം തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളിലും നിറത്തിന്റെ സ്ഥാനം പ്രധാനമാണ്. ഒരു പ്രത്യേകതരം ഷെയ്ഡ് നിയമ വിധേയമായ കച്ചവട മുദ്രയായി കണക്കാക്കേണ്ടതാണെന്ന് സുപ്രീം കോടതി വിധിവരെ ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. നിറവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട തിരിച്ചറിവുകളുടെ പ്രാധാന്യത്തിലേക്ക് ഈ വിധി സൂചന നൽകുകയാണ് (ഘശൂഹുമാ ജൂറിശൂ; 2007; ജ. 260).

അനുഭവം, വൈകാരികത, നിലവാരം തുടങ്ങി അനേകം കാര്യങ്ങൾ നിറത്തിലൂടെ വിനിമയം ചെയ്യാനാകും. ചുവന്ന സിഗ്നലുകൾ രക്തവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിറമാകയാൽ ജാഗ്രതയെ കുറിക്കുന്നു. യുവാക്കളുടെ നിറബോധവും താല്പര്യവുമെന്തെന്നതിനെക്കുറിച്ച് 1941 ൽ ഐസൻക് നടുത്തിയ പഠനം ശ്രദ്ധേയമാണ്. നീല, ചുവപ്പ്, പച്ച, മഞ്ഞ,

ഓറഞ്ച് എന്നീ പ്രകാരമാണ് യുവാക്കളുടെ നിറത്തോടുള്ള ആഭിമുഖ്യത്തിന്റെ ക്രമം തിട്ടപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത് (ജനീറലി; 2007; ജ. 260).

നിറത്തെക്കുറിച്ചുള്ള അഭിരുചിയും താല്പര്യവും സാംസ്കാരികമായും ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായും അതിരുകളെ അതിലംഘിക്കുന്നുവെന്ന് ചില വർണ്ണ സൈദ്ധാന്തികർ അവകാശപ്പെടുന്നു. കറുപ്പിനും വെളുപ്പിനും അതുകഴിഞ്ഞാൽ ചുവപ്പിനും ഒരേ തരത്തിലുള്ള പ്രതികരണമാണ് ലോകത്തിന്റെ മിക്കഭാഗങ്ങളിൽ നിന്നും ലഭിച്ചത്. തൊണ്ണൂറ് ഭാഷകളിലെ നിറവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വാക്കുകൾ നിരീക്ഷിച്ച അമേരിക്കൻ ഗവേഷകർക്ക് നിറത്തെക്കുറിക്കുന്ന പരിണാമവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ചില സുപ്രധാന നിഗമനങ്ങളിലെത്താൻ കഴിഞ്ഞു. പല ആദിമനിവാസികളും കറുപ്പ്, വെളുപ്പ് പിന്നെ ചുവപ്പ് ഇങ്ങനെ മാത്രമാണ് നിറങ്ങളെ തിരിച്ചറിഞ്ഞിട്ടുള്ളത്. പിന്നീട് തിരിച്ചറിയുന്ന നിറങ്ങൾ മഞ്ഞയും പച്ചയുമാണ്. ലോകവ്യാപാരവും തുറന്ന വിപണിയുമൊക്കെ സംഭവിച്ചപ്പോൾ നിറബോധവും താല്പര്യവും സാർവ്വലൗകികമായിത്തീർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വ്യക്തിപരമായ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങളും നിറത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ തീരുമാനമെടുക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന ഘടകങ്ങളാണ്. ഇത്തരം വ്യക്തിപരമായ കാര്യങ്ങൾ വിപണി കാര്യമാക്കാറില്ല. സാർവ്വലൗകികസാധ്യതയാണ് കച്ചവടത്തിന്റെ മുന്നിലുള്ളത്. ഓരോ കാലത്തിന്റെ അവസ്ഥയും നിറബോധത്തെ സ്വാധീനിക്കാറുണ്ട്. പാരിസ്ഥിതിക പ്രശ്നങ്ങൾ കൊടുമ്പിരിയ്ക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന 1990 കളിൽ പച്ച ടീ ഷർട്ട് വ്യാപകമായി വിറ്റഴിഞ്ഞതായി കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. (ചശ്യുമാ ജനീറലി; 2007: ജ. 2604)

ലൈംഗികതയുടെ പ്രതീകമായി നിറത്തെ കണക്കാക്കാറുണ്ട്. 1920 കളിൽ ചുവന്ന ലിപ്സ്റ്റിക്കിട്ട ചുണ്ടുകളും ചുവന്ന ചായം പുരട്ടിയ നഖങ്ങളും ലൈംഗികതയുടെ ചിഹ്നമായി കണക്കാക്കിയിരുന്നു. ആർത്തവമുള്ള സ്ത്രീകളോടുള്ള അസൂയയിൽ നിന്നാണ് മുറുക്കാൻ നൽകുന്നതെന്ന ആചാരമുണ്ടാകുന്നതെന്ന് താത്വിക വിശകലനമുണ്ട്. (രാഘവൻ പത്മനാഭ്; 2003: പ. 117)

നിറത്തോടുള്ള താല്പര്യത്തിന് ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഭാഗത്തുനിന്ന് ധാരാളം വ്യത്യസ്ത തരത്തിലുള്ള വിശദീകരണങ്ങളുണ്ട്. കറുപ്പിന് ദുഃഖത്തിന്റെയും, ശക്തിയുടെയും, നിരാശയുടെയും,

യാഥാസ്ഥിതികതയുടെയും അർത്ഥമുണ്ടെന്ന് 1995 ൽ നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേയിൽ അഭിപ്രായം ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. 30 നും 18 നുമിടക്കുള്ള ശതമാനങ്ങളിൽ ഈ അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. വയസ്സ്, പ്രാദേശികത, ലിംഗപദവി എന്നീ കാര്യങ്ങൾ നിറുത്ത തീരുമാനിക്കുന്നതിന് പ്രേരണ നൽകുന്നുവെങ്കിലും അങ്ങനെ ലളിതമായി വിശദീകരിക്കാൻ പ്രയാസമേറിയ ഒരു പ്രതിഭാസമാണ് നിറം (ചശ്യൂമാ ജൂറിയ; 2007: ജ. 264).

ഒരു നിറം കമ്പോളത്തിൽ വ്യാപകമാകും വരെ നോക്കിയിരിക്കുന്നവർ, ക്ലാസിക് നിറങ്ങളായ നീല തുടങ്ങിയവയിൽ മാത്രം താല്പര്യമുള്ളവർ, പുതുതായവർ നിറങ്ങൾ തേടിപ്പിടിക്കുന്നവർ ഇങ്ങനെ മൂന്നുതരം ഉപഭോക്താക്കളെ വിപണി നിർവ്വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. കമ്പോളത്തിൽ ഒരു നിറം പരക്കും വരെ നോക്കിയിരിക്കുന്നവരെയാണ് പൊതുധാരയിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളായി കണക്കാക്കിയിരിക്കുന്നത്. ക്ലാസിക് പക്ഷത്തുള്ളവർ ഫാഷൻ നിറങ്ങളോട് ആഭിമുഖ്യമുള്ളവരായിരിക്കുകയില്ല. ഇത്തരം സംഗതികൾ വിലയിരുത്തിക്കൊണ്ടാണ് വസ്ത്രങ്ങളിലെ നിറങ്ങൾ തീരുമാനിക്കുന്നത്. നിറത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഫാഷൻ മാറുന്നത് സാധാരണയായി ഓരോ രണ്ടുവർഷത്തിലൊരിക്കലാണ് കണക്കാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

നിറത്തെപ്പറ്റി പരിശോധിക്കുമ്പോൾ പെയിന്റ്, മോട്ടോർ വാഹനങ്ങൾ, മറ്റു വ്യവസായങ്ങൾ ഇവയിൽ നിന്നാണ് ട്രെന്റ് ഉണ്ടാകുന്നതെന്ന അഭിപ്രായമുണ്ട്. എവിടെ നിന്നാണ് നിറത്തിന്റെ ഫാഷൻ ഉദ്ഭവിക്കുന്നതെന്നതിന്, സ്ത്രീകളുടെ ഫാഷനുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുവന്ന ഉത്തരമാണ് ഏറ്റവും പുതിയതായി കണ്ടെത്തിയിരിക്കുന്നത്. സാമൂഹികം, സാമ്പത്തികം, രാഷ്ട്രീയം തുടങ്ങിയ രംഗങ്ങളെ പഠിച്ചശേഷമാണ് നിറത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ തീരുമാനങ്ങളുണ്ടാകുന്നതെന്നു മനസ്സിലാക്കുന്നു. ഫാഷൻ മാസികകൾ, പത്രങ്ങൾ, ഫാഷൻഷോകൾ, സിനിമകൾ, ടെലിവിഷൻഷോ, ഷോപ്പിങ് ഫെസ്റ്റിവലുകൾ ഇത്തരം കാര്യങ്ങളെയും കാര്യമായി പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്. “എല്ലാവർഷവും പാരിസിൽ വെച്ച് നിറത്തിന്റെ പ്രവചനക്കാർക്കുവേണ്ടി പ്രീമിയർ വിഷൻ എന്ന പേരിൽ അന്തർദ്ദേശീയ ടെക്സ്റ്റിൽ ഫെയർ നടത്താറുണ്ട്. ഡിസൈനർമാരും വ്യാപാരികളും മോഡലുകളുമൊക്കെ ചേർന്ന ലോക വസ്ത്രവ്യാപാരത്തിന്റെ ഒരു നടമുറിയാണ് അവിടെ അരങ്ങേറാറുള്ളത്. നിറത്തിന്റെ മൂല്യം, ഊഷ്മാവ്, സംസ്കാരം, പാരമ്പര്യം എന്നിവകളിൽ ഉപഭോക്താവിന്റെ താല്പര്യങ്ങൾ അവിടെ

വിനിമയം ചെയ്യുകയും ഒരു നിശ്ചിത വസ്ത്രത്തിന്റെ വരവ് പോകുന്ന വർണ്ണമൂല്യം തീരുമാനിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.” (ചശ്യാമാ ജാതിരസ്യ; 2007: ജജ. 265, 267) ലോകത്ത് എല്ലായിടത്തും ഒരേ തരത്തിലുള്ള ചടങ്ങിന് ഒരു നിറമെന്ന തരത്തിൽ തീരുമാനിക്കാൻ പോലും വിഷമമില്ലാത്ത ഒരു അവസ്ഥയിലൂടെയാണ് നാം കടന്നു പോകുന്നത്. ഈ സന്ദർഭത്തിൽ കേരളത്തിലെ ജനങ്ങൾ വസ്ത്രത്തിന്റെ നിറത്തെ എങ്ങനെയാക്കേണ്ടതാണ് വീക്ഷിക്കുന്നതെന്ന് നോക്കാവുന്നതാണ്.

കേരളത്തിലെ 24 വിവിധ കുട്ടായ്മകളുടെ സ്റ്റിൽ ഫോട്ടോകളെ വിശകലനം ചെയ്തതിൽ 212 സ്ത്രീകൾ ചുവപ്പിലും 135 സ്ത്രീകൾ നീലയിലും 97 പേർ വെള്ളയിലും (അതിൽ 90% പേരും പ്രായമേറിയ സ്ത്രീകളായിരുന്നു) 34 പേർ മഞ്ഞയിലും 30 പേർ പച്ചയിലും 17 പേർ തവിട്ടു നിറത്തിലുള്ളതും 16 സ്ത്രീകൾ റോസിലും 3 പേർ വയലറ്റിലും ഉള്ള വസ്ത്രങ്ങളാണ് ധരിച്ചിരുന്നത്. പുരുഷന്മാരിൽ 62 പേർ വെള്ളയിലും 16 പേർ ചുവപ്പിലും 5 പേർ നീലനിറത്തിലും ഉള്ള ഷർട്ടുകളാണ് ധരിച്ചിരുന്നത് (പ്രായമേറിയവർ 60% ഉണ്ട്) (അനു. 4).

കേരളത്തിലെ വിവിധ ജില്ലകളിൽ നിന്നായി 208 പേരെ ഉൾക്കൊള്ളിച്ച് നടത്തിയ സർവ്വേയിൽ 23 പേർ ചുവപ്പും 26 പേർ വെള്ളയും 17 പേർ നീലയും 14 പേർ പച്ചയും 14 പേർ കറുപ്പും ഇളംനിറങ്ങൾ 12 പേരും 11 പേർ മെറുണ്ണും 11 പേർ കടുംനിറങ്ങളും 7 പേർ മഞ്ഞയും 6 പേർ ആകാശനീലയും 6 പേർ വയലറ്റും 6 പേർ പിങ്കും 4 പേർ റോസും 2 പേർ വീതം ഓറഞ്ചും ക്രീമും 2 പേർ കാപ്പിപ്പൊടിയും 1 ആൾ ഗ്രേയും 1 ആൾ പീച്ചുമാണ് ഇഷ്ടനിറങ്ങളായി തിരഞ്ഞെടുത്തത്. 43 പേർ അഭിപ്രായം പറഞ്ഞില്ല. സർവ്വേയിൽ പങ്കെടുത്ത 130 സ്ത്രീകളുടെയും 35 പുരുഷന്മാരുടെയും അഭിപ്രായമാണ് കൊടുത്തിട്ടുള്ളത് (അനു. 2; ശശഭ).

ചുവപ്പിനോടോ അതിനോടടുത്തു നിൽക്കുന്ന മെറുൺ, റോസ്, വയലറ്റ് എന്നീ നിറങ്ങളോടാണ് കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളിൽ അധികം പേർക്കും താല്പര്യമെന്നാണ് സർവ്വേകളിൽ കാണുന്നത്. തൊട്ടടുത്തു നിൽക്കുന്നത് നീലയും മഞ്ഞയും പച്ചയും നിറങ്ങളാണ്. പ്രായമേറിയവർ വെള്ളയോ ഇളംനിറങ്ങളോ ആണ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്.

കേരളത്തിന്റെ പല ഭാഗങ്ങളിലെ ടെക്സ്റ്റൈലുകളിൽ നിന്നും ശേഖരിച്ച വിവരങ്ങളും മുകളിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്ന അഭിപ്രായങ്ങളെ സാധൂകരി

ക്കുന്നു. ഗ്രാമങ്ങളിലെ 12 ടെക്സ്റ്റയിലുകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ച വിവരമനുസരിച്ച് ചെറുപ്പക്കാർ പൊതുവേ കടുംനിറങ്ങളെയും മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരും വെള്ളയെയും, ഇളം നിറങ്ങളെയുമാണ് ആഗ്രഹിക്കുന്നതെന്നാണ് മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. പട്ടണങ്ങളിലുള്ള 11 ടെക്സ്റ്റയിലുകളിൽ 9 എണ്ണത്തിൽ നിന്നും ചെറുപ്പക്കാർ കടുംനിറങ്ങളെ സ്വീകരിക്കുന്നവെനുള്ള അഭിപ്രായമാണ് ലഭിച്ചത്. മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരും വെള്ളയോ പല നിറങ്ങളുടേയും ഇളം നിറങ്ങളോ ആണ് സ്വീകരിക്കുന്നതെന്ന് അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ഒറ്റനിറത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കുന്നവരിലധികവും യുവാക്കളാണ് (അനു. 2; ശശള). സ്ത്രീകൾ പൊതുവേ പശ്ചാത്തല വർണത്തിനു മീതെ മറ്റു നിറങ്ങളോ ഡിസൈനുകളോ ഉള്ള വസ്ത്രങ്ങളാണ് സ്വീകരിക്കുന്നത്. പ്ലെയിൻ സാരികളെന്ന് തോന്നുന്നവയിൽ പോലും വളരെ സൂക്ഷ്മമായ വരകളും സീക്വൻസുകളും കണ്ടുവരാറുണ്ട്. കടും ചുവപ്പ് ഒറ്റനിറമായുള്ള വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നവർ വളരെ ചുരുക്കമാണ്.

പട്ടണങ്ങളിലെ നാലിൽ മൂന്ന് തയ്യൽക്കടകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ച വിവരമനുസരിച്ച് ചെറുപ്പക്കാർ കടുംനിറങ്ങളോടു താല്പര്യം കാണിക്കുന്നു എന്ന കണക്കാണ് ലഭിച്ചത്. ഒരു തയ്യൽക്കട നടത്തിപ്പുകാരൻ തിളക്കമുള്ള വസ്ത്രങ്ങളിൽ ചെറുപ്പക്കാർക്ക് താല്പര്യമുണ്ടെന്നു പറഞ്ഞു. മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരും ഇളം നിറങ്ങളിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളാണിഷ്ടപ്പെടുന്നതെന്നുള്ള വിവരം നഗരങ്ങളിലെ 4 തയ്യൽക്കടകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ചു.

ഗ്രാമങ്ങളിലെ 7 ൽ 7 തയ്യൽക്കടകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ച വിവരമനുസരിച്ച്, ചെറുപ്പക്കാർ കടുംനിറങ്ങളാണ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതെന്നും, മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരും ഇളം നിറങ്ങളെ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നെന്നും മനസ്സിലാക്കാം. വസ്ത്രവ്യാപാരശാലകളിൽ നിന്നും തയ്യൽക്കടകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ച വിവരങ്ങൾ പ്രത്യേകമൊരു നിറത്തെ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ളതായിരുന്നില്ല. 2007-2008 വർഷത്തിൽ പിസ്ത നിറം സ്ത്രീകളുടെ ഇടയിൽ ട്രെന്റായി നിന്നെന്നുള്ള വിവരം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ശ്).

കടും നിറങ്ങൾ ചെറുപ്പക്കാരും ഇളംനിറങ്ങൾ വൃദ്ധരും ഉപയോഗിക്കുന്നവെന്നാണ് തോട്ടടയിലെ ഫാഷൻ ടെക്നോളജി ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടിലെ ഫാക്കൽറ്റിയിൽപെട്ടവർ പറഞ്ഞത്. മാത്രമല്ല, വസ്ത്രങ്ങളുടെ നിറങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച് ഇപ്പോൾ ലോകത്തു മുഴുവൻ വ്യാപിക്കുന്ന തരത്തിൽ ട്രെന്റ പ്രവചിക്കുന്നുണ്ടെന്നും അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ഇപ്പോൾ ഇത്തരം പ്രവചനങ്ങൾ വേഗം തന്നെ വ്യാപിക്കുന്നുണ്ടെന്നും ആവേദകർ അറിയിച്ചു. പ്രവചനങ്ങൾ

നങ്ങൾ മിക്കവാറും 2 കൈപ്പം മുമ്പുതന്നെ മാധ്യമങ്ങൾ വഴി ആളുകളിലെ അതിക്കുകയാണ്. ക്രമേണ, അത് കേരളത്തിലെയും പട്ടണം, ഗ്രാമം എന്നു മുറുക്ക് എല്ലായിടത്തും വ്യാപിക്കും. കുമാരീകുമാരന്മാരാണ് ഇത്തരം പ്രവചനങ്ങളിൽ ഏറ്റവും കൗതുകമുള്ളവരെന്നാണ് അവർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടത് (അനു. 1; 1). ഒരു ജനതയുടെ നിറഞ്ഞക്കുറിച്ചുള്ള ലോകവീക്ഷണത്തെ പ്പോലും കീഴ്മേൽ മറിക്കാനുള്ള ശ്രമം നടക്കുന്നുവെന്നാണ് ഇതിൽ നിന്നും മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. “ഒരു കൂട്ടായ്മ വസ്തു / വസ്തുതയെ തിരിച്ചറിയുന്നത് അതിന്റെ വസ്തുനിഷ്ഠതയിലൂടെയല്ല, ധർമ്മത്തിലൂടെയാണ് (പത്രനാട്; 2003: ജ. 112). ഈ കാഴ്ചപ്പാടിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് കേരളീയരുടെ വസ്തുതങ്ങളുടെ വർണ്ണനാധാരണ മനസ്സിലാക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നത്” (ഡോ.രാഘവൻ പത്രനാട് ; 2003: ജ. 112).

ഫാഷൻമേഖലയിൽ **ദീർഘകാലമായി**

ഗവേഷണത്തിലേർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന നിരൂപമ പുനീറിന്റെ എമരവശീ ലെരവീഹീശ്യ വീരമ്യ മിറ വീവീപ്പിം എന്ന പുസ്തകത്തിലെ ആശയങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെയാണ് ഡിസൈൻ, രീതിശാസ്ത്രം, ശരീരാകൃതി, രൂപം, അനുപാതം, തുല്യത എന്നീ ഭാഗങ്ങൾ തയ്യാറാക്കിയത്.

ഡിസൈൻ

ഡിസൈനിങ്ങിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഇനം വരകളാണ്. നേർരേഖകളും വക്രരേഖകളുമുണ്ട്. നേർരേഖകൾ ലംബം, തിരശ്ചീനം, വികർണ്ണം ഇങ്ങനെ പലതരത്തിലുണ്ട്. വക്രരേഖകൾ പൂർണ്ണ ചന്ദ്രാകൃതിയിലും വൃത്തരൂപത്തിലുമാണ് കാണപ്പെടുന്നത്. സ്ത്രീകളുടെയും പുരുഷന്മാരുടെയും വസ്ത്രങ്ങളിൽ പല പ്രകാരത്തിലുള്ള രേഖകൾ വിനിയോഗിക്കുന്നു. ചില രേഖകൾ വസ്ത്രത്തിന്റെ ശരീരഭാഗത്തും ചില രേഖകൾ വസ്ത്രാഗ്രങ്ങളിലുമാണുപയോഗിക്കുന്നത് (അനു. 5; 5).

ഊജുരേഖ

ഊജുരേഖകൾ എല്ലാത്തരം വളവുകളെയും ഒഴിവാക്കിയ തരത്തിലുള്ളതാണ്. പ്ലീറ്റ്, പാനൽ, തുടങ്ങിയ പലതരം പാറ്റേണുകൾ തീർക്കാനാണ് സാധാരണ ഗതിയിൽ ഈ രേഖകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത്. ശക്തി, വ്യക്തത, പൗരൂഷം, മാന്യത, തീർച്ച എന്നീ ഗുണങ്ങൾ ഈ വരകൾക്കുണ്ട്. പെൺകുട്ടികൾക്കുള്ള ഫ്രോക്കിലും പാവടയിലും ആണുങ്ങളുടെ ഷർട്ടിലും ഇത്തരം രേഖകൾ ഉപയോഗിച്ചുവരുന്നു (അനു. 5; 29).

ലംബരേഖ

ഉയരവും മെലിവും ഈ രേഖയുടെ ധർമ്മമാണ്. ഷർട്ടിന്റെ മുൻവശം, പുറകുവശം, കൈയില്ലാത്ത ഉടുപ്പ്, ഡാർട്ട്, പ്ലീറ്റ്, എന്നിവയ്ക്കാണ് ലംബ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഇത് വളരെ സാധാരണമായി കേരളീയ വസ്ത്രങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നതായി ലഭ്യമായ വിവരങ്ങൾ തെളിയിക്കുന്നു. ഉയരം തോന്നിപ്പിക്കാൻ ഈ രേഖകൾ സഹായിക്കുമെന്ന കാര്യം ഫാഷൻ മേഖലയിലെ വിദഗ്ധർ പറഞ്ഞിട്ടുണ്ട് (അനു. 5; 22).

തിരശ്ചീന രേഖ (അനു. 3; 18മ)

ശരീരത്തിന്റെ പ്രകൃത്യായുള്ള അവസ്ഥയെ മാറ്റി ചെറുതാക്കാനും വിശാലമാക്കാനും ഈ രേഖകൾ കൊണ്ടു കഴിയും. ശാന്തതയും മാന്യതയും ആശ്വാസവും തോന്നിപ്പിക്കാൻ തിരശ്ചീന രേഖകൾക്കാവും. കഴുത്തിലെ രേഖകൾ, തോളിലെ പാഡുകൾ, വീതിയുള്ള കോളറുകൾ ഇവയൊക്കെ തിരശ്ചീന രേഖകളുടെ സഹായത്തോടെ തീർക്കാനാകും. ഷർട്ടിന്റെ കോളറിലും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഭാഗങ്ങളിലും നിരവധി മാറ്റം വരുത്താൻ ഈ രേഖകൾ ഉതകുന്നുണ്ടെന്ന് തയ്യൽക്കടകളിൽ നിന്നുള്ള ലഭിച്ച വിവരങ്ങളിലുണ്ട്. ഉയരക്കൂടുതലുള്ളവരെ ചെറുതാക്കിയും കനമുള്ളവരാക്കിയും കാണിക്കാനാകുമെന്നും തൂണിക്കടക്കാർ/ഫാഷൻമേഖല വിദഗ്ധർ വിവരം തന്നിട്ടുണ്ട് (അനു. 3; 10, 11).

വികർണ്ണരേഖ (അനു. 3; 6)

ഈ രേഖകൾ എത്രമാത്രം ലംബമാകുമോ അത്രമാത്രം മെലിവ് തോന്നിപ്പിക്കും. തിരശ്ചീനമാകുന്നതോറും വണ്ണം കൂടിയതായുള്ള അനുഭവമുണ്ടാകും. നാടകീയതയും അസ്വസ്ഥതയും നിശ്ചയമില്ലായ്മയും തോന്നിപ്പിക്കാനാകുമെന്നത് ഈ രേഖകളുടെ പ്രത്യേകതകളാണ്. ഡ കഴുത്തുള്ള ഉടുപ്പുകൾ വികർണ്ണരേഖകളുടെ സഹായത്തോടെ നിർമ്മിക്കുന്നു. ബ്ലൗസ്, ഫ്രോക്ക് എന്നീ വസ്ത്രങ്ങളിലാണ് ഈ രേഖ ധാരാളമായി ഉപയോഗിക്കുന്നതെന്ന് ലഭ്യമായ ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. ഫ്രോക്കിന്റെ സ്റ്റീവിനും ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

വളഞ്ഞുപുളഞ്ഞ രേഖകൾ (അനു. 3; 7)

ഇവ ആകൃതിയെ വലുതാക്കി കാണിക്കും. ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കുന്ന തരത്തിൽ ഈ രേഖകളെ ഉപയോഗിക്കാം. ഗൗരവമല്ലാത്ത പ്രകൃതം, കുറ്റ

ബോധം എന്നിവയുണ്ടെന്നു വരുത്താൻ ഈ രേഖകൾക്ക് കഴിവുണ്ട്. വസ്ത്രങ്ങളുടെ അറ്റം, ഫ്ലീറ്റുകൾ എന്നിവ തീർക്കാൻ ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പുതിയതരം ഫ്രോക്കുകളുടെ അടിയറ്റം അവിടവിടെ കയറിയുമിറങ്ങിയുമുള്ള തരത്തിൽ വിന്യസിക്കാൻ ഈ രേഖകളാണ് പ്രയോജനപ്പെടുന്നത്.

പരിവൃത്തി രേഖ (അനു. 5; 1)

ഇത് ഒന്നിടവിട്ട് തീർക്കുന്ന രേഖകളാണ്. ആകർഷണീയത, സ്വാധീനം, അക്രമസ്വഭാവം എന്നിവ ഈ വരകളുടെ പ്രത്യേകതയെ കുറിക്കുന്നു. ചലനം, വേഗത, സംശയം, ആകാംഷ എന്നീ ഗുണങ്ങൾ ഈ രേഖകൾക്കുണ്ട്. ചെക്ക്, പാറ്റേൺ, സീമുകൾ എന്നിവ തീർക്കാൻ ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പുരുഷന്മാരുടെ ഷർട്ടിൽ ചെക്ക് രീതിയിലും പെൺകുട്ടികളുടെ സ്കർട്ടിലും ഇത്തരം രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. തെയ്യത്തിലെ ഉടുത്തുകെട്ടിനെ അനുസ്മരിപ്പിക്കുന്ന പാറ്റേണുകൾ സ്കർട്ടിൽ തീർക്കാൻ ഈ രേഖ സഹായിക്കുന്നു.

കുറുകെ കടക്കുന്ന രേഖ (അനു. 3; 62ര)

വിപരീത സ്വഭാവമുള്ളതിനാൽ പരസ്പരം ഛേദിക്കുന്ന ബിന്ദുവിലേക്ക് കേന്ദ്രീകരിപ്പിക്കാനാകുന്ന പ്രത്യേകത ഈ രേഖകൾക്കുണ്ട്. സ്കർട്ട്, ബോഡീസ് ഇവയുടെ നാടകൾക്കും സീമുകൾ, സ്ലിപ്പുകൾ എന്നിവയുടെ രൂപപരമായ ആവശ്യത്തിനും ഈ രേഖ പ്രയോജനപ്പെടുത്താറുണ്ട്. ഫ്രോക്കുകൾ, സ്കർട്ടുകൾ, ഷർട്ടുകൾ എന്നിവ ഇത്തരം രേഖ ഉപയോഗിച്ച് ആകർഷണീയമാക്കാറുണ്ട്.

കേന്ദ്രീകൃത രേഖ (അനു. 3; 17)

നിർദ്ദേശ സ്വഭാവമുള്ള ഈ രേഖകൾ ഭാരം, യൗവനം എന്നീ ഗുണങ്ങളുമായിച്ചേർന്നിരിക്കുന്നു. കോളർ, കൈലേസ്, പ്ലീറ്റുകൾ എന്നിവക്ക് ഈ രേഖ ഉപയോഗിക്കുന്നു. സ്ത്രീകളുടെ മാറിടത്തിന്റെ മുഴുപ്പ് പ്രദർശിപ്പിക്കാൻ ഇത്തരം രേഖകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു. ഇവ ശ്രദ്ധയെ ഒരു ബിന്ദുവിലേക്കെത്തിക്കാൻ പര്യാപ്തമാണ്.

പൂർണ്ണമായി വളഞ്ഞ രേഖ (അനു. 5; 3)

മെലിഞ്ഞ പ്രകൃതക്കാരുടെ വസീത്രങ്ങൾക്ക് പറ്റിയ രേഖയാണ് ഇത്. ശരീരത്തിന്റെ വളവിനും പൂജവിനും ഇത് ഊന്നൽ കൊടുക്കുന്നു. ചലനാത്മകത, ശാക്തീകത, സ്ത്രൈതം എന്നീ ഗുണങ്ങൾ ഈ രേഖയ്ക്കുണ്ട്. ചുരിദാറിലും ഘോഷിലും ഇത്തരം രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

നേരിയ വളഞ്ഞരേഖ (അനു. 3; 18)

ഇവ വളരെ മൃദുവായി ശരീരത്തിന്റെ വളവിനെ തൊട്ടുകാണിച്ചു പോകുന്ന തരത്തിലാണ് ഇതിന്റെ ഘടന. നിശ്ചലാവസ്ഥ, സ്ത്രൈതം, നേർമ്മ, യൗവനം എന്നീ പ്രത്യേകതകൾ ഈ രേഖകൾക്കൊണ്ടു സൃഷ്ടിക്കാനാകും. മൃദുലമായ വസീത്രങ്ങൾ, വസീത്രാഗ്രങ്ങൾ എന്നിവക്ക് ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ചുരിദാറിലും ഘോഷിലും മോടികൂട്ടാൻ ഈ രേഖകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്താറുണ്ട്.

വിരുദ്ധരേഖകൾ (അനു. 5; 1)

ഈ രേഖകൾ വളരെ സന്തോഷകരമായ ചലനത്തെ കുറിക്കുന്നു. കൃത്യമായ കാഴ്ചയുടെ കേന്ദ്രീകരണത്തിനുള്ള സാധ്യത ഇവ തീർക്കുന്നുണ്ട്. ഈ രേഖകൾക്ക് സ്ത്രൈതതയുമായാണ് കൂടുതൽ ബന്ധം. പാനൽചൈൻ, പാറ്റേണുകൾ, വസീത്രത്തിന്റെ അഗ്രഭാഗങ്ങൾ എന്നിവ തീർക്കാൻ വിരുദ്ധ രേഖകളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്താറുണ്ട്. പെൺകുട്ടികളുടെ വസീത്രങ്ങളുടെ അടിഭാഗങ്ങൾ മോടി പിടിപ്പിക്കാനുള്ള, ആവർത്തന സ്വഭാവത്തിലുള്ള ചില നിർമ്മിതികൾക്കാണ് ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

സർപ്പിളരേഖ (അനു. 5; 2)

സർപ്പിള രേഖ ആകർഷണീയത സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഇത്, സ്വാഭാവികവും നിരന്തരവും സ്ത്രൈതവുമാണ്. പ്രതലത്തിലെ ചില പാറ്റേണുകൾ തീർക്കാനാണ് ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ചുരിദാറിലും മിഡിയിലും മൊക്കെ ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

നേർത്തരേഖകൾ (അനു. 3; 1മ)

നേർത്ത രേഖകൾ കാഴ്ചയുടെ സാധ്യത നൽകുന്നു. ലഘുഭാരത്തിന്റെയും പുറകോട്ടു വലിയുന്നതിന്റെയും തോന്നലുണ്ടാകുന്നു. ജാഘ്രത,

ശാന്തത, ദൗർബല്യം, ചമ്മൽ എന്നീ ഗുണങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നു. പെൺകുട്ടികളുടെ വസീത്രങ്ങളിലെ നിർദ്ദിഷ്ട ഭാഗങ്ങളുടെ അഗ്രങ്ങൾ കൂട്ടിത്തയ്ക്കുമ്പോഴും, വസീത്രാഗ്രം മോടിപിടിപ്പിക്കുമ്പോഴും ഈ രേഖകൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നു.

കനമുള്ള രേഖകൾ (അനു. 5; 4)

ഈ രേഖകൾ വിന്യസിക്കുമ്പോൾ കനക്കൂടുതലുള്ളതായും കാഴ്ചയിൽ മുന്നോട്ടുതള്ളി നിൽക്കുന്നതായും തോന്നിക്കും, അകർഷണീയവുമായിരിക്കും. പൗരൂഷം, ശക്തി, അത്മവിശ്വാസം എന്നീ ഗുണങ്ങൾ ഈ രേഖകൾക്കുണ്ട്. ശരീരവടിവിനെ പ്രദർശിപ്പിക്കാൻ ഈ രേഖകൾ പര്യാപ്തമാണ്.

സമവർത്തിതരേഖകൾ (അനു. 5; 1)

വളരെ സുതാര്യവും എന്നാൽ നിശ്ചയവും കൃത്യതയും തരുന്നതുമായ രേഖകളാണ് സമവർത്തിത രേഖകൾ. പ്ലീറ്റുകളും പാറ്റേണുകളും തീർക്കാനുപയോഗിക്കുന്നു. വസീത്രത്തിലെ പലതരത്തിലുള്ള അലങ്കാര പ്രയോഗത്തിനാണ് ഈ രേഖകൾ അധികമായും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത്.

അസമവർത്തിത രേഖകൾ (അനു. 3; 5)

അസമവർത്തിത രേഖകൾ പുറത്തോട്ട് ഉന്തിനിൽക്കുന്ന പ്രതീതിയുണ്ടാക്കുന്നു. ഇവ, അവ്യക്തതയും അനിശ്ചിത സ്വഭാവവും പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നു. സീമകളും വസീത്രാഗ്രങ്ങളും തീർക്കാനും ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

തരംഗരേഖകൾ (അനു. 5; 8)

പെൺകുട്ടികളുടെ സ്കർട്ട്, ഫ്രോക്ക്, ചുരിദാർ, മിഡി തുടങ്ങിയ വസീത്രങ്ങളുടെ അടിഭാഗം തിരമാലയുടെ തരത്തിൽ തീർക്കുവാനായി ഈ രേഖ ഉപയോഗിക്കുന്നു. സ്മൈതലതയും, വിധേയത്വവും ഈ രേഖകളുടെ പ്രത്യേകതകളാണ്.

നീണ്ടരേഖകൾ (അനു. 3; 59)

നീളം, വീതി എന്നീ കാര്യങ്ങളെ നീണ്ട രേഖകൾ കൃത്യമായി നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. നൈരന്തര്യമായതും സ്വതന്ത്രമായൊഴുകുന്നതുമായ രീതിയാണ്

ഇതിനുള്ളത്. വസീത്രാഗ്രം, വസീത്രത്തിന്റെ തുറപ്പുകൾ എന്നിവ നിർമ്മിക്കാനും ഷർട്ടിന്റെയും ബ്ലൗസിന്റെയുമൊക്കെ അഗ്രഭാഗത്തും തുറപ്പുഭാഗത്തും അലങ്കാരം വരുത്താനും ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ലൂക്കി കൾക്ക് ഇത്തരം രേഖകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്.

ചെറുരേഖകൾ (അനു. 3; 21)

ചെറുരേഖകൾക്ക് പ്രതലത്തെ തരംതിരിക്കുകയും അത്തരത്തിൽ താല്പര്യം ജനിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന സ്വഭാവമുണ്ട്. ഈ രേഖകൾ ശേഷിയും ഒപ്പം ഇരുളവും തോന്നിപ്പിക്കുന്നു. ഡാർട്ടുകളും മറ്റും തീർക്കാൻ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു. ഷർട്ടിലും ഫ്രോക്കിലും ചെറുതരം കോളങ്ങൾ തീർക്കാൻ ഈ രേഖ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

മുറിഞ്ഞരേഖകൾ (അനു. 3; 3)

ഇതിന് താളാത്മകമായ രീതിയും ആകർഷണീയതയും നൽകാനാകും. ഇത് ഇടപെടൽ, അനിശ്ചിതം, യാദൃശ്ചികം എന്നീ ഗുണങ്ങൾ വ്യക്തമാക്കുന്നു. പാറ്റേണുകളുടെ നിർമ്മിതിക്ക് ഇവ ഉപയോഗിച്ചുവരുന്നു. ഫ്രോക്കിലും ചുരിദാറിലുമൊക്കെ പൂർത്തിയാകാത്ത തരങ്ങളിൽ കൂഞ്ഞു രേഖകൾ തീർത്ത് ഒരു പ്രത്യേക കാഴ്ച സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഇവ കോണുകളിൽ മൃദുപ്രതീതി ഉളവാക്കുന്നു. വൈകാരികത, സ്മരണത, പ്രലോഭനം എന്നീ ഗുണങ്ങളുണ്ട്. മുറിഞ്ഞ രേഖകൾ, പാവായുടെ പാനൽരേഖകൾ, പാറ്റേണുകൾ എന്നിവ ഉണ്ടാക്കാനുപയോഗിക്കുന്നു. റിയാലിറ്റി ഷോകൾ, പാർട്ടികൾ എന്നീ വേളകളിൽ ധരിക്കാനുള്ള ഫ്രോക്കുകൾ, സ്കർട്ടുകൾ ഇവ മോടിയാക്കാൻ ഈ രേഖകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

സാധാരണ രേഖകൾ വസീത്രത്തിന്റെ പുറംഭാഗത്തുള്ള അതിരഗ്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. പക്ഷേ സ്റ്റൈൽരേഖകൾ വസീത്രത്തിന്റെ പ്രതലഭാഗത്തെ തരംതിരിക്കാനാണ് പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത്. കാഴ്ചയെ കേന്ദ്രീകരിപ്പിക്കുക, പ്രതീതികൾ സൃഷ്ടിക്കുക, ശരീരാകൃതിയിലിടപെടുക എന്നീ ധർമ്മങ്ങൾ രേഖകൾ മുഖാന്തിരം നിർവഹിക്കാനാകും. ശരീരത്തിന്റെ കുറവുകൾ മറച്ച് ആകർഷണീയമാക്കാൻ ഉപകരിക്കുന്ന രേഖകൾ, വസീത്രങ്ങളുടെ മാറ്റുകൂട്ടാനും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. രേഖകൾ പലപ്പോഴും നേരിട്ട് രേഖപ്പെടുത്തിയതായിരിക്കണമെന്നില്ല. എംബ്രോയിഡറിവർക്കുകൊണ്ട് ലംബം, വർത്തുളം, തരംഗം, സർപ്പിളം, നേർത്തത്, കട്ടിയുള്ളത് എന്നിങ്ങനെ രേഖാസമാനമായ അവസ്ഥ സൃഷ്ടിച്ചു കാണുന്നു

ണ്ട്. സിംഗിളുടെ വസീത്രങ്ങളിലാണ് എംബോയിഡറി വർക്കുകൊണ്ടുള്ള നിർമ്മിതികൾ ധാരാളമായി കണ്ടു വരാറുള്ളത്.

വസീത്രത്തിന്റെ ശൈലി / രീതിശാസ്ത്രം :

ഒരു ഡിസൈൻ തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ അതിന്റെ ശൈലിയെ സംബന്ധിച്ച തീരുമാനം വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും നൽകുന്ന കാഴ്ചയെ വളരെയധികം സ്വാധീനിക്കുന്നു. പലതരം ശൈലികളുടെ ചേരുവ ഒരു വസീത്രത്തിന് യോജിച്ചെന്നുവരാം. കാലാവസ്ഥ, സന്ദർഭം, അഭിരുചി ഇവകൾക്കനുസരിച്ച് ശൈലിക്ക് മാറ്റം സംഭവിക്കാവുന്നതാണ്. പാർട്ടിവെയറുകൾക്ക് പ്രത്യേകതരം വസീത്രങ്ങളാണ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്.

വസീത്രത്തിൽ ശൈലീപരമായ ഇടപെടലുകൾ കൊണ്ട് പ്രത്യേക പ്രതീതികൾ ഉണ്ടാക്കാനാകും. ശരീരാകൃതിയെ പരിപോഷിപ്പിക്കാനും സന്തുലനം സൃഷ്ടിക്കാനും വസീത്രത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന ശൈലി കൊണ്ട് കഴിയും. ഫാഷന്റെ ലോകത്ത് വിവിധശൈലികൾ മാറ്റങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ടേ ഇരിക്കുകയാണ്. കൂനുള്ള ആളിന് അയാളുടെ ശരീര ശാസ്ത്രപ്രകാരം അളവെടുത്തു തയ്ക്കേണ്ടതാണെന്നും വളരെ സൂക്ഷ്മമായ ശരീരവൈകല്യങ്ങളും ചലനശൈലികളും നിരീക്ഷിച്ച് തുണിവെട്ടിത്തയ്ക്കുകയാണ് പതിവെന്നും തയ്യാൽക്കാർ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു (അനു. 1; ശ്).

നേർത്തവരകൾ കൊണ്ടു തീർത്ത ശൈലിയിൽ പാന്സും, ഇറുകിയ സ്കർട്ടും, നിക്കറുമൊക്കെ തീർക്കാറുണ്ട്. ശരീരവും വസീത്രവും തമ്മിൽ തീരെ അകലം കുറയ്ക്കുന്ന തരത്തിലാണ് ഈ ശൈലിയിലെ വസീത്രം പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ബിസിനസ്സ്യൂട്ടുകൾക്ക് ഈ ശൈലിയാണ് ഇണങ്ങുന്നത്. ഉയരത്തിന്റെ പ്രതീതി ഈ രീതിയിൽ തീർത്ത വസീത്രം കൊണ്ട് വളരെ എളുപ്പം സൃഷ്ടിക്കാനാകും. പ്രൊഫഷണൽ കോഴ്സുകൾക്കു പഠിക്കുന്നവരും പ്രൊഫഷണൽ എക്സിക്യൂട്ടീവുകളും സെയിൽസ് റെപ്രസന്റേറ്റീവുകളുമൊക്കെ ഇത്തരം സ്യൂട്ടാണ് ധരിക്കുന്നത്.

മൃദുരീതിയിലുള്ള ശൈലിയിലാണ് ഗൗണുകൾ, ജാക്കറ്റുകൾ, ബർമുഡുകൾ, ടോപ്പുകൾ എന്നിവ തീർക്കുന്നത്. വളരെ ശാന്തവും പൂർണ്ണമായ വിന്യാസവും ഉള്ള രീതിയാണ് ഈ ശൈലിയിലുള്ള വസീത്രങ്ങൾക്കുള്ളതെന്നു കാണാം. തീർത്തും സ്വതന്ത്രമായ രീതിയിൽ വസീത്രങ്ങൾ തൂന്നുന്ന ശൈലിയാണിത്. ശരീരത്തിൽ ഇറുകിപ്പിടിക്കാതെ കിടക്കുമെന്നുള്ളത്

പ്രത്യേകതയാണ്. നൈറ്റി, ഹൗസുകോട്ട്, പൈജാമ എന്നിവ ഈ രീതിയിലാണ് നിർമ്മിക്കുന്നത്.

തോൾവശം കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ഒരു പ്രത്യേക ശൈലിയിലെ വസ്ത്ര നിർമ്മിതി നിർദ്ദിഷ്ട ബോഡീസിന്റെ വിസ്തൃതി കൂട്ടി അതിന് പൗരൂഷ സ്പർശം നൽകുകയും നിതംബപ്രദേശം താരതമ്യേന ഇടുങ്ങിയതാക്കി അതിർക്കുകയും ചെയ്യും. ഇവ, ഉയരക്കൂടുതലും യൗവനവും തോന്നിപ്പിക്കും. സ്ത്രീക്ക് പൗരൂഷഗുണങ്ങൾ ചേർക്കാൻ ഈ ശൈലിയിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ ഉപകരിക്കുന്നതാണ്. കോട്ട്, ജാക്കറ്റ് എന്നിവ ഇത്തരം ശൈലിയിലാണ് തീർക്കാറുള്ളത്. ചുരിദാർ ടോപ്പും, നൈറ്റിയും ഈ ശൈലിയിൽ തയ്ച്ചിടാറുണ്ട്. ചെറുപ്പക്കാരികളാണ് ഇത്തരം വസ്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതെന്ന് ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു (അനു. 5; 3).

മാറിടം പൂർണ്ണതയിലും നിതംബം വിസ്തൃതിയിലും കാണിക്കുന്ന ശൈലിയിലുള്ള വസ്ത്രനിർമ്മാണമുണ്ട്. ഇത് സ്ത്രീകളുടെ വസ്ത്രം നിർമ്മിക്കാനാണ് പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത്. ഇടുങ്ങിയ അരയോട് നിതംബവും മാറിടവും അന്തരപ്പെടുമ്പോൾ അവ കൂടുതൽ വിസ്തൃതമായി തോന്നിക്കും. പണ്ട് അരക്കെട്ട് കൂടുതൽ ഇടുങ്ങിയതാക്കാൻ വേണ്ടി, ഇറുകിയ തരത്തിൽ തയ്ച്ചിടുവിക്കുന്നതു മൂലം സ്ത്രീകൾ മോഹാലസ്യപ്പെട്ടുവീഴാറുണ്ടായിരുന്നെന്നുപോലും രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു (ജ്വീറശ്വ; 2007: ജ. 262). നിശ്ചിതമായ സ്ത്രൈണരൂപമാതൃകയിലുള്ള ശൈലിയായതിനാൽ ഇതിന് ഫാഷൻ ചരിത്രത്തോളം പാരമ്പര്യമുണ്ട്. യുവതികൾ സ്കർട്ടും, ഫ്രോക്കും ഈ ശൈലിയിൽ തയ്ച്ചിച്ചു വരുന്നു. കേരളത്തിലും ഇത്തരം വസ്ത്രപാഠങ്ങൾ നിലവിലുണ്ട്. കൗമാരപായം മുതൽക്കാണ് ഇത്തരം കാര്യങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധകൂടി വരുന്നതെന്നും അഭിപ്രായമുണ്ട്.

പലതരം പരമാവധി വസ്ത്രങ്ങളുടെ കൂട്ടുചേർത്ത ശൈലിയിലുള്ള വസ്ത്രനിർമ്മാണരീതിയുണ്ട്. ഒരു തവണ അനേകം നിര വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കുന്നതിന് ആവശ്യമായ സമ്പ്രദായമാണിത്. പരമാവധി രൂപപരത സൃഷ്ടിക്കാനാണ് ഈ ശൈലി സ്വീകരിക്കുന്നതെന്നു കാണാം. ശീതകാലത്താണ് ഇത്തരം വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിച്ചു കാണുന്നത്. ശാരീരിക വൈകല്യം മറയ്ക്കാൻ ഈ വസ്ത്രരീതി ഉപകരിക്കും. പൊക്കം കൂടിയ സ്ത്രീകൾക്ക് ഈ ശൈലി നന്നായി ഇണങ്ങും. ഈ വസ്ത്രത്തിന്റെ എല്ലാ രീതികളോടും കൂടി കേരളത്തിൽ ധരിച്ചുകാണാറില്ല. പക്ഷേ, അനേകം തട്ടുകൾ ഒരു വസ്ത്രത്തിൽ തീർത്തുള്ള രീതി കാണാറുണ്ട്. വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ ധരി

ക്കുന്നതിനുള്ള വസ്ത്രം നിർമ്മിക്കാൻ ഈ രീതി സ്വീകരിക്കുന്നു. ഈ ശൈലിയിൽ ചുരിദാർ, ഫ്രോക്ക് തുടങ്ങിയവ നിർമ്മിക്കുമ്പോൾ, മുകളിൽ വളരെ പ്ലെയിനായ തുണിയും അടിയിൽ ആകർഷണീയമായ രേഖകളുമായുള്ള രീതിയാണ് സ്വീകരിക്കാറുള്ളത്. ആഡംബരത്വം സൂചിപ്പിക്കാനാണ് ഇത്തരം വസ്ത്രധാരണരീതി സ്വീകരിക്കുന്നത്.

ശരീരാകൃതിയും രൂപവും

ശരീരാകൃതിയും രൂപവും പല തരത്തിലുണ്ട്. ജീവശാസ്ത്രപരമായ അവയവഘടനയോടു കൂടിയ രൂപങ്ങളും കൃത്യമായ അതിർരേഖാ രീതിയൊന്നുമില്ലാത്ത രൂപങ്ങളുമുണ്ട്. ജ്യോമിതീയമായ മറ്റൊരു രൂപമുണ്ട്. ജ്യോമിതീയ പ്രകാരമുള്ളവ സമചതുരം, വൃത്തം, സ്തൂപിക, കോണുകൾ ഇത്തരത്തിൽ നിശ്ചിതരൂപമുള്ളവയാണ്. ഇത്തരം രൂപങ്ങളെ മൊത്തത്തിൽ പരിഗണിച്ചു വേണം വസ്ത്രത്തിന്റെ ഡിസൈനും മറ്റു ഘടനയും നിർണ്ണയിക്കേണ്ടതാണ്.

ജീവശാസ്ത്രപരമായ അവയവഘടനാരൂപമുള്ളവരിൽ തന്നെ ചെറിയ ശരീരം, മെല്ലിച്ച ശരീരം, പൊക്കമുള്ള ശരീരം, വലിയ ശരീരം എന്നിങ്ങനെ പല രൂപത്തിലുള്ളവരുണ്ട്. ഇവർക്ക് അനുയോജ്യമായ തരത്തിൽ വസ്ത്രങ്ങൾ ഡിസൈൻ ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. അത്തരം ബോധം ഉപഭോക്താക്കൾക്കുണ്ടെന്നും ഇല്ലാത്തവർക്ക് സൂചന നൽകുമെന്നും വസ്ത്രവ്യാപാരശാലകളിൽ നിന്നും വിവരം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ശശ).

അനുപാതവും തുല്യതയും

വസ്ത്രത്തിന് മൊത്തത്തിൽ ഒരു രൂപഘടനയും വ്യത്യസ്തമായ അവയവഘടനകളുമുണ്ട്. ഇവ തമ്മിലുള്ള അനുപാതം കൃത്യമായിരിക്കണം. സന്ദർഭവും സ്ഥിതിയുമനുസരിച്ചുള്ള വിലയിരുത്തലുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വേണം അനുപാതം തീരുമാനിക്കേണ്ടത്. കൃത്യമായ അനുപാതത്തിൽ തീർത്ത ചില ക്ലാസിക് വസ്ത്ര പാഠങ്ങൾ അനേകം വർഷങ്ങൾ നിലനിന്നിട്ടുണ്ട്. അനുപാതം വസ്ത്രനിർമ്മാണത്തിന് പ്രധാനമെന്ന് പ്രസിദ്ധ ഡിസൈനർ ഹബ്ബാജ് ഹസ്സൻ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ശശ).

ശരീരത്തിന്റെ ആകൃതിക്കു തുല്യമായ ഭാഗങ്ങൾ മിക്കവാറും വസ്ത്രങ്ങൾക്കുണ്ട്. കൈ, കഴുത്ത് എന്നിങ്ങനെ ശരീരത്തിലെ അവയവങ്ങളുടെ

പേരുതന്നെ വസീത്രത്തിനും ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ലക്ഷണമൊത്ത ശരീരാകൃതി പോലെ പരസ്പര പുരകമായ തരത്തിലായിരിക്കണം വസീത്രത്തിന്റെ ഡിസൈൻ തയ്യാറാക്കേണ്ടത്.

വസീത്രങ്ങളിൽ രേഖകൾ തീർക്കുമ്പോൾ മധ്യഭാഗത്തുള്ള രേഖയുടെ ഇരുവശത്തുമുള്ള നിറം, രൂപം, വരകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ആകർഷണീയത, എന്നീ കാര്യങ്ങൾ തുല്യമായി വിന്യസിച്ചിരിക്കണം. കാഴ്ചയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന സന്തുലനാവസ്ഥ പ്രധാനമാണ്. തുല്യത സമാന രീതിയിലോ അസമാന രീതിയിലോ ആയിരിക്കാം. മധ്യരേഖകൾ പലപ്പോഴും സാങ്കല്പികമായിരിക്കും. വസീത്രം തയ്ക്കുമ്പോൾ അനുപാതം നോക്കാറുണ്ടെന്നാണ് തയ്യാർക്കടക്കാർ പറയുന്നത്. തുണി വെട്ടുന്നിടത്താണ് കൂടുതൽ ശ്രദ്ധവേണ്ടതെന്നും അവർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. സമാനരീതിയിലാണെങ്കിൽ രണ്ടുവശത്തും തുല്യ അളവുഭാരമായിരിക്കും ഉണ്ടായിരിക്കുന്നത്. ഏതു വസ്തുക്കളായിരുന്നാലും രണ്ടുവശത്തുമുള്ളവ തുല്യമായി വിന്യസിച്ചിരിക്കണം.

അതുല്യമായ ഭാരത്തിലുള്ളതോ വ്യത്യസ്ത ഡിസൈനുകളിലുള്ളതോ ആയ വസീത്രങ്ങളെ വ്യത്യസ്ത അകലങ്ങളിൽ വിന്യസിച്ചു സന്തുലനാവസ്ഥ ഇല്ലാതാക്കുന്ന രീതിയാണ് അസമമാന രീതിക്കുള്ളത്. വസീത്രത്തിന്റെ ഡിസൈൻ, ശൈലി, എന്നീ കാര്യങ്ങൾ മനുഷ്യന്റെ ശരീരഘടനയെ ശാസ്ത്രീയമായ വിശകലനം ചെയ്തിട്ടാണ് തീരുമാനിക്കുന്നത്. ശരീരത്തിലെ കുറവുകളെ മൂടിവെച്ചു സുന്ദരവും ആകർഷണീയവുമാക്കിത്തീർക്കുകയാണ് വസീത്രത്തിന്റെ ധർമ്മമെന്ന നിർവ്വചനം ഇവിടെ പ്രസക്തമാകുന്നു.

പരസ്യം വസീത്രം വസീത്രധാരണം

മത്സരാധിഷ്ഠിതമാണ് നമ്മുടെ സമൂഹം. വിപണിയുടെ മേഖലയിൽ ഇപ്പോൾ കടുത്ത മത്സരമാണ്. അപ്പോൾ സാധനസാമഗ്രികളുടെ വിറ്റഴിക്കലിന് പരസ്യം അത്യന്താപേക്ഷിതമായിത്തീരുന്നു. പത്രമാസികകളും റേഡിയോവുമായിരുന്നു 1980 - കൾ വരെ നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ പ്രധാന പരസ്യമാധ്യമങ്ങൾ. കാഴ്ചയുടെ മാധ്യമങ്ങൾ വന്നതോടെ പരസ്യത്തിന്റെ അളവിലും രീതിയിലും വമ്പിച്ച മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിച്ചു. “2002 വർഷത്തിൽ ഇൻഷുറൻസ് മേഖലയിൽ മാത്രം 250 കോടി രൂപയുടെ പരസ്യം ഉണ്ടായെന്നാണ് കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്.” (അശിമവെ ചമ്യൂഹമ; 2003: ജ. 3). ഇന്ന് പരസ്യം ഒരു വ്യവസായമായി വികസിച്ചു കഴിഞ്ഞു. വിപണനവു

മായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് പരസ്യ വ്യവസായം നിലനില്ക്കുന്നത്. ഉത്പന്നങ്ങൾ ഉൽപാദകനിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താവിലേക്കെത്തുന്ന പ്രക്രിയയെ വിപണനം എന്നു വിളിക്കാവുന്നതാണ്. ദിനപ്പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ, റേഡിയോ, ടി.വി., കമ്പ്യൂട്ടർ, പോസ്റ്റർ, ബ്രോഷർ, ബാനർ, നോട്ടീസ്, ചുവർപരസ്യം, ബോർഡുകൾ, സിനിമാസ്ക്രീൻ, പലതരം യാത്രാപാസുകൾ, ടിക്കറ്റുകൾ, വാഹനങ്ങൾ ഇങ്ങനെ പരസ്യങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കാൻ അനേകം മാധ്യമങ്ങൾ നിലവിലുണ്ട്. ഉൽപാദകൻ, ഇടത്തട്ടുകാരൻ, ഉപഭോക്താവ് ഈ മൂന്നുപേരിൽ യഥാർത്ഥ ഉൽപാദകൻ പലപ്പോഴും പരസ്യത്തിന്റെ ഗുണം വേണ്ടത്ര ലഭിക്കാത്ത ആളാകാനാണ് സാധ്യത. ഇടത്തട്ടുകാരിൽ, പലതരം ബ്രോക്കർമാർ, ഏജന്റുകൾ, കച്ചവടക്കാർ ഈ മൂന്നാളുകൾ ആണ് പരസ്യത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ ഗുണഭോക്താക്കൾ. ഉപഭോക്താവ് പരസ്യത്തിനാൽ ചൂഷണവിധേയനാകുന്ന ആളാണ്. ഗ്രാമത്തിലെ 12 വസീത്രവ്യാപാര ശാലകളിലും നഗരത്തിലെ 12 വസീത്രവ്യാപാരശാലകളിലും നടത്തിയ അഭിമുഖത്തിൽ നിന്നും, ഉപഭോക്താക്കളിൽ പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം ഗണ്യമായി ഉണ്ടെന്ന് തെളിഞ്ഞു. പ്രധാനമായും ടി.വി. യും സിനിമയുമാണ് ഉപഭോക്താക്കളെ സ്വാധീനിക്കുന്നത് (അനു. 2; ശശ്, ഓ). ജീവിതമൂല്യങ്ങളെ തമസ്കരിക്കാൻ പരസ്യങ്ങൾ കാരണമായിത്തീരാറുണ്ട്. ആയതിന് തെളിവായി താഴെപ്പറയുന്ന പഠനങ്ങൾ പരിഗണിക്കാവുന്നതാണ്.

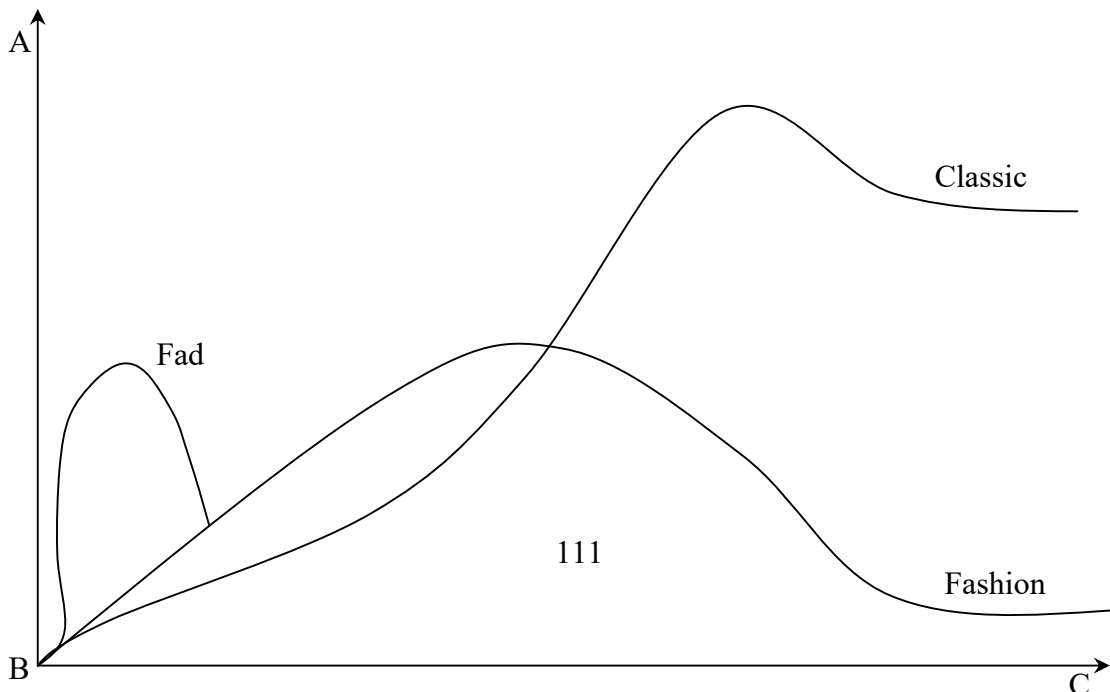
“1987 ൽ നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേയിൽ 24.2% പരസ്യങ്ങൾ വസീത്രങ്ങളെയും മറ്റു സൗന്ദര്യവർധക സാധനങ്ങളെയും കുറിച്ചുള്ളവയായിരുന്നു. പുതിയ ഉപഭോഗശീലംകൊണ്ട് തന്റെ പദവിയുടെ ചിഹ്നം നന്നായി അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുമെന്നു ധരിക്കുന്നവർപോലുമുണ്ട്. പാരമ്പര്യത്തിന്റെ ഭാഗമായി നിൽക്കുന്ന ഖാദി, കൈത്തറി തുടങ്ങിയ വസീത്ര മാതൃകകൾ നവീന വസീത്രങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പരസ്യങ്ങളോട് പിടിച്ചു നിൽക്കാനാകാതെ പുറന്തള്ളപ്പെട്ടുപോകുന്നു. വൻതുകയ്ക്ക് പരസ്യം നൽകി, പാരമ്പര്യത്തെ നിലനിർത്താൻ ഖാദിയുടെ വിപണിക്കു കഴിയുന്നില്ല. ഒരു ‘കൊതി വിപ്ലവം’ തന്നെ പരസ്യത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കൊണ്ടു സംഭവിച്ചിരിക്കുന്നുവെന്ന് മനസ്സിലാക്കണം” (ജെ.വി.വിളനിലം, 2005: പു. 2135, 221).

കേരളത്തിലെ ഉപഭോക്താക്കളുടെയിടയിൽ നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേയിൽ 50% സ്ത്രീകളും 60% പുരുഷന്മാരും വസീത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം ശക്തമാണെന്ന് അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. 60% സ്ത്രീകളും 55% പുരുഷന്മാരും ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളുടെ സ്വാധീനം കാര്യമായുണ്ടെന്നു രേഖപ്പെടുത്തി. കേരളത്തിലെ വിവിധ നഗരങ്ങളിലെയും ഗ്രാമങ്ങളിലെയും 22 വസീത്രവ്യാപാര ശാലകളുടെ നടത്തിപ്പുകാരും 11 തയ്യൽക്കടകളിലെ ജീവനക്കാരും തോട്ടുടയിലെ ഫാഷൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടിലുള്ള 4 ഫാക്കൽറ്റി അംഗ

ങ്ങളും ഒരു ഡിസൈനറും ഒരു വസ്ത്ര വിതരണക്കാരനും വിപണിയെ നിയന്ത്രിക്കുന്നതിൽ പരസ്യത്തിന് മുഖ്യസ്ഥാനമുണ്ടെന്ന് അഭിപ്രായപ്പെട്ടു (അനു. 2; ശശശ).

ഒരു വസ്തുവിനെ അതിനു കല്പിച്ചിട്ടുള്ള പ്രാഥമികാവശ്യത്തിൽ നിന്നുടർത്തിയെടുത്ത് മറ്റൊരു സാംസ്കാരിക തലത്തിലേക്കുയർത്തി പുതിയൊരു വിപണനമൂല്യം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുമ്പോഴാണ് അതിന് ഒരു ചരക്കെന്ന തരത്തിലുള്ള പ്രാധാന്യം കൈവരുന്നത്. വസ്ത്രം സാധാരണഗതിയിൽ മാനം മറയ്ക്കുന്നതിനുള്ള ഉപാധിയാണ്. ആ നിലയ്ക്ക് പരിഗണിക്കുകയാണെങ്കിൽ വസ്ത്രമെന്ന വസ്തുവിന്റെ വിപണനമൂല്യം താഴെ തട്ടിലാണ്. അത് ശരീരം അലങ്കരിക്കാനുള്ളതാണെന്നും മറ്റുള്ളവരെ ആകർഷിക്കാനുള്ളതാണെന്നുമുള്ള ബോധം സൃഷ്ടിച്ച് ഒരു പുതിയ കച്ചവട വസ്തുവായി അവതരിപ്പിക്കുമ്പോഴാണ് അതിന് വിപണിയിൽ വമ്പിച്ച സാധ്യതകൾ കൈവരുന്നത്. അത്തരമൊരു സാധ്യതാസൃഷ്ടി പരസ്യത്തിലൂടെ കൈവരിക്കുകയാണ്. ഫാഡ് (എമറ), ഫാഷൻ, ക്ലാസിക് എന്നീ ഘടകങ്ങൾ കാലത്തിന്റെ തലത്തിൽ വസ്ത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു നിൽക്കുന്ന അവസ്ഥകളാണ്.

ഒരിടത്തു നിന്ന് ഉദ്ഭവിക്കുകയും മൂന്നുവഴിയായി പിരിയുകയും ചെയ്യുന്ന രീതിയാണ് ഇവകൾക്കുള്ളത്. ഏറ്റവും അല്പകാലമാണ് ഫാഡിനുള്ളത്. പക്ഷേ ഇത് തുടക്കത്തിൽ കുത്തനെ ഉയരുകയും കുറച്ചു കാലത്തിനുള്ളിൽ ഫാഷൻ എന്ന അവസ്ഥയിൽ ലീനമാവുകയും ചെയ്യും. ഫാഷൻ ഫാഡിനെ അപേക്ഷിച്ച് കാലദൈർഘ്യം കൂടുതലുണ്ട്. എന്നാൽ, വളർച്ച കുത്തനെ സംഭവിക്കുന്നതല്ല. ക്ലാസിക് ചെറിയതോതിൽ പൊങ്ങിയും താണും ഉയർന്നതോതിൽ എത്തിപ്പോകുന്ന സ്വഭാവം കാണിക്കുന്നതാണ് (ചിത്രം 1) (ബ്രൗൺ 1988: 598).



ചിത്രം 1

ഫാഷൻ എന്നത് സദാചാരവിരുദ്ധമായ സംഗതിയെന്ന വിചാരത്തെ ഒരു പരിധിവരെ ഇല്ലാതാക്കാനും പരസ്യത്തിന്റെ ഇടപെടലിനു കഴിഞ്ഞു. ഫാഷൻ മാറ്റമാണെന്നും മാറ്റം അനിവാര്യമാണെന്നുമുള്ള അറിവ് ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിലും പരന്നിട്ടുണ്ട്.

വസ്ത്രം വ്യക്തിമഹത്വത്തിന്റെ ഭാഗമായി അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടു. സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിർദ്ദേശം മൂലമോ കീഴ്വഴക്കം മുഖേനയോ മാന്യതയുടെ സൂചകമായ വസ്ത്രധാരണ രീതികൾ വന്നു കഴിഞ്ഞു. നഴ്സറിയിൽ പഠിക്കുന്ന കാലം മുതലേ മാന്യതയുടെ ചിഹ്നമായി വസ്ത്രം മനസ്സിൽ കടന്നുവരുകയാണ്. ഇത്തരമൊരു ചിഹ്നവൽക്കരണത്തിന് പരസ്യത്തിന്റെ ശക്തമായ ഇടപെടൽ സഹായിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ജനങ്ങൾ മറക്കാത്ത വിധത്തിൽ ഒരു പരസ്യ മുദ്രയുണ്ടാക്കുക എന്നത് ശ്രമകരമായ കൃത്യമാണ്. അത്തരത്തിൽ മായാത്തമുദ്രയായിത്തീർന്നപ്പിറ്റേവർഷത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട് എന്ന സങ്കല്പനം കേരളത്തിന്റെ ഏറ്റവും ക്രിയാത്മകമായ വിപണന തന്ത്രത്തെക്കുറിക്കുന്ന മുദ്രാവാക്യമായി അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടു കഴിഞ്ഞു. “ആയുർവേദം, ജലഗതാഗതം, പച്ചപ്പ്, കുന്നുകൾ, വന്യമൃഗസംരക്ഷണകേന്ദ്രം ഇതെല്ലാം കൂടി പുതുമയാർന്നതും ലോകം മുഴുവൻ ശ്രദ്ധിക്കുന്നതുമായ, ഈയൊരു വിശേഷണത്തിനോടൊപ്പം ചേർന്നപ്പോൾ കേരളത്തിന്റെ വിപണിയെ സജീവമാക്കാൻ കഴിഞ്ഞു” (അശ്വിമവെ ചമ്യഹമ; 2003; ജ. 60). ഇത്തരത്തിലുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ മെനഞ്ഞെടുക്കുവാൻ വസ്ത്ര വ്യാപാരശാലകളും സ്ഥാപനങ്ങളും ശ്രമിക്കുന്നുണ്ട്. ‘ഡെയ്സി ഡീ’ എന്ന ബ്രാൻഡിന്റെ പരസ്യം ഇത്തരമൊരു തന്ത്രത്തിന് ഉദാഹരണമാണ്. രണ്ടു പെൺകുട്ടികൾ ഭരതനാട്യമുദ്രയുമായി നിൽക്കുന്നു. പുറകെ നിൽക്കുന്നയാൾ സാൽവാർ കമ്മീസ് ഇട്ടിട്ടാണ്. മറ്റേയാൾ ബ്രാ മാത്രം ധരിച്ചിട്ടുണ്ട്. “ഇന്ത്യയുടെ ദേശീയ വസ്ത്രത്തിന് മാച്ചായി ഇപ്പോൾ ഒരു ബ്രാ അവതരിച്ചിരിക്കുന്നു” എന്ന മുദ്രാവാക്യം താഴെയുണ്ട്. തൊട്ടുതാഴെ “സാൽവാർ കമ്മീസ് ബ്രാ” എന്ന ശൃതിയിട്ടുണ്ട്. ചെറിയ അക്ഷരത്തിൽ വസ്ത്രത്തിന്റെ വിശേഷണങ്ങളുണ്ട്. അതിനുതാഴെ 85 രൂപയിൽ തുടങ്ങി വ്യത്യസ്ത സ്റ്റൈലുകളിൽ ഡെയ്സി ഡീ എന്ന ബ്രാകൾ ധാരാളമായി തരപ്പെടുത്തിത്തരുന്നു എന്നുണ്ട്. ഒരേ പെൺകുട്ടിയുടെ വ്യത്യസ്ത റോളുകളാണ് പരസ്യത്തിലുള്ളത് (അനു. 5; 24).

ഇന്ത്യയുടെ ദേശീയവസ്ത്രം സാൽവാർ കമ്മീസാണെന്ന് പ്രഖ്യാപിച്ചിരിക്കുകയാണ് ഈ പരസ്യത്തിലൂടെ. ദേശീയത, ദേശീയഗാനം, ദേശസന്ദേഹം ഇങ്ങനെയുള്ള ചിന്തകളാണ് പ്രേക്ഷക മനസ്സിൽ ഇതോടൊപ്പം എത്തുന്നത്. ദേശീയതയ്ക്കൊപ്പം വയ്ക്കാവുന്ന വസ്ത്രത്തിനിണങ്ങുന്ന ബ്രാ ഇതുവരെ ഇന്ത്യയിലിറങ്ങിയിട്ടില്ല എന്നാണ് സന്ദേശം. ആദ്യത്തെ 'ദേശീയബ്രാ' എന്ന തരത്തിലാണ് പരസ്യം ജനങ്ങളുടെ മനസ്സിൽ കയറുന്നത്. മുദ്രകളുടെ വിന്യാസവും രണ്ടു ശരീരങ്ങളുടെയും വിടവിൽ സൂഷ്മി കുന്ന രൂപവും കണ്ണുകളും ചുണ്ടുകളും വഹിക്കുന്ന ഭാവവും തീർത്തും ആകർഷണീയമാണ്. പുരുഷനെയാണ് പ്രധാനമായി ഈ പരസ്യം സംബോധന ചെയ്യുന്നത്. അത്തരത്തിൽ വിപണിയിലെ ചരക്ക് ഉപഭോക്താവിന്റെ ഉള്ളിൽ സ്ഥാനം പിടിക്കുന്നു.

ഡി.എച്ച്. ബ്രാന്റ് ഷർട്ടിന്റെ പരസ്യം ശ്രദ്ധേയമാണ്. അഞ്ചു പുരുഷന്മാരും ഒരു സ്ത്രീയും ചെറിയൊരു തടാകത്തിന്റെ കരയിൽ ധ്യാനത്തിലിരിക്കുന്നു. ഡി. എച്ച്.ന്റെ ഫുൾകൈ ഷർട്ടാണ് എല്ലാവരും ധരിച്ചിരിക്കുന്നത്. എല്ലാം ചെക്ക് ഷർട്ടുകളാണ്. ആത്മാന്വേഷണം എന്നാണ് മുദ്രാവാക്യം. ഡി.എച്ച്. മുദ്രയുടെ താഴെ 'നിങ്ങളുടെ വ്യക്തിത്വത്തെ ധരിക്കൂ' എന്നൊരു ആഹ്വാനമുണ്ട്. ആത്മീയതയുടെ തലത്തിൽ ശാന്തി അന്വേഷിക്കുന്ന സ്ത്രീ പുരുഷൻമാർപോലും ഈ വസ്ത്രമാണ് ധരിക്കേണ്ടതെന്നും എന്തിനാണ് കാഷായമെന്നും പുതിയകാലത്ത് ഡി.എച്ച്. ബ്രാന്റ് കുപ്പായത്തിലൂടെ ആത്മീയതയെ തേടാമെന്നും വളരെ ദാർശനികമായി ഉദ്ബോധിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലാണ് പരസ്യം ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നത് (അനു. 5; 35).

മുകളിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്ന മൂന്നു പരസ്യങ്ങളും ഇന്ത്യയുടെ ദേശീയതയെയും ദർശനത്തെയും ബന്ധപ്പെടുത്തി തയ്യാറാക്കിയതാണ്. പാരമ്പര്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം ഏറിയോ കുറഞ്ഞോ എല്ലാ മനുഷ്യരിലും ഉള്ളതാണ്. അതിനെ ഭംഗിയാംവണ്ണം ഉപയോഗിച്ച് ആളുകളെ ആകർഷിക്കാനുള്ള ശ്രമമാണ് ഇവിടെ നടത്തിയത്. അടിവസ്ത്രവും ദേശീയതയുമായി കോർത്തിണക്കി ഒരു പ്രത്യേക അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിച്ച് കമ്പോളത്തിലെ പ്രിയതയുള്ള വസ്ത്രമാക്കി മാറ്റാനുള്ള ശ്രമമാണ് ആദ്യത്തെ പരസ്യം സീകരിച്ചത്. എല്ലാ പരസ്യങ്ങളും രൂപാന്തരത്തിന്റെ ആശയവും പറയുന്നുണ്ട്. അവരുടെ ഉല്പന്നങ്ങൾ നമ്മുടെ ജീവിതത്തെ ഉത്തമമാക്കും എന്ന തരത്തിലാണ് പറയുന്നത്. നാമൊരിക്കലും അനുഭവിച്ചിട്ടില്ലാത്ത ഒരാശയലോകം വാഗ്ദാനം ചെയ്യുക എന്നത് ഏതൊരു പരസ്യത്തിന്റെയും മുഖമുഖം

ദ്രവ്യമായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു. ജനിച്ചനാൾ മുതൽ നാം ആഗ്രഹവും കുറവും പേറി ജീവിക്കുകയാണ്. നഷ്ടപ്പെട്ട പൂർണ്ണത കൈവരിക്കാനാകും എന്നൊരു പ്രതീക്ഷയുണ്ട്. അത്തരമൊരു മാനസികാവസ്ഥയാണ് നമ്മെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നത്. ഈയൊരു അവസ്ഥതന്നെയാണ്, പരസ്യത്തെ നമ്മുടെ ആഗ്രഹങ്ങളോട് നിർബന്ധപൂർവ്വം സംവദിക്കാൻ അവസരം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന്റെ പിന്നിലെ ചാലക ശക്തിയും. “പരസ്യങ്ങൾ നിരന്തരം നമ്മുടെ അഹം ഉണർത്തുന്ന, പൂർണ്ണത തേടുന്ന ആശയങ്ങളുടെ ഭ്രമാത്മകലോകം പുനഃസൃഷ്ടിക്കുന്നു. കൂടാതെ കുട്ടിക്കാലത്തേക്കുള്ള തിരിച്ചുപോക്കിനെ (ഗൃഹാതുരത്വത്തെ) താലോലിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു” (ബ്രദുഗ്ലേം ട്രൂസലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യൂണോളജി; 2001: ജ. 217).

‘ബേസിക്സ് ഷർട്ടി’ന്റെ പരസ്യം മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന പ്രസിദ്ധ മനശ്ശാസ്ത്രജ്ഞനായ ലകാന്റെ ആശയത്തെ സാധൂകരിക്കുന്നു. ഷർട്ടിന്റെ കഴുത്തിനുള്ളിൽ മൂന്നു കോഴിക്കുഞ്ഞുങ്ങൾ. ഷർട്ടിന്റെ നിറം ചുവപ്പ്. കോഴിക്കുഞ്ഞുങ്ങളുടെ നിറം മഞ്ഞ. ഷർട്ട് ചെറിയൊരു കുടുപോലുണ്ട്. “തുവൽസ്പർശത്തോടെ” എന്ന മുദ്രാവാക്യം ചേർത്തിരിക്കുന്നു. ഈ ചിത്രവും മുദ്രാവാക്യവും നിറത്തിന്റെ ചേരുവകളും തീർച്ചയായും ബാല്യത്തിലേക്കും അമ്മയിലേക്കും അത്തരം പരിസരങ്ങളിലേക്കും നമ്മെ എത്തിക്കും. “ബേസിക്സ് നിങ്ങളുടേതാകൂ” എന്ന ആഹ്വാനം കൂടിയുണ്ട്. കോട്ടന്റെ മഹത്വമെല്ലാം പറഞ്ഞിട്ട്, “മുന്നോട്ടുപോകു തുവൽസ്പർശമറിയൂ” എന്നുകൂടി ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട് (അനു. 5; 36). ഈ പരസ്യത്തിലെ എല്ലാ ബിംബങ്ങളും വാത്സല്യത്തിന്റെ കുളിർമയുണർത്തുന്നവയാണ്. പരസ്യത്തെ ഒരു പ്രത്യേക അനുഭവമാക്കിത്തീർക്കാനുള്ള ശ്രമമാണ് ഇവിടെ നടത്തയിരിക്കുന്നത്.

ജോക്കി എന്ന അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ പരസ്യങ്ങൾ പരിശോധിക്കാവുന്നതാണ് (അനു. 5; 9). ഒരു യുവാവ് ജോക്കി ജട്ടിയും ബനിയനും മാത്രം ഇട്ടുകൊണ്ട്, കിടക്കയിൽ കാലുകൾ പുറകോട്ടുമാടിക്കി വെച്ച്, ഇടതു കൈയിലെ പാത്രത്തിൽ നിന്ന് ആഹാരം കഴിക്കുന്നു. കഴിക്കുന്നതിന്റെ അംശങ്ങൾ ബനിയനിലും മുഖത്തും കാലിലും കിടക്കയിലും വീണുകിടപ്പുണ്ട്. ‘ശ്രദ്ധയില്ലാത്ത ആൾ, അലസൻ, മണ്ടൻ, ഒരിക്കലും തിരുത്താത്ത ശ്രദ്ധക്കുറവുള്ളവൻ, കഴിക്കുന്നത് താഴേക്ക് വീഴുന്നതിൽ ആശ്വാസം കണ്ടെത്തുന്നകുട്ടി. പക്ഷേ നിന്നെ ഇതൊന്നും തടസ്സപ്പെടുത്തുന്നില്ല, ഇതൊന്നുമൊരു കുറ്റമേ

അല്ല. കളിയായിട്ടെടുത്താൽമതി.' ഇത്രയുമാണ് അടിക്കുറിപ്പായി ചേർത്തിട്ടുള്ളത്. ചിത്രത്തിന് കുറുകെ 'വെറുമൊരു കളി' എന്ന വാക്യം ചേർത്തിട്ടുണ്ട്. ഏറ്റവും മുകളിലായി 120 രാജ്യങ്ങളിൽ 133 വർഷങ്ങൾ എന്ന് ചെറുതായി ബാനർ രീതിയിൽ എഴുതിയിട്ടുണ്ട്. ജോക്കി അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ മറ്റൊരു പരസ്യം ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

പാറക്കെട്ടിനുതാഴെ വെള്ളത്തിൽ രണ്ട് ആൺപെൺ ജോടികൾ ഇരിക്കുന്നു. നാല് പേരും മുന്നിൽ അടിവസ്ത്രങ്ങൾ നിരത്തിപ്പിടിച്ച് നഗ്നത മറച്ചിട്ടുണ്ട്. അടിക്കുറിപ്പ്: "മാറ്റമുണ്ട്. അവിടെ നിങ്ങൾ അങ്ങനെയാണ് പറഞ്ഞിരിക്കാനിടയുള്ളത്, നിങ്ങളുടെ കിറുക്കുകളും സ്വാതന്ത്ര്യങ്ങളും ജാഡയില്ലായ്മയും അലക്ഷ്യഭാവവുമൊക്കെ ചേർന്നുള്ള സുരക്ഷിതത്വത്തിന്റെ ഒരു പ്രകടനം. ഞങ്ങളും നിങ്ങളുടെ ഒപ്പമുണ്ട്. മുന്നോട്ടുപോകൂ, പറച്ചിലിനെക്കൊണ്ടും എളുപ്പമാണ് പ്രവൃത്തി" എന്ന അടിക്കുറിപ്പും ചേർത്തിരിക്കുന്നു (അനു. 5; 14).

ആദ്യത്തെ പരസ്യത്തിൽ യുവാവിന്റെ കുട്ടിത്തവും അലസതയും മണ്ടത്തരവുമെല്ലാം പൊറുക്കുന്ന, സഹിക്കുന്ന അടിവസ്ത്രമാണ് ജോക്കി എന്നു വരുത്തിതീർത്തിരിക്കുന്നു, ഇത്രയും അശ്രദ്ധമായി ഉപയോഗിക്കുന്നതിനുപോലും പറ്റിയവസ്ത്രമാണ്. യുവാക്കളുടെ അലക്ഷ്യഭാവവും കടിഞ്ഞാണില്ലാത്ത പെരുമാറ്റവുമൊക്കെ ജോക്കി നൽകുന്ന സുരക്ഷിതത്വത്തിൽ ചേർത്തുവായിക്കാവുന്നതാണ്. പറയാനുള്ളപ്പോൾ പ്രവൃത്തിയാണു കഠിനം എന്ന പറച്ചിലിനെ മറിച്ചിട്ടിരിക്കുകയാണ്. അതായത്, പ്രവൃത്തിയാണെല്ലെന്ന് സ്ഥാപിച്ചിരിക്കുന്നു. യുവാക്കളുടെ നല്ലതും ചീത്തയുമായ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും ശക്തമായ പിന്തുണ നൽകുകയാണ്. യുവാക്കളുടെ നിരയെ ആകർഷിക്കാൻ പാകത്തിൽ അവരുടെ എല്ലാ കരുത്തക്കേടുകൾക്കും കൂട്ടുനിന്ന് അവരിലൊരാളായി സുരക്ഷ വാഗ്ദാനം ചെയ്തു നിൽക്കുന്ന ഒന്നായി ഈ അടിവസ്ത്രത്തെ ചിത്രീകരിച്ചിരിക്കുകയാണ്.

പുരുഷന്റെ അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ പരസ്യങ്ങളിൽ സ്ത്രീകളുടെ സാന്നിധ്യം ഏതെങ്കിലും തരത്തിൽ വരുകയാണു പതിവ് രീതി. മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച ഒരു പരസ്യത്തിൽ പുരുഷൻ മാത്രമേയുള്ളൂ. പുരുഷൻമാരുടെ ലൈംഗികതയെ സ്ത്രീയ്ക്ക് ആകർഷകമാകുന്ന തരത്തിൽ അവതരിപ്പിച്ച് ഒരു പുതിയ ലോകം തീർക്കാനുള്ള ശ്രമമാണ്. പുരുഷനും ചരക്കൊന്നെന്ന എറണാകുളത്തെ ഡിസൈനറായ ഹബ്ബാജ് ഹസ്സന്റെ അഭി

പ്രായം ഇവിടെ അർത്ഥവത്തായിത്തീരുന്നു. നോട്ടം സീതീയും പുരുഷനും നടത്തുന്നു. സീതീക്ക് ചില വിലക്കുകൾ ഉള്ളതുകാരണമാണ് അത് വെളിവാ കാത്തതെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു.

പുരുഷനെ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ഈ പരസ്യത്തിലെ പുരുഷന്മാർ അലസരാണ്, ഊർജ്ജസ്വലരേയല്ല. അടിക്കുറിപ്പിലും അതു വ്യക്തമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. പുരുഷനെവെച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങൾ പൊതുവേ ഊർജ്ജസ്വലതയെ കുറിക്കുന്നതായിരുന്നു. പുരുഷന്റെ ചിത്രീകരണം ഇപ്പോൾ ഒരു തരത്തിൽ സ്മൈതലതയിലേക്ക് വന്നതായി കാണാം. ഊർജ്ജസ്വലനായ പുരുഷൻ കാഴ്ചയെ പ്രതിരോധിക്കുന്നതോ കാഴ്ചയെ എതിരിടുന്നതോ ആയ സ്വഭാവത്തിലേക്കിത്, അലസനായ പുരുഷൻ കാഴ്ചയ്ക്ക് കീഴടങ്ങുന്ന അവസ്ഥയിലാണുള്ളത്. കാഴ്ചയെ രൂപീകരിക്കുന്ന പ്രക്രിയ വളരെ പ്രധാനമാണ്, പ്രത്യേകിച്ചും പരസ്യത്തിൽ. ഈ നൂറ്റാണ്ടിൽ പുരുഷന്റെ ഒരു സ്ഥാനവ്യതിയാനത്തിന്റെ സൂചനയെക്കുറിക്കുന്ന തരത്തിലാണ് പരസ്യം ആശയങ്ങളെ ഉൽപാദിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. വിധേയവസ്തുവെന്ന തരത്തിൽ പുരുഷന്റെ ഒരു നിലമാറ്റം (ഷിഫ്റ്റ്) ഈ പരസ്യത്തിൽ തോന്നിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. സീതീ, പണത്തിന്റെ കൈകാര്യ കർതൃത്വത്തിലേക്ക് വന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഇക്കാലത്ത് പുരുഷൻ അവൾക്ക് വിധേയനെന്നോണം തോന്നിപ്പിക്കേണ്ടത് കമ്പോളത്തിന്റെ ആവശ്യമാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ ഒരു വ്യാജലോകം സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. പുരുഷ കേന്ദ്രീകൃത സമൂഹത്തിൽ നിന്നുള്ള സ്ഥാനമാറ്റം സംഭവിച്ചിട്ടില്ല. പക്ഷേ, അത്തരമൊരു മാധ്യമ ലോകം സീതീയുടെ മുമ്പിൽ പ്രലോഭനമായി തുറന്നിടുകയാണ്. പൊതുസമൂഹത്തിൽ നിർണായക തീരുമാനമെടുക്കേണ്ട മിക്കവാറും എല്ലാ സന്ദർഭങ്ങളിലും പാരമ്പര്യമായിത്തന്നെ സീതീയെ ഒഴിച്ചുനിർത്തിയിരിക്കുകയാണ്. ഫ്യൂഡൽ കാലത്തു നിന്നും മുതലാളിത്തത്തിലേക്കും നവ മുതലാളിത്തത്തിലേക്കുമെല്ലാം സമൂഹം മാറിയെങ്കിലും പ്രത്യയശാസ്ത്രനിലകളിൽ മാറ്റം സംഭവിച്ചിട്ടില്ലാത്തതിനാലാണ് സീതീ പഴയസ്ഥാനത്തു തുടരുന്നത്. പക്ഷേ, ഉപരിപ്ലവമായി ചില കാര്യങ്ങൾ ചെയ്ത, സീതീയുടെ അസ്വസ്ഥതകളെ സമീകരിക്കണമെന്നുള്ള തന്ത്രത്തിന്റെ ഭാഗമായി രൂപപ്പെടുത്തേണ്ട ചില നിലപാടുകളെക്കുറിക്കുന്ന പരസ്യരീതികളാണ് മുകളിൽ കണ്ടത് (വാങ്ങൽപ്രക്രിയയെ 'വിപണന ചികിത്സ'യെന്നു വിശേഷിപ്പിച്ചതിന്റെ പിന്നിലെ ചേതോവികാരം വിപണി എങ്ങനെയാണ് സംസ്കാര മൂല്യങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ശക്തിയായി മാറിയെന്നതിന്റെ ഉദാഹരണമായി കണക്കാക്കാവുന്നതാണ്) (ബ്രദുശമേ ട്രൂസലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യേ

ണ്യുശഃവഃ; 2001: ജ. 193). ഇനി വിപണി ഒരു നിയന്താവായി മാറുന്നതിന്റെ പിന്നിലെ ദർശനത്തെ വിശദമായി പരിശോധിക്കുകയാണ്.

പരസ്യത്തിന്റെ പിന്നിലെ സങ്കല്പനങ്ങളുടെ മാർക്സിസ്റ്റ് വിശകലനത്തിൽ, വിപണനവസ്തുവിന്റെ വിഗ്രഹവൽക്കരണത്തെക്കുറിച്ച് പറയുന്നുണ്ട്. ഉല്പന്നത്തിന്റെ ശരിയായ അർത്ഥത്തെ ഒഴിവാക്കി പുതിയ അർത്ഥത്തെ നിറക്കുന്ന രീതിയുണ്ട്. ഒരു തരം അന്യവൽക്കരണമാണ് അവിടെ സംഭവിക്കുന്നത്. ഉല്പാദനപ്രക്രിയയിലും സമ്പൂർണ്ണ ഉല്പന്നത്തിലുമുള്ള അവകാശം യഥാർത്ഥ ഉല്പാദകനിൽ നിന്നും പഠിച്ചുമാറ്റിയിരിക്കുന്നു. ഉല്പാദകനായ തൊഴിലാളി, വ്യവസായ വർക്കരണകാലത്ത് ഉല്പന്നത്തിന്റെ നിർമ്മാണ പ്രക്രിയയിൽ ഒരു പ്രത്യേക കാര്യം മാത്രം ചെയ്യുന്ന തരത്തിലുള്ള ആളായി മാറ്റപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ഇത്തരം യന്ത്രവത്കൃത പ്രക്രിയയെയാണ് 'മോഡേൺ റ്റംസ്' എന്ന സിനിമയിലൂടെ ചാർളിചാപ്ലിൻ പരിഹസിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഒരു നട്ട് മാത്രം മുറുക്കുന്ന ജോലി ലഭിച്ച നായകൻ യന്ത്രസമാനമായ വേഗതയിൽ ഈ പ്രത്യേക ജോലി നിർവഹിക്കാൻ നിർബന്ധിക്കപ്പെടുകയാണ്. ഇതിനുസമാനമായ കൃത്യം ഇന്നും തുടരുന്നു. വസ്തുവിന്റെ വസ്തുതയെ മറച്ചുവെച്ച് അതിനെ മറ്റൊരു രൂപത്തിനുള്ളിൽ ഒളിപ്പിക്കുകയാണ് ചെയ്യുക. ഒരു 'ഡിസൈനർ ഷർട്ട്' അതിന്റെ പ്രക്രിയാ സന്ദർഭം വെളിപ്പെടുത്തുന്നില്ല. തുണൽ, ഫാക്ടറി, സംസ്കാരം തുടങ്ങി പ്രസ്തുത ഷർട്ടിന്റെ നിർമ്മാണക്രിയയിലിടപെട്ടു നിന്ന കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഉപഭോക്താവിന് യാതൊരുവിവരവും ലഭിക്കില്ല. ചില മുദ്രകളിലും പരസ്യബിംബങ്ങളിലും കുരുക്കി, അതിനെ യഥാർത്ഥ സന്ദർഭത്തിലും സാഹചര്യത്തിലും നിന്നടർത്തിമാറ്റി ഒരു പുതിയ സാംസ്കാരികാർത്ഥം ഉല്പാദിപ്പിച്ചെടുക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത് (ബ്രദർസ് മേ ട്രേഡിംഗ് മിറർ ഫലശമെ ഇമ്യൂണ്യുശഃവഃ; 2001: ജ. 198). മാത്രമല്ല ഓരോ പരസ്യവും വ്യക്തിയെയാണ് അഭിസംബോധന ചെയ്യുന്നത്. കാഴ്ചയുടെ സ്ഥാനങ്ങളെ ചില ചോദ്യങ്ങളിലൂടെ നിർമ്മിച്ച സ്ഥാപിച്ച്, ഒരു വ്യക്തിയോടോ വ്യക്തിക്കു ബാധകമാകുന്ന അവസ്ഥയോടോ ആണ് പരസ്യങ്ങൾ സംസാരിക്കുന്നത്. ഉപഭോക്താവിനെ പ്രത്യേകതകളുള്ളവനായും പരമോന്നത വ്യക്തിയുമായി തോന്നിപ്പിക്കുന്നു. കപടവ്യക്തിത്വ നിർമ്മിതിയുടെ ആശയമാണ് ഇവിടെ കാണാവുന്നത്. ഒരു പുത്തൻ ഉപഭോക്തൃ സംസ്കാരം പരസ്യത്തിലൂടെ ഉല്പാദിപ്പിക്കുകയാണ്.

കോസ്മോ പൊളിറ്റൻ മാസികയിൽ വന്ന സിംഗിളുടെ അടിവസ്ത്രങ്ങളുടെ രണ്ടു പരസ്യങ്ങൾ പുരുഷന്റെ ലൈംഗികോത്തേജനത്തിന് വഴിയൊരുക്കുന്നതാണ്. അവ താഴെ ചേർക്കുന്നു (അനു. 5; 13, 17).

ചുവന്ന നിറത്തിലുള്ള ബ്രായും പാന്റീസുമിട്ടു, തോണിയുടെ പ്രതീതി ജനിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിൽ നിൽക്കുന്ന സിംഗി. വലതുകാൽ ഇടതുകാലിന്റെ മട്ടിനെ മറയ്ക്കുന്ന തരത്തിൽ വെച്ചിരിക്കുന്നു. ഇടതുകൈ വിരലുകൾ ഇടതുവശത്തെ അരയുടെ ഭാഗത്ത് തൊട്ടു വെച്ചിരിക്കുന്നു. വലതുകൈ വലത് അരയുടെ ഭാഗത്തിലൂടെ തുടയുടെ തുടക്കത്തിൽ വിശ്രമിക്കുന്ന രീതിയിൽ വെച്ചിട്ടുണ്ട്. മുഖത്ത് പ്രതീക്ഷ നിറഞ്ഞ നോട്ടം. ശരീരത്തിന്റെ നടുക്ക്, 'ജാഗ്രത! കത്തിപ്പടരാൻ ഏറ്റവും സാധ്യതയുള്ളത്' എന്ന മുദ്രാവാക്യം ചേർത്തിട്ടുണ്ട്. 'ഹൃദയങ്ങളിൽ അഗ്നിപടർത്താൻ തക്കതരത്തിൽ തയ്യാറാക്കിയതെന്നും രക്ഷയ്ക്ക് അവനവൻമാത്രമേയുള്ളൂവെന്നും തീരുമാനിച്ചുറച്ച് ധരിക്കണമെന്നും താഴെ അച്ചടിച്ചിട്ടുണ്ട്. മുകളിലായി 'സ്പേഹിക്കാവുന്നത്' എന്ന വാക്കും ഹൃദയത്തിന്റെ അടയാളവുമുണ്ട്. 'ജാല' എന്നാണ് വസ്ത്രത്തിന്റെ പേര്. പുരുഷന്റെ മുഴുവൻ ശ്രദ്ധയും അവന്റെ ലൈംഗികോത്തേജനവും ലക്ഷ്യമാക്കി തയ്യാറാക്കിയ പരസ്യമാണ് ഇത്. കാമാഗ്നി ജ്വലിപ്പിക്കുന്നതെന്ന് സൂചിപ്പിക്കുന്ന. ഈ വസ്ത്രം ധരിച്ചു വന്നാലുണ്ടാകുന്ന കുഴപ്പങ്ങളുടെ ബാധ്യത സ്വയം ഏറ്റെടുക്കണമെന്നാണ് സിംഗിൾക്കുള്ള മുന്നറിയിപ്പ്. ലൈംഗികമായ ഭ്രമാത്മകതയുടെ ഒരു ലോകം സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ടുള്ള വിപണി വൽക്കരണം ആണ് ഈ പരസ്യങ്ങളിലൂടെ ലക്ഷ്യമാക്കുന്നത്. മറുവശത്തുള്ള, അടുത്ത പരസ്യത്തിന്റെ വിന്യാസത്തിൽ വ്യത്യാസമില്ല. മുദ്രാവാക്യത്തിൽ മാറ്റമുണ്ട്. 'ശരീരത്തിന്റെ ഊഷ്മാവ് വിനയസരിച്ച് തിരിയുന്നു. ഊഷ്മാവ് പകരുന്നു' - ഇത്രയുമാണ് അധികമായി എഴുതിയിട്ടുള്ളത്. ഈ പരസ്യവും പുരുഷന്റെ മനസ്സിൽ ചലനം സൃഷ്ടിക്കാനാകുന്ന തരത്തിലാണ് വിഭാവന ചെയ്തിരിക്കുന്നത്.

വസ്തുവിനെയും അർത്ഥത്തെയും ഒരു നിശ്ചിത അനുപാതത്തിൽ വിന്യസിക്കാൻ പരസ്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കാറുണ്ട്. ചിഹ്നങ്ങളെ ഉത്പാദിപ്പിച്ച് വിപണനം നടത്തുക മാത്രമല്ല, വസ്തുവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സാംസ്കാരികാർത്ഥങ്ങളെയും ബന്ധങ്ങളെയും കൂടി ക്രയവിക്രയം ചെയ്യുകയാണ് ലക്ഷ്യം. നാം വസ്തുക്കളെ വാങ്ങുന്നു, കൂടെ ചിഹ്നങ്ങളെയും. അങ്ങനെ വസ്തുവിലേക്ക് വിവർത്തിപ്പിക്കപ്പെട്ട അർത്ഥത്തെക്കൂടി നാം വാങ്ങുന്നു എന്നു വരുന്നു. 'പിക്കാസോ കാക്കി ധരിക്കുന്നു, അതിനാൽ നിങ്ങളും ധരി

കൂക്' എന്ന പരസ്യത്തിലൂടെ ശരാശരി കാക്കി വസ്ത്രത്തിന് പ്രത്യേക കാർഡ് കൈവരുകയാണ്. ഉൽപാദനക്ഷമതയും വ്യതിരിക്തതയും പ്രബലതയുമായി കാക്കി വസ്ത്രം പുതിയൊരർത്ഥം സ്വീകരിക്കുന്നു. പാരമ്പര്യത്തെയും ക്രിയാത്മക വൈഭവത്തെയും സൂചിപ്പിക്കുകയെന്ന വിപണന തന്ത്രമാണ് ഈ പരസ്യം വഴി സാധിച്ചെടുത്തത് (ബ്രദുശമേ ട്രേഡ് സെലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യൂണോശഘവേ; 2001: ജ. 2056, 208, 209).

എല്ലാ പരസ്യങ്ങളും രൂപാന്തരത്തിന്റെ ഭാഷയിലാണ് സംസാരിക്കുന്നത്. ഒരു പ്രത്യേക പദാർത്ഥം വാങ്ങിയാൽ നിങ്ങളുടെ ജീവിതത്തെ അതു മാറ്റി മറിക്കും എന്നാണ് സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുക. അങ്ങനെ ജീവിതം മെച്ചപ്പെടുമെന്നു വരുത്തി തീർക്കുന്നു. 'കോസ്റ്റോപൊളിറ്റൻ 2001' വർഷത്തെ പ്രത്യേകപതിപ്പിൽ സ്ത്രീകളുടെ ജീൻസിന്റെ പരസ്യത്തിൽ 'ജീനിയസാ കാൻ 7 ലളിതമാർഗ്ഗങ്ങൾ' എന്നൊരു വാക്യം കൊടുത്തിട്ടുണ്ട്. ബുദ്ധിശാലിയായി രൂപാന്തരപ്പെടാനുള്ള എളുപ്പവഴികളാണ് നിർദ്ദേശിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇതൊരു കപടമായ ആഹ്വാനമാണെന്ന് അറിഞ്ഞിരിക്കത്തന്നെ ഉപഭോക്താവ് പരസ്യമൊരുക്കുന്ന കെണിയിൽ വീണുപോവുകയാണ്. ഇവിടെ ജീൻസിനു കല്പിച്ചിരിക്കുന്ന മേന്മയും നന്മയും കൂടി ഉപഭോക്താവ് സ്വീകരിക്കുകയാണ്. ഓരോ ബിംബക്കാഴ്ചയും കാഴ്ചക്കാരനെ നോട്ടത്തിന്റെ ഒരു തരം ഇഴപിരിയലിൽ എത്തിക്കുന്നു. "ഒരേ സമയം ബിംബത്തെ താനായി കാണുകയും ഒപ്പം തന്നെ മറ്റൊരു മാതൃകാബിംബമായി കാണുകയും ചെയ്യുന്നു" എന്ന ലകാന്റെ വാദം ഇവിടെ അമ്പർത്ഥമായിത്തീരുന്നു. ഈയൊരു സിദ്ധാന്തത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പരസ്യത്തിൽ പ്രതിഷ്ഠിച്ചിരിക്കുന്ന മറ്റൊരു രൂപത്തെക്കൂടി ഉപഭോക്താവ് കാണുകയാണെന്ന് അനുമാനിക്കാം (ബ്രദുശമേ ട്രേഡ് സെലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യൂണോശഘവേ; 2001: ജജ. 801).

പരസ്യങ്ങളിലെ സ്ത്രീ ശക്തിസ്രോതസ്സായിരിക്കാനോ അധികാര കേന്ദ്രമായിരിക്കാനോ സാധ്യതയില്ല. അവൾ കീഴടങ്ങലിന്റെ പ്രതീകമായാണ് അവതരിക്കപ്പെടുന്നത്. പുരുഷൻ ശക്തിയുടെയും അധികാരത്തിന്റെയും പര്യായമായിട്ടായിരിക്കും എത്തുന്നത്. രണ്ടുപേരുടെയും നോട്ടങ്ങളിലും ഈ വ്യത്യാസങ്ങൾ പ്രകടമായിരിക്കും. 2007-ലെ മാത്യൂദ്യമി ഓണപ്പതിപ്പിൽ 2007 വർഷത്തിൽ വന്ന 'സിറ്റി ഷർട്ട്സി'ന്റെ പരസ്യം, പുരുഷന്റെ നോട്ടത്തിന്റെ പ്രത്യേകതയെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു (അനു. 5; 21). 'സിറ്റി ഷർട്ട്സി' ഫുൾസ്കീവ് ധരിച്ച പുരുഷൻ, ഒരു നിവർത്തിയ പുസ്തകത്തിന്റെ

മുന്നിൽ കൈയിൽ ഒരു പേനയുമായിരിക്കുന്നു. വലതുവശത്തേക്ക് കണ്ണുകൾ കേന്ദ്രീകരിച്ച് തുളച്ചു കയറുന്ന നോട്ടവുമായിട്ടാണിരിക്കുന്നത്. ‘സിറ്റി ഷർട്ട്സ്’ എന്ന ശീർഷകത്തിന്റെ താഴെ ‘ചക്രവാളങ്ങൾ കീഴടങ്ങുന്നു’ എന്ന മുദ്രവാക്യമുണ്ട്. ഈ ഷർട്ടിട്ട പുരുഷൻ ചക്രവാളങ്ങൾ കീഴടക്കുന്നു എന്നു വായിക്കാവുന്നതാണ്.

‘ഉടുത്തൊരുങ്ങൂ’ എന്ന മുദ്രവാക്യത്തോടെ ഉള്ള പാർത്ഥാസ്യ ടെക്സ്റ്റിൽസിന്റെ പരസ്യത്തിലെ സീതീ, സാരിയും അതിനു വേണ്ട അനുബന്ധകാര്യങ്ങളും അണിഞ്ഞു മാറിടം സാരിയാൽ മറയ്ക്കാതെ ദൂരേക്ക് പ്രതീക്ഷയോടെ നോക്കി നിൽക്കുന്നു. കീഴടങ്ങാനൊരുങ്ങി നിൽക്കുന്നവളുടെ സമ്മതഭാവമാണ് മുഖത്തുള്ളത് (അനു. 5; 33). സീതീയെ വിധേയ എന്ന രീതിയിലും പുരുഷനെ ശക്തിപ്രയോഗത്തിന്റെ പ്രതീകവുമായാണ് പരസ്യങ്ങളിലൂടെ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. പുരുഷന്റെ സുന്ദരരൂപം, അജേയതയെയും സീതീസൗന്ദര്യം സ്വർഗ്ഗലാവണ്യത്തിന്റെ നിഷ്ക്രിയതയെയുമാണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. രണ്ടാമത്തെതു മാത്രമേ നയനങ്ങളെ സ്തംഭിപ്പിക്കാൻ പര്യാപ്തമാകൂ. ‘അതുകൊണ്ട് അതിനെ നിശ്ചലമായ വെള്ളിക്കൂട്ടിൽ പിടിച്ചിടാം’ എന്ന സിമൊണ്ട് ദ് ബുവെറിന്റെ ഈ വാക്യങ്ങൾ സീതീയെ വിധേയവൽക്കരിക്കുന്നതിന്റെ പ്രത്യയശാസ്ത്രനിർമ്മിതിയെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുന്നു. (ഡോ. സേവ്യർ പോൾ; 1986: പു 13). ‘എതിർലിംഗത്തിന്റെ മേനിയുടെ ഭംഗി നുകരാനുള്ള തൃഷ്ണ പുരുഷ മനസ്സിന്റെ പ്രത്യേകതയാണെന്നും, കാണുന്നതിലല്ല അനുഭവിക്കുന്നതിലാണ് സീതീമനസ്സുമുഴുകുന്നതെന്നും ഉള്ള മെറീന മൈക്കിൾ തരകന്റെ അഭിപ്രായം, മുകളിലെ പരസ്യവിശകലനത്തെ സാധൂകരിക്കുന്നു. (മെറീന മൈക്കിൾ തരകൻ; 2001:പു 51). സീതീ മനസ്സിനെ വിപണി അത്തരത്തിൽ നിർമ്മിച്ചെടുത്തതാണെന്നു കാണാവുന്നതാണ്. പുരുഷകേന്ദ്രീകൃത വ്യവസ്ഥയിൽ സ്വാഭാവികമായും അങ്ങനെയാണ് സംഭവിക്കുക. “സീതീയിൽ നിന്നും ആദ്യം അപഹരിക്കപ്പെട്ടത് അവളുടെ ശരീരമാണെന്ന സിദ്ധാന്തവും ഇതിനൊടൊപ്പം കൂട്ടിച്ചേർത്തുവായിക്കാവുന്നതാണ് (ഖമി ആരവമിമി മിറ ഇഹമശ്യല ഇീഹല ആയീസ; 2000: ജ. 74).

നിർമാണപ്രക്രിയകൾ ഒന്നും സീതീയുടെ വരുതിയിലല്ല. സംസ്കാരവും അനുബന്ധസ്ഥാപനങ്ങളും പുരുഷന്റെ കാഴ്ചയ്ക്കും സങ്കല്പനത്തിനുമനുസരിച്ച് രൂപപ്പെട്ടവയാണ്. അവയിലൂടെ കടന്നുവന്ന് പരുവപ്പെട്ട മനസ്സാണ് സീതീക്കുള്ളത്. അതിനാൽ തീരുമാനങ്ങളൊന്നും സീതീയു

ടേതായിരിക്കില്ല. ലോകത്തെവിടെയും പുരുഷന്റെ അധികാരത്തിന്റെ കീഴിൽ ജനിക്കുന്ന സ്ത്രീ സ്വാതന്ത്ര്യമാണ് കാണാവുന്നത്. ജനസംഖ്യയിൽ കൂടുതലായിട്ടുകൂടി ജനാധിപത്യസഭകളിൽ സ്ത്രീപ്രാതിനിധ്യത്തിന് സംവരണമേർപ്പെടുത്തേണ്ടി വന്നിരിക്കുന്ന ഈ പരിതോവസ്ഥയിൽ വസ്ത്രത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ അവർക്ക് നിലപാടെടുക്കാൻ കഴിയുകയില്ലെന്ന് വസ്തുതയാണ്. ലോകത്തെവിടെയെങ്കിലും സ്ത്രീ പ്രധാന സ്ഥാനങ്ങളിൽ വരുമ്പോൾ ഒരു വിശേഷവാർത്തയായി അവതരിപ്പിക്കുന്നതും മുകളിൽ പ്രസ്താവിച്ച കാര്യത്തെ സാധൂകരിക്കുന്നു. ഇനി, വ്യത്യസ്തങ്ങളായ പരസ്യമാധ്യമങ്ങളെ വിശദീകരിക്കുകയാണ്.

ബ്രോഷർ

ബ്രോഷർ ഒരു പരസ്യ മാധ്യമമാണ്. ഇത്, മലയാളത്തിൽ 'ലഘുലേഖ' എന്ന് അറിയപ്പെടുന്നു. പക്ഷേ, പരസ്യങ്ങളിലെ ബ്രോഷറുകളിൽ ലഘുലേഖയിലുള്ളത്ര കാര്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുത്തുകയില്ല. പരമാവധി ചുരുങ്ങിയ വാക്കുകളിൽ വർണനാലിമയുള്ള ചിത്രങ്ങളിലൂടെ ഉപഭോക്താവിന്റെ ചിന്തയിൽ കടത്തുക എന്നതാണ് ബ്രോഷറിന്റെ ലക്ഷ്യം. പത്രത്തിനുള്ളിൽ വെച്ചും പ്രധാനപ്പെട്ട വ്യക്തികളുടെ മേൽവിലാസങ്ങൾ തേടിപ്പിടിച്ച് അയച്ചും ബ്രോഷറിലെ സന്ദേശങ്ങൾ വ്യാപകമാക്കുന്ന പ്രക്രിയ നടന്നുവരുന്നു. P

തിരുവനന്തപുരം ജില്ലയിൽ 4 വസ്ത്രവ്യാപാരശാലകളും, തൃശൂരിൽ ആഭരണശാലയും തിരുവനന്തപുരം ജില്ലയിൽത്തന്നെ രണ്ടിടങ്ങളിൽ സമ്പൂർണ്ണഷോപ്പിങ് സെന്ററുകളും, രണ്ടിടങ്ങളിൽ ആഭരണശാലകളുമൊക്കെയുള്ള രാജധാനി വെസ്റ്റിങ് സെന്ററിന്റെ ബ്രോഷർ വിശകലനം ചെയ്യുകയാണ് (അനു. 5; 16).

വിവിധ വർണങ്ങളിൽ 2 പുറങ്ങളിലായി ബ്രോഷർ തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നു. ഒരു പുറത്തിൽ 6 യുവതികളുടെ പല പോസിലുള്ള വർണാഭമായ വസ്ത്രങ്ങളണിഞ്ഞ ചിത്രങ്ങളും മാന്യത എന്നു വ്യവഹരിക്കപ്പെടുന്ന വസ്ത്രങ്ങളണിഞ്ഞ ഒരു യുവാവിന്റെയും രണ്ടുകുട്ടികളുടേയും ചിത്രങ്ങളും ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്നു. സ്ത്രീകളെല്ലാം വശ്യമായ ചിരിയും ഭാവഹാവാദികളും ഉള്ളവരാണ്. പുരുഷൻ ഗൗരവത്തിലാണ്. കുട്ടികൾ കളിക്കാനുള്ള തയ്യാറെടുപ്പിലാണുള്ളത്. സ്ത്രീകൾ വെള്ള, പച്ച, മഞ്ഞ, ചുവപ്പ്, കിളിപ്പച്ച, കറുപ്പ് നിറങ്ങളിലുള്ള ലാച്ച, സാരി, ചുരിദാർ എന്നീ

വസീത്രങ്ങൾ ധരിച്ചിട്ടുണ്ട്. വെള്ള, ക്രിസ്ത്യൻ കല്ല്യാണവസീത്രമാണ്. സീതീകളുടെ എല്ലാ വസീത്രങ്ങളിലും പൂക്കളോ, എംബ്രോയിഡറി വർക്കോ ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ഒരു സീതീ സ്ലീവില്ലാത്ത ബ്ലൗസും വയറിന്റെ ഭാഗം വരെ കോണാകൃതിയിൽ അനാവൃതമാക്കിയുള്ള സാരിയുമാണ് ധരിച്ചിരിക്കുന്നത്. ശരീരവടിവിലേക്ക് പൂർണ്ണശ്രദ്ധ കിട്ടുന്നതരത്തിലുള്ള നില്പും വസീത്രക്രമവുമാണ് ആറു സീതീകൾക്കുമുള്ളത്. പുരുഷൻ ജൂബിയും പാന്റുസും ധരിച്ചിരിക്കുന്നു. കൈകൾ അരക്കു താഴെ ഉറപ്പിച്ച നോട്ടവുമാ യാണ് അയാൾ നിൽക്കുന്നത്. നേവിണ്ണു നിറത്തിലുള്ള ജീൻസും നീല ജൂബിയുമാണ് ധരിച്ചിട്ടുള്ളത്. കുട്ടികളിൽ ചെറിയ ആൾ സ്പോർട്സ് നിക്കറും കോളറില്ലാത്ത ടീ ഷർട്ടും ധരിച്ചിരിക്കുന്നു, മുത്തകുട്ടി ജീൻസും ടീ ഷർട്ടും ധരിച്ച് ഡാൻസ് പോസിലാണ് നില്ക്കുന്നത്. ആ കുട്ടിയുടെ കാലിന ടുത്ത്, വൃത്താകൃതിയിലുള്ള, കടയുടെ ലോഗോ പതിച്ചിട്ടുണ്ട്. അത് ഒരു നോട്ടത്തിൽ പന്താണെന്നേ തോന്നുകയുള്ളൂ. ആകെ 8 ചതുരങ്ങളിലായാണ് ചിത്രങ്ങൾ കൊടുത്തിട്ടുള്ളത്.

‘രാജകുമാരി മംഗല്യാത്സവ്’ എന്ന മുദ്രാവാക്യത്തിനു താഴെ “മംഗല്യ വേളകളിൽ മനംകവരൂ” എന്ന വാക്യം ചെറിയ വലിപ്പത്തിൽ അച്ചടിച്ചിട്ടുണ്ട്. അതിലും താഴെ പുരുഷന്മാരിന് പൂർണ്ണതയേകുന്ന റൈസ്, പവിത്രതയുടെയും പാരമ്പര്യത്തിന്റേയും അപൂർവ്വ സമന്വയം, യുവത്വത്തിന്റെ വർണാഭിലാഷങ്ങൾ എന്നീ ശീർഷകങ്ങളിലായി വിവിധതരം വസീത്രങ്ങളുടെ ചുരുങ്ങിയതും ആകർഷണീയവുമായ വിവരങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിട്ടുണ്ട്. പാർക്ക് അവന്യൂ, സോഡിയാക്, ജോൺ പ്ലെയേഴ്സ് തുടങ്ങിയ പുരുഷന്മാരുടെ വസീത്രങ്ങളിറക്കുന്ന കമ്പനികളുടെയും കാഞ്ചീപുരം, ബനാറസ്, പെർഫ്യൂം സാരിസ്, പാട്ട്യാല, ബ്രൈഡൽ അനാർക്കലി, സാനിയ മോഡൽ ചുരിദാർ ഇങ്ങനെയുള്ള സീതീകളുടെ വസീത്രങ്ങളുടെയും വിവരങ്ങളും ഉണ്ട്. ‘കുസൃതിക്കുരുന്തുകളെ അണിയിച്ചൊരുക്കൂ’ എന്ന ശീർഷകത്തിനുതാഴെ ‘കിഡ്സ് ആന്റ് ന്യൂ ബോൺ കളക്ഷൻസിന്’ പ്രത്യേകവിഭാഗം എന്നും ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

‘മറുവശത്ത് 916 പൊന്നും പട്ടും ഒരുമിച്ച്’ എന്ന ചെറുശീർഷകവും അതിനുതാഴെ ‘കാഞ്ചീപുരത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ സൗന്ദര്യവുമായി’ എന്നൊരു ശീർഷകവുമുണ്ട്. ഇടതുവശത്ത് വർക്കുള്ള ചുവപ്പുസാരിയും നിറയെ ആഭരണങ്ങളുമണിഞ്ഞ, തലമറച്ചിരിക്കുന്ന, യുവതിയുടെയും വലതുഭാഗത്ത് ചാരുകസേരയിൽ കിടക്കുന്ന, വർക്കുള്ളതും കല്ലുകൾ പതിച്ചതുമായ

സാരിയരിച്ച യുവതിയുടെയും ചിത്രമുണ്ട്. 'ഗ്രാന്റ് കേരള ഷോപ്പിങ് ഫെസ്റ്റിവൽ കൂപ്പണുകൾ ലഭ്യമാണ്' എന്ന അറിയിപ്പും ചേർത്തിരിക്കുന്നു. 'തികവാർന്ന മേന്മ, മിതവായ വിലക്ക്' എന്നും കൊടുത്തിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ പല വാഗ്ദാനങ്ങളുടെയും അറിയിപ്പ് അച്ചടിച്ചിരിക്കുന്നു. ഗ്രാന്റ് കേരള ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവലിന്റെ ലോഗോ പതിച്ചിട്ടുമുണ്ട്.

ഇവിടെ സീനിയർ അക്രഷണിയമായി അവതരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. പുരുഷനെ അധികാരത്തിന്റെ, ശക്തിയുടെ, പ്രതീകമായാണ് കാണിച്ചിരിക്കുന്നത്. കളിയുടെയും കുട്ടിത്തത്തിന്റെയും രീതിയിൽ കുട്ടികളെ അവതരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. 'വാങ്ങൽ പ്രക്രിയക്ക്' ഉത്തേജകമാകുന്ന തരത്തിലാണ് പരസ്യം തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. സാനിയ മിർസ എന്ന ടെന്നീസ് കളിക്കാരിയെ ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള വാക്യവും ചേർത്തിട്ടുണ്ട്. ഒരു കൂടക്കീഴിൽ എല്ലാ സൗന്ദര്യവർധകസാധനങ്ങളും കിട്ടുന്നു എന്ന് പരസ്യം പറയുന്നു. 'മംഗല്യവേളകളിൽ മനംകവരു' എന്നത്, സീനിയർ പുരുഷനോടു പറയുന്നതാണ്. എല്ലാ മംഗല്യവേളകളിലും പൊതുവേ സീനിയർ പുരുഷന്മാർക്ക് പറ്റിയതാണ്. അങ്ങനെ വരുമ്പോൾ പുരുഷനെ അക്രഷിക്കാനാവുമെന്ന ചിന്തയാണ് അതിനു പിന്നിൽ ഉള്ളത്. പുരുഷത്വം എന്നതിൽ അധികാരകേന്ദ്രം എന്ന അർത്ഥമാണുള്ളത്. പാരമ്പര്യത്തെയും പവിത്രതയെയും ഒപ്പം ചേർത്തിട്ടുമുണ്ട്. യുവത്വത്തിന്റെ വർണാഭിലാഷങ്ങളെ പ്രചോദിപ്പിക്കുകയും ഗുണമേന്മയെയും വിലക്കുറവിയെയും സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

എല്ലാത്തരം ഉപഭോക്താക്കളെയും വശീകരിക്കാനാവശ്യമായ എല്ലാ കാര്യങ്ങളും ഈ ബ്രോഷറിൽ വിവിധ വർണങ്ങളിലായി അച്ചടിച്ചു ചേർത്തിരിക്കുന്നു. ഡിജിറ്റൽ പ്രിന്റായിട്ടാണ് ഈ ബ്രോഷർ തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. രണ്ടുവശത്തിനുമായി ശരാശരി 20 രൂപ ഈ ഒരു ഡിജിറ്റൽ പ്രിന്റിന് ചെലവുവരും. ഇത്തരം പല പ്രകാരത്തിലുമുള്ള പരസ്യച്ചെലവുകൾ ഉപഭോക്താവിന്റെ കൈയിൽ നിന്നുതന്നെ ഈടാക്കുമെന്നും മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്.

നോട്ടീസ്

ഹാജറാസ് വെസ്റ്റിങ് സെന്റർ - നെടുമങ്ങാടിന്റെ നോട്ടീസിന്റെ മുഖപേജിൽ റോമ, പ്രിയങ്ക എന്നീ രണ്ടു സിനിമാനടികളുടെ ചിത്രം കൊടുത്തിട്ട് അവർ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്യുമെന്ന അറിയിപ്പുചേർത്തിരിക്കുന്നു

(അനു. 5; 32). റൂലിററ റീഹശാശലേറ എൻ ടെക്സ്റ്റയിലിറററു പേരിനു മുകുളിലായി കെകടുത്തിട്ടുണ്ടു്. ക്ഷണിക്കുന്ന കണ്ണുകൾ രണ്ടുപേർക്കുമുണ്ടു്. ഒരാൾ വിരൽ കെകണ്ടു ചുണ്ടുന്നുമുണ്ടു്. മുഖങ്ങളിൽ വശ്യമായ ചിരിയുററകാണാററ.

അകത്തെ പേജിൽ ഇടതുവശത്ത് 'ഹുദയപൂർവ്വം ഹാജററസ് വെഡ്ഡിങ് സെന്റർ' എൻ അച്ചടിച്ചിരിക്കുന്നു. വലതുവശത്ത് നെടുനീളനെ, ബ്ലാസ് ധരിച്ചിട്ടില്ലായെന്നു തോന്നുന്ന തരത്തിൽ പട്ടുസാരിയുടത്ത യുവതിയുടെ ചിത്രമാണു്. അതിനുശേഷം, ചടങ്ങിൽ പങ്കെടുക്കാനുള്ള അഭ്യർത്ഥനയാണുള്ളതു്.

വലത്തെപുറത്ത് ഉദ്ഘാടനവേളയിലെ സാന്നിധ്യത്തിനു് സമ്മാനമെന്ന രീതിയിൽ മെഗാനററക്കെടുപ്പു് എൻ അച്ചടിച്ചിരിക്കുന്നു. സമ്മാനക്കുപ്പണുററ അച്ചടിച്ചിട്ടുണ്ടു്. ഓരോ 500 രൂപയുടെ വാങ്ങലിനുററ സമ്മാനക്കുപ്പണുററ ലഭിക്കുന്നു എന്നാണു് സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നതു്.

പുറകിലെ പേജിൽ ചുവന്ന ടോപ്പുധരിച്ച യുവതിയുടെ ചുവന്നു തിളങ്ങുന്ന, വശ്യമായ മുഖത്തിറററു് ചിത്രം ചേർത്തിരിക്കുന്നു. തൊട്ടുതാഴെ റൂലിററ റീഹശാശലേറ എന്ന മുദ്രാവക്യം ഉൾപ്പെടുത്തിയ ഭാഗത്ത് ടെക്സ്റ്റയിലിറററു പേർ അച്ചടിച്ചിരിക്കുകയാണു്.

നാലുയുവതികളുടെ സാന്നിധ്യമാണു് ഈ നോട്ടീസിലുള്ളതു്. പുരുഷന്മാരെ അകർഷിക്കുവാനാണെന്നതു് നിശ്ചയമാണു്. മികച്ച ഡിസൈനർമാർ തയ്യാറാക്കുന്ന ഏറ്റവും പുതിയ മോഡലുകൾ എത്തിക്കുന്നുവെന്നു് അറിയിപ്പിലുണ്ടു്. 'ഡിസൈനർ സാരി'കളുററ മറുവസ്ത്രങ്ങളുററ വാങ്ങാനുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ സൃഷ്ടിക്കുക മാത്രമല്ല, ഭാഗ്യനററക്കെടുപ്പിലുള്ള ജനതയുടെ താല്പര്യത്തെയുററ ചുഷണം ചെയ്യുന്നു. കാര്യമായ പ്രലോഭനങ്ങളാണു് ഈ നോട്ടീസുവഴി ഉപഭോക്താവിറററു മുന്നിൽ വയ്ക്കുന്നതു്.

പ്രദർശനവും വിപണിയുററ

വസ്ത്രവില്പനയ്ക്കു് പലതരത്തിലുള്ള പ്രദർശനങ്ങൾ നടത്തുന്നു. കടയുടെ മുന്നിൽ സ്ത്രീപുരുഷന്മാരുടെയുററ കുട്ടികളുടെയുററ മോഡലിൽ, വസ്ത്രമണിയിച്ചുള്ള പ്രദർശനമുണ്ടു്. ഏറ്റവും പുതിയതുററ അകർഷണീയവുമായ വസ്ത്രങ്ങൾ ഉപഭോക്താവിറററ പിടിച്ചുനിർത്തുന്ന രീതിയിലാണു് അണിയിച്ചു നിർത്താനുള്ളതു്. കറുപ്പു നിറത്തിലുള്ളതുററ ഇളം നിറങ്ങളിലു

ഉള്ളതുമായ രൂപങ്ങളാണ് സാധാരണഗതിയിൽ പ്രദർശനത്തിനു വയ്ക്കുന്നത്. 'എക്സിക്യൂട്ടീവ്' കാഴ്ച തരുന്നതായിരിക്കും പുരുഷന്റെ വേഷം. സ്ത്രീയുടേത് ലൈംഗികാകർഷണത്തിനുകുന്ന തരത്തിലായിരിക്കും തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. കടയെക്കുറിച്ച് മതിപ്പുണ്ടാക്കാൻ ഇത്തരം പ്രദർശനങ്ങൾ കൊണ്ടുകഴിയും. അത്, പുതുമയിലേക്ക് ഉപഭോക്താവിനെ അടുപ്പിക്കാൻ പ്രചോദനമേകും. ഉപഭോക്താവിന് ആരോടും ചോദിക്കാതെ വസ്ത്രങ്ങൾ അണിഞ്ഞിരിക്കുന്ന രൂപങ്ങളോട് വിനിമയം നടത്തി തീരുമാനമെടുക്കാൻ സഹായിക്കുമെന്നതാണ് പ്രദർശനങ്ങളുടെ പ്രധാന സവിശേഷത. രൂപങ്ങളോടൊപ്പം കണ്ണാടിക്കൂട്ടിലും അല്ലാതെയും ധാരാളം പ്രത്യേകതയുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ തൂക്കിയിട്ടിരിക്കും. അനേകം ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുന്ന പ്രത്യേകതയാണ് ഇത്തരം പ്രദർശന രീതിക്ക് ഉള്ളത്.

ചില കടകളിൽ ഒരു തരം വസ്ത്രത്തിന്റെ ഒരു നിരയെന്ന പ്രദർശിപ്പിച്ചിരിക്കാറുണ്ട്. പുതുതായിറങ്ങിയ വസ്ത്രത്തിന്റെ മാതൃക ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ ആവർത്തനംകൊണ്ട് പതിപ്പിക്കാനാണ് ഈ തന്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഒരു ഇനത്തിന്റെ തന്നെ പല വസ്ത്രപാഠങ്ങൾ നിരത്തി പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന രീതി കാണാറുണ്ട്. ഒന്നിൽ ധാരാളം വ്യത്യസ്ത രൂപങ്ങളുണ്ടെന്നു ധരിപ്പിക്കാനാണ് ഇത്തരം പ്രദർശനം നടത്തുന്നത്.

വസ്ത്രത്തിനുമാത്രം പല ഹോട്ടലുകളിലും പൊതു സ്ഥലങ്ങളിലും ഉത്സവസമയത്തും അല്ലാതെയും പ്രദർശനങ്ങൾ സംഘടിപ്പിക്കാറുണ്ട്. മൈസൂർ സിൽക്സ്, ബംഗാൾ രൂപ്ഹാലി സാരികൾ, കാഞ്ചീപുരം പട്ട് എന്നിവയുടെ പ്രദർശനോത്സവങ്ങൾ ഇത്തരത്തിൽ പരസ്യം ചെയ്ത് നടത്താറുണ്ട്. പലതരം പ്രദർശനങ്ങളോടൊപ്പം വസ്ത്രപ്രദർശനവും നടത്തുന്ന രീതിയും ഉണ്ട്. പത്രമാസികകളിലും ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിലും ഇത്തരം ഉത്സവങ്ങളുടെ പരസ്യം പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നു. കുറഞ്ഞവിലയുടെയും കൂടിയ മൂല്യത്തിന്റെയും സൂചനയും പരസ്യത്തിൽ നൽകി കാണാറുണ്ട്.

പരസ്യചിത്രങ്ങളും സ്റ്റേഡിയോയും

സിനിമാശാലകളെ കേന്ദ്രീകരിച്ച് വസ്ത്രശാലകൾ നടത്തുന്ന പരസ്യചിത്രങ്ങളുടെ പ്രദർശനവും സ്റ്റേഡിയോയും പരസ്യമേഖലയിൽ സ്വാധീനമുണ്ടാക്കുന്നുണ്ട്. പരസ്യചിത്രം ഒരു സിനിമയുടെ അനുഭവമാണ് നൽകുന്നത്. ചുരുങ്ങിയ സമയത്തിനുള്ളിൽ ഉപഭോക്താവിനെ ആകർഷിക്കുന്ന

രീതിയിലാണ് പരസ്യചിത്രങ്ങൾ തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. സൈഡ് ഷോയിൽ സ്റ്റിൽ ഫോട്ടോയും ഭാഷണവുമാണുൾക്കൊള്ളിക്കുന്നത്. പ്രാദേശികമായ വസീത്രവിപണിയിലുള്ളവരാണ് ഈ പരസ്യരീതിയെ ആശ്രയിക്കുന്നത്. സിനിമ തുടങ്ങുന്നതിന് മുമ്പും വിശ്രമവേളയിലും ആവർത്തിച്ചു കാണിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളുമാണ്. എല്ലാ വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ജനവിഭാഗത്തെയും ആകർഷിക്കാൻ ഇത്തരം പരസ്യ സംവിധാനത്തിനുകഴിയും. സൈഡ് ഷോ വളരെ ചെലവുകുറഞ്ഞ പരസ്യരീതിയാണ്.

സിനിമയും റിയാലിറ്റി ഷോയും വിപണിയും

സിനിമകളിലൂടെ പല വസീത്രങ്ങളും വസീത്രധാരണരീതികളും നാണയപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ഡിസൈനർമാരെക്കൊണ്ട് പ്രത്യേകം വസീത്രങ്ങൾ തയ്യിപ്പിച്ചെടുക്കാറുണ്ട്. അത്തരത്തിൽ സിനിമാക്കാർക്ക് വസീത്രങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചു നൽകുന്ന ഒരു ഡിസൈനറാണ് എറണാകുളത്തെ ഹബ്ബാജ് ഹസ്സൻ. സിനിമാക്കാരും വൻകിട വസീത്ര നിർമ്മാണശാലകളുമായി പല തരത്തിലുള്ള വിപണനക്കരാറുകളുമാണുണ്ട് അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു (അനു. 1; ശശ).

ചിലതരം ഫോക്കുകളും സ്കർട്ടുകളും സിനിമയിൽ ഉപയോഗിച്ച ശേഷമാണ് സമൂഹത്തിൽ ട്രെന്റായി മാറിയത്. രാമായണസാരി, ക്ലാസ് മേറ്റിംഗ് സാരി, നരസിംഹം മുണ്ട് തുടങ്ങി ടി.വി.പരമ്പരയുമായും സിനിമയുമായും ബന്ധപ്പെട്ട് ചില വസീത്രങ്ങൾക്ക് പേരുകൾ പതിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്.

റിയാലിറ്റി ഷോകളിലെ അവതാരകർക്കും വിധികർത്താക്കൾക്കും പങ്കെടുക്കുന്നവർക്കുമൊക്കെ വസീത്രവ്യാപാരശാലക്കാർ വസീത്രങ്ങൾ സമ്മാനിക്കാറുണ്ട്. ആദ്യത്തെ ഐഡിയ സ്റ്റാർസിംഗർ മത്സരത്തിലെ അവതാരക ഉടുത്തിരുന്ന ഫോക്ക് കേരളം മുഴുവൻ ട്രെന്റായതായുള്ള ദത്തങ്ങൾ ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. താരാരാധന നിമിത്തം ഇഷ്ട കഥാപാത്രങ്ങളുടെ വസീത്രങ്ങൾ ആരാധകർ ധരിക്കുകയും അത് സമൂഹത്തിൽ പരക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. പടിഞ്ഞാറൻ നാടുകളിൽ പ്രശസ്തരായ നടികളുടെ അടിവസീത്രങ്ങളും മറ്റും വൻ തുകക്ക് ലേലം ചെയ്തു പോകാറുണ്ട്. ഇന്ത്യയിൽ പ്രശസ്തരായ ചില സിനിമാ നടൻമാരുടെ ഷർട്ടുകളിൽ ലേലത്തിൽ വിറ്റിട്ടുണ്ട്. താരാരാധനയുടെ മനസ്സ് ഭൂരിപക്ഷം ജനങ്ങളിലും ഉണ്ട്. ടെലിവിഷനിലെ പരസ്യങ്ങളെപ്പറ്റി ഇനി വിലയിരുത്താവുന്നതാണ്.

ടെലിവിഷനിലെ ബിംബങ്ങൾ ചലിക്കുന്നതാണ്. ലഭ്യമാകുന്ന ഇലക്ട്രോണിക് സിഗ്നലുകൾ ടെലിവിഷൻ സ്ക്രീനിൽ സ്കാൻ ചെയ്തപ്പോൾ വരുന്നതിന്റെ പ്രതികരണമെന്ന നിലയ്ക്ക് പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നതിനാൽ, ടെലിവിഷനിലെ ബിംബങ്ങളിലെ ഓരോ ബിന്ദുവും അനുനിമിഷം ചലിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കും. ടെലിവിഷൻ ഇമേജ് എല്ലായിടത്തും ഒരു നിശ്ചിത കാലയളവിൽ ഉണ്ടായിരിക്കുന്നതാണ്. സിനിമയ്ക്ക് കൃത്യമായൊരു തുടക്കവും ഒടുക്കവുമുണ്ടായിരിക്കും. ടെലിവിഷനിലെ ബിംബങ്ങൾ നമുക്ക് വേണമെങ്കിലും വേണ്ടെങ്കിലും നിരന്തരം സംപ്രേഷണം ചെയ്തപ്പോഴുകൊണ്ടിരിക്കും. ഇടയ്ക്ക് ഒരു പരിപാടിക്കിടയിൽ, അല്പനേരം നിർത്തിയിട്ട് അസ്വാഭാവികമായൊന്നും സംഭവിക്കാത്ത രീതിയിൽ, പഴയതിലേക്ക് തിരിച്ചുവരുന്നതാണ്. മാത്രമല്ല, മുമ്പുകാണിച്ച സംഭവത്തിന്റെ ചിലഭാഗങ്ങൾ കാണിച്ചുകൊണ്ട് ബാക്കി ഭാഗത്തേക്കു വരുന്നരീതിയും ടെലിവിഷനിലുണ്ട്. ഈയൊരു ഒഴിച്ചിടപ്പെടുന്ന സ്ഥലം വളരെ ബോധപൂർവ്വം സൃഷ്ടിച്ചെടുത്തതാണ്. നിലനില്പിന്റെ ആവശ്യമെന്ന നിലയിൽ പരസ്യത്തെ ആശ്രയിച്ചു നില്ക്കേണ്ടിവരുന്ന എല്ലാ ടി.വി. ചാനലുകളും ഇത്തരത്തിൽ വലിയൊരു സമയകാലം ഒഴിച്ചിടുന്നു. കാഴ്ചയുടെ മാധ്യമത്തിൽ ശബ്ദത്തെ നന്നായി ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. സ്ക്രീനിൽ തെളിയാതെയാരു വസ്തുവിന്റെയോ ശരീരത്തിന്റെയോ ശബ്ദസാന്നിധ്യമുണ്ടാക്കാൻ സാധിക്കും. സ്ക്രീനിൽ സംഭവിക്കുന്ന കാര്യത്തോടൊപ്പം കമന്റേറ്ററുടെ വർത്തമാനം കേൾപ്പിച്ചു കൊണ്ടേയിരിക്കാം. പാട്ടും പശ്ചാത്തലസംഗീതവും കേൾപ്പിക്കാനാകും. ഇത്തരം കാഴ്ചയുടെയും കേൾവിയുടെയും അനന്തവും വൈവിധ്യപൂർണ്ണവുമായ അവസ്ഥകൾ ഇണക്കിയൊരുക്കുന്നതിന്റെ സാധ്യത പരസ്യ ചിത്രീകരണത്തിന് വളരെ പ്രയോജനം ചെയ്യുന്നുണ്ട്. വിവിധ തരത്തിലുള്ള ഷോട്ടുകളിലൂടെ, (വിദൂരം, സമീപം) വിഭാവനം ചെയ്യുന്ന രംഗത്തിലെ ഇമേജുകളുടെ പ്രത്യയശാസ്ത്രം നിർമ്മിക്കാനാകും എന്നത് വലിയൊരു പ്രത്യേകതയാണ്. ഒരു സ്ത്രീയെ ഭോഗവസ്തുവാക്കി അവതരിപ്പിക്കാൻ ഷോട്ടുകൾ വിദൂരത്തിൽ നിന്നും പെട്ടെന്ന് സമീപത്തിലേക്കും നേരെ തിരിച്ചും മാറ്റിയും പ്രദർശിപ്പിച്ചാൽ കഴിയുന്നതാണ്. അതായത്, ദൃശ്യത്തിന്റെ അർത്ഥം നിർണയിക്കുന്നതിൽ അച്ചടി മാധ്യമത്തെ അപേക്ഷിച്ച് സ്വാതന്ത്ര്യം കൂടുതലുള്ളത് ടെലിവിഷൻ മാധ്യമത്തിനാണ് എന്നു തീരുമാനിക്കാൻ കഴിയും. ക്യാമറയെ പുരുഷലിംഗത്തിനു സമാനമായ ശക്തിയുള്ള ആയുധമായി വിശേഷിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത് ഓർമിക്കേണ്ടതാണ് (ബ്രദുശമേ ട്രൂസലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യൂണുശഘവേ; 2001: ജ.

78). ടെലിവിഷനുള്ള മറ്റൊരു പ്രത്യേകത അതിന്റെ സജീവതയാണ്. അപ്പപ്പോൾ സംഭവിക്കുന്നതു കാണിക്കാനുള്ള സംവിധാനമെന്ന പ്രത്യേകത അതിനുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് മുമ്പേ റിക്കാർഡ് ചെയ്തവപോലും അപ്പോൾ സംഭവിക്കുന്ന ഊർജ്ജത്തോടെ അവതരിപ്പിക്കാനാവും. ഏറെ ശ്രദ്ധപിടിച്ചു പഠിയ ഒരു പീറ്റർ ഇംഗ്ലണ്ട് ഷർട്ടിന്റെയും ട്രൗസറിന്റെയും പരസ്യം ടെലിവിഷൻ പരസ്യത്തിന്റെ മുൻപറഞ്ഞ പല സാധ്യതകളെയും പ്രയോജനപ്പെടുത്തി നിർമ്മിച്ചതാണ്. (അനു. 5; 18).

ആകെ 8 ദൃശ്യങ്ങളുള്ള ഈ പരസ്യത്തിൽ മുഖ്യമായും പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത് ഒരു സ്ത്രീയും രണ്ടു പുരുഷന്മാരുമാണ്.

ദൃശ്യം- 1. ഒരു സുന്ദരിയായ സ്ത്രീ തന്റെ അമ്മയോട്, റസ്റ്റാറന്റിൽ വെച്ചു കണ്ടുമുട്ടാനിടയുള്ള പ്രതിശ്രുതവരനെക്കുറിച്ച്, മൊബൈലിലൂടെ സംസാരിക്കുന്നു.

ദൃശ്യം- 2. മാന്യമായി വേഷം ധരിച്ച ഒരു യുവാവ് റസ്റ്റാറന്റിലെ ഒരു മേശക്കരികിലിരിക്കുന്നു.

ദൃശ്യം- 3. യുവതി മൊബൈൽഭാഷണം തുടരുന്നു. 'ഞാൻ അയാളെ കണ്ടെത്തി' എന്ന സംഭാഷണവുമുണ്ട്.

ദൃശ്യം- 4. യുവതി യുവാവിനോട് സ്വയം പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു. 'നിങ്ങൾ രവിയാണോ' എന്നന്വേഷിക്കുന്നു.

ദൃശ്യം- 5. യുവാവ് ആകെ സംഭ്രമത്തിലാണ്.

ദൃശ്യം- 6. 'ദീർഘകാലം വിദേശത്തായിരുന്ന നിങ്ങൾ ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയെ എങ്ങനെ കാണുന്നു' എന്ന് അവൾ അന്വേഷിക്കുന്നു.

ദൃശ്യം- 7. പല തരത്തിലുള്ള ഷർട്ടും ട്രൗസറും ധരിച്ച യുവാവിന്റെ ദൃശ്യങ്ങൾ. 'പീറ്റർ ഇംഗ്ലണ്ട് ഷർട്ടും ട്രൗസറുകളും അന്തർദേശീയ ഡിസൈനർമാർ ഒരുക്കിയത്', 'അന്തർദേശീയ സ്റ്റൈലിലുള്ളത്' എന്നീ അറിയിപ്പുകൾ കേൾക്കുന്നു.

ദൃശ്യം- 8. യഥാർത്ഥ പ്രതിശ്രുതവരൻ രവി വരുന്നു. വധു പീറ്റർ ഇംഗ്ലണ്ട് പുരുഷന്റേതായിത്തീർന്നത് കാണുന്നു. പീറ്റർ ഇംഗ്ലണ്ട് ഉണയാർന്നതും ആകർഷണീയവും എന്ന അശരീരിയോടെ പരസ്യം അവസാനിക്കുന്നു.

ഉപഭോഗവസ്തു, ബന്ധങ്ങളെപ്പോലും മാറ്റിമറിക്കാൻ പര്യാപ്തമെന്നുള്ള അർത്ഥമാണ് ഈ പരസ്യം ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നത്. ഇവിടെ പരമ്പരാഗതമായ ആചാരരീതിയാണ് അട്ടിമറിക്കപ്പെട്ടത്. നിർദ്ദേശിക്കപ്പെട്ട വരനും വധുവും തമ്മിൽ കണ്ട് മനസ്സിലാക്കാനൊരുക്കിയ മുഹൂർത്തമാണ് തകർത്തത്. ഈ പരസ്യത്തിലെ ഉണ്മ,പ എന്ന പ്രയോഗം, താങ്ങാവുന്ന വിലയുടേയും മേന്മയുടേയും വിശ്വസ്തതയെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. വസ്ത്രം പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന പൗരൂഷം ദൃശ്യത്തിൽ പ്രകടമാണ്. പലതും പ്രത്യേകമായി സൂചിപ്പിക്കാതെ നിശ്ചിതമായ ചില അർത്ഥങ്ങളെ ഉൽപാദിപ്പിക്കാൻ പരസ്യവാക്യത്തിലൂടെ കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും വ്യക്തിത്വനിർമ്മാണത്തിൽ നിർണ്ണായകമായി ഇടപെടുന്നുണ്ട്. വസ്ത്രമര്യാദ (ഉല്പരമം) വ്യാപകമായി നടപ്പിലാക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇടത്തരം ഉപഭോക്താവിന് വിലക്കുറവ് ആവശ്യമാണ്. പക്ഷേ, പ്രത്യേകമായി അതു പറയാനും പാടില്ല. ഇത്തരം എല്ലാ പ്രശ്നങ്ങളെയും ഈ പരസ്യം പരിഗണിച്ചിരിക്കുകയാണ്. വെളിച്ചവും ബിംബചലനവും നന്നായി ചേർത്തിണക്കിയെടുത്ത ഇങ്ങനെയുള്ള പരസ്യങ്ങൾ വിപണിയിൽ നല്ല ചലനങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഇപ്രകാരമുള്ള പരസ്യങ്ങൾ ആവർത്തന പ്രക്രിയയിലൂടെ പ്രേക്ഷകരുടെ ചിന്താമണ്ഡലത്തിൽ സ്ഥാനം പിടിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. “ഒരേ സന്ദേശവും ഉൽപന്നവും പലതവണ ഒരേ വ്യക്തിയുടെ ആന്തരികാശയവിനിമയത്തിന്റെ ഘടകമായി മാറുന്നു. അങ്ങനെ ചിന്തയെ അതു കീഴ്പ്പെടുത്തുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. പരസ്യങ്ങൾ ഇത്തരം പ്രക്രിയയിലൂടെ ഉത്തേജക മരുന്നുപോലെ ആയിത്തീരുന്നതാണ് മനശ്ശാസ്ത്രജ്ഞർ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നത്. അടിവസ്ത്രങ്ങളുടെയും മറ്റും മിക്കവാറും നഗ്നമായ ചിത്രങ്ങളുള്ള പരസ്യങ്ങൾ സമൂഹത്തെ ലൈംഗികസ്വാധീനത്തിനു വിധേയമാക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്” (ജെ.വി. വിളനിലം; 2005: ജ. 207). മുകളിൽ ഉദ്ധരിച്ചിരിക്കുന്ന വാക്യങ്ങളിലെ ആശയം പരസ്യത്തിന്റെ ഇടപെടൽകൊണ്ട് സമൂഹത്തിനു സംഭവിക്കാവുന്ന അപകടത്തിലേക്ക് ചൂണ്ടുകയാണ്.

പരസ്യങ്ങൾ, വാങ്ങലിനെ (ഷോപ്പിങ്) ഒരു വാസനയായി വളർത്തിക്കൊണ്ടുവരുന്നു. ഓണം, പെരുന്നാൾ തുടങ്ങിയ ഉത്സവങ്ങളിൽ പലപ്പോഴും ആവശ്യത്തിനല്ല വാങ്ങുന്നത്, അറിയാതെ വാങ്ങിപ്പോകുന്ന തരത്തിലുള്ള ഒരു പ്രേരണയുള്ളതുമാണ്. ശൈലിയും ഫാഷനും മാറുമ്പോൾ വാങ്ങുകയും ഒരു മാസം കഴിഞ്ഞ വസ്ത്രം പോലും പഴയതായി

പരിഗണിക്കുകയും പുത്തൻ വസ്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങുകയുമാകയും ചെയ്യുന്ന പ്രവണത വ്യാപിക്കുകയാണ്.

ഉപഭോക്തൃസംസ്കാരം വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിൽ പരസ്യങ്ങൾ കാര്യമായി ഇടപെടുന്നുണ്ട്. കൂട്ടായ്മയുടെ തനത് സൗന്ദര്യബോധത്തെയും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ലോകവീക്ഷണത്തെയും മാറ്റാൻ, പരസ്യങ്ങളെ ആയുധമാക്കുന്ന വിപണിക്കു കഴിയും. മെലിഞ്ഞ ശരീരം സൗന്ദര്യത്തിനടിസ്ഥാനം എന്ന ആശയം വിപണിയുടെ പരസ്യരീതികളുടെ പെട്ടെന്നുള്ള ഇടപെടൽ കൊണ്ടാണ് സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടത്. ഇന്ന് വിനോദപരിപാടികളിലെല്ലാം വണ്ണമുള്ള കഥാപാത്രങ്ങൾ പ്രത്യേകിച്ചും സ്ത്രീകൾ, ഒന്നുകിൽ പരിഹാസ്യരോ അല്ലെങ്കിൽ ക്രൂരതയുടെ പ്രതീകമോ ആയാണ് സാധാരണഗതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുക. കാഴ്ചയെ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ കമ്പോളത്തിന് ആവശ്യമായ ആശയങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയാണ്.

പരസ്യങ്ങളിൽ ബഹുഭൂരിപക്ഷവും ഇടത്തരത്തിൽ മുന്തിയവരെയും ധനികരെയും ലക്ഷ്യമാക്കിയുള്ളവയായിരിക്കും. വിലപിടിപ്പുള്ള വസ്ത്രങ്ങളും മറ്റു സൗന്ദര്യ വർദ്ധകസാധനങ്ങളും പരസ്യത്തിലൂടെയാണ് മാധ്യമങ്ങൾ പ്രേക്ഷകരിലേക്കെത്തിക്കുന്നത്. മുകളിൽ നിന്ന് താഴേക്ക് എന്ന ക്രമത്തിൽ ആശയം സംക്രമിച്ചുകൊള്ളുമെന്ന് വിപണിയുടെ നിയന്ത്രകർ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നുണ്ട്. യഥാർത്ഥ ജനകീയ പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്നും ശ്രദ്ധ തിരിച്ച് തങ്ങളുടെ പ്രശ്നം ശരീരസൗന്ദര്യത്തിന്റേതാണെന്നാണെന്ന ആശയം ജനമനസ്സിൽ എല്പിക്കുന്നതിനായി, യുക്തി സഹമായി തയ്യാറാക്കി അവതരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ, സമൂഹത്തെ അരാജകത്വത്തിലേക്കെത്തിക്കുന്ന പ്രവണതയെ ത്വരിതപ്പെടുത്തും. നിലവിലുള്ള അണുക്കുടുംബക്രമവും തകരുന്നതോടെ വ്യക്തി കേന്ദ്രീകൃതമായ പുതിയൊരു ജീവിത ക്രമത്തിലേക്ക് മനുഷ്യരെ നയിക്കാനാവും (സാറാജോസഫ്; പു. 21). അത്തരമൊരു സാമൂഹിക ക്രമമാണ്, സമ്പൂർണ്ണ വിപണിവൽകൃത വ്യവസ്ഥയ്ക്കു യോജിച്ചതെന്ന് നവമുതലാളിത്തം കരുതുന്നു. ഉപഭോഗാസക്തമായ തരത്തിലേക്ക് സമൂഹത്തെ നയിക്കുക എന്നതാണ് വിപണിയുടെ ഇച്ഛ. അതിനു തടസ്സം സൃഷ്ടിക്കുന്ന സാമൂഹിക വ്യവസ്ഥയെ ഉന്മൂലനം ചെയ്യാനുള്ള ആശയത്തിന്റെ പ്രയോഗമാണ്, കൂട്ടുകുടുംബവ്യവസ്ഥയെ തകർത്തതും അണുക്കുടുംബത്തെ തകർത്ത് 'പരമാണു കുടുംബവ്യവസ്ഥ'യെ സ്ഥാപിക്കാൻ പോകുന്നതും.

പാശ്ചാത്യർ കമ്പോളവൽകരണം സാധ്യമാക്കുന്നതിന് കിഴക്കൻ രാജ്യങ്ങളിൽ രാഷ്ട്രീയാധികാരം സ്ഥാപിച്ചു. മുതലാളിത്തം കമ്പോളത്തിനാവശ്യമായ പ്രത്യയശാസ്ത്രത്തെ നിർമ്മിച്ചു. അതിനായി പുതിയ വിജ്ഞാനശാഖകളിലൂടെ അറിവുകളുടെ അടിത്തറയുണ്ടാക്കി, ലോകം എങ്ങും അവ പ്രചരിപ്പിച്ചു. അങ്ങനെ വ്യവസായ വൽകരണം സാധ്യമാക്കി. മുതലാളിത്തത്തിന്റെ പ്രധാനപ്പെട്ട പ്രത്യേകത മിച്ചമൂല്യം എന്നതാണ്. അധിക ലാഭം ചെലവാക്കാൻ ആണ് വിനോദങ്ങളും കലകളും സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടത്. അവശ്യ സാധനങ്ങളെയും കല എന്ന പേരിൽ പുനർ നിർവചിക്കുകയുണ്ടായി. വസ്ത്രവും മാനം മറയ്ക്കൽ എന്ന നിലയിൽ നിന്നും അലങ്കാരം എന്ന നിലയിലേക്ക് മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിക്കപ്പെട്ടു.

സ്ത്രീ ശരീരത്തെ ചരക്കാക്കി അവതരിപ്പിച്ചത് മുതലാളിത്തമാണ്. അതോടൊപ്പം തന്നെ സഹജമായ ആനന്ദബോധത്തിലേക്ക് വ്യക്തിയെ മുഴുകിക്കാൻ ഉള്ള തന്ത്രങ്ങൾ വിപണി ഒരുക്കി. കമ്മ്യൂണിസം വ്യക്തിയെ സാമൂഹികപരതയിലേക്ക് ഉയർത്താൻ ശ്രമിച്ചു. പക്ഷേ, പ്രസ്തുത സിദ്ധാന്തത്തിന് നിലനില്പ് ഉണ്ടായില്ല. നവമുതലാളിത്തം സമൂഹത്തിൽ പിടിമുറുക്കി. സമാധാനപരമായ മാർഗങ്ങളിലൂടെ ആണ് ഇന്ന് വിപണി വൽകരണം സംഭവിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. അതിനുള്ള മാർഗം എന്ന നിലയിൽ മാധ്യമങ്ങളെ കൂട്ടുപിടിക്കുന്നു. കാഴ്ചയുടെയും കേൾവിയുടെയും മാധ്യമ പരസ്യം ജനജീവിതത്തിൽ ഇടപെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഉപഭോഗസംസ്കാരം ലോകം എങ്ങും വ്യാപിച്ചു. കമ്പോളം സ്ത്രീ ഉൾപ്പെടെ ഉള്ളവരുടെ പൊതുസ്വഭാവത്തെ നിർമ്മിക്കുകയാണ്. പുതിയ കാലത്ത്, പല സന്ദർഭങ്ങളിലും ശരീരത്തെ അലങ്കരിക്കാൻ ഉള്ള വസ്ത്രങ്ങളും വിപണി നിശ്ചയിച്ചു.

പാരമ്പര്യമായി നിലനിന്നിരുന്ന സൗന്ദര്യസങ്കല്പങ്ങളെ തകർക്കുകയും ലോകം മുഴുവൻ വ്യാപിച്ച സൗന്ദര്യദർശനങ്ങളെ സ്ഥാപിക്കുകയും ചെയ്തു. സ്ത്രീയുടെ മാംസളമായ മേനിക്കു പകരം മെലിഞ്ഞ മേനി എന്ന ആശയം വ്യാപിപ്പിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുരുഷന്റെ ശരീരവും പാരമ്പര്യപ്രകാരം ഏറെക്കുറെ മാംസളം ആയിരുന്നു. അതിനു പകരം മസിലുകളുള്ള ശരീരം പുരുഷ സൗന്ദര്യത്തിന് അടിസ്ഥാനം ആയി പരിഗണിക്കപ്പെട്ടു.

വസ്ത്രത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന രേഖകളും നിറങ്ങളും കൊണ്ട് ഉയരം, വണ്ണം, തുടങ്ങിയവയെയും ശരീരത്തിന്റെ കുറവുകളെയും ഭാവത്തെ

പോലും നിർണ്ണയിക്കാൻ ആകും എന്ന ആശയം വ്യാപകമാവുകയാണ്. സ്വന്തം ശരീരഘടനയെക്കുറിച്ച് ഉത്കണ്ഠപ്പെടുന്ന കൂട്ടായ്മയെയാണ് സൃഷ്ടിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. നിലവിലുള്ള കുടുംബവ്യവസ്ഥയിൽ മാറ്റം വന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വ്യക്തിപരതയിലേക്കുള്ള മാറ്റത്തിന് മുതലാളിത്തം ഒത്താശ നൽകുക ആണ്. ധാരാളം വാങ്ങി കൂട്ടുക എന്ന ചിന്തക്ക് പ്രാമുഖ്യം വന്നു. ഷോപ്പിങ്ങ് എന്ന പാശ്ചാത്യ ഉപഭോഗസംസ്കാരം കേരളത്തിലും വ്യാപകമാവുകയാണ്. ഉന്നതവർഗത്തിനു വേണ്ടി എന്ന തരത്തിൽ തുടങ്ങി വയ്ക്കുകയും താഴേക്ക് ക്രമേണ എത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ഒരു ആശയവ്യാപനതന്ത്രമാണ് വിപണി പുതിയകാലത്ത് സ്ഥിരീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്.

കേരളത്തിലെ കൈത്തറി മേഖല തുറന്ന വിപണിയുടെ പുതിയ കാലത്തെ ഇടപെടൽ കൊണ്ട് ക്ഷയിക്കുകയാണ്. കേരളത്തിന്റെ സ്വന്തം മെന്ന് പറയാവുന്ന കൈത്തറി ഉത്പന്നങ്ങളുടെ നിലനില്പ് അപകടത്തിലായിരിക്കുകയാണ് (അനു. 1; ശശശ).

ഒരേ വസ്ത്രത്തിന്റെ തന്നെ മാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിൽ വരുന്നുണ്ട്. സീരീയുടെയും പുരുഷന്റെയും ശരീരത്തിന്റെ ചില പ്രത്യേകതകളുള്ള ഭാഗങ്ങളെ കേന്ദ്രീകരിച്ച് വ്യത്യസ്തങ്ങൾ വരുത്തിയുള്ള ട്രെന്റ് സൃഷ്ടിക്കലാണ് വസ്ത്രവിപണിയിൽ നടക്കുന്നത്. ഉദാഹരണത്തിന്, ഷർട്ടിൽ കഴുത്ത്, തോൾ, പോക്കറ്റ് ഭാഗങ്ങളെയും ബ്ലൗസിൽ നെഞ്ച്, കൈ, കഴുത്ത് തുടങ്ങിയ ഭാഗങ്ങളെയും പരിഷ്കരിക്കുകയാണ് ചെയ്യുക. ഇവക്ക് വ്യത്യസ്ത പേരുകൾ നൽകാറുണ്ട്. മിക്കവാറും അല്പകാലം കൊണ്ട് അവസാനിക്കുന്ന തരത്തിലാണ് ഇത്തരം വസ്ത്ര മാതൃകകളുടെ നിലനില്പ്.

അടിവസ്ത്രങ്ങളും വീട്ടുവസ്ത്രങ്ങളും അവശ്യവസ്തുക്കൾ എന്ന നിലയിലേക്ക് മാറിത്തീർന്നു. കമ്പനി മുദ്രയുള്ള അടിവസ്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന വലിയൊരു ജനവിഭാഗത്തെ സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുകയാണ്.

സീരീകൾ തീർത്തും ഒരേ നിറത്തിലുള്ള വസ്ത്രക്കൂട്ടുകൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ പുരുഷൻ അത്തരം വസ്ത്രക്കൂട്ടുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. ഒറ്റശരീരം എന്ന നിലക്കുള്ള സമഗ്രമായ രൂപഘടന തോന്നിപ്പിക്കാനെന്നു വേണം ഒരേ നിറത്തിന്റെ കൂട്ട് സീരീ തെരഞ്ഞെടുത്തതിന്റെ പിന്നിലെന്ന് കരുതാവുന്നതാണ്. മാത്രമല്ല ഒരു ഭാഗത്തിന്റെ നിറത്തിന്റെ വിപരീതനിറത്തിൽ അടുത്ത ഭാഗം വന്നാൽ നിഷേധത്തിന്റെയും എതിർപ്പിന്റെയോ

മനോഭാവം ഉണ്ടെന്നു തോന്നിപ്പിക്കും (ഇമ്‌മഹഹമ്യീ; 2000: ജ. 129). അത് പിതൃഘടനക്കു വിധേയമായ സമൂഹത്തിനു നിരക്കുന്നതല്ല. രണ്ടു വിരുദ്ധ നിറങ്ങൾ വരുമ്പോൾ കൃത്യമായും ഓരോന്നും വേർപെട്ടു നിൽക്കുമ്പോൾ പുറത്തേക്ക് തെറിച്ച് നിൽക്കുന്ന കാഴ്ചയുണ്ടാകും. ശരീരാവസ്ഥയിൽ വസ്ത്രത്തെ നിറത്തിൽ നില്പിനമാക്കുന്ന രീതിയാണ് സാരിയുടെയും ബ്ലൗസിന്റെയും കാര്യത്തിൽ സ്ത്രീകൾ സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. ശരീരം കൊണ്ടുള്ള സ്വാഭാവികമായ വടിവുകൾ പുരുഷന്റെ ഇംഗിതത്തിന് അനുകൂലമാണ്. സ്ത്രീയുടെ അംഗ്യവിക്ഷേപങ്ങളോ ശബ്ദങ്ങളോ പെരുമാറ്റങ്ങളോ സമൂഹം അനുവദിച്ചു കൊടുക്കാറില്ല.

അധ്യായം 4

വിശകലനം

കേരളത്തിലെ ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണ രീതിയെയും കുറിച്ച് മുൻഅധ്യായങ്ങളിൽ വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുകയാണ്. പ്രായം, ലിംഗം, തൊഴിൽ, മതം, ജാതി, വിദ്യാഭ്യാസം, പ്രസ്ഥാനങ്ങൾ, പ്രവിശ്യകൾ എന്നിവകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ സ്വഭാവത്തെയും സവിശേഷതകളെയും വസ്ത്രത്തിന്റെയും വസ്ത്രധാരണരീതിയുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിശദീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. മതം, ജാതി, സമ്പത്ത്, അധികാരം എന്നീ ഘടകങ്ങൾ വസ്ത്രധാരണരീതിയെയും എങ്ങനെ സ്വാധീനിക്കുന്നുവെന്നും അതിന്റെ പരിണതികളെന്തൊക്കെയാണെന്നും ഇവിടെ വിശദീകരിക്കുകയാണ്.

മുസ്ലീം, ക്രിസ്ത്യൻ, ഹിന്ദു എന്നീ പ്രധാനപ്പെട്ട മതങ്ങളിൽപ്പെട്ടവർ വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും കേരളീയ പശ്ചാത്തലത്തിൽ എന്തൊക്കെ വ്യത്യസ്തതകൾ വെച്ചുപുലർത്തുന്നുണ്ടെന്നും അതിന്റെ കാരണങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണെന്നും കൂടി ഇവിടെ പരിശോധിക്കുന്നുണ്ട്.

കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം ജനവിഭാഗം സൃഷ്ടിച്ച വസ്ത്രപാഠങ്ങൾ അടുത്ത കാലംവരെ നില നിന്നു. സ്ത്രീകൾ കാച്ചിമുണ്ടും ചട്ടക്കൂപ്പായവും മുട്ടാക്കും ധരിക്കുന്നതും പുരുഷന്മാർ കൈലിമുണ്ടോ, മുണ്ടോ ഇടതുഭാഗത്തു കുത്തിയടുത്ത് അരയിൽ ബൽറ്റുകെട്ടി തലയിൽ ഉറുമാലുകൊണ്ട് മറയ്ക്കുന്നതുമായ രീതിയുമായിരുന്നു, കേരളത്തിലെ മുസ്ലീങ്ങൾ പാരമ്പര്യമായി സ്വീകരിച്ചിരുന്നത് (അനു. 3; 45). ഉടുമുണ്ട് നെരിയാണി കവിയാതെ ഉടുക്കാൻ അവർ ശ്രദ്ധിച്ചിരുന്നു. അത് വിലക്കിന്റെ ഭാഗമായി വന്നതാണ്. ഇപ്പോൾ കേരളത്തിലെ മുസ്ലീങ്ങളുടെ വസ്ത്രധാരണരീതി മാറി. സ്ത്രീകൾ പർദയും മഹ്മിയും ധരിക്കുന്നത് വ്യാപകമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പുരുഷന്മാർ പാന്റുസിലേക്കും ഷർട്ടിലേക്കും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. കറുത്ത നിറത്തിലുള്ള പർദയും മഹ്മിയും അണിഞ്ഞു വരുന്ന ആളിനെ കണ്ടാൽ കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീയാണെന്നു തിരിച്ചറിയാം. പള്ളിയിലോ മദ്രസകളിലോ സ്ഥിരമായി വ്യാപരിക്കുന്നവരും വൃദ്ധരും ഒഴികെയുള്ളവരിയൊരു പങ്ക്

പുരുഷന്മാരും പടിഞ്ഞാറൻ വസീത്രമാതൃകകളെ അനുസരിക്കുന്നു. അവരിൽ നല്ലൊരു വിഭാഗവും പാസ്റ്ററും ഷർട്ടും സീകരിച്ചുകഴിഞ്ഞു. തിരുവിതാംകൂർ ഭാഗത്തെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകളിൽ പർദയിലേക്ക് മാറിയവർ താരതമ്യേന കുറവാണ്. പക്ഷേ, കേരളത്തിലെ മൊത്തം ജനസംഖ്യ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ കോളേജു പഠനം ലഭിക്കാത്ത വടക്കൻ കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകളിൽ ഭൂരിപക്ഷവും പർദയിലേക്കും മഹ്തയിലേക്കും നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ് എന്ന് മനസ്സിലാവും. ഗൾഫ് രാജ്യങ്ങളിലേക്ക് മലയാളികൾ വൻതോതിൽ പോയ ശേഷമാണ് പർദയുടെ വ്യാപനം കേരളത്തിലുണ്ടായത്. കോളേജുകളിൽ പഠിക്കുന്ന മുസ്ലീം യുവതികളിൽ കുറച്ചുപേർ മാത്രമേ പർദ ധരിക്കുന്നുള്ളൂ. വീട്ടിൽ കർശന നിയന്ത്രണമുള്ള കുട്ടികളിൽ ചിലർ കോളേജുകളിൽ വന്ന് സുരക്ഷിതമായ സ്ഥലത്തുവെച്ച് പുറമേ ധരിച്ചിരിക്കുന്ന പർദമാറ്റി അകമേയുള്ള ചുരിദാറുമായി നടക്കാറുണ്ട്. പർദ ശരീരവടിവിന് ഒത്തവണ്ണം തയ്ചൊരുക്കി ധരിക്കുന്നവർ ധാരാളമാണ്. പർദയും മഹ്തയും പലതരത്തിലുള്ള അലങ്കാരപ്പണികൾ ചെയ്തു ധരിക്കുന്നവരാണ് ഏറെയും. കൈയുടെ മുട്ടിനു താഴെയും ഉടലിന്റെ ശ്രദ്ധേയമായ ഭാഗങ്ങളിലും എംബ്രോയിഡറി വർക്കുചെയ്ത പർദ ധരിക്കുന്നവരുണ്ട്. മഹ്തയും അലങ്കാരപ്പണികൾ ചെയ്ത് വളരെ മനോഹരമാക്കുന്നു. ഇറാൻ, പാലസ്തീൻ പ്രദേശങ്ങളിലെ സ്ത്രീകൾ തലയിൽ മുടുപടം ചൂടുന്നതരത്തിൽ മഹ്ത ധരിച്ചു നടക്കാറുണ്ട്. പർദക്കുള്ളിലെ ആകർഷണീയമായ വസീത്രങ്ങൾ അല്പമായി കാണുന്ന തരത്തിൽ മേൽക്കൂപ്പായത്തിലെ ഒന്നോ രണ്ടോ ബട്ടണുകൾ തുറന്ന തരത്തിൽ അണിഞ്ഞുനടക്കുന്നവരെയും കാണാവുന്നതാണ്.

രൂപപരമായും മറ്റും പരിശോധിച്ചാൽ പർദ ഒരു മതത്തിന്റെയും ജാതിയുടെയും സൂചനയേ തരുന്നില്ല. ഏതാണ്ട് ഇതേ രൂപത്തിലുള്ള വസീത്രമാണ് മാക്സി അഥവാ നൈറ്റി. അത് എല്ലാ ജാതിമതക്കാരും അണിയുന്നു. അങ്ങനെ നോക്കുമ്പോൾ പർദ ഒരു പൊതു വസീത്രമാണ്. പക്ഷേ, ഇവിടെ സംഭവിച്ചത്, ഈ ഒരു വസീത്രധാരണത്തിലൂടെ വ്യക്തിപരമായി ഒരു സ്ത്രീയെ തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയാത്ത അവസ്ഥ സംജാതമാക്കിയിരിക്കുന്നു എന്നതാണ്. അത്തരമൊരു മാറ്റിത്തീർക്കലിന് കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ വിധേയരായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇതിനിടയിലും മനുഷ്യന്റെ ജന്മപരമായ ചോദന നിമിത്തം അവർക്ക് സമൂഹത്തിന്റെ മുമ്പിൽ സ്വയം വെളിപ്പെടുത്തേണ്ട സ്ഥിതി നിയമേന

വന്നുചേരുന്നു. അതിനാലാണ് മുകളിൽ പറഞ്ഞ തരത്തിലുള്ള ആകർഷണീയതയുടെ ഇടപെടലുകൾ സംഭവിക്കുന്നത്. വസ്ത്രത്തിലൂടെ ഒരു വ്യക്തി സ്വയം പ്രകാശിപ്പിക്കുന്നത് സ്വാഭാവികമാണെന്നും എങ്ങനെ തടഞ്ഞാലും അതിനുള്ള ശ്രമം ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടേയിരിക്കുമെന്നാണ് ഇതിലൂടെ വ്യക്തമാകുന്ന വസ്തുത.

ഈ അവസരത്തിൽ പർദ ധരിക്കുന്നതുകൊണ്ടുള്ള പ്രയോജനത്തെയും ദോഷത്തെയും പറ്റി വിശകലനം ചെയ്യാവുന്നതാണ്. 'പർദയും മഹ്തയും ശരീരത്തെമുഴുവൻ മറയ്ക്കുന്നു. പർദകളിൽ സ്ത്രീ സുരക്ഷിതയാണ്. അന്യപുരുഷന്റെ നോട്ടം പർദയിട്ട സ്ത്രീയിലേക്ക് എത്തിയാലും പ്രയോജനമില്ല. കറുത്ത വസ്ത്രം ആയതിനാൽ അതിന് ആകർഷണീയതയില്ല. ഇതൊക്കെയാണ് പർദക്ക് അനുകൂലമായി പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ. അലങ്കാരപ്പണിയും ശരീര വടിവിന് ഒത്ത വിധത്തിലുള്ള പരുവപ്പെടുത്തലുകളും പർദകളിലെ മനോഹരമായ വസ്ത്രങ്ങളുംകൊണ്ട് അന്യപുരുഷന്റെ നോട്ടത്തിന്റെ ശല്യത്തിൽ നിന്നും സ്ത്രീ ഒഴിവാകുന്നില്ലെന്നു മാത്രമല്ല, കൂടുതൽ ശല്യമനുഭവിക്കാനുള്ള സാധ്യത തെളിയുകയുമാണ് (അനു. 1; 5). കൂടാതെ, 'വായുവും സൂര്യപ്രകാശവും തൊലിയുടെ ആരോഗ്യത്തിന് അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. ചർമ്മ വിസർജ്ജ്യങ്ങൾ പുറത്തു പോകാനും വെയിലും ശുദ്ധവായുവും കിട്ടാനും വസ്ത്രം പൊതുവെ തടസ്സം സൃഷ്ടിക്കുന്നുണ്ട് എന്ന് അഭിപ്രായപ്പെടുന്നവരുണ്ട് (മെറീന മൈക്കിൾ തരകൻ; 2001/2 പു. 53). അങ്ങനെയിരിക്കെ പർദയും മഹ്തയും മുകളിൽ ഉന്നയിച്ച ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാൻ കാരണമായിത്തീരുന്നു. 'എ.സി. കാറിൽ യാത്രചെയ്യുന്ന ധനാധ്യയ മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾക്കുമാത്രമേ പർദ അലോസരമില്ലാതെ ധരിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂവെന്നും മതബോധത്തിന്റെ പോസിറ്റീവായ ഉണർവിനപ്പുറം പർദപോലുള്ള വസ്ത്രം ധരിക്കുമ്പോൾ മറ്റു മതക്കാരിൽ നിന്നും വേർപെട്ടുനിൽക്കുക എന്ന അംശം കൂടി മുഴച്ചുനിൽക്കുന്നുവെന്നും അതിനാൽ പർദ കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകൾക്ക് യോജിച്ചതല്ലെന്നും ഡോ. ഖദീജാ മുന്താസ് അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്' (മാത്യു ഭൂമി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്, 2008: പു. 45). "സ്ത്രീ വ്യക്തിത്വത്തെ നശിപ്പിക്കുന്നു എന്നും, സ്ത്രീ പുരുഷന്റെ ഉപഭോഗവസ്തുവാണെന്നും, ഒളിച്ചുവെക്കുന്നതു കൊണ്ട് ചൂഴ്ന്നു നോക്കാനുള്ള വാസനയുണ്ടാകാൻ ഇടയുണ്ടെന്നും, പുരുഷൻ സ്ത്രീ ശരീരത്തെകണ്ടാൽ കുഴപ്പമാണെങ്കിൽ പുരുഷൻ പ്രതിയാകുമെന്നും, ആകെ മുടിപ്പൊതിഞ്ഞു നടന്നാൽ,

തിരിച്ചറിയാൻ പറ്റാതെ വരുമ്പോൾ അരുതാത്തതൊക്കെ സംഭവിക്കാമെന്നും കാശ്മീരിൽ തീവ്രവാദികൾ അത്തരം വേഷം ധരിച്ച് നിയമ പാലകരെ കബളിപ്പിച്ചുവെന്നും” എം.എൻ. കാരശ്ശേരി അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു. (2008: പു 40-41).

‘വർഗീയവാദികളുടെയും പർദ ഉത്പാദകരുടെയും പിന്തുണയോടെ മുസ്ലീം കുടുംബങ്ങളെ മതാചാരപകാരമുള്ള വസ്ത്രമെന്നു തെറ്റിദ്ധരിപ്പിച്ച് കേരളത്തിലെ അനേകം മുസ്ലീം സ്ത്രീകളെ പർദ അണിയിച്ചുവരുന്നതായി പ്രസിദ്ധ സാമൂഹികപ്രവർത്തകനായ എം പി ബഷീർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (0വല റുശയാല; ഛീ. 10, 2002). പർദ ഒരു ഫാഷൻ വസ്ത്രമാണെന്ന ദത്തവും ലഭിച്ചിരിക്കുകയാണ്. ഇത്രയൊക്കെകാര്യങ്ങൾ പർദ ധരിക്കുന്നതിന് എതിരായുണ്ടെങ്കിലും പർദ കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾക്ക് വസ്ത്ര മാതൃകയായിത്തീർന്നിരിക്കുകയാണ്. പക്ഷേ, മുസ്ലീം പുരുഷൻ ആധുനിക സമൂഹത്തിൽ വന്ന മാറ്റങ്ങൾക്ക് അനുസരിച്ചുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കുന്നു. ചുരുക്കി പറഞ്ഞാൽ മുസ്ലീം സ്ത്രീപുരുഷൻമാർ പാരമ്പര്യമായുണ്ടായിരുന്ന മതസ്വത്വമുള്ള കേരളീയ പാഠങ്ങളെ തിരസ്കരിച്ചിരിക്കുകയാണ്. ഇതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിശദീകരണമാണ് ചുവടെ ചേർക്കുന്നത്.

സ്ത്രീപുരുഷവിവേചനമുള്ള സമൂഹമാണിത്. പുരുഷൻമാർ അധികാര രൂപമായി വർത്തിക്കുന്നതിനാൽ തീരുമാനങ്ങളും അവർ തന്നെയാണെടുക്കുന്നത്. ഏകീകൃതമതബോധം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് മതമൗലികവാദികൾ ശക്തമായി ഇടപെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുരുഷമേധാവിത്വവും മതമൗലിക വാദത്തിന്റെ സമ്മർദ്ദവും കൂടിച്ചേർന്ന് കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീയെ, ആഗോളകമായി മതത്തെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു വസ്ത്രത്തിലേക്കും വസ്ത്രധാരണത്തിലേക്കും ഒരുക്കിക്കെട്ടാൻ ശ്രമിക്കുകയാണ്. ഈയൊരു കാരണത്താലാണ് കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീ തനതു വേഷമായിരുന്ന കാച്ചിമുണ്ടിൽ നിന്നും ചട്ടക്കൂപ്പായത്തിൽ നിന്നും ആധുനിക വേഷത്തിലേക്ക് മാറാതെ പർദയിലേക്കും മഹ്തയിലേക്കും നയിക്കപ്പെട്ടത്. പക്ഷേ, കമ്പോളം ഇത്തരം പ്രവണതകളെ നന്നായി മനസ്സിലാക്കുന്നുണ്ട്. വസ്ത്രവിപണിയിലേർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നവർ പർദയിലും മഹ്തയിലും അനേകം പരിഷ്കാരങ്ങൾ വരുത്തി നൂറുകണക്കിനു മാതൃകകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു.

അങ്ങനെ മനുഷ്യമനസ്സിനെ ആകർഷിച്ചുവശത്താക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളുടെ കാര്യമായ പിന്തുണയോടെ പർദയുടെ നൂറുകണക്കിനു പാഠങ്ങൾ കമ്പോളത്തിൽ വിറ്റഴിക്കുകയാണ്. 'സീനിയർസ്, സ്വന്തം ശരീരലാവണ്യം മറ്റുള്ളവരിൽ എത്തിക്കുന്നതിനുള്ള ചിന്തയുള്ളതു'നിമിത്തം. മുകളിൽ പരാമർശിച്ചിരിക്കുന്ന വിപണിയുടെ തന്ത്രങ്ങളിൽ ഭൂരിപക്ഷം മൂന്നിം സീനിയർസ് വശപ്പെടുന്നതായി വേണം മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് (സിമോണ്ട് റ്റ് ബുവെർ; 1986: ജ. 13). നിർവ്വഹകത്വവും അനുകർഷകത്വവും പ്രസരിപ്പിക്കേണ്ട ഒരു വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയും ആകർഷകത്വത്തിന്റെ വിപരീത ധർമ്മത്തിലേ ക്കാണെത്തിയത്. പ്രശസ്ത മനശ്ശാസ്ത്രജ്ഞനായ ഫ്രീഡ് റ്റർഹൈമന്റെ സിദ്ധാന്തവും ഇവിടെ പ്രസക്തമാകുന്നു. 'തങ്ങളുടെ സീനിയർസ് മറ്റുള്ളവരാൽ ആകർഷിക്കപ്പെടുന്നതിൽ അസൂയയുള്ളവരാണ് പുരുഷൻമാർ; പ്രത്യേകിച്ചും ഭർത്താക്കൻമാർ. അതുകൊണ്ട് സീനിയർസ് ശരീരം അന്യപുരുഷനിൽ നിന്നും മറച്ചു വക്കുന്നതിനുള്ള ശ്രമം പുരുഷന്റെ ഭാഗത്തുനിന്നും ഉണ്ടാകുന്നു. ഓരോ സീനിയർസ് ഏതെങ്കിലും ഒരു പുരുഷന്റെ സ്വകാര്യ സ്വത്താണ് എന്ന സാമൂഹിക നീതിയുടെ യുക്തി കിഴക്കൻ രാജ്യങ്ങളുടെ സമൂഹത്തിൽ ഇപ്പോഴും വേരുപിടിച്ചു നിൽക്കുന്നുണ്ടെന്നും പരപുരുഷന്റെ ലൈംഗികമായ കാഴ്ചയിൽ നിന്നും തന്റെ സീനിയർസ് ഒഴിച്ചുനിർത്തുന്നതിന് പൊതുസ്ഥലങ്ങളിലെ വേഷങ്ങളിൽ അവർക്ക് മൂന്നിം നിയമങ്ങൾ ചില കർശന നടപടികൾ നിർദ്ദേശിക്കുന്നുവെന്നും ഫ്രീഡ് റ്റർഹൈമർ ഉദാഹരണസഹിതം സമർത്ഥിച്ചിട്ടുണ്ട് (ബ.ഇ., എഹൗഴലഹ; 1930: ജ. 61).

ഉപഭോഗവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട ഈ സമൂഹത്തിൽ സീനിയർസ് കമ്പോളം കൃത്യമായി നിർവ്വചിച്ചിട്ടുണ്ട്. മുതലാളിത്തം പിടിച്ചുപറ്റി ക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഈ പരിതോവസ്ഥയിൽ അത്തരം നിർവ്വചനങ്ങളെ മറികടക്കാനാവില്ല. കാഴ്ചപ്പാടും എന്ന വ്യാഖ്യാനത്തിലാണ് സീനിയർസ് ശരീരത്തെ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. ഏതൊരു വസ്തുവിന്റെയും മൂല്യം ഇക്കാലത്ത് കമ്പോളമാണ് നിർണ്ണയിക്കുന്നത്. ഇന്നു തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രം ധരിച്ചാൽ എന്ത് മൂല്യം ലഭിക്കുമെന്ന് പരസ്യത്തിലൂടെ പ്രവചിക്കുന്നുണ്ട്. പിന്നെ, പുരുഷന്റെ അധികാരത്തിനു കീഴിൽ നിൽക്കാൻ വിധിക്കപ്പെട്ട സീനിയർസ് വ്യാപാരം, പാതിവ്രത്യം തുടങ്ങിയ ആചാരങ്ങളാൽ നിയന്ത്രിതമായിരിക്കുകകൂടി ചെയ്തിരിക്കുകയാണ്. ഇവിടെ സീനിയർസ് ആകർഷണ വിധേയയാക്കുന്നതും അനുകർഷകയാകാൻ ശരിക്കുന്നതും

പുരുഷനാണെന്ന വിചിത്രമായ വസ്തുതയാണ് വെളിവാകുന്നത്. കെട്ടുറപ്പുള്ള മതം എന്ന നിലയിൽ ഇസ്ലാംമതം കർശനമായ വിലക്കുകൾ ഏർപ്പെടുത്തി സീതീയ നിയന്ത്രിക്കുമ്പോഴും സഹജവാസനകൾ അവളെ വിലക്കുകളിൽ നിന്നും വിട്ടുനിൽക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. ഇവിടെയാണ് കമ്പോളം ബുദ്ധിപരമായ തന്ത്രങ്ങളൊരുക്കി സമവായം തീർക്കുന്നത്.

സീതീയുടെ നില ഇതായിരിക്കെ മുസ്ലീം പുരുഷൻ കൈലിയിലും മൂണ്ടിലും നിന്ന് പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകയിലുള്ള പാന്റുസിലേക്ക് പൂർണ്ണമായും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുരുഷന്റെ ലോകത്തെ തീരുമാനങ്ങൾ അവൻ അനുകൂലമായേ ഉണ്ടാവുകയുള്ളൂ. ഇതിനും പുറമേ പുരുഷൻ അനുകൂലമായ മറ്റൊരു ഘടകം കൂടിയുണ്ട്. പുത്തൻ വികസനത്തിന്റെ ലോകത്ത് വ്യാപാരസ്ഥാപനങ്ങൾ മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്ന ആധുനിക വസീത്രമാതൃകകൾ മത നിരപേക്ഷമാണ്. കമ്പനികൾ പെരുമാറ്റ നിർദ്ദേശങ്ങളിൽ വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും നിശ്ചയിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഡോക്ടർമാർ, ബ്യൂറോക്രാറ്റുകൾ, കമ്പനി ഉദ്യോഗസ്ഥർ, നിയമപാലകർ തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലുള്ളവർക്കും കർശനമായ വസീത്രമര്യാദകളുണ്ട് (ഉല്പരൈ ഇീറല). ഇവ പാലിച്ചെ മതിയാകൂ. ഇത്തരം രംഗങ്ങളിൽ അധികവും പുരുഷൻമാരാണ് ഇടപെടുന്നത്. ഈ മേഖലകളിൽ പണിയെടുക്കുന്ന സീതീകളുടെ അവസ്ഥയും ഇതേ തരത്തിലാണ്. മതചിഹ്നങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്ന വസീത്രധാരണം അവിടങ്ങളിൽ സാധ്യമല്ല. അതുകൊണ്ട് ഇതുപോലുള്ള മേഖലകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മുസ്ലീം പുരുഷൻമാർ ആധുനിക വേഷം ധരിക്കാൻ നിർബന്ധമാണ്.

പൊതുജനങ്ങളുമായി; പ്രത്യേകിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളായ പൊതുജനങ്ങളുമായി ഇടപെടേണ്ട വ്യാപാര സമൂഹത്തിൽ, മുസ്ലീം പുരുഷൻമാർ ഇടപെട്ടുനിൽക്കുന്നുണ്ട്. ആധുനിക വസീത്രങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന വസീത്രശാലയിലെ ഉടമസ്ഥൻ മതചിഹ്നം വെളിപ്പെടുത്തുന്ന വസീത്രം ധരിച്ചുനിൽക്കുന്നത് കേരളം പോലുള്ള മതനിരപേക്ഷ അന്തരീക്ഷത്തിന് പ്രാധാന്യമുള്ള കൂട്ടായ്മയിൽ ഗുണപരമായിത്തീരുകയില്ല. ഉപഭോഗവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട കേരളീയജനത പാശ്ചാത്യരീതിയിലുള്ള വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും മാന്യമെന്ന് പട്ടികപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്തിരിക്കുകയാണ്. ഈ

സാഹചര്യത്തിലാണ് കേരളത്തിലെ മുസ്ലിം പുരുഷന്മാർ ആധുനിക വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും എത്തപ്പെട്ടത്.

കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികൾ പാരമ്പര്യമായി ചട്ടയും മുണ്ടുമാണ് ധരിച്ചുപോന്നത്. പുരുഷന്മാർ മുണ്ടും കൈലിയും ഉപയോഗിച്ചിരുന്നു. ഇന്നിപ്പോൾ ചട്ടയും മുണ്ടും അപൂർവ്വമായിത്തീർന്നു. പൊതുസമൂഹത്തിൽ ക്രിസ്ത്യൻ സ്ത്രീയും പുരുഷനും മതത്തെക്കുറിക്കുന്ന വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും സ്വീകരിക്കുന്നില്ല. സ്ത്രീകൾ സാരി, ചുരിദാർ, മുതലായ വസ്ത്രങ്ങൾ അണിയുന്നു. പുരുഷന്മാർ മുണ്ടും ഷർട്ടും അല്ലെങ്കിൽ പാന്റ്സും ഷർട്ടുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികൾ മതനിഷ്ഠമായ വസ്ത്രം സ്വീകരിച്ചുകാണുന്നില്ല. ലോകത്ത്, ക്രിസ്തുമതത്തിന് അനേകം വ്യത്യസ്ത പാഠങ്ങളുണ്ട്. ഓരോ നാട്ടിലും മതബോധത്തിനും മറ്റു ജീവിതക്രമത്തിനുമനുസരിച്ച് വ്യത്യസ്തമായ സാംസ്കാരികരീതികളുണ്ടായി. ഓരോയിടത്തും വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയും വ്യത്യസ്തമായിരുന്നു. യൂറോപ്പിൽ നവോത്ഥാന കാലഘട്ടം ക്രിസ്തീയതക്കൊപ്പമാണ് പുരോഗമിച്ചത്. നവോത്ഥാനത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥ മുതലാളിത്തത്തിലധിഷ്ഠിതമാണ്. വ്യവസായവൽക്കരണമായിരുന്നു അതിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഉത്പാദനം വൻതോതിൽ ആയപ്പോൾ, ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കാൻ ലോകമെങ്ങും വിപണികൾ തുറക്കേണ്ടി വന്നു. അതിനെ സഹായിക്കുന്നതിനുള്ള സാംസ്കാരികാടിത്തറയും അറിവിന്റെ ലോകവും സമാന്തരമായി സൃഷ്ടിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമായിത്തീർന്നു. അതിനായി ലോകമെങ്ങും ഒന്നാണെന്നും ആവശ്യങ്ങളെല്ലാം ഒന്നാണെന്നുമുള്ള ബോധം സൃഷ്ടിച്ചു. ആഗോളഗ്രാമം എന്ന അവസ്ഥ ഉണ്ടാവുകയാണ്. കുറച്ചു മുതൽമുടക്കി ഏറെ ലാഭം കൊയ്യാൻ പറ്റുന്നതും മനുഷ്യന്റെ ജന്മ ചോദനകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുകിടക്കുന്നതും വ്യക്തിത്വത്തിന്റെ പ്രകാശനത്തെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയതുമായ സൗന്ദര്യവർധക സാധനങ്ങൾ ഉത്പാദിപ്പിക്കാൻ മുതലാളിത്ത ലോകം ശ്രദ്ധിച്ചു. വസ്ത്രം അതിൽ ഒരു പ്രധാനപ്പെട്ട ഇനമായിരുന്നു. വ്യക്തിയുടെ ഇഷ്ടങ്ങളെ തൃപ്തിപ്പെടുത്താൻ ഉതകുന്ന വസ്ത്ര മാതൃകകളാണ് യൂറോപ്യൻ വിപണി സൃഷ്ടിച്ചത്. അവിടെ ക്രിസ്തീയത, വിപണിയുടെ താല്പര്യങ്ങളോടു സമരസപ്പെടുകയാണു ചെയ്തത്. പ്രാദേശികമായ വ്യത്യസ്ത പാഠങ്ങൾക്ക് ക്രിസ്തീയത എതിരു പറഞ്ഞില്ല; അനുകൂലിക്കുകയാണ് ഉണ്ടായത്. ഈയൊരു പശ്ചാത്തലത്തിലാണ്

കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികളുടെ വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും പൊതുസമൂഹത്തിന്റെ രീതിയിലെത്തിച്ചേർന്നത്.

കേരളത്തിൽ 1930 നു ശേഷം വടക്കേ ഇന്ത്യയിൽനിന്നും സാരി പ്രചാരത്തിലെത്തുകയുണ്ടായി. കേരളത്തിൽ മറ്റുള്ളവരോടൊപ്പം ക്രിസ്ത്യൻ സമൂഹവും സാരി ഉപയോഗിക്കാൻ തുടങ്ങി. പിന്നീടുവന്ന ചുരിദാർ, ലാച്ച തുടങ്ങിയ വസീത്രങ്ങളും അവർ സ്വീകരിച്ചു. പടിഞ്ഞാറൻ സ്ത്രീകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസീത്രമാതൃകകൾ ഭൂരിപക്ഷം ക്രിസ്ത്യൻ സ്ത്രീകളും ഉപയോഗിച്ചില്ല. കേരളത്തിൽ പൊതുസമൂഹം എന്നനിലയ്ക്കാണ് അവർ വസീത്രം ധരിക്കുന്നത്. കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യൻ സമൂഹത്തിൽ ഭൂരിപക്ഷവും മതപരിവർത്തനം ചെയ്തവരാണ്. ആ നിലക്ക് ഹിന്ദുസമൂഹത്തിന്റെ സംസ്കാര വിശേഷങ്ങൾ അവരിലുണ്ടാവുക സ്വാഭാവികമാണ്. ക്രിസ്ത്യൻ സ്ത്രീകൾ പുരുഷൻമാരോടൊപ്പം വിവിധ തൊഴിൽ മേഖലകളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത് മറ്റൊരു പ്രത്യേകതയാണ്. ഇസ്ലാം സമുദായത്തേക്കാൾ ഇക്കാര്യത്തിൽ അവർ മുമ്പിലാണ്. ഇതും അവരുടെ മതനിരപേക്ഷ വസീത്രത്തിനും വസീത്രധാരണരീതിക്കും കാരണമായതായി കണക്കാക്കാവുന്നതാണ്. ചില ജനവിഭാഗങ്ങളിൽ ഒരു വീട്ടിലെ രണ്ടു രക്തബന്ധുക്കളിൽ ഒരാൾ ക്രിസ്ത്യാനിയായും മറ്റൊരാൾ ഹിന്ദുവായും ജീവിച്ചുവരുന്ന സ്ഥിതിയുണ്ട്. തെക്കൻ തിരുവിതാംകൂറിലെ നാടാർ, ഈഴവ, പൂലയ വിഭാഗത്തിലുള്ളവരുടെ കുടുംബങ്ങളിൽ ഇത്തരം ഒരു പ്രത്യേകത കാണാവുന്നതാണ്. ഇത് ഒരു മുസ്ലിം വിഭാഗത്തിലെ കുടുംബത്തിൽ കാണുന്നതിന് സാധ്യത തീരെ കുറവാണ്. ഹിന്ദുവിന്റെയും ക്രിസ്ത്യാനിയുടെയും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങൾ ഒരേപോലെ നടത്തിപ്പോകുന്ന അനേകം ഈഴവ, നാടാർ, പൂലയ, പറയ വിഭാഗങ്ങൾ കേരളത്തിലുണ്ട്. മതപരിവർത്തനത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ഈകാര്യത്തെ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ ഹിന്ദു-ക്രിസ്ത്യൻ, പാരസ്പര്യത്തിന്റെ സ്വാഭാവികമായ സാധ്യത കേരളത്തിൽ മറ്റ് ഏതൊരു മതവിഭാഗത്തെ അപേക്ഷിച്ചും ഉണ്ടെന്നു കാണാം. സെറൂസാരി ഉടുക്കുന്നതിൽ നഗരത്തിലുള്ള ഭൂരിപക്ഷം ക്രിസ്ത്യൻ സമൂഹവും താല്പര്യം കാണിക്കുന്നു എങ്കിലും മുസ്ലിംസ്ത്രീകളിൽ ഭൂരിപക്ഷവും അതിൽനിന്ന് ഒഴിഞ്ഞുനിൽക്കുന്നതായാണ് കാണുന്നതെന്ന് ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു (അനു. 2; ശശശശ). ഇതും മുകളിൽ ഉദ്ധരിച്ചിരിക്കുന്ന വാദത്തിന് ഉപോൽബലകമാണ്. സമുദായപരമായി ക്രിസ്ത്യാനികളാണ് പുതിയ ട്രെൻഡുകളെ അനുകരിക്കാൻ കൂടുതൽ താല്പര്യം കാണിക്കുന്നത്.

പടിഞ്ഞാറൻ ഫാഷൻ മാതൃകകൾ ഉത്സാഹപൂർവ്വം സ്വീകരിക്കുന്നതും അവരാണെന്ന് എറണാകുളം, കോട്ടയം ഭാഗത്തെ ടെക്സ്റ്റൈലുകളിൽ നിന്നും ലഭ്യമായ വിവരങ്ങളിൽ നിന്നും മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്. ഇങ്ങനെയൊക്കെയുള്ള കാരണങ്ങൾകൊണ്ട് ക്രിസ്ത്യൻ സമൂഹത്തെ കേരളത്തിലെ പൊതുസമൂഹത്തിനോടൊപ്പം ചേർത്തുനിർത്തിയാൽ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയുംകൊണ്ട് മതം തിരിച്ചു മനസ്സിലാക്കാനാവില്ലെന്നു തീർച്ചയാക്കാം. ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിലെ ചില വേഷമര്യാദകളിലും പുരോഹിതന്മാരുടെ വേഷത്തിലും മാത്രമേ ക്രിസ്ത്യൻ മൂദ്രകാണാൻ കഴിയൂ എന്ന് മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ് (അനു. 3; 55).

ഹിന്ദുമതത്തിന് സംഘടിത മതത്തിന്റെ സ്വഭാവം നാളിതുവരെ വന്നു ചേർന്നിട്ടില്ല. പലജാതികളും ഉപജാതികളും കൊണ്ടുനിറഞ്ഞ ഒരു ജാതി സമൂഹത്തെയാണ് പൊതുവിൽ ഹിന്ദു എന്ന് വിളിക്കുന്നത്. മേൽ സൂചിപ്പിച്ച ഒരു മതത്തിന്റെയും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളില്ലാതിരുന്ന ആദിവാസികളെയും ഹിന്ദു എന്ന സംജ്ഞയുടെ കീഴിൽപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഓരോ ജാതി ഉപജാതി വിഭാഗങ്ങൾക്കും പ്രത്യേകം ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളുണ്ട്. പക്ഷേ, വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും ഒരു ജാതിയിലുള്ളവരും പൊതുവെ മതത്തെ തിരിച്ചറിയുന്ന തരത്തിൽ വസ്ത്രം ധരിച്ചു കാണുന്നില്ല. ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ മാത്രമാണ് നിർദ്ദിഷ്ട വസ്ത്രമര്യാദകൾ പാലിച്ചുകാണുന്നത്. ഒരു പ്രത്യേക മതഗ്രന്ഥത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലും അനുഷ്ഠാനമര്യാദയിലും നിലനിൽക്കുന്ന സ്വത്വം കേരളത്തിലെ ഹിന്ദുമതത്തിനില്ല. ബ്രിട്ടീഷുകാർ, ഹിന്ദു / അഹിന്ദു എന്നു വേർതിരിച്ചതിൽ അഹിന്ദു അല്ലാത്തവരെല്ലാം ഹിന്ദുവായി കേരളത്തിൽ കണക്കാക്കപ്പെട്ടു.

കേരളത്തിലെ ഹിന്ദുക്കൾ മുണ്ടും ഷർട്ടും, പാന്റ്സും ഷർട്ടും, സാരി, ചുരിദാർ ഇവയൊക്കെയാണ് ധരിക്കുന്നത്. അവലത്തിൽ പോകുന്ന സ്ത്രീകളുടെ സെറ്റുവസ്ത്രവും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിലെ വേഷവും മാത്രമാണ് ഹിന്ദുവെന്ന് തിരിച്ചറിയാൻ ഇടയാക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ (അനു. 3; 51, 53, 56). പണ്ട് ജാതി തിരിച്ചുള്ള വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവുമാണ് നില നിന്നത്. ഇന്ന് ജാതിതിരിച്ചുള്ള വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയും അപ്രത്യക്ഷമായിക്കഴിഞ്ഞു. കേരളത്തിൽ സംഭവിച്ച ജനാധിപത്യ പ്രക്രിയയിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ പങ്കാളികളായതു സ്വാഭാവികമായും ഹിന്ദുസമൂഹമാണ്. ഭൂരിപക്ഷം എന്ന നിലയിൽ കേരളത്തിലെ ജനകീയ

പ്രസ്ഥാനങ്ങളെ നയിച്ചുകൊണ്ടിരുന്നവരിൽ ഭൂരിഭാഗവും ഹിന്ദുസമുദായത്തിൽ ജനിച്ചവരാണ്. കേരളത്തിലെ നവോത്ഥാന നായകരിൽ പ്രമുഖനായ ശ്രീനാരായണഗുരു, ജാതിമത സംബന്ധമായ അടയാളങ്ങൾ ഇല്ലാതാക്കു ന്നതിനായുള്ള വമ്പിച്ചൊരു മുന്നേറ്റത്തിന് നേതൃത്വം നൽകുകയുണ്ടായി. മുതലാളിത്തം മുന്നോട്ടുവച്ച വികസനത്തിൽ നാരായണഗുരു ആകൃഷ്ടനായിരുന്നു വെന്ന് മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്. വ്യവസായത്തിലേർപ്പെടാ ന്നുള്ള ആഹ്വാനം തന്നെ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വികസനത്തോടുള്ള സമീപനത്തിന് ഉദാഹരണമായി കണക്കാക്കാക്കാം. നെയ്ത്ത്, ഓട് തുടങ്ങിയവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വ്യവസായങ്ങളെ അദ്ദേഹം പ്രോത്സാഹിപ്പിച്ചു. നാരായണഗുരുവിന്റെ ഇത്തരം സമീപനങ്ങൾ മനുഷ്യത്വത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായതും ജനാധിപത്യ രീതിയിലുള്ളതുമായ ഒരു സാമൂഹികാന്തരീക്ഷത്തിനു കളമൊരുക്കി. കേരളത്തിലെ വലിയൊരു വിഭാഗം വരുന്ന ഹിന്ദുസമുദായത്തിനും ഒരു തരത്തിലുമുള്ള അടയാളങ്ങളും ഇല്ലാത്ത വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും സ്വീകരിക്കാൻ ഇത്തരമൊരു ഇടപെടൽ കാരണമായിത്തീർന്നിട്ടുണ്ട്. കേരളത്തിലെ സാമൂഹികപരിഷ്കർത്താവായ അയ്യങ്കാളി സമുദായരഹിതമായ ഒരു സമൂഹമെന്ന സങ്കല്പനം വെച്ചുപുലർത്തിയ മഹാനായിരുന്നു. അതുകൊണ്ടാണ് അവർണ്ണർ സവർണ്ണരുമായി വൈവാഹിക ബന്ധത്തിലേർപ്പെടണമെന്ന് അദ്ദേഹം ഉദ്ബോധിപ്പിച്ചത്. സവർണ്ണാവർണ്ണ ഭേദമില്ലാത്ത ഒരൊറ്റലോകം തീർക്കുന്നതിനുള്ള പ്രചോദനമായാണ് അയ്യങ്കാളി നിലകൊണ്ടത്. കല്ലുമല പ്രക്ഷോഭം അവസാനിപ്പിക്കുന്നതിന് എല്ലാസമുദായ നേതാക്കളുമായിച്ചേർന്ന് അദ്ദേഹമുണ്ടാക്കിയ സമവായം പ്രസിദ്ധമാണ്. ഈയൊരു സമീപനവും കേരളത്തിലെ മതേതര ജനാധിപത്യപ്രക്രിയയെ ത്വരിതപ്പെടുത്താൻ സഹായിച്ചു.

ഇടതുപക്ഷപ്രസ്ഥാനങ്ങൾക്ക് മുൻതൂക്കമുള്ള കേരളത്തിൽ ആ പ്രസ്ഥാനത്തിന്റെ മതനിരപേക്ഷ പരിപാടികളിൽ സജീവമായി പങ്കെടുത്ത ഭൂരിപക്ഷം വരുന്ന ഹിന്ദു സമൂഹത്തിനും വസ്ത്രം കൊണ്ട് മതബദ്ധമായ സ്വത്വം വേണമെന്ന് തോന്നിയില്ല. കോൺഗ്രസ്സ് തുടങ്ങിയ മതനിരപേക്ഷപ്രസ്ഥാനങ്ങൾക്ക് വേരോട്ടമുള്ള ഹിന്ദുവിഭാഗങ്ങളും മതപരമായി തിരിച്ചറിയാൻ ആഗ്രഹിച്ചില്ല. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളെല്ലാം കൂടിയാണ് കേരളത്തിലെ ഹിന്ദുവിഭാഗത്തിനെ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും കൊണ്ട് ജാതി മത വ്യത്യാസം തിരിച്ചറിയാൻ

പറ്റാത്തവിധം മാറ്റിത്തീർത്തത്. ഇത്തരത്തിൽ ശിഥിലമായൊരു ഘടനയുള്ള മത വിഭാഗത്തെ പൊതുവസ്ത്രമെന്ന ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് അടുപ്പിക്കാൻ കമ്പോളത്തിന് ഒരു പ്രയാസവുമുണ്ടായില്ല. ഈ സാഹചര്യങ്ങളെല്ലാം കൂടി ചേർന്നാണ് കേരളത്തിൽ മതനിരപേക്ഷമായ വസ്ത്രത്തിനും വസ്ത്രധാരണത്തിനുമുള്ള അന്തരീക്ഷമൊരുങ്ങിയത്.

കേരളത്തിൽ ജാതി ഇപ്പോഴും സജീവമാണ്. 2009 ജൂലായ് 19നു ചൊവ്വാഴ്ചയിലെ മാത്യുഭൂമി ദിനപ്പത്രത്തിലെ വിവാഹാലോചന പരസ്യപേജിൽ 94 പുരുഷൻമാരുടെയും 214 സ്ത്രീകളുടെയും പരസ്യം കൊടുത്തിട്ടുണ്ട്. നാല് പുരുഷൻമാരുടെയും 4 സ്ത്രീകളുടെയും പരസ്യത്തിൽമാത്രമാണ് ജാതിപ്രശ്നമല്ല എന്നെഴുതിയിരിക്കുന്നത്. നല്ല ഒരു വിഭാഗം ആളുകളും ഉപജാതിയുടെ കാര്യത്തിൽ പോലും കർശനമായ നിലപാടു സ്വീകരിക്കുന്നതായി കാണാവുന്നതാണ്. ആകെ രണ്ടുശതമാനത്തോളം പേർ മാത്രമേ ജാതി പരിഗണിക്കാതെയുള്ളൂവെന്ന് കാണുന്നു (ബ്രഹ്മവ്യായവാശ ഇഹമശൈലശലഭം, 2008 ജൂലൈ 19, ജ. 14). ഒരു കുടുംബനടപടി എന്ന നിലയിൽ ജാതിപ്പൊരുത്തം കണക്കാക്കിയാണ് കേരളത്തിൽ വിവാഹബന്ധം ഉറപ്പിക്കുന്നത്. ജാതി, കേരളീയ സമൂഹത്തെ ഇന്നും നിയന്ത്രിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതിന് കേരളത്തിലെ ജാതിസംഘടനകളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളും പരിഗണിക്കാവുന്നതാണ്. എൻ.എസ്.എസ്, എസ്.എൻ.ഡി.പി, നാടാർമഹാജന സഖ്യം, പുലയർ മഹാസഭ, സാംബവ സഭ, വെള്ളാളമഹാസഭ, വണികവൈശിക സംഘം തുടങ്ങി മിക്കവാറും എല്ലാജാതികൾക്കും മിക്ക ഉപജാതികൾക്കും കേരളത്തിൽ സംഘടനയുണ്ട്. പല സംഘടനകൾക്കും വിദ്യാഭ്യാസസ്ഥാപനങ്ങളും, ആശുപത്രികളും, ഓഫീസുകളും, വ്യവസായങ്ങളു മുണ്ട്. കണ്ണൂരിലെ ഒരു വിവാഹബ്യൂറോ, 'നായൻമാർക്കും നമ്പ്യാൻമാർക്കും' മാത്രം എന്നു ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയ പരസ്യം ശ്രദ്ധയിൽ പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ഇതൊക്കെയാണെങ്കിലും ജാതിയെ വസ്ത്രത്തിലൂടെ വെളിപ്പെടുത്താൻ കേരളത്തിൽ ഒരു ജാതിയിലേർപ്പെട്ടവരും തയ്യാറാകുന്നില്ല.

വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും പണ്ടു നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന വിവേചനം അവസാനിക്കുകയും അക്കാലത്തിൽ ജനാധിപത്യം നിലവിൽ വരുകയും ചെയ്തു. ഭൂരിപക്ഷം ആദിവാസി സമൂഹങ്ങളും വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും കൊണ്ട് വേർതിരിച്ചറിയാൻ കഴിയാത്ത

അവസ്ഥയിലേക്ക് എത്തിച്ചേർന്നു. ഈയൊരു ആശയം വിചാരിച്ചിരിക്കാതെ ഉണ്ടായതല്ലെന്നതിന് തെളിവുണ്ട്. മാറുമറക്കൽ പ്രക്ഷോഭത്തിൽ മതപരിവർത്തനം ചെയ്ത ക്രിസ്ത്യൻ സിരീകളുടെ ആവശ്യം റവുകൾ ധരിക്കണമെന്നതു മാത്രം ആയിരുന്നില്ല; സവർണസിരീകൾ ധരിച്ചിരുന്നപോലെ മുലക്കച്ചകെട്ടുക എന്നതു കൂടിയിരുന്നില്ല (ഉമചക്രവർത്തി; 2008: പു 136). സമമായവസീത്രവും വസീത്രധാരണവുമെന്ന ചിന്ത മലയാളികൾക്കുപോഴുമുണ്ടായിരുന്നതിന് മികച്ച ഉദാഹരണമായി ഈ സംഭവത്തെ കണക്കാക്കാവുന്നതാണ്. ഈ ഒരു സ്വത്വബോധമാണ് മലയാളിയെ ജാതിരഹിതവും ഒരു പരിധിവരെ മതരഹിതവുമായ വസീത്രത്തിലേക്കും വസീത്രധാരണത്തിലേക്കും നയിച്ചത്.

ജാതിയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും അപ്രത്യക്ഷമായെങ്കിലും സ്കൂൾ യൂണിഫോമുകൾ നിർബന്ധമായ ഈ സന്ദർഭത്തിൽ ഒരു പുതിയ വർഗവിഭജനം വസീത്രത്തിലൂടെയും വസീത്രധാരണത്തിലൂടെയും സാധ്യമാക്കുകയാണ്. പ്രൊഫഷണൽ കോളേജുകളിലും യൂണിഫോം നിർബന്ധമാക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. അൺ എയിഡഡ് മേഖല ശക്തമായതോടെ ഓവർകോട്ടുൾപ്പെടെയുള്ള വിലകൂടിയ യൂണിഫോമുകൾ നിലവിൽ വന്നു. ഇതൊരു പുതിയ ശീലത്തിന്റെ അനുഭവം തീർക്കലാണ്. നഗരങ്ങളിൽ സ്ഥാപിതമാകുന്ന പ്രൊഫഷണൽ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ ജീവനക്കാർക്ക് വസീത്ര മര്യാദകളുണ്ട്. വ്യാപാരസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ജീവനക്കാർക്കും നിശ്ചിതതരം വസീത്രങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തിവരുന്നു. ജീവനക്കാരുടെ സ്ഥാനമാനങ്ങൾക്ക് അനുസരിച്ചാണ് വസീത്രമര്യാദകൾ തീരുമാനിക്കുന്നത്. നേരത്തേതന്നെ 'വൈറ്റ് കോളർ' ജീവനക്കാരൻ പരിചിതപ്രയോഗമായിരുന്നു. ഇക്കാലത്ത് താഴ്ന്ന തരം ജോലിചെയ്യുന്നവരെ 'ബ്ലൂ കോളർ' ജീവനക്കാരൻ എന്നു വിശേഷിപ്പിക്കാൻ തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. സമൂഹത്തിൽ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ശ്രേണീബന്ധം അടയാളപ്പെടുത്താനുള്ള ഏറ്റവും പ്രത്യക്ഷവും ശക്തവുമായ മാർഗ്ഗം വസീത്രത്തിലൂടെയും വസീത്രധാരണത്തിലൂടെയും നടത്തിയെടുക്കുക എന്നുള്ളതാണ്. ആയത് ഇന്നും തുടരുകയാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

സാമ്പത്തികമായ ചുറ്റുപാടുകൾ മലയാളികളുടെ വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും ഏതുപ്രകാരം ബാധിച്ചുവെന്ന്, ചിന്തിക്കാവുന്നതാണ്. കാർഷികവൃത്തിയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ

ജീവിതക്രമമായിരുന്നു മലയാളിക്കുണ്ടാ യിരുന്നത്. കേരളസംസ്ഥാനം രൂപീകൃതമായശേഷം ഇവിടെ നടപ്പിലാക്കിയ കാർഷികബന്ധബില്ലുകൾപ്പെടെയുള്ള നയങ്ങൾ വമ്പിച്ച മാറ്റങ്ങൾക്ക് വഴിയൊരുക്കി. സാർവത്രിക വിദ്യാഭ്യാസം കേരളത്തിന്റെ ഒരു പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷ്യമായിത്തീർന്നു. വിദ്യാഭ്യാസത്തിലൂടെ ഉയരുക എന്നത് പൊതുവെ മലയാളികളുടെ താൽപര്യമായി പരിണമിച്ചു. ആദിവാസി വിഭാഗമാണ് ഇതിൽനിന്ന് ഒഴിഞ്ഞുനിന്നത്. അവർ പൊതുധാരയിലെത്താൻ പിന്നെയും വർഷങ്ങൾ വേണ്ടിവന്നു. നേടിയ, സാങ്കേതികമായ അറിവുകളിലൂടെയും മറ്റുവിദ്യകളിലൂടെയും മലയാളികളിൽ ഒരു വിഭാഗം ഇന്ത്യയുടെ പലഭാഗങ്ങളിലേക്കും ഗൾഫ് രാജ്യങ്ങളിലേക്കും യൂറോപ്യൻനാടുകളിലേക്കും ജോലി തേടിപ്പോയി. മതപരിവർത്തനത്തിനു വിധേയരായവരിൽ നല്ലൊരു വിഭാഗം ദളിതരും പിന്നോക്കക്കാരുമായിരുന്നു. അവരിൽ സ്ത്രീകൾ നഴ്സിങ്, അധ്യാപനം തുടങ്ങിയ മേഖലകളിൽ ജോലിനേടാൻ തുടങ്ങി. കൃഷിയുടെ രീതിയാകെമാറി. ഒറ്റവിള കൃഷിയും തോട്ടവിള കൃഷിയും നടപ്പിലായി. മലയാളിയുടെ സാംസ്കാരിക രീതികളിലും മാറ്റം വന്നു. അധ്യാപനത്തിന്റെ മഹത്വം വെളിവാക്കുന്നതിനുള്ള ഉപാധിയെന്ന തരത്തിലുള്ള ശരീരത്തിന്റെ പ്രാതിനിധ്യ സങ്കല്പനം മാറിമറിഞ്ഞു. ശരീരം മെല്ലെ കാഴ്ചവസ്തുവെന്ന അവസ്ഥയിലെത്തി. പുറംതൊലിയുടെ മിനുപ്പും മണവുമൊക്കെ വലിയ പ്രശ്നങ്ങളായി മലയാളിയുടെ മനസ്സിൽ അടയാളപ്പെട്ടു. മുതലാളിത്തം സൃഷ്ടിച്ച അറിവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് കേരളം വികസിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. സൗന്ദര്യ മാതൃകകൾ പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ളതായി പരിണമിച്ചു. അവർ അവതരിപ്പിച്ച വസ്ത്രങ്ങളും വസ്ത്രധാരണരീതികളും മലയാളികൾക്ക് സ്വീകാര്യമായിത്തീർന്നു.

വസ്ത്രവിപണിക്ക് അനുകൂലമായ സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക ചുറ്റുപാടാണ് കേരളത്തിലുണ്ടായിത്തീർന്നത്. അനേകതരത്തിലുള്ള വസ്ത്രമാതൃകകൾ കേരളത്തിൽ വിലപനക്കായി എത്തിത്തുടങ്ങി. ജീവിതത്തിലെ തീർത്തും സ്വകാര്യസംഭവങ്ങൾപോലും സമൂഹത്തിന്റെ കാഴ്ചയ്ക്കും സാന്നിധ്യത്തിനുമായുള്ള അവസരങ്ങൾ ആയിത്തീർന്നു. ഗ്രാമീണ ജനതക്ക് ജന്മദിനം വളരെ അടുപ്പമുള്ളവർ മാത്രം പങ്കെടുക്കുന്ന ചടങ്ങായിരുന്നത്, നഗരവൽക്കരണ രീതി സ്വീകരിച്ചപ്പോൾ വളരെ വിപുലമായിത്തീർന്നു. താമസിക്കുന്ന സ്ഥലത്തെ ചുറ്റുപാടിലുള്ള മുഴുവനാളുകളെയും ഉൾക്കൊള്ളിച്ചുകൊണ്ടുള്ള അനേകം ചടങ്ങുകൾ

സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടു. വസീത്രശാലകളിൽ പാർട്ടിവെയറുകളും മറ്റും പ്രത്യേകമായി പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നത് സർവ്വസാധാരണമായിത്തീർന്നു. വസീത്രം വാങ്ങൽ ഓണം, റംസാൻ തുടങ്ങിയ ആഘോഷങ്ങൾ എന്നതിൽ നിന്ന് മാറി, എല്ലാകുടുംബങ്ങളിലും ധാരാളം ആഘോഷങ്ങൾ ഉണ്ടാവുക എന്ന സ്ഥിതി വന്നു. കുടുംബത്തിൽ പുതിയ സാങ്കേതിക ഉപകരണങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതുപോലും ആഘോഷമായി പരിണമിക്കുന്ന നില വന്നിരിക്കുകയാണ്. പരസ്യങ്ങൾ, സിനിമ, ടി.വി. സീരിയലുകൾ, എന്നിവ ഇത്തരമൊരു മാറ്റത്തിന് ഊർജ്ജം പകർന്നു. പലതരത്തിലുള്ള പണത്തിന്റെ വിനിമയത്തിന് സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങൾ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചു നടപ്പാക്കുകയാണ്. ഷോപ്പിങ്ങ് ഫെസ്റ്റിവലുകൾ, ഫെസ്റ്റിവൽ അഡ്വാൻസ് തുകയുടെ വൻതോതിലുള്ള ഉയർത്തലുകൾ, അടിയന്തര ഹയർ പർച്ചേസ് ലോണുകൾ, എന്നിങ്ങനെയുള്ള കമ്പോളത്തിലുന്നിയുള്ള നൂതന പരിപാടികൾ വിപണി കേന്ദ്രീകൃതമാണ്. കേന്ദ്രാവിഷ്കൃത തൊഴിലുറപ്പുപദ്ധതിപ്രകാരമുള്ള പരിപാടിയും കേരളത്തിലെ കമ്പോളത്തെ സജീവമാക്കിയിരിക്കുകയാണ്. ഇതൊക്കെ നല്ലൊരളവിൽ വസീത്രവിപണിയെ സഹായിച്ചുവെന്നാണ് വസീത്ര വ്യാപാരശാലകളിൽ നിന്നും കിട്ടിയ സ്ഥിതിവിവരക്കണക്കുകൾ തെളിയിക്കുന്നത് (അനു. 1; ശശമ). വിപണി, ഉപഭോക്താവിനെ തന്ത്രപൂർവ്വം സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. 'ഉപഭോഗമാണ് ഉണ്മ' എന്നത് അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. മെലീസ്സ ബുച്ചർ എന്ന പ്രസിദ്ധ എഴുത്തുകാരി, 'ഉപഭോക്തൃത്വമാണ് ഒരുവന്റെ സ്വത്വത്തെ നിർണ്ണയിക്കുന്ന'തെന്ന വാദം ഉദ്ധരിച്ചിട്ടുണ്ട് (1994: ജ. 124).

വാങ്ങൽ സന്ദർഭങ്ങളെ ഉപയോഗപ്പെടുത്താത്തവന്റെ സാമൂഹിക നില അമാന്യമായി ഗണിക്കപ്പെടുന്നു. വാങ്ങുന്നത് സദാചാരമായിത്തീരുകയാണ്. ചടങ്ങുകളിൽ വസീത്രം വാങ്ങിക്കൊടുക്കുന്നത് മര്യാദയുടെ ലക്ഷണമായി കണക്കാക്കുകയും അത് ആചാര സംഹിതയുടെ ഭാഗമായി പരിണമിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അങ്ങനെ വിപണി എന്ന ധനശാസ്ത്രബന്ധിതമായ നിർമ്മിതി സംസ്കാരത്തിന്റെ ഭാഗമായി ഇടപെട്ടുകൊണ്ട് പാരമ്പര്യമൂല്യങ്ങളെ തിരസ്കരിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. 'പഞ്ചേന്ദ്രിയങ്ങളായ കണ്ണ്, കാത്, മൂക്ക്, നാക്ക്, ത്വക്ക് എന്നിവയുടെ ഗുണങ്ങളാണ് കാഴ്ചയും കേൾവിയും ഗന്ധവും രുചിയും സ്പർശനവും. ഇവ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ചോദനകളിലൂടെ വസീതുവിന്റെ പ്രത്യക്ഷീകരണം, ശ്രദ്ധ, വ്യാഖ്യാനം എന്നീ

പ്രക്രിയകളിലൂടെ മനസ്സ് കടന്നു പോകുന്നു. ഏതൊരു ദ്രഷ്ടാവിന്റെയും ഇന്ദ്രിയാനുഭൂതി എന്ന് ജന്മായത്തഗുണത്തിലൂടെയാണ് വസ്തുവിന്റെ തെരഞ്ഞെടുക്കലും സംഘാടനവും സംഭവിക്കുന്നത്. ഈയൊരു അസംസ്കൃതമായ സംവേദനത്തിന് സാംസ്കാരിക പശ്ചാത്തലം ഒരുക്കി പ്രീണിപ്പിക്കുന്ന ഇടപെടലാണ് കമ്പോളം ചെയ്യുന്നത് (ബശരവമലഹ ഞ. ടീഹീാലി, 2000: ജ 49).

സാംസ്കാരികമായ പൈതൃകത്തിന്റെ ഓർമ്മയായി നിൽക്കുന്ന വയെ ചിഹ്നവൽകരിച്ച് ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതിയും വിപണിക്കുണ്ട്. പാരമ്പര്യം വെച്ചു പുലർത്തുന്ന മൂല്യത്തെ നിരാകരിക്കാൻ അതിൽ നിന്നു തന്നെയുള്ള മോട്ടീഫുകൾ ഉള്ള കൗശലത്തോടെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. വസ്ത്രം മനുഷ്യന്റെ സാംസ്കാരികവും വിശേഷിച്ച് സദാചാരപരവുമായ മൂല്യങ്ങളുമായി അഭേദബന്ധം പുലർത്തുന്നതിനാൽ പാരമ്പര്യമൂല്യങ്ങളുടെ പിൻവലിയിലിൽ നിന്നും സമൂഹത്തെ മോചിപ്പിക്കേണ്ടത് മുതലാളിത്തത്തിന്റെ ആവശ്യമാണ്. വന്ദനശിവയെപ്പോലുള്ള സാമൂഹിക ശാസ്ത്രജ്ഞർ മുകളിൽ പറഞ്ഞതരത്തിലുള്ള കമ്പോളത്തിന്റെ ഇടപെടലുകളെ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന വിജ്ഞാന പാരമ്പര്യത്തെ ന്യൂനീകരണ ശാസ്ത്രമെന്നു വിളിക്കുന്നു. അവരുടെ വീക്ഷണത്തിൽ ആധിപത്യവും മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠയും പ്രസ്തുത ശാസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രത്യയ ശാസ്ത്രപ്രവർത്തനമാണ്. ശരീരത്തെ വസ്തുവാക്കി മാറ്റിത്തീർക്കുന്നതും ന്യൂനീകരണത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കൊണ്ടു സംഭവിക്കുന്നതാണ് എന്ന് അവർ വിശദീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. (2007: പു. 51-3) ന്യൂനീകരണശാസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രവർത്തനം കൊണ്ട് മിച്ചമൂല്യമുണ്ടാകുന്നതിനാൽ ഭരണകൂടവും അനുബന്ധസ്ഥാപനങ്ങളും അനുകൂലമായ സ്ഥാപനങ്ങളും അതിനെ സർവ്വാത്മനാ പിന്തുണക്കുന്നു. ആഗോളീകരണത്തിന്റെ വക്താക്കളും പ്രയോക്താക്കളും 'ന്യൂനീകരണ ശാസ്ത്ര'ത്തെ കൂട്ടുപിടിച്ചാണ് ലോകത്തുമുഴുവൻ ഒരാവശ്യത്തിന് ഒരു വസ്തു എന്ന സിദ്ധാന്തം സ്ഥാപിച്ചെടുത്തത്. ആധുനിക മനുഷ്യന്റെ സ്വത്വം സാർവ്വലൗകി കാധിഷ്ഠിതമാണ്. ഒരേ കമ്പനി തന്നെ ഇംഗ്ലണ്ടിലെയും അമേരിക്കയിലെയും ഇന്ത്യയിലെയും ചൈനയിലെയും ഏതു കുഗ്രാമത്തിലുള്ളവർക്കും ഉപയോഗിക്കാനുള്ള തരത്തിൽ വസ്ത്രങ്ങൾ എത്തിക്കുന്നു. വസ്ത്രത്താൽ പ്രകടമാകുന്ന വ്യക്തിയുടെ സ്വത്വപരത അങ്ങനെ നഷ്ടമാവുകയാണ്. വസ്ത്രനിർമ്മാണവിതരണ

കമ്പനികൾ തീർക്കുന്ന വസീത്രപാഠങ്ങളുടെ സമ്മതി, പരസ്യങ്ങളിലൂടെ നേടിയെടുക്കുന്നു.

ആവശ്യമെന്നതരത്തിലില്ലാതെ ആഡംബരമെന്ന രീതിയിലൂടെയും പെരുമാറാനുള്ള മനുഷ്യന്റെ ചോദനയെ പ്രീണിപ്പിക്കുവാനും നടപടികൾ വിപണി സീകരിക്കുന്നു. പുരുഷൻമാരുടെയും സ്ത്രീകളുടെയും വസീത്രങ്ങളിൽ പലതരത്തിൽ ആഡംബരത്തിനുള്ള അടയാളങ്ങൾ കാണാവുന്നതാണ്. *മൈനിങ്, മൈപപ്പിങ്, ഡാർട്ട്, സ്കോക്കിങ്, ഫീജിറ്റ്, സീം, പാനൽ, യോക്ക്, ഫ്രീൽ* തുടങ്ങി അനേകതരം രീതികൾ ഉപയോഗിച്ച് വസീത്രങ്ങൾ മോടിപിടിപ്പിക്കാറുണ്ട്. പുരുഷൻമാരുടെ തോൾവശം മുതൽ കോളർ വരെയുള്ള ഭാഗത്തെ, പോക്കറ്റ്, ബട്ടൺ മൈൻ, കഫ് എന്നിവിടങ്ങളിലാണ് പലതരത്തിലുള്ള ആഡംബര പ്രയോഗങ്ങൾ നടത്തിവരുന്നത്. അധികമായി തുണി തയ്ച്ചുചേർത്തും ബട്ടണുകൾ വെച്ചുപിടിപ്പിച്ചും തുണിമടക്കിത്തയ്ച്ചും ഒക്കെയാണ് ഇത്തരത്തിൽ മോടിപിടിപ്പിക്കുന്നത്. ഫുൾകൈ ഉടുപ്പ് തയ്ച്ചു മടക്കിവക്കുന്നതും ആഡംബരത്തിന്റെ ഭാഗമാണ്. കൂടുതൽ തുണി, സമയ നഷ്ടം, സാധനത്തിന്റെ വില എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഇടപെടലുകൾ വസീത്രത്തിന്റെ വില കൂടുതൽ ആകാൻ ഇടയാക്കുന്നു.

സ്ത്രീകളുടെയും കുട്ടികളുടെയും വസീത്രങ്ങളിലാണ് ആഡംബര ഇടപെടലുകൾ അധികവും നടക്കുന്നത്. പാവട, ചുരിദാർ, ലാച്ച, മാക്സി, പർദ, മഫ്ത, കൈലേസ്, പാന്റൂസ്, ഫ്രോക്ക്, ബ്ലൗസ്, ജട്ടി തുടങ്ങിയ എല്ലാ വസീത്രങ്ങളിലും ആകർഷകത്വത്തിനായുള്ള എന്തെങ്കിലുമൊക്കെ ചെയ്തിരിക്കും. പാവടയിൽ മടക്ക് വെച്ച് തയ്ക്കുന്നു. ചിലതരം പാവട മടക്ക് വെച്ച് തയ്ക്കുന്നതിന് സാധാരണയുള്ളതിന്റെ ഇരട്ടിത്തുണി വേണ്ടി വരുന്നു. മാക്സിക്ക്കും, മിഡിക്കും, പാനലോ, പീസോ ചേർത്ത് തയ്ക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇതിന്റെയെല്ലാം ബ്ലൗസിന് തോളിൽ പഫ്, മൈപപ്പിങ്, പടി, റേന്ത ഇങ്ങനെ പലവിധത്തിലുള്ള അലങ്കാരപ്പണികൾ അധികമായി തയ്ച്ചുതീർക്കേണ്ടിവരും. ചുരിദാറിനു സൽവാർ കമ്മീസിനും മുകളിൽ സൂചിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ധാരാളം തയ്യൽ രീതികൾ ചെയ്യാറുണ്ട്. സ്ത്രീകളുടെ വസീത്രങ്ങളിൽ *എംബ്രോയിഡറി* വർക്കചെയ്ത് മോടിപിടിപ്പിക്കുന്നു. വർക്കുള്ള ചുരിദാർ, സാരി ഇങ്ങനെയാണ് ഇത്തരം വസീത്രങ്ങളെ വിളിക്കാറുള്ളത്. ഫ്രോക്കിന് ധാരാളം തട്ടുകളും മടക്കുകളും

ഉണ്ടാകാറുണ്ട്. അടിവസ്ത്രങ്ങളിലും പലപ്രകാരത്തിലുള്ള പ്രിന്റുകളും മെപ്സിങ്ങുമൊക്കെ ചെയ്ത് മനോഹരമാക്കുന്നു. കുട്ടികളുടെ വസ്ത്രങ്ങളും മുതിർന്നവരുടേതിൽനിന്ന് വലിയ വ്യത്യാസം ഒന്നുമില്ലാതെ അലങ്കാരപ്പണികൾ ചെയ്തുകൊണ്ടുണ്ട്. വസ്ത്രങ്ങളിലെ ആഡംബര ഇടപെടലുകൾ കൊണ്ടുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടത്തിന്റെ കണക്കു പരിശോധിക്കേണ്ടതാണ്.

1. അധികമായി ചെലവഴിക്കേണ്ടി വരുന്ന തുണിയും മറ്റു സാധനങ്ങളും.
2. തൊഴിലിന് അധികമായി ഉപയോഗിക്കേണ്ടിവരുന്ന സമയം.
3. തുണിയും മറ്റും പരുവപ്പെടുത്തുന്നതിന് ആവശ്യമായ ജലത്തിന്റെ ഉപഭോഗം.
4. വൈദ്യുതിയുടെ ഉപഭോഗം.
5. വസ്ത്രം പൊതിയുന്നതിന് ആവശ്യമായ അനേകം പദാർത്ഥങ്ങൾ.
6. പാരിസ്ഥിക പ്രശ്നങ്ങൾ
7. ഗതാഗത പ്രശ്നങ്ങൾ
8. അധികമായി ഉപയോഗിക്കേണ്ടിവരുന്ന സ്ഥലം.
9. അധിക മനുഷ്യോർജ്ജത്തിന്റെ ചെലവ്.
10. സാംസ്കാരിക പ്രശ്നങ്ങൾ.

കൃത്യമായ ദത്തങ്ങൾ വിലയിരുത്തിയാൽ കേരളത്തിൽ വിറ്റഴിക്കപ്പെടുന്ന വസ്ത്രങ്ങളിലെ ആഡംബര ഇടപെടൽ കൊണ്ടുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടം വളരെ വലുതാണെന്നു ബോധ്യമാകും. ഇത് വ്യക്തിയെ മാത്രം ബാധിക്കുന്ന ഒരു പ്രശ്നമല്ല. രാജ്യത്തെയും, ഒരു പരിധിവരെ ലോകത്തെയും ഈ പ്രശ്നങ്ങൾ സാരമായി ബാധിക്കുന്നതാണ്. ഇങ്ങനെ ആഡംബരത്തിനു ചെലവാക്കാനുള്ള മിച്ചമൂല്യം മലയാളിക്കുണ്ടോ എന്നു പരിശോധിക്കാം. പ്ലാനിങ് ബോർഡിന്റെ ഏറ്റവും ഒടുവിലത്തെ വിലയിരുത്തൽ റിപ്പോർട്ടിൽ 'കേരളത്തിലെ ഓരോ പൗരനും 2005 വർഷത്തിൽ 12,681 രൂപ കടബാധ്യതയിൽ പെട്ടിരിക്കുകയാണ്. 2001 വർഷത്തിൽ കേരളത്തിന്റെ പ്രതിശീർഷ കടം 7414 രൂപയായിരുന്നു. തെക്കേ ഇന്ത്യൻ സംസ്ഥാനങ്ങളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ, ഇത്തരം കടത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ കേരളം ഏറ്റവും മൂൻ നിരയിൽത്തന്നെയാണ്. കേരളത്തിലെ മൊത്തം കടം 1996-97 ൽ 11420.91 കോടിയായിരുന്നത് 2007ൽ 57,138.71 കോടിയായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു' (വല ശശിറഃ; ടലു 4, 2009: ജ. 4). നമ്മുടെ സംസ്ഥാനത്തിന്, അഥവാ, മിച്ചമൂല്യമുണ്ടെങ്കിൽപ്പോലും ഭൂരിപക്ഷം ജന

ങ്ങളും ദരിദ്രരായി കഴിയുന്ന ഇന്ത്യയിലെ ഒരു പൗരനെ നിലയിൽ ഇങ്ങനെയൊരു ആഡംബര ജീവിതത്തിൽ നിന്നും ഒഴിഞ്ഞുനിൽക്കേണ്ടത് ധർമ്മികമായ കടമയാണ്. മലയാളിയുടെ ആഡംബരജീവിതം സദാചാര വിരുദ്ധമായ കാര്യമാണെന്നുകൂടി വിലയിരുത്തേണ്ടതാണ്. മുകളിൽ ഉദ്ധരിച്ച കടത്തിൽ നല്ലൊരു പങ്ക്, മലയാളിയുടെ അമിതമായ ഉപഭോഗം കൊണ്ടാണെന്നുകൂടി തിരിച്ചറിയേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. അതിൽത്തന്നെ ഒരു പ്രധാന അംശം വസ്ത്രത്തിന്റെ ഉപഭോഗം നിമിത്തം വന്നുകൂടുന്നതാണ്.

സമ്പത്തുണ്ടെന്ന് മറ്റുള്ളവരെ അറിയിക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു ഉപാധികൂടിയായി പരിഗണിക്കുന്നതുകൊണ്ടാണ് അതിന്റെ ഉപഭോഗം ഇത്രമേൽ വർധിക്കുന്നത്. അന്യന്റെ കാഴ്ചയിലേക്ക് തുറക്കുന്ന ഉപഭോഗ കൃത്യ (ഇീശുശരീയുടെ ഇീശ്യാശരീ) അതിൽ അവൻ അസൂയ ജനിപ്പിക്കണം എന്ന ലക്ഷ്യം ഇരിപ്പുണ്ട്. (ബ്രഹ്മവേദം ൩. ൧൧൧, 2000: ജ. 474) എല്ലാ ആഡംബര വാങ്ങലിന്റെയും പിന്നിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മാനസികാവസ്ഥയും മറ്റൊന്നല്ല എന്നിവിടെ തെളിയുന്നു. ഫാഷൻ മാറിയാൽ, നിറം മങ്ങിയാൽ, അൽപമൊന്നു കീറി (തുണിച്ചിടാവുന്ന അവസ്ഥ)യാൽ വസ്ത്രം ഉപേക്ഷിക്കുന്ന സ്ഥിതി ഉണ്ടെന്നാണ് ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത് (അനു. 2; ശശശഹ). ഈ സന്ദർഭത്തിൽ സമ്പത്ത് സമൂഹത്തിൽ മാനുഷ്യതയുടെ അടയാളമാണെന്നു വരുന്നു. ധാരാളം വസ്ത്രവുംഅതിന്റെ പ്രകടനപരമായ സാധ്യതയുമുള്ള ഒരാൾക്ക് സമൂഹത്തിൽ നല്ല മതിപ്പുണ്ടാകും എന്നൊരു ധാരണയുണ്ട്. ലളിതമായ വേഷമോ പഴുകിയ വേഷമോ ധരിക്കുന്നവർക്ക് പൊതുസമൂഹത്തിൽ മാനുഷ്യ ലഭിക്കുന്നില്ലെന്നും കരുതുന്നതായി ആവേദകർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ഈഹാധിഷ്ഠിതമായ അധികവരുമാനത്തിന്റെ ബലത്തിലാണ് മലയാളി, അവനവനെ സമൂഹത്തിന്റെ മുന്നിൽ പ്രകടിപ്പിക്കാൻ വസ്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങിക്കൂട്ടുന്നതെന്നു കാണാവുന്നതാണ്.

വസ്ത്രവും അധികാരവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തെക്കുറിച്ച് ഇനി ചർച്ചചെയ്യാവുന്നതാണ്.

സമ്പത്തും അധികാരവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം വളരെ പ്രകടമാണ്. മുതലാളിത്ത സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയുടെ പ്രയോഗശാസ്ത്രം സാമ്പത്തിക ശക്തികളും അധികാരകേന്ദ്രങ്ങളും ഒത്തുചേർന്നു രൂപപ്പെടുത്തുന്നതാണ്. യഥാർഥ ജനാധിപത്യമൂല്യങ്ങളുടെ അഭാവം കൂടിയാണ്, ഈയൊരവസ്ഥയിലൂടെ വെളിവാകുന്നത്. വസ്ത്രത്തെ, ജനകീയതയുടെ

നിലപാടിൽ നിന്നുകൊണ്ടാണ് ഗാന്ധിജി വീക്ഷിച്ചത്. അദ്ദേഹം സ്വദേശത്ത് നെയ്ത ലളിതമായ വസ്ത്രങ്ങളാണ് ധരിച്ചിരുന്നത്, അത്തരം വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കാനാണ് ആഹ്വാനം ചെയ്തതും. വസ്ത്ര ഡിസൈനർ സഞ്ജയ് ഹിങ്കു, ഗാന്ധിജിയുടെ മൂദ്രപതിപ്പിച്ച പുതിയ ഓവർക്കോട്ട് ഡിസൈൻ ചെയ്തിരിക്കുന്നു (അനു. 5; 19). ഫാഷൻ വസ്ത്രത്തിന്റെ കമ്പോളത്തിനു വേണ്ടി ഗാന്ധിയെ കരുവാക്കുന്ന തരത്തിലേക്ക് കാലം മാറിയിരിക്കുന്നു. വിപണിക്ക്, സദാചാരമില്ല; അത് എന്തിനെയും ഉപയോഗിക്കും എന്നതിനുള്ള തെളിവാണ്. വിദേശവസ്ത്രങ്ങൾ അധീശത്വത്തിന്റെ പ്രതീകങ്ങളായി ഗാന്ധിജി തിരിച്ചറിഞ്ഞു. അതുകൊണ്ടാണ് അവയെ ബഹിഷ്കരിക്കാനുള്ള ആഹ്വാനമുണ്ടാകുന്നത്. ഇന്ത്യയിലെ പട്ടിണിപ്പാവങ്ങളായ സ്ത്രീകളെക്കൊണ്ട് നൂലുണ്ടാക്കിച്ച് അത് നെയ്തുകിട്ടുന്ന ഖാദികൊണ്ട് ഇന്ത്യൻ ജനതയെ വസ്ത്രം ധരിപ്പിക്കുക എന്നതായിരുന്നു ഗാന്ധിജിയുടെ ആശയം (ഡോ. ജോർജ്ജ് ഇരുമ്പയം, 2006, പേജ് 499). ജനങ്ങളുടെ കൂട്ടായ്മയിൽ പങ്കിടുന്ന പാരസ്പര്യമാണ് ജനാധിപത്യമെന്നും ആയതിന്റെ അംശബന്ധത്തിലുള്ളവയാണ് സമമായി ഉപഭോഗം ചെയ്യേണ്ടതെന്നുമുള്ള ഗാന്ധിയൻ വീക്ഷണം ഇന്ത്യയിൽ നിലവിൽ വന്നില്ല. ഖദർവസ്ത്രം ലാളിത്യത്തിന്റെയും സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെയും ജനാധിപത്യത്തിന്റെയും പ്രതീകമായിരുന്നു. ഇന്ന് യഥാർത്ഥ ഖദരെന്നും കള്ളഖദരെന്നും രണ്ടുതരത്തിലുള്ള ഖദർ വസ്ത്രമുണ്ട്. ചില ഉന്നത രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കൾപോലും കള്ള ഖദർ ധരിക്കുന്നുണ്ടെന്നാണ് ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. 'ഡാക്കാ മസ്ലിൻ' പോലുള്ള വിലയേറിയ തൂണിത്തരങ്ങൾ ഖദരെന്നു കാഴ്ചയിൽ തോന്നും. അത്തരം തൂണിയിൽ നെയ്ത വസ്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന സ്ഥിതിയാണുള്ളത്. അധികാരത്തിന്റെ പ്രതീകമായാണ് ഖദരും വെളുപ്പും തോന്നുന്നതെന്ന് ആവേദകർ പറയുന്നു (അനു. 1; ശശര).

കേരളത്തിലെ എല്ലാ രാഷ്ട്രീയ കക്ഷികളിലെയും ഒട്ടുമിക്ക നേതാക്കളും മൂന്നും ഷർട്ടുമാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. വെളുത്ത നിറത്തിലുള്ള ഷർട്ടാണ് കൂടുതൽ പേരും ധരിക്കുന്നത്. പക്ഷേ, വനിതാ നേതാക്കൾ പല തരത്തിലും നിറത്തിലും ഉള്ള സാരിയാണുടുക്കുന്നത്. ഖദർ സാരിയുടുക്കുന്നവരും വർക്കുള്ള സാരിയുടുക്കുന്നവരുമുണ്ട്. ജനകീയതയും ശുദ്ധതയും ലാളിത്യവും പ്രകടിപ്പിക്കാനാണ് രാഷ്ട്രീയക്കാർ മൂന്നും ഷർട്ടും ഉപയോഗിക്കുന്നതെന്ന് ആവേദകർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. രാഷ്ട്രീയക്കാർ, ജനങ്ങളുടെ ഇച്ഛക്ക് അനുസരിച്ചുള്ള

വേഷം ധരിച്ചു ശീലിച്ചതാണെന്നും അതാണു നാട്ടുനടപെപ്പെന്നും ആവേദകരുടെ പ്രതികരണത്തിൽ നിന്നും മനസ്സിലാക്കുന്നു. പക്ഷേ, പലരാഷ്ട്രീയ കക്ഷികളിലെയും യുവനേതാക്കൾ നിറമുള്ള ഷർട്ടുകൾ അണിയുന്നുണ്ട്. കേരളത്തിനകത്ത് പാന്റസ് ധരിച്ചു നടന്നാൽ ജനങ്ങളിൽ നിന്ന് അകന്നുപോകും എന്നു ഭയക്കുന്നതിനാലാകാം രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കൾ മൂണ്ട് ഉടുത്തു നടക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുന്നതെന്നു കരുതാവുന്നതാണ്.

വസീത്രമര്യാദകൾ അധികാരത്തിന്റെ ചിഹ്നം ആകുമ്പോൾ

പോലീസുകാർ, ഡോക്ടർമാർ, സന്യാസിമാർ ഇവർക്കൊക്കെ പ്രത്യേക തരത്തിലുള്ള വസീത്രമര്യാദകൾ അലംഘനീയമായ നിയമമൂലം നിർദ്ദേശിച്ചിട്ടുണ്ട്. വസീത്രം ചിഹ്നം കൂടിയാണ്. ഓരോ വസീത്രവും വ്യത്യസ്തമായ അധികാര വ്യവസ്ഥയിൽ വ്യത്യസ്തമായ അർത്ഥത്തെ പ്രകാശിപ്പിക്കുന്നു.

പ്രതിരോധത്തിന്റെയും സംരക്ഷണത്തിന്റെയും ആക്രമണത്തിന്റെയും ഒക്കെ കൃത്യം നിർവഹിക്കുന്ന സേനാംഗങ്ങളുടെ തലമുടി കോപ്പു ചെയ്ത്, നിർദ്ദിഷ്ട യൂണിഫോം ധരിപ്പിക്കുന്ന രീതിയാണ് ഉള്ളത്. യൂണിഫോമിന് കൃത്യമായ ധർമ്മം ഉണ്ട്. ഒരു സാധാരണ വ്യക്തിയെ യൂണിഫോം ഇടുവിക്കുമ്പോൾ അതു വഴി പൂർവനിശ്ചിതമായ ഒരു ആശയം അയാളിലേക്ക് പകരുകയാണ്. അങ്ങനെ അയാൾ അധികാരത്തിന്റെ ഭാഗമായിത്തീരുന്നു. അപ്പോൾ അയാൾ നിർദ്ദിഷ്ട ദൗത്യം ഏറ്റെടുത്ത വ്യക്തിയായി സ്ഥാനമാറ്റം (വെശളഭ) ചെയ്യപ്പെടുന്നു. അതിൽ പിന്നീട് സ്വത്വം നഷ്ടപ്പെട്ട്, ആജ്ഞാനുവർത്തിയായി ഒരു തരം യാന്ത്രികതക്ക് അടിമപ്പെട്ട് അയാൾ നിലകൊള്ളുകയാണ്. യൂണിഫോമിട്ടിരിക്കുന്ന പ്രസ്തുത വ്യക്തിയെ നേരിടുന്നവൻ ആരായാലും അയാളുടെ ശത്രു എന്ന തരത്തിലായിരിക്കും പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നത്. താൻ അംഗമായ സേന ഒഴിച്ച് മറ്റെല്ലാം അയാൾക്ക് അന്യമാണ്. പ്രസ്തുത വസീത്രം ധരിക്കുന്നതിലൂടെ ധാരണത്താൽ അയാൾസ്വന്തം വ്യക്തിത്വത്തെ മാറ്റിവെച്ച് പുതിയ ഒരു അധികാര സ്വരൂപമായി മാറുകയാണ്.

ഏതു മതത്തിലെയും സന്യാസിമാരുടെ വേഷം വൈകാരികതയെ ചോർത്തിക്കളഞ്ഞതും ചിന്തയിൽ ഊന്നിയതുമായ അർത്ഥത്തെ സ്രവിപ്പിക്കുന്നു. പുറം ലോകം അറിയുന്ന ശരീരത്തെ വസീത്രത്താൽ ഗോപനം ചെയ്യുകയാണ്. രാജഭരണം വന്നപ്പോൾ സന്യാസിമാർക്ക് പ്രത്യേകം ചില

അധികാരങ്ങൾ ലഭിച്ചു. പാപത്തെക്കുറിച്ച് ആശങ്കയുള്ള അധികാരി വർഗം മറുലോകവുമായി (സ്വർഗ,നരകങ്ങൾ) ബന്ധിക്കുന്ന കണ്ണികൾ എന്നു കരുതപ്പെടുന്ന പുരോഹിതവർഗത്തെ ഉപദേശകരും പ്രവാചകന്മാരുമായി സ്വീകരിക്കുകയാണ്. അങ്ങനെ അധികാരവുമായുള്ള ബന്ധം പുരോഹിതർക്കും ഉണ്ടായി. തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്ന കാര്യത്തിൽ അവർക്ക് നിർണ്ണായകമായ അവകാശാധികാരങ്ങൾ ലഭിച്ചു. അവർ ധരിച്ചിരുന്ന വസ്ത്രത്തിനും അധികാരത്തിന്റെ അർത്ഥം ക്രമേണ വന്നു ചേർന്നു.

അധികാരത്തെ കുറിക്കുന്ന വസ്ത്രധാരണത്തെ മേൽപ്പുരയാണ് എന്നു കരുതിയാൽ അതിന് അടിത്തറ ഇല്ലാതെ അർത്ഥം ഇല്ലെന്നു വരുന്നു. അതായത്, അടിത്തറയോട് ചേർന്നു മാത്രമേ മേൽപ്പുരക്ക് അർത്ഥം ഉണ്ടെന്നു വരു എന്നു മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്. പക്ഷേ, കൂട്ടായ്മ മുൻകൂട്ടി തീരുമാനിച്ച ഒരു അർത്ഥം വസ്ത്രത്തിന് ഉണ്ട്. അപ്പോൾ മേൽപ്പുര ചിലപ്പോൾ അടിസ്ഥാനത്തിന്റെ അർത്ഥത്തെപ്പോലും നിർണ്ണയിച്ചെന്നു വരാം. അതും അല്ലെങ്കിൽ പരസ്പര വിനിമയത്തിന്റെ സാധ്യത സൃഷ്ടിക്കുകയെങ്കിലും ചെയ്യും. അപ്പോഴും അടിത്തറക്ക് മാറ്റം സംഭവിക്കാനുള്ള സാധ്യത ഉണ്ടെന്നു വരുന്നു.

ഏതു തരത്തിലുള്ള യൂണിഫോമും അതതിന്റെ പരിസരത്തിൽ നിർദ്ദിഷ്ട അധികാരത്തിന്റെ അർത്ഥം നൽകുന്നുണ്ടെന്ന് അനുമാനിക്കാവുന്നതാണ്.

പണ്ട്, ജാതി അധികാരത്തെ നിർണ്ണയിക്കുന്ന ഒരു പ്രധാനഘടകമായിരുന്നു. വസ്ത്രം കൊണ്ട് ആയത് പ്രകടിപ്പിക്കേണ്ടത് ആചാരത്തിന്റെ ഭാഗമായിരുന്നു എന്നുവേണം മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. കേരളസമൂഹത്തിന്റെ ദൈനംദിനാചാരത്തിൽ നിന്നും ജാതി മാറിയില്ലെങ്കിലും വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും കൊണ്ട് ജാതിയെ തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയാതെ വന്നിരിക്കുകയാണ്. മതത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും വസ്ത്രം തിരിച്ചറിയലിനുള്ള ഒരു ഉപാധിയായി നിലനിൽക്കുന്നില്ല. ഇതൊക്കെ കേരളത്തിൽ സംഭവിച്ച മാറ്റങ്ങളാണെങ്കിലും വേറെ ചില തിരിച്ചറിവുകൾക്ക് ഉപകാരപ്പെടുന്ന തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും നിലവിലുണ്ടെന്ന് അറിയണം.

കൈലിയും തോർത്തും അണിഞ്ഞുവരുന്ന സ്ത്രീയായാലും പുരുഷനായാലും സമൂഹത്തിന്റെ താഴെ തട്ടിലുള്ളവരെ എന്നാണ്

മനസ്സിലാക്കുന്നത്. പൊതുസ്ഥലത്ത് ഈ വസ്ത്രം ഉടുത്തുവരുന്നവർക്ക് മാന്യത കുറവാണെന്ന് അഭിപ്രായമുണ്ട്. പാന്റുസിനെ അപേക്ഷിച്ച് മുണ്ടിന് മാന്യത കുറവാണെന്ന് പറയുന്നു (അനു. 1; ശ). യൂണിഫോം അധികാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുകയാണ്. യൂണിഫോമുകൾ അച്ചടക്കത്തിന്റെയും നിയന്ത്രണത്തിന്റെയും ഭീതിയുടെയും പ്രതീകങ്ങളായി നിലകൊള്ളുന്നു. പണ്ട്, അധികാരസ്ഥാനത്തുള്ളവർ രണ്ടാമുണ്ട് തോളിലിട്ട് തങ്ങളുടെ സ്ഥാനം പ്രകടിപ്പിച്ചിരുന്നു. തോർത്ത് പലപ്രകാരങ്ങളിൽ അണിഞ്ഞ് സമൂഹത്തിലെ വ്യക്തിയുടെ നില വിനിമയം ചെയ്തുപോന്നു. ഇന്നും തോർത്ത് ഗ്രാമങ്ങളിലെ ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ പല തരത്തിലുള്ള ആശയങ്ങളെ പ്രതിനിധീകരിക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

വയസ്സിന്റെ ഘട്ടവിഭജനങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് വേഷം മാറുന്ന രീതി പഴയ സമൂഹത്തിൽ സജീവമായിരുന്നു. നിക്കറിട്ടുവരുന്ന കുട്ടിക്കുള്ള അധികാരാവകാശങ്ങൾ കൃത്യമായി അറിയാം. ആ വസ്ത്രം പലകാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുന്നതിൽ നിന്നും അയാളെ പിന്തിരിപ്പിക്കുമായിരുന്നു. പാവം, പാവംയും ധാവണിയും, സാരി, സെറ്റുമുണ്ടും തോർത്തും എന്നീ വേഷവിധാനങ്ങൾ സ്ത്രീവയസ്സിന്റെ ഘട്ടം ഘട്ടമായുള്ള ധർമ്മങ്ങളെ കൃത്യമായി നിർണയിച്ചിട്ടുണ്ടായിരുന്നു. ഇക്കാലത്ത് ഇത്തരത്തിലുള്ള ഘട്ടവിഭജനം അപ്രസക്തമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പാരമ്പര്യം അനുസരിച്ചുള്ള വയസ്സിന്റെ അധികാരഘടനയെ മാറ്റിക്കൊണ്ട്, പാന്റുസും ഷർട്ടും പുരുഷന്, (പ്രായഗണനയിൽ കുഞ്ഞുസൂപ്പുകഴിയും മുതൽ എന്നായിട്ടുണ്ട്.) ഏതുപ്രായത്തിലും ഒരു വസ്ത്രം എന്ന തരത്തിലുള്ള ആശയം, നടപ്പിലായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. സ്ത്രീക്കായാലും, ചുരിദാർ, നടക്കാൻ തുടങ്ങിയ കാലം മുതൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതായിക്കഴിഞ്ഞു. പഴയതരത്തിലുള്ള വസ്ത്രം കൊണ്ടുള്ള അധികാരഘടന മാറുകയും സൗകര്യപ്രദമായ ഒരു വസ്ത്രത്തിലേക്ക് എത്തുകയും ചെയ്തു എന്നൊരു വാദമുണ്ടാകാം. പക്ഷേ കാതലായ പ്രശ്നങ്ങളിൽ സ്വാതന്ത്ര്യവും ജനാധിപത്യവും സംഭവിച്ചിട്ടില്ല. വസ്ത്രത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ മാത്രം സംഭവിച്ച ഈ മാറ്റത്തിന്റെ പ്രേരണാശക്തി ആരാണെന്ന അന്വേഷണം പ്രസക്തമാണ്. കമ്പോളവൽക്കരണത്തിന്റെ താല്പര്യത്തിലാണ് മുകളിൽ പറഞ്ഞ തരത്തിലുള്ള സമൂഹഘടനയെ മാറ്റിമറിച്ചത്. ബ്രിട്ടീഷുകാർ ഉത്തരവിലൂടെ മലബാറിലെ മരുമക്കത്തായ ഘടനയെ മാറ്റിത്തീർത്തത്, കഠിനഹൃദയരായ അമ്മാവൻമാരിൽ നിന്നും സാധുക്കളായ മരുമക്കളെ രക്ഷിക്കാനല്ല.

അണുകൂടുംബ വ്യവസ്ഥ വന്നാൽ കമ്പോളത്തെ വിപുലപ്പെടുത്താമെന്നുള്ള ഇംഗ്ലീഷ് ഈസ്റ്റ് ഇന്ത്യാക്കമ്പനിയുടെ താല്പര്യത്തെ സംരക്ഷിക്കാനാണ്. വിപണിവൽക്കരണത്തിന് തടസ്സമായി നിന്നത് കൂട്ടുകൂടുംബവ്യവസ്ഥയാണ്. അതിനാൽ ബ്രിട്ടീഷുകാർ കൂട്ടുകൂടുംബവ്യവസ്ഥയെ നിയമമംമൂലം നിരോധിച്ചു. പുതിയകാലത്ത് സംസ്കാരത്തിന്റെ തടസ്സങ്ങളെയും വഴക്കങ്ങളെയും നിയമമംമൂലം നിരോധിക്കേണ്ട ആവശ്യം വരുന്നില്ല. പരസ്യങ്ങളിലൂടെയും തങ്ങളുടെ താല്പര്യ സംരക്ഷണത്തിനുള്ള പഠനങ്ങളിലൂടെയും പുതിയ ആശയങ്ങൾ ഉപഭോക്താവിന്റെ ഉള്ളിൽ തറയ്ക്കുന്ന തരത്തിൽ കമ്പോളം വളരെ വേഗത്തിൽ ലക്ഷ്യം നടപ്പിലാക്കുകയാണ്. ആഗോളീകരണത്തിന്റെ കാലത്ത് സർക്കാറുകൾ കമ്പോളത്തിന്റെ താല്പര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ചുള്ള അധികാരത്തിന്റെ പ്രയോഗമാണ് നടത്തുന്നത്. 'എല്ലാക്കാലവും അധികാരിവർഗത്തിന്റെ ആശയങ്ങൾ എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്, അവരുടെ തന്നെ മൂശയിൽ വിളക്കിയെടുത്ത ആശയങ്ങളുടെ പ്രയോഗമാണെന്നും, അതാണ് സമൂഹത്തിലെ ഭൗതിക ശക്തികളുടെ നിർവഹണവും ആയതിന്റെ മേധാശക്തിയു'മെന്നും മാർക്സും എംഗൽസും അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (ബ്രഹ്മഹരീഹാ ആമ്യീമ്യൂറ, 2004: ജ. 4).

ഉള്ളവരും ഇല്ലാത്തവരുമെന്ന വർഗവിഭജനത്തിന്, മുതലാളിത്ത ലോകത്തിൽ എന്നും പ്രസക്തിയുണ്ട്. സ്കൂൾ കുട്ടികളുടെ യൂണിഫോമുകളിൽ പോലും വിഭജനം പ്രകടമാണ്. പൊതുവിദ്യാലയങ്ങളിലെ കുട്ടികളുടെ യൂണിഫോമിൽനിന്നും തീർത്തും വ്യത്യസ്തമാണ് മുന്തിയ അൺഎയ്ഡഡ് സ്കൂളുകളിലേത്. അവിടങ്ങളിൽ ഓവർകോട്ടും ടൈയും നിർബന്ധമാണ്. ഐ.ടി. കമ്പനിയിലെ ക്ലാസ് വിഭാഗങ്ങളിലെ ജീവനക്കാരും ക്ലാസ് 4 ജീവനക്കാരും തമ്മിൽ വസ്ത്രമര്യാദയിൽ വ്യത്യാസമുണ്ട്. ഫാക്ടറികളിലെയും അനുബന്ധ തൊഴിൽ സ്ഥാപനങ്ങളിലെയും തൊഴിലാളികളുടെ വേഷത്തിന്റെ നിറം, നീലയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതോ മങ്ങിയ നിറങ്ങളോ ആയിരിക്കും. വൻകിട കോർപ്പറേറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങൾ സമൂഹത്തിൽ പുതിയ തരത്തിലുള്ള വർഗവിഭജനത്തിന് അവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. ഒരു സാമഗ്രി മാത്രമുണ്ടാക്കുന്ന സ്ഥാപനമെന്ന തരത്തിൽ നിന്ന് വൈവിധ്യമാർന്ന വ്യാപാരശൃംഖലയായി അന്തർദേശീയ വ്യാപാര കുത്തകകൾ വളരുകയാണ്. ഇവരുടെ നിയന്ത്രണത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മാധ്യമവ്യവസായവുമുണ്ട്. 'ഡിസ്മി/ ക്യാപ്പിറ്റൽ സിറ്റീസ്/ എ.ബി.സി.

സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സംയോജനം 1996 വർഷത്തിൽ സംഭവിച്ചതാണ്. 5 സിനിമാനിർമ്മാണകമ്പനികൾ 4 മാസികകൾ, ഒരു പുസ്തക പ്രസാധക കമ്പനി, ഒരു ഹോക്കി ടീം, വിവിധോദ്ദേശ ടി.വി. ചാനലുകൾ, 8 വർത്തമാന പത്രങ്ങൾ, 3400 അനുബന്ധ സ്ഥാപനങ്ങളുള്ള ഒരു റേഡിയോ നെറ്റ്‌വർക്ക്, എന്നിവ ചേർന്നതാണ് ഈ സംയോജിത ഡിസ്നി കോർപ്പറേറ്റ് സ്ഥാപനം' (ബ്രമ്യശമേ ട്രൂസലി മിറ ഘശമെ ഇമ്യൂണൂശഘവേ; 2001: ജ. 318). പലതരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സ്രോതസ്സ് മുതൽ വിറ്റഴിക്കൽ വരെ നിർവ്വഹിക്കുന്ന സംവിധാനമാണ് ഇങ്ങനെ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ അധികാര പരിധിയിലൊതുങ്ങിയത്. ഇത്തരത്തിൽ ലോകം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുമ്പോൾ ജനഹിതം എന്നൊന്ന് ഇല്ലാതായിത്തീരുകയും ലോകമുതലാളിത്തം ഇംഗിതങ്ങൾ തീരുമാനിക്കുകയുംചെയ്യുന്ന സ്ഥിതി സംജാതമാകുന്നു. ഈ ഒരു ലോകവ്യവസ്ഥയിൽ വിപണിതന്നെയാണ് ഒരു വസ്ത്രത്തിന്റെ അർത്ഥം തീരുമാനിക്കുന്നത്. അപ്പോൾ പുരുഷൻമാർ ധരിക്കുന്ന ലൂയീസ് ഫിലിപ്പി എന്ന ഷർട്ട് അഭിജാത വർഗ്ഗത്തിന്റെ എന്ന ബോധം പരസ്യത്തിലൂടെ വിപണി സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കുന്നു. പാവല ഡ്യൂലൂ ഇല്ലലപ്രേണാണു പരസ്യത്തിലെ വിശേഷണവാക്യമായി കാണുന്നത് (അനു. 5; 21). പൂവൻകോഴിയുടെ തലയിലെ പൂവ്, കുതിരയുടെ തലയിലെ പ്രൗഢമായ രോമക്കൂട്ടം, തൊപ്പിക്കുമുകളിലെ തുവൽക്കൂട്ടം, അഭിജാതവർഗ്ഗചിഹ്നം ഇങ്ങനെയൊക്കെയാണ് പുള്ളലപ്രേ എന്നവാക്കിന്റെ അർത്ഥമായി എടുക്കാവുന്നത്. ഇത്തരം വകതിരിവുകൾ നാണയപ്പെടുത്തി പുതിയ വർഗ്ഗവിഭജനത്തിടവരുത്തുകയാണ്. മധ്യവർഗ്ഗം മുതൽ മുകളിലോട്ടുള്ളവർക്ക് പ്രാപ്യമായ കമ്പനി ഷർട്ടുകൾ കൃത്യമായ അധികാരത്തിന്റെ അടയാളപ്പെടുത്തലുകളാണ്. പണമുള്ളവർക്ക് മാത്രം സാധ്യമാകുന്ന വസ്ത്രമര്യാദകളിലേക്ക്, ആഡംബരത്തെ ആവശ്യമെന്നും ചിലപ്പോൾ അത്യാവശ്യമെന്നും തെറ്റിദ്ധരിച്ച്, ഇടത്തരക്കാരിൽ താഴ്ന്നവരും ദരിദ്രരും ആകൃഷ്ടരാകുന്ന അവസ്ഥ ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുറം മോടിയാൽ സ്വന്തം വർഗ്ഗത്തെ മറക്കാനുള്ള മനോഭാവമാണ് ഇവിടെ പ്രകടമാകുന്നത്. ഇതിൽനിന്ന് വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും, ചിലഭേദഗതികളോടെ, അധികാരത്തെപ്രകടിപ്പിക്കുന്ന ചിഹ്നങ്ങളാണെന്ന വസ്തുതക്ക് മാറ്റം സംഭവിച്ചിട്ടില്ലെന്നു കാണാവുന്നതാണ്.

അനേകം ഉപകൂട്ടായ്മകൾ ഉൾച്ചേർന്ന ഒരു വലിയ കൂട്ടായ്മയാണ് കേരളം. മതം, ജാതി, തൊഴിൽ, വയസ്സ്, ലിംഗം എന്നിവയെ അടി

സ്ഥാനപ്പെടുത്തി വ്യത്യസ്തങ്ങളായ കൂട്ടായ്മകൾ ഉണ്ട്. ഓരോ കൂട്ടായ്മയും അതതിന്റെ തിരിച്ചറിവിന്റെ ഭാഗമായി പല തരത്തിലുള്ള പ്രകാശനോപാധികളും സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നു. സംസ്കാരത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട വിനിമയോപാധി എന്ന നിലയിൽ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണരീതിയെയും ഉപകൂട്ടായ്മകൾ പരിഗണിച്ചിരുന്നു.

വസ്ത്രംകൊണ്ടും വസ്ത്രധാരണരീതി കൊണ്ട് മതം, ജാതി, വയസ്സ്, ലിംഗവ്യത്യാസം എന്നീ കാര്യങ്ങൾ തിരിച്ചറിയാൻ കഴിഞ്ഞിരുന്നു. സമൂഹത്തിൽ നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന ധർമ്മവ്യവസ്ഥ നിമിത്തം മുകളിൽ പറഞ്ഞ വൈജാത്യങ്ങളെ കൃത്യമായി അടയാളപ്പെടുത്തേണ്ടി വന്നു. പുതിയ ആശയങ്ങളുടെ വ്യാപനം കൊണ്ട് കേരളത്തിലെ സാമൂഹിക വ്യവസ്ഥ മാറുകയുണ്ടായി. നവോത്ഥാനം, സോഷ്യലിസ്റ്റ്, ജനാധിപത്യ ചിന്തകൾ എന്നീ കാര്യങ്ങൾ ജനതയുടെ ആശയ തലത്തിൽ കാര്യമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി.

പുതിയ കാലം നിർമ്മിച്ച, വ്യക്തിയിൽ ഊന്നിയുള്ള ആശയം നിലവിലുള്ള സൗന്ദര്യബോധത്തെ മാറ്റിമറിച്ചു. ബ്രിട്ടീഷുകാർ നിർമ്മിച്ച നിയമത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, കൂട്ടുകൂടുംബ വ്യവസ്ഥ തകരുകയും അണുകൂടുംബ വ്യവസ്ഥ നിലവിൽ വരുകയും ഉണ്ടായി. പരസ്പരാശ്രിതമായ മനോഭാവത്തിൽ നിന്നും വ്യക്തിയിലേക്ക് ചുരുങ്ങുന്ന വ്യവസ്ഥ കമ്പോള വൽകരണത്തിന് കളമൊരുക്കി. യൂറോപ്യൻ മാതൃകക്ക് അനുസരിച്ചുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ മലയാളി സ്വീകരിച്ചു തുടങ്ങി. അപ്പോഴും കേരളത്തിന്റേതായ പാഠങ്ങൾക്ക് അനുസരിച്ചാണ് വസ്ത്രങ്ങളെ തയ്ച്ചൊരുക്കിയത്.

പരമായ ചിഹ്നം എന്ന തരത്തിൽ അടയാളപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്ന പർദ്ദ കേരളത്തിലെ ഒരു വിഭാഗം മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. രൂപം കൊണ്ട് പർദ്ദ ഒരു തരത്തിലുള്ള മതപരമായ ചിഹ്നവും വഹിക്കുന്നില്ല. പക്ഷേ, പർദ്ദക്ക് അങ്ങനെ ഒരു അർത്ഥം ഉണ്ടെന്ന് വരുത്തിയിരിക്കുകയാണ്. ഒരു പ്രത്യേക മതവിഭാഗം നിർബന്ധമായും നിരന്തരമായും ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രം കാലാന്തരത്തിൽ ചിഹ്നമായിത്തീരും. മതമൗലിക വാദം സ്ത്രീയുടെ മേൽ ഏൽപ്പിച്ചതാണ്. കൂടാതെ തന്റെ സ്ത്രീയെ മറ്റു പുരുഷൻമാർ കാണരുത് എന്ന പുരുഷന്റെ അസൂയയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ മനോഭാവവും ഇവിടെ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട് (എഹൗഴലഹ; 1930: ജ. 10). പർദ്ദ എന്ന വസ്ത്രം എന്നാൽ, മുസ്ലീം പുരുഷൻ മതപരമായ ചിഹ്നങ്ങളൊന്നും ഇല്ലാത്ത ആധുനിക വേഷം ധരിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ഒരു വസ്ത്ര

ത്തെ, മുസ്ലീം സിരീ മനസ്സുകൊണ്ട് സ്വീകരിക്കാത്തതിനാൽ ആണ് പർദ്ദയെ ഒരു ഫാഷൻ വസ്ത്രമായി പരിവർത്തിപ്പിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.

ക്രിസ്ത്യൻ സിരീകൾക്ക് കേരളത്തിന്റേതായ പ്രത്യേക തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രരീതികൾ ഉണ്ടായിരുന്നു. കേരളത്തിന്റെ സാമൂഹിക പരിതോവസ്ഥ മാറിയ സാഹചര്യത്തിൽ പൊതുസമൂഹത്തിന്റെ വസ്ത്രധാരണ രീതിയിലേക്ക് ആ സമൂഹം മാറുകയുണ്ടായി. യൂറോപ്യൻ രീതിയിലുള്ള വസ്ത്ര മാതൃകകളും പേർഷ്യൻ വസ്ത്രമാതൃകകളുടെ ഇൻഡ്യൻ പതിപ്പുകളുമാണ് കേരളത്തിലേക്ക് എത്തിയത്. അത്തരം വസ്ത്രമാതൃകകളെ കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യൻ സിരീകൾ സ്വീകരിച്ചു.

'കേരളസാരി' എന്ന് അറിയപ്പെടുന്ന സെറ്റുസാരി ധരിക്കുന്നതിൽ മുസ്ലീം സിരീകൾ വൈമനസ്യം കാണിക്കുന്നു. ക്രിസ്ത്യൻ സിരീകളിൽ, ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിലുള്ളവർക്ക് സെറ്റുസാരി ഉടുക്കുന്നതിൽ താല്പര്യം കുറവെന്നു കാണുന്നു. (അനു. 2; ശശശൗ). സെറ്റുസാരി, ഹിന്ദുക്കൾ ക്ഷേത്രദർശനവേളയിൽ വ്യാപകമായി ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നതുകൊണ്ടാണ് അത് ഉടുക്കുന്നതിൽ നിന്ന് മുസ്ലീം സിരീകൾ പൂർണ്ണമായും ക്രിസ്ത്യൻ സിരീകൾ ഭാഗികമായും ഒഴിഞ്ഞു നിൽക്കുന്നത്. പക്ഷേ കമ്പോളം ചേരുവകളിൽ (ഓലഃഗ്വേല) വ്യത്യസ്തം വരുത്തി കേരളസാരിയുടെ മാതൃകയിൽ അനേകം വ്യത്യസ്ത രൂപങ്ങൾ വിപണിയിൽ എത്തിക്കുകയാണ്.

വസ്ത്രങ്ങൾ മാന്യതയുടെയും ആഡംബരത്തിന്റെയും അധികാരത്തിന്റെയും ചിഹ്നങ്ങൾ കൂടിയായി പരിണമിച്ചിരിക്കുന്നു. മാന്യതയും ആഡംബരവും പലപ്പോഴും ഇണക്കമുള്ള തരത്തിലാണ് മിക്കവാറും പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. വിരുന്നുകൾക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ ആഡംബര വസ്ത്രങ്ങൾ ആയിരിക്കവേ തന്നെ; മാന്യതയുടേയുമാണ്. സമ്പന്നരിൽ തുടങ്ങി ഇടത്തട്ടുകാരിൽ വരെ എത്തുന്ന ഒരു വ്യാപനമാണ് ഇത്തരം വസ്ത്രങ്ങളുടെ കാര്യത്തിൽ കേരളത്തിൽ സംഭവിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. സിരീകൾക്കാണ് അനേകം വൈവിധ്യതകളുള്ള വസ്ത്രങ്ങളും അതിൽത്തന്നെ ആഡംബരത്തിന്റെ പലതരത്തിലുള്ള ഇടപെടലുകളും സംഭവിക്കുന്നത്. പുരുഷന്മാരുടെ വസ്ത്രരീതികൾ മിക്കവാറും യൂറോപ്യൻ മാതൃകകളുടെ നേർപതിപ്പായി തീർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇതിനിടയിൽ മുണ്ട്, കൈലി, തുടങ്ങിയ വസ്ത്രങ്ങൾ മാന്യമല്ല എന്ന ധാരണ സമൂഹത്തിൽ പരന്നിട്ടുണ്ട്. അധികാരത്തിലുള്ളവർ ധരിക്കുന്ന മുണ്ടും വെള്ള

ഷർട്ടും ചേർന്ന് സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഛിഹ്നപരമായ അർഥം അധീശത്വത്തിന്റേതാണ്. പക്ഷേ, സാധാരണക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്ന മുണ്ടിനും ഷർട്ടിനും അങ്ങനെയൊരു അർഥം ഉണ്ടാകുന്നില്ല. മുണ്ടും ഷർട്ടും അതിന്റെ പെരുമാറ്റ സംഹിതയും ചേർന്ന് വരുമ്പോൾ മാത്രമാണ് അത് അധികാരത്തിന്റെ അർഥം ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നത്. കൈലി (ലൂക്കി) മുസ്ലീം സമുദായം വ്യാപകമായി ഉപയോഗിച്ചു വന്ന ശേഷമാണ് മെല്ലെ പൊതുസമൂഹം അത് ധരിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. കൂലിപ്പണിക്കാരും സാധാരണക്കാരും പൊതുസ്ഥലങ്ങളിൽ ഉപയോഗിച്ചു വന്ന ആ വസ്ത്രത്തിന് മാന്യതയുടെ അർഥം ഉൽപാദിപ്പിക്കാനേ കഴിഞ്ഞില്ല. ഇപ്പോൾ മിക്കവാറും ഗ്രാമങ്ങളിലെ വീടുകളിൽ മധ്യവയസ്കർ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രമായി കൈലി (ലൂക്കി) മാറി.

തൊഴിലിടങ്ങളിൽ വസ്ത്രം കൊണ്ടു തീർക്കുന്ന പുതിയ വർഗവിഭജനം ഉടലെടുത്തിട്ടുണ്ട്. വൈറ്റ് കോളർ, ബ്ലൂകോളർ എന്ന വേർതിരിവ് കേരളസമൂഹത്തിൽ പ്രകടമായിത്തുടങ്ങി. ധാരാളം സ്വകാര്യകമ്പനികൾ വന്നതോടെ തസ്തികകളുടെ തരംതിരിവുകൾക്ക് അനുസരിച്ച് വസ്ത്രമര്യാദകൾ നിഷ്കർഷിക്കുന്ന സമ്പ്രദായം സമൂഹത്തിൽ കണ്ടുതുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. കമ്പനികളിലെ ഉദ്യോഗസ്ഥർ വീടുകളിലും പൊതുസ്ഥലങ്ങളിലും ഉപയോഗിക്കുന്ന ആഡംബരപൂർണ്ണമായ യൂറോപ്യൻ വസ്ത്രമാതൃകകൾ വർഗപരമായ അടയാളപ്പെടുത്തലുകളാണ്. ഇത്തരം വസ്ത്രമാതൃകകൾ അനുകരിക്കുവാൻ താഴെതട്ടിലുള്ള ജനവിഭാഗവും തയ്യാറാകുന്നു. സമ്പന്നതയാണ് മാന്യത എന്ന നാണയപ്പെടുത്തൽ നമ്മുടെ സമൂഹത്തെ അനാരോഗ്യകരമായ അവസ്ഥകളിലേക്ക് എത്തിക്കുകയാണ്.

അധ്യായം 5

വിശകലനം (തുടർച്ച)

വസീത്രം, ഭക്ഷണം, പാർപ്പിടം എന്നീ മൂന്നു കാര്യങ്ങളും, ജീവിതത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ആവശ്യങ്ങളാണ്. കഴിഞ്ഞ നൂറ്റാണ്ടുകളിൽ മനുഷ്യൻ, ജീവന്റെ നിലനില്പ് പ്രാഥമികമായ ആവശ്യമെന്നു ഗണിക്കുകയും ഭക്ഷണത്തിന് മുന്തിയ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുകയും ചെയ്തു. ജീവിതത്തെ കെട്ടിപ്പടുക്കുകയും മുന്നോട്ടുകൊണ്ടുപോവുകയും ചെയ്തിരുന്നത് 'അന്ന വിചാരം മൂന്ന വിചാരം' എന്ന തരത്തിലായിരുന്നു. ലോകമഹായുദ്ധങ്ങൾ വരുത്തി വെച്ച കെടുതികൾ കേരളീയരുടെ ജീവിതത്തെയും കാര്യമായി ബാധിച്ചു. 'എച്ചിലിനെപ്പോലും ചവിട്ടരുത്', 'ഭക്ഷണത്തെ മറികടക്കരുത്', 'ചന്ദ്രം പടിഞ്ഞിരുന്ന് ആദരവോടെ ഭക്ഷണം കഴിക്കണം', 'അന്നം മഹാലക്ഷ്മിയാണ്' എന്നീ ഉപദേശങ്ങൾ, കേരളീയജനത മുൻകാലത്ത് ഭക്ഷണത്തെ എങ്ങനെ കണ്ടിരുന്നുവെന്നതിന്റെ തെളിവുകളാണ്. ആ ഒരു സാഹചര്യത്തിലാണ്, അരിവില കൂട്ടുകയോ അരികിട്ടാതെ വരികയോ ചെയ്യുമ്പോൾ അധികാരികൾക്കെതിരെ 'അരി എവിടെ, തൂണി എവിടെ, പറയൂ പറയൂ സർക്കാരേ', എന്ന തരത്തിലുള്ള മുദ്രാവാക്യങ്ങൾ ഉണ്ടായിത്തീർന്നത്. പ്രസ്തുത മുദ്രാവാക്യത്തിൽ അരിക്കുതന്നെയാണ് പ്രാധാന്യം നൽകിയിരിക്കുന്നത്.

ക്രമേണ ഭക്ഷണത്തിനുള്ളതിനേക്കാൾ പ്രാധാന്യം വസീത്രത്തിനു നൽകുന്ന തരത്തിൽ കേരള സമൂഹം മാറുകയുണ്ടായി. 'ഉണ്ണാഞ്ഞാലറിയില്ല, ഉടുക്കാഞ്ഞാലറിയും' എന്ന ചൊല്ലു നാണയപ്പെടുന്നത് ഇത്തരമൊരു സാഹചര്യത്തിലാണ്. ആഹാരം കഴിച്ചില്ലെങ്കിലും പരമാവധി നല്ല വസീത്രം ധരിച്ചു നടക്കണമെന്ന ആശയമാണ് ഈ ചൊല്ലിലൂടെ മനസ്സിലാക്കാവുന്നത്. 'ചത്തു കിടന്നാലും ചമഞ്ഞുകിടക്കണ'മെന്ന പഴഞ്ചൊല്ലും ശരീരം അലങ്കരിക്കുന്നതിന്റെ പ്രാധാന്യത്തെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്നു. ശരീരത്തിന്റെ സൗന്ദര്യബോധത്തിലൂന്നിയ പ്രത്യയശാസ്ത്രനിർമ്മിതിക്ക് ലോകത്ത് മനുഷ്യരാകെ വശപ്പെടുകയുണ്ടായി. മലയാളിയും പ്രസ്തുത ബോധത്തിന് കീഴ്പെട്ടു. വ്യക്തിയെന്നാൽ സൗന്ദര്യാത്മകവ്യക്തി എന്ന അർത്ഥം ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ചെടുക്കാൻ ലോകമുതലാളിത്തത്തിനുകഴിഞ്ഞു. ഫ്യൂഡലിസം

നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന കാലത്ത് അരവയർ ഭക്ഷണമെങ്കിലും ലഭിച്ചാൽ മതിയെന്ന ചിന്തയായിരുന്നു മനുഷ്യർക്ക്. 'വയറുനിറഞ്ഞാൽ വാഴക്കുഴിയ്ക്കിലും കിടക്കാ'മെന്ന പഴഞ്ചൊല്ല് പ്രയോഗം ഇതിന് ഉപോൽബലകമാണ്. വ്യക്തിയുടെ ശരീരമാണ് പ്രധാനം എന്ന ബോധം നവമുതലാളിത്തത്തിന്റെ ഇടപെടൽകൊണ്ട് വന്നുചേർന്നതാണ്. അപ്പോൾ ശരീരത്തെ അലങ്കരിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമായ ധർമ്മമായിത്തീരുന്നു. ശരീരത്തെ അലങ്കരിക്കുന്നതിൽ പ്രധാന സ്ഥാനത്തുള്ളത് വസ്ത്രമാണ്. ഒരു തരത്തിൽ വ്യക്തിയെ അന്യാധീനമാക്കുക എന്ന ബോധപൂർവമായ പ്രവർത്തനമാണ് മുതലാളിത്തം ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. വസ്ത്രത്താൽ അലങ്കരിച്ചു കൂട്ടായ്മയിൽ നിന്ന് ഭിന്നനാക്കി, വ്യക്തിയെ അവതരിപ്പിക്കുകയാണ് വിപണി ചെയ്യുന്നത്. ഒറ്റപ്പെട്ട വ്യക്തിയുടെ മാത്രം വ്യവസ്ഥയുടെ പ്രേരണനിമിത്തമാണ്. 'കൊളോണിയലിസം താനാരാണ'ന്ന ചോദ്യം സമ്മർദ്ദ തന്ത്രമെന്ന നിലയിൽ നിരന്തരം ഉന്നയിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കുമെന്ന ലോകപ്രസിദ്ധ മനശ്ശാസ്ത്രജ്ഞനും സാമൂഹികപരിഷ്കർത്താവുമായ ഫ്രാൻസ്ഫാനന്റെ അഭിപ്രായം മുകളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ആശയത്തെ സാധൂകരിക്കുകയാണ് (ശീയല്യൂഖ് ൭.൧൭; ൧൩൯; ൧൩൯).

റെയ്മണ്ട് എന്ന വസ്ത്രനിർമ്മാണകമ്പനിയുടെ 'പാർക്ക്സ് ഷർട്ട്'ന്റെ പരസ്യത്തിൽ തലമാത്രം ചിത്രീകരിക്കാതെ പാന്റും ഷർട്ടും കോട്ടുമിട്ട ഒരു പുരുഷന്റെ ചിത്രം കൊടുത്തിരിക്കുന്നു. 'ഇന്ന് നിങ്ങൾക്ക് ആരാകണം', എന്ന ചോദ്യം മുകളിലായി ചേർത്തിട്ടുണ്ട് (അനു. 5; 20). പഴയകാലസമൂഹത്തിൽ വയസ്സ്, ജാതി, തുടങ്ങിയ ഉപകൂട്ടായ്മകളെ വസ്ത്രത്തിലൂടെ തിരിച്ചറിയാമായിരുന്നു. അതിൽ നിന്നു മാറി വ്യക്തിയെ കുറിച്ചുള്ള അന്വേഷണമാണ് പുതിയ കാലമുയർത്തുന്നത്. 'ഇന്ന് നിങ്ങൾക്ക് ആരാകണം' എന്ന പരസ്യകർത്താവിന്റെ ചോദ്യത്തിന്, 'മാന്യനാകണം', എന്ന ഉത്തരമാണ് സ്വാഭാവികമായും ലഭിക്കുക. അതിനുള്ള വഴി കമ്പനി വസ്ത്രം ധരിക്കുക മാത്രമാണ്. മാന്യതയുടെ എല്ലാ ഇടങ്ങൾക്കുംവേണ്ടി പ്രത്യേകം വസ്ത്രം തയ്യാറാക്കിയിട്ടുണ്ടെന്നും അതുവാങ്ങി ധരിക്കണമെന്നുമാണ് സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇവിടെ വസ്ത്രത്തെ ചരക്കുവൽക്കരിക്കുകയും സംസ്കാരത്തിന്റെ മൂലകമായി കാണുകയും ചെയ്യുന്നു. അങ്ങനെ 'പാർക്ക്സ് ഷർട്ട്' ഒരു പാഠമായിത്തീരുന്നു. 'മാന്യത' എന്നതിനെ സംസ്കാരത്തിന്റെ സൂചകം എന്ന് വ്യാഖ്യാനിക്കാവുന്നതാണ്. 'നിങ്ങൾക്ക് ആരാകണം' എന്ന ചോദ്യത്തിൽ അടക്കം ചെയ്തിരിക്കുന്ന

‘മാന്യനാകണം’ എന്ന ഉത്തരമാണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ വില്പനക്ക് വിധേയമാകുന്നത്. ഇതിനെ ‘ഉത്തരാധുനികതയുടെ ഭാവം’ എന്നാണ് വ്യാഖ്യാനിക്കേണ്ടത് എന്ന് സ്റ്റേറ്റർ പറഞ്ഞിട്ടുണ്ട് (പിയേഴ്സൺ; 2003: പൃ. 99, 100). ഇങ്ങനെ മാന്യതയുടെ ഇടങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുവേ തന്നെ മാന്യതയില്ലാത്തതെന്നു വിവക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്ന വർഗം ഉണ്ടായി വരുകയും ചെയ്തു. ജാതിയെ, വസ്ത്രധാരണം കൊണ്ട് വേർതിരിച്ചറിയാൻ കഴിയാതെ വന്നെങ്കിലും അതിനുപകരമായി പുതിയ വേർതിരിവുകൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടു. വ്യക്തിത്വത്തെ പ്രകാശിപ്പിക്കാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം വന്നു ചേർന്നെങ്കിലും വൈറ്റ് കോളർ, ബ്ലൂകോളർ വ്യത്യാസം സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടു.

വ്യക്തിയുടെ ഇഷ്ടത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുവേ തന്നെ വ്യക്തികൾ തമ്മിലുള്ള വൈരുദ്ധ്യത്തെ മുർച്ഛിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഫാഷൻ വസ്ത്രങ്ങൾ, എതിർലിംഗക്കാരെ ആകർഷിക്കുന്നു. അത്, തുല്യലിംഗക്കാരിൽ അസൂയ വളർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. അസൂയ അനുകരണത്തിലേക്ക് വഴിവയ്ക്കും. ഇക്കാര്യം ഫീജുഗൽ സമർഥിച്ചിട്ടുള്ളതാണ് (1930: ജ. 267). മനുഷ്യന്റെ ഈ അടിസ്ഥാന ചോദ്യനയെക്കുറിച്ച് വിപണിക്ക് ബോധ്യം ഉണ്ട്. അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പുതിയതരം വസ്ത്രങ്ങളുടെ അനേകം മാതൃകകൾ സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. ‘സാമൂഹികപരതയിലൂന്നിയ വ്യക്തിയുടെ ചിന്തയെ വിപണിക്കനുസൃതമായും ഉപഭോഗത്തിന് അനുഗുണമായുമുള്ള രീതിയിൽ പരിവർത്തിപ്പിച്ചെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയ’യാണ് കമ്പോളം നടത്തുന്നതെന്ന റോബർട്ട് യൂണിന്റെ അഭിപ്രായവും ഇവിടെ പ്രസക്തമാണ് (2007: ജ. 144).

കമ്പോളവ്യവസ്ഥയെ ശക്തിപ്പെടുത്താൻ പുതിയ കാലത്ത് നാണയപ്പെട്ട ഒരു പ്രായോഗിക നടപടിയാണ് ആഗോളീകരണം. വിവരകൈമാറ്റം, സംസ്കാരം, ധനം ഈ മൂന്നു കാര്യങ്ങളിലും ആഗോളീകരണത്തിന്റെ ശക്തമായ സാന്നിധ്യമുണ്ട്. പലതരത്തിലുള്ള വിവരകൈമാറ്റത്തിലൂടെ മനുഷ്യരെ ഒന്നാക്കിത്തീർക്കുന്നതിനുള്ള പ്രവർത്തനം നടക്കുകയാണ്. “ഠവല ടവശ്യേ വേമദേ ഉലലൈറ, അാലൃശരമ. ചീം ശി ഗലൃമഹമ്, എന്നത് അമേരിക്കയിലെ ‘അപ്പീം’ എന്ന കമ്പനിയുടെ ഷർട്ടിന്റെയും (അനു. 5; 11). ഠവശര ഛരിമാ, ഞമരല ങീ ഛര്യു ഛലം ടലീല ജീയു തൃലരശമഹ ീജലൃത’, എന്നത് ബൃമിഴഹലൃ കമ്പനിയുടെ ജീൻസിന്റെയും പരസ്യവാചകമാണ് (അനു. 5; 34). ‘അമേരിക്കക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഷർട്ട് ഇപ്പോൾ കേരളത്തിലും ലഭ്യ

മാണ് എന്നാണ് മുകളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ആദ്യത്തെ പരസ്യം അറിയിക്കുന്നത്. ഈ ഓണത്തിന്, 'ഞങ്ങളുടെ പുതിയ കടക്ക് പ്രത്യേകമായി ചില വാഗ്ദാനങ്ങളുണ്ട്'ന് സൂമിഴഹലു കമ്പനിയുടെ പരസ്യം പറയുന്നു. ഇത്, വിപണി, പരസ്യത്തിന്റെ സഹായത്തോടെ ഒരുക്കുന്ന തന്ത്രമാണ്. അമേരിക്കയിലെ കമ്പനികൾ ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഷർട്ടാണ് മലയാളിക്ക് അനുകരണീയമായ മാതൃക എന്ന ആശയം ഉറപ്പിച്ചെടുക്കുകയാണ് ഈ പരസ്യത്തിലൂടെ നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്. കാലദേശങ്ങളുടെ അതിരുകൾ മായ്ച്ചുകളയുന്ന പ്രക്രിയയാണിത്. കമ്പോളവൽക്കരണത്തിലൂടെ ഏകലോകത്തെ നിർമ്മിക്കുകയാണ്. 'ഇവിടെ ഉത്പാദനത്തിന്റെ സാർവ്വദേശീയതയാണ് സൃഷ്ടിച്ചത്' എന്നു തിരിച്ചറിയേണ്ടതുണ്ട് (പിയേഴ്സൺ; 2003: പു. 108). ഓണത്തിന് പാരമ്പര്യവസ്ത്രമോ കേരളത്തിന്റെ ഏതെങ്കിലും സൂചനയുള്ള വസ്ത്രമോ അല്ല, ജീൻസാണു വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നത്. ഈ പരസ്യങ്ങളെല്ലാം വയ്ക്കുന്നത് ഒരേ ആശയം തന്നെയാണ്. ലോകമെമ്പാടും മനുഷ്യരുണ്ട്. കേരളത്തിലുള്ളവരും മനുഷ്യരാണ്. മനുഷ്യരായാൽ ഷർട്ട് ധരിക്കണം. പടിഞ്ഞാറൻ മാതൃകയിലുള്ളതാണ് മാന്യമായ വസ്ത്രം. അത് ഞങ്ങൾ തരും. ഇതാണ് ആശയം. ഉപഭോഗശീലമുള്ള ഒരു ജനതയെ സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കുകയാണ് ഇത്തരം ആശയ പ്രചാരണത്തിലൂടെ സംഭവിപ്പിക്കുന്നത്. കൂട്ടായ്മകളുടെ സ്വാഭാവികമായുള്ള വൈവിധ്യത്തെ തകർത്ത് കമ്പോളത്തിനനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്ന മനുഷ്യലോകം തീർക്കുകയാണ് വിപണിയുടെ ലക്ഷ്യം.

പാരമ്പര്യഘടകങ്ങളെയും, ദേശങ്ങളുടെയും വർഗങ്ങളുടെയും അതിരുകളെയും മായ്ക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ആഗോളീകരണം. സാമ്പത്തികവും സാംസ്കാരികവുമായ ദേശീയതകളെ മറികടക്കുകയും ആഗോളപൗരന്റെ ഇടങ്ങളും സാമൂഹികതയും സ്വപ്നം കാണുകയും ചെയ്യുന്ന ലോകക്രമമാണ് വിപണി ലക്ഷ്യമിട്ടിരിക്കുന്നത്. "ആഗോളതലത്തിൽ വിപണീകൃതമായ ചൂഷണം, അതിന്റെ തനതു സ്വഭാവവുമാണെന്ന് 'മാർക്കറ്റിങ് മാനേജ്മെന്റ്' എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിലെ സൂചന ഇവിടെ ചേർത്തു വായിക്കാവുന്നതാണ് (2007: പ. 12,13,23). അപ്പോൾ സ്വാഭാവികമായും മനുഷ്യൻ വിപണിക്കനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരാൾ മാത്രമായിത്തീരും. അങ്ങനെ പ്രവർത്തിക്കുമ്പോഴും അവൻ ഈ അവസ്ഥയിൽ ഉൾകണ്ഠപ്പെടും. വീണ്ടും വിപണിയുടെ പ്രലോഭനത്തിലേക്ക് അവനെ എത്തിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ ഒരു തരം മായാലോകമാണ് വിപണി സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. അവിടെ കർമ്മകുശലതയും പദവിയുമൊക്കെ വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്ന മാതൃ

കകളടക്കമുള്ള അനേകം വസ്തുക്കളുണ്ട്. പക്ഷേ, അവയൊക്കെത്തന്നെ ഒരു മെട്രിക്കാണ് കപടവിശ്വാസം സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. ഒരുവൻ ആരാണെന്നു നിശ്ചയിക്കപ്പെടേണ്ടത് അവൻ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന സമൂഹം നിശ്ചയിക്കുന്ന ധർമ്മത്താലാണ്. അതല്ല വേണ്ടതെന്നും, ധരിക്കുന്ന വസ്ത്രമാണു സത്യമെന്നും സ്ഥിരീകരിക്കുകയാണു കമ്പോളം ചെയ്യുന്നത്. ഇത് വസ്തുതയെ മറച്ചുവെക്കലാണ്. ഒരർത്ഥത്തിൽ കപടമെന്നു തന്നെ ഈ പ്രവർത്തനത്തെ വിലയിരുത്താവുന്നതാണ്. ധാർമികതയെയും നൈതിക മൂല്യത്തെയും ചോർത്തിക്കളയുന്ന സമ്പ്രദായമാണിതെന്നും കണ്ടെത്താൻ കഴിയും.

വിപണി, ജാഗ്രതയോടെ ശ്രദ്ധിക്കുന്ന മറ്റൊരു മേഖല ലൈംഗികതയുടേതാണ്. സ്ത്രീയെ ഒരു കേവലശരീരമെന്ന നിലയിൽ ന്യൂനവൽകരിച്ചു സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഒരു ജഡാവസ്ഥയാണ് വിപണിക്ക് ലൈംഗികത. പ്രദർശനവും പ്രകടനവും ചലനാത്മകമെന്നു പെട്ടെന്നു തോന്നാം. കാര്യമായി ആലോചിക്കുമ്പോൾ രണ്ടിനും കാഴ്ചക്കാരുണ്ടെന്നോ അഥവാ കാഴ്ചക്കാർക്കുവേണ്ടിയാണ് രണ്ടും ഒരുക്കുന്നതെന്നോ പറയാൻ കഴിയും. സൗന്ദര്യ പ്രദർശനത്തിലും പ്രകടനത്തിലും വിധേയവസ്തുവായ വസ്ത്രത്തെ നിർണയിക്കുന്നത് ഉപഭോഗത്തിന്റെ ഇടപെടലുകളാണ്. അത്തരത്തിലുള്ള ഒരു പ്രദർശനവസ്തു എന്ന നിർവചനമാണ് സ്ത്രീ ശരീരത്തിനു നൽകിയിരിക്കുന്നത്. സുന്ദരമായ സ്ത്രീ ശരീരത്തെ മാതൃകയാക്കിയുള്ള പ്രദർശനമാണ് വിവക്ഷിച്ചിരിക്കുന്നത്. ആ സുന്ദരമായ ശരീരത്തെ ആകർഷണീയമാക്കിയത് നിർദ്ദിഷ്ട വസ്ത്രമാണെന്നും സൂചിപ്പിക്കുന്നു. മാതൃകയെന്നാൽ ലോകമാതൃകയെന്നാണ് അർത്ഥമാക്കേണ്ടത്. സൗന്ദര്യത്തിന്റെ എല്ലാ പ്രാദേശിക പാഠഭേദങ്ങളും ഇവിടെ അപ്രസക്തമായിരിക്കുകയാണ്. കൊഴുത്തു മാംസളമായ മേനിയുള്ള സ്ത്രീ പുരുഷന്മാരായിരുന്നു കേരളീയരുടെ പരമ്പരാഗതമായ ശരീരസങ്കല്പനമനുസരിച്ച് വേണ്ടത്. പ്രാദേശികമായുണ്ടായിരുന്ന മാതൃകകളും നിർദ്ദിഷ്ട മാനദണ്ഡത്തെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ളതായിരുന്നു. അപ്പോഴും സൗന്ദര്യമുള്ളതും ഇല്ലാത്തതും എന്ന വൈരുദ്ധ്യം ഉണ്ടായിരുന്നു. പുതിയകാലത്ത് വിപണിക്ക് ആവശ്യമായ പുതിയ സൗന്ദര്യബോധവും സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. ഇപ്പോൾ പുരുഷന്മാരെയും വിപണി സൗന്ദര്യവൽക്കരിക്കാനുള്ള ശ്രമം തുടങ്ങിക്കഴിഞ്ഞു. ഇത്തരം സൗന്ദര്യവൽക്കരണത്തിന്റെ ക്രിയാപരമായ പ്രവർത്തനത്തിന്റെ കേന്ദ്രം വസ്ത്രമാണ്. കാണലിന്റെ കർത്തൃസ്ഥാനം പുരുഷനും കർമ്മസ്ഥാനം സ്ത്രീയുമാണ്. അതു കൊണ്ടു തന്നെ

സീതീശരീരം അലങ്കരിക്കപ്പെടേണ്ടതാണെന്നും വന്നു. പുരുഷശരീരം പൂർണ്ണമായും വസീത്രത്താൽ മറച്ചു പിടിക്കണമെന്നത് സമൂഹത്തിൽ ഒരു പ്രശ്നമായിരുന്നിട്ടില്ല. പുരുഷശരീരം ആകർഷണത്തിനടിസ്ഥാനമാണോ ഇല്ലയോ എന്നതും ചിന്തിച്ചിട്ടില്ല.

വസീത്രം, വിരുദ്ധമായ രണ്ടു ധർമ്മങ്ങൾ നിർവഹിക്കുന്നുണ്ട്. കാഴ്ചയിൽ നിന്ന് മറയ്ക്കുകയും കാഴ്ചയെ ത്വരിപ്പിക്കുകയും എന്നതാണ് ആ രണ്ടു ധർമ്മങ്ങൾ. സീതീയുടെ കാര്യത്തിലാണ് ഇത് അധികമായും സംഭവിക്കുന്നത്. സാരിയും ബ്ലൗസും ആയാലും ചുരിദാറും ടോപ്പും ആയാലും വസീത്രത്തിന്റെ മറുക്കവും തയ്യൽ രീതിയും ഒക്കെ കൊണ്ട് മോഹിപ്പിക്കുക എന്ന ധർമ്മം സംഭവിക്കുകയാണ്. അതേ സമയം ശരീരം മുഴുവനും മറയ്ക്കുന്നുമുണ്ട്. ചുരിദാറിന്റെ ഷാൾ, മാറുമറയ്ക്കുന്ന വസീത്രമല്ല, സമഗ്രതക്ക് (എൗഹഹളശഹഹ) എന്ന ദത്തം ലഭിച്ചിട്ടും ഉണ്ട് (അനു. 1; °ശ). മൂണ്ടും തോർത്തും ഉടുത്തിരുന്ന കാലത്ത് സീതീകൾ മാറിനുകുറുകെ തോർത്തുധരിച്ച് അരയിൽ മുറുക്കി കുത്തുമായിരുന്നു. മാറിനുകുറുകെ വസീത്രം ധരിച്ചാൽ പ്രവേശനം നിരോധിച്ചു എന്നാണ് പണ്ടത്തെ സംസ്കാരം ധനിപ്പിച്ചിരുന്ന അർഥം. അതിക്രമിച്ചു കടക്കാൻ പാടില്ല എന്നാണ് അർഥം. അന്നത്തെ പെരുമാറ്റ സംഹിതയുടെ ഭാഗമായിരുന്നു അത്. സമൂഹം ഇത്തരം വിലക്കുകളെ അനുസരിച്ചിരുന്നു. പഴയകാലത്തെ സിനിമയിലും മറ്റുമുള്ള സീതീകഥാപാത്രങ്ങൾ, കപട ഭാവത്തിൽ കാമുകന്റെ മുന്നിൽ കുനിയുകയും തോർത്ത് അഴിഞ്ഞുവീഴുമ്പോൾ ലജ്ജഭാവം പിന്നെ ശരിയാക്കി ഇടുകയും ചെയ്യുന്ന രംഗങ്ങൾ അവതരിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇവിടെ പുരുഷൻ കാണാനുള്ള അനുഭവത്തിന് നൽകൽ ആണ് സംഭവിക്കുന്നത്. എതിർലിംഗത്തിന്റെ മേനിയുടെ ഭംഗി നുകരാനുള്ള തൃഷ്ണ പുരുഷ മനസ്സിന്റെ പ്രത്യേകത ആണെന്ന് മെറീന മൈക്കിൾ തരകൻ പറഞ്ഞതിന് ഇവിടെ ചേർച്ചയുണ്ട് (2001/2, പു. 51). ഇന്ന് വസീത്രത്താൽ ശരീരം മുഴുവനും ആച്ഛാദനം ചെയ്യുകയും കാണലിന് സൗകര്യം ഒരുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന തരത്തിലുള്ള വസീത്രധാരണ രീതിയാണ് പൊതുവേ കണ്ടുവരുന്നത്. പുരുഷന്റെ കാഴ്ചയുടെ ശല്യം ഉണ്ടാകും എന്ന് ഉറപ്പായിട്ടും സീതീ ഇങ്ങനെയുള്ള വസീത്രധാരണ രീതിയിൽ നിന്ന് പിൻവലിയുന്നില്ല. എന്നാൽ, പുരുഷന്റെ നോട്ടം ഉണ്ടാക്കുന്ന അസഹ്യത സമൂഹത്തിൽ സംസാരവിഷയം ആകുന്നുണ്ടുതാനും. ഇങ്ങനെ സീതീ കാഴ്ചവസ്തു ആയത് അവളുടെ മാത്രം തീരുമാനം കൊണ്ട് അല്ല. പുരുഷന്റെ ഇച്ഛയുടെ

സാധൂകരണം എന്ന തരത്തിൽ ആണ് സിംഗിൾ ഇത്തരം കാഴ്ചക്ക് വിധേയ യാകാൻ നിർബന്ധിത ആകുന്നത്.

ഈയൊരു സാഹചര്യത്തിലാണ് സിംഗിൾയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വസീത്രം തുടങ്ങിയുള്ള അലങ്കരണവസ്തുക്കളുടെ ഒരു വലിയ വിപണി സാധ്യമായത്. അടുത്തൊരു നീക്കമെന്ന നിലയിലാണ് പുരുഷന്റെ നഗ്നതയെ കാഴ്ചവസ്തുവാക്കിയുള്ള വിപണന സാധ്യതയെക്കുറിച്ച് കമ്പോളം തന്ത്രങ്ങൾ മെനയുന്നത്. പുരുഷ ശരീരത്തിന്റെ കാഴ്ചക്കാർ പ്രധാനമായും സിംഗിൾകളെന്ന നിലക്കാണ് കമ്പോളം പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചതെന്ന് പരസ്യങ്ങൾ വിലയിരുത്തിയാൽ മനസ്സിലാകും. (ശ്രീകൃഷ്ണകഥയിലെ വസീത്രാപഹരണത്തെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു പരസ്യം പരിശോധിക്കാം. ശ്രീകൃഷ്ണകഥയിൽ കർത്യസ്ഥാനത്തു നിൽക്കുന്ന ശ്രീകൃഷ്ണൻ, താനുമായി ചങ്ങാത്തമുള്ള ഗോപസിംഗിൾകളുടെ വസീത്രം അപഹരിക്കുന്നു. അവർ കൃഷ്ണനു മുമ്പിൽ വിവസീത്രമായി പ്രത്യക്ഷപ്പെടാൻ നിർബന്ധിതരാകുന്നു). ഇവിടെ പരസ്യത്തിൽ, കുളിച്ചുകൊണ്ടു നിൽക്കുന്ന പുരുഷന്റെ വസീത്രങ്ങൾ ഏതാനും സിംഗിൾകൾ അപഹരിക്കുകയാണ്. അവൻ വസീത്രം അന്വേഷിച്ചു നടക്കുന്നു. മുന്നിൽ പെട്ടെന്ന് പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന സിംഗിൾകൾ, അവനെ വെള്ളത്തിലേക്ക് ഉന്തിയിടുന്നു. ഈ സന്ദർഭത്തിൽ ജട്ടി മാത്രം ധരിച്ച പുരുഷന്റെ കാഴ്ചയിലേക്ക് പരസ്യം കേന്ദ്രീകരിക്കുകയാണ്. അയാളുടെ ശരീരത്തിൽ അവിടവിടെയായി സിംഗിൾകളുടെ ചുംബനത്തിന്റെ പാടുകൾണ്ട്. അന്യായമായ ബലപ്രയോഗം എന്ന പരസ്യവാചകവും ചേർത്തിരിക്കുന്നു (അനു. 5; 10). ഇവിടെയും പുരുഷന്റെ കർത്യസ്ഥാനം നഷ്ടപ്പെടുന്നില്ല. അനേകം സിംഗിൾകളെ പുരുഷന്റേതാക്കുവാനുള്ള ഒരു നല്ല മാർഗ്ഗം ഇത്തരത്തിലുള്ള ജട്ടി അണിയുകയാണെന്നാണ് പരസ്യത്തിലൂടെ വെളിപ്പെടുത്തുന്ന ആശയം. ഇവിടെ കാഴ്ചവസ്തു പുരുഷൻ മാത്രവുമല്ല. അല്പമാത്ര വസീത്രധാരികളായ സിംഗിൾകളും കാഴ്ചവസ്തുക്കളാണ്. കാഴ്ച കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നത് പുരുഷനിലേക്കാണ് എന്നു മാത്രം. പക്ഷേ, പുരുഷകേന്ദ്രീകൃതമായ ആശയത്തിന് മാറ്റം സംഭവിക്കുന്നില്ല. അനേകം സിംഗിൾകളോട് അഭിമുഖീകരിക്കുക എന്ന ഇംഗിതത്തിലേക്ക് പുരുഷനെ നയിക്കുക എന്ന ആശയമാണ് ഈ പരസ്യം വ്യാപിപ്പിക്കുന്നത്. ശ്രീകൃഷ്ണൻ എന്ന ചിഹ്നത്തിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന രാസക്രീഡയുടെ ഓർമ്മയും പരസ്യത്തിലെ ആശയവും ചേർന്ന് തൃഷ്ണയുടെ ലോകമാണ് നിർമ്മിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഓർമ്മയിലുള്ള വസീത്രാപഹരണത്തെ മറിച്ചിട്ടു സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുന്ന ഈ പരസ്യം പുരുഷന്റെ നഗ്നതയിലേക്ക് സിംഗിൾയുടെ

കാഴ്ചയെ ക്ഷണിക്കുകയാണ്. ഈ സന്ദർഭത്തിൽ അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ മാന്യമായ ഉപയോഗികതയെ ന്യൂനവൽകരിക്കുകയും അതിന് പുതിയ ഉപയോഗമൂല്യം വരുത്തുകയും ചെയ്തിരിക്കുന്നു. ഉപഭോക്താവിനെ ഇരയാക്കിത്തീർക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ഈ പരസ്യത്തിലൂടെ നിർവ്വഹിച്ചിരിക്കുന്നത്.

പുതിയകാലത്ത് ധനത്തിന്റെ കൈകാര്യധർമ്മം സ്ത്രീകൾക്കു കൂടി വന്നു ചേർന്നിരിക്കുകയാണ്. എന്നാൽ, ധന വിനിയോഗത്തിന്റെ തീരുമാനം സ്ത്രീക്കു സ്വതന്ത്രമായെടുക്കാനാവുന്നുമില്ല. പരസ്യത്തിൽ, വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നതിനുള്ള നിർദ്ദേശസ്ഥാനം സ്ത്രീക്കു നൽകിയിരിക്കുന്നു. അങ്ങനെയുള്ള നിർദ്ദേശം പുരുഷന് തീർച്ചയായും സന്തോഷം നൽകും. പ്രത്യയശാസ്ത്രത്തിന്റെ അടിത്തറ ഇല്ലാത്ത ഒരു നിർദ്ദേശവും നിലനിൽക്കില്ല. പുരുഷൻ കർത്താവായുള്ള സമൂഹത്തിൽ അവന്റെ തീരുമാനത്തിന് മാത്രമേ സ്ഥാനം ഉണ്ടാവുകയുള്ളൂ. പക്ഷേ, ആരോപിതമെങ്കിലും കർത്യസ്ഥാനമുള്ളതിനാൽ സ്ത്രീക്ക് സന്തോഷമുണ്ടാകുന്നു. മാധ്യമത്തെ ഉപയോഗിച്ച്, വിപണി നിർവ്വഹിക്കുന്ന തന്ത്രമാണിത്. ടെലിവിഷനും ഇത്തരത്തിൽ ചില ഇടപെടലുകൾ നടത്തുന്നുണ്ട്. റെസിലിങ് (ണ്യൂലഹേഴിഴ) സംപ്രേഷണം ചെയ്യുന്ന ചാനൽ ഇന്ന് വളരെ സാധാരണമായിക്കഴിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്. ഈ സന്ദർഭത്തിൽ അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിശകലനത്തിന് പ്രസക്തിയുണ്ട്. പുരുഷന്റെ ജട്ടി മാത്രമിട്ട ശരീരത്തിന്റെ പ്രദർശനവും പ്രകടനവുമടങ്ങുന്ന നാടകമാണ് ഈ ചാനലിലൂടെ പ്രധാനമായും സംപ്രേഷണം ചെയ്യുന്നത്. കുട്ടികളാണ് ഈ ചാനലിന്റെ പ്രധാന കാഴ്ചക്കാർ. ആൺ-പെൺ വ്യത്യാസമില്ലാതെ ഗ്രാമങ്ങളിലെയും പട്ടണങ്ങളിലെയും കുട്ടികൾ ഇതു കാണുന്നുണ്ട്. ഇവിടെ പുരുഷന്റെ നഗ്നതയുടെ ആവിഷ്കാരം നടത്തുക വഴി ഒരു പുതിയ കാഴ്ചയുടെ സാധ്യതകൂടി തുറക്കുകയാണ്. സഭ്യമെന്നു തോന്നാവുന്ന തരത്തിൽ, ഒരു യുദ്ധമുറയുടെ നാട്യത്തോടെ അവതരിപ്പിക്കുന്നതു കൊണ്ട് പൊതുസമൂഹം ഈ കാഴ്ചയിൽ നിന്ന് ആരെയും വിലക്കുന്നില്ല. പടിഞ്ഞാറൻ നാടുകളിൽ തെരുവോരത്തിലെ പയറ്റുമുറകളും അതിന്റെ ചിത്രീകരണവും വളരെ മുമ്പുതന്നെ സാധാരണ കാഴ്ചയായി കഴിഞ്ഞതാണ്. തെരുവുയുദ്ധക്കാർ (രൂലലയീഃലൂ) എന്ന പേര്, പല ഇംഗ്ലീഷ് സിനിമകളിലൂടെയും കേരളത്തിൽ പ്രസിദ്ധമായിക്കഴിഞ്ഞു. കിങ് ബോക്സർ പരമ്പരയിലുള്ള സിനിമകൾ ഇവിടെ നിറഞ്ഞ സദസ്സിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചതാണ്. കേബിൾ ചാനൽ വ്യാപകമായിത്തീർന്ന കഴിഞ്ഞ പത്തുവർഷത്തിനുള്ളിലാണ് മൽപ്പിടുത്തത്തിന്റെ

ഈ ചാനലും ജനകീയമായിത്തീർന്നത്. പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ള കാഴ്ചയിലേക്ക് പ്രേക്ഷകരെ ഈ പരിപാടി നയിക്കുന്നു. ഒരുതരത്തിൽ, പടിഞ്ഞാറൻ ബോധത്തിലേക്ക് കുട്ടികളെ നയിക്കുകയാണ് എന്ന് വ്യാഖ്യാനിക്കുകയാണ്. അക്രമിയായ പുരുഷൻ എന്ന തരത്തിൽ പുരുഷനെ നിർണയിക്കുന്നതിൽ ഇത്തരം പ്രദർശനങ്ങൾ പ്രധാനപ്പെട്ട പങ്കുവഹിക്കുന്നു. 'ഭാരതത്തിലെ പുരുഷന്മാർ യാഥാസ്ഥിതികരാണെന്നും അവരെ ഫാഷനിലേക്ക് നയിക്കാൻ ഞങ്ങൾ ഒരുമ്പെട്ടിരിക്കുകയാണെന്ന്'നും പ്രസിദ്ധ ഫാഷൻ ഡിസൈനറായ റൂന ധാക്കയുടെ അഭിപ്രായം മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച സംഗതികളോടൊപ്പം ചേർത്തു മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ് (റവല ഒശിറു; ടലൂ. 13, 2009). അതിന് അനുയോജ്യമായ മാതൃകാവസ്ത്രവും അദ്ദേഹം തയ്യാറാക്കിയിട്ടുണ്ട് (അനു. 5; 22).

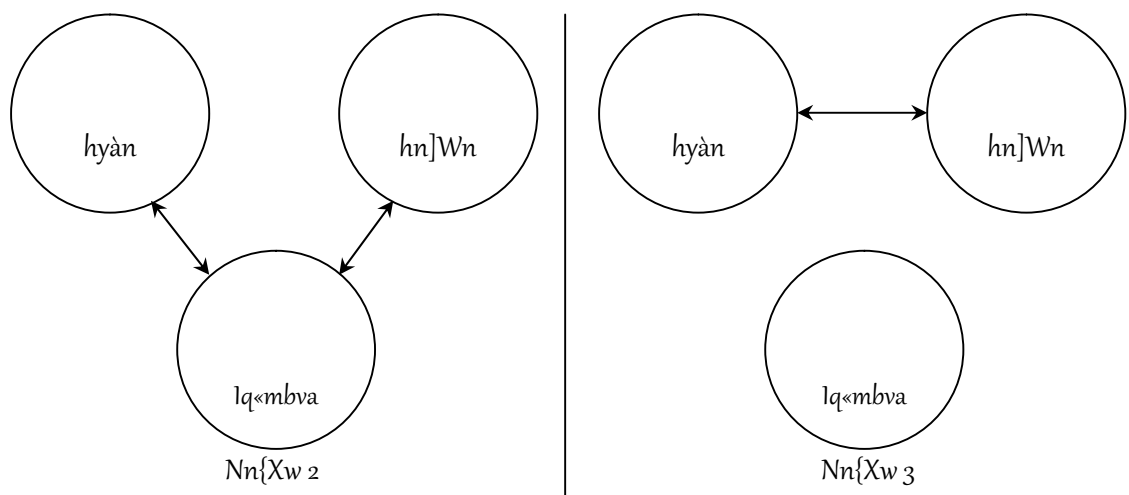
സീതീയെ മാത്രം ലക്ഷ്യമിട്ടിരുന്ന ഫാഷന്റെ ലോകത്തേക്ക് പുരുഷനെ കൂടി എത്തിക്കുന്ന പദ്ധതിയാണ് മുതലാളിത്തം തയ്യാറാക്കുന്നത്. ഇതിനനുസരിച്ച് സമൂഹത്തിന്റെ സമ്മതി ലഭിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ആശയം പരസ്യങ്ങൾ വഴി ജനങ്ങളിലേക്കെത്തിക്കുകയാണ്. നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ അർധനഗ്നരായ പുരുഷന്മാർ നാട്ടുകവലകളിലെയും വീടുകളിലെയും സാധാരണ ജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ വൃദ്ധരും മധ്യവയസ്ക്കരും ഒഴികെയുള്ളവർ ശരീരം മറക്കുന്ന തരത്തിൽ വസ്ത്രമിട്ടു കൊണ്ടു വീട്ടിലും പരിസരങ്ങളിലും കഴിയാറുള്ളൂ. ഇതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് കാഷ്ചൽവെയർ, നൈറ്റ് വെയർ, എന്നിങ്ങനെ വിവിധതരം വസ്ത്രമാതൃകകൾ കമ്പോളം പരിചയപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. അതു കൂടാതെ പുരുഷന്റെ ശരീരം സംബന്ധിച്ച് കമ്പോളം ഉണ്ടാക്കിയെടുത്ത നഗ്നതാബോധവും ശരീരം മറച്ചുള്ള വസ്ത്രധാരണത്തിന് പുരുഷനെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന ഘടകമായിട്ടുണ്ട്. പുരുഷന്റെ ശരീരം കാഴ്ചവസ്തുവെന്ന തരത്തിലുള്ള ബോധം സൃഷ്ടിക്കുവാൻ കമ്പോളത്തിന്റെ ഇടപെടലിനു കഴിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്.

വിപണി സൃഷ്ടിക്കുന്നത് കേവല സൗന്ദര്യബോധമാണ്. അത് വസ്ത്രമുൾപ്പെടെയുള്ള അലങ്കാരവസ്തുക്കളുടെ വിറ്റഴിക്കലിനെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി സൃഷ്ടിച്ചതാണ്. സീതീയുടെ കാര്യത്തിലാണ് അലങ്കാരം അധികമായും സംഭവിക്കുന്നത്. ശരീരത്തെ വിഗ്രഹവൽക്കരിക്കുക എന്ന കൃത്യം കൂടി ഇവിടെ നിർവഹിക്കപ്പെടുകയാണ്. രൈവമായ ശരീരത്തിന്റെ രൂപത്തെ കാഴ്ചവസ്തുവെന്ന തരത്തിൽ പുനർ നിർവചിക്കുമ്പോഴാണ് അതിന് വിഗ്രഹത്തിന്റെ സ്വഭാവം വന്നു ചേരുന്നത്. കേവല ശരീ

രത്തെ പരിഷ്കരിക്കുകയാണ് പിന്നത്തെ പ്രവർത്തനം. അതിനാണ് ബ്യൂട്ടീക്ലിനിക്കുകൾ, ആധുനിക ജിമ്മുകൾ, ഇവയൊക്കെ നിലവിൽ വന്നത്. സീനിയറുടെ ശരീരത്തെയാണ് എല്ലാ തരത്തിലുമുള്ള സൗന്ദര്യവൽകരണത്തിനും വിധേയമാക്കുന്നത്. ഒരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ സീനിയറുടെ ആസ്പദിച്ചാണ് ആധുനിക കാലത്ത് സൗന്ദര്യകേന്ദ്രീകൃതമായ മുഴുവൻ സമയ വ്യവസായങ്ങൾ നിലവിൽ വന്നതും നിലനിൽക്കുന്നതും. വിവാഹം പോലും കമ്പോളവൽകരിക്കപ്പെടുന്നത് അങ്ങനെയാണ്. പത്രമാസികകളിലും ചാനലുകളിലും സീനിയർ ശരീരത്തെ പരുവപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള അനേകം പംക്തികളും പരസ്യങ്ങളും ഉണ്ടായിത്തീരുന്നു. പരസ്യത്തിന്റെ കാര്യമായ ഇടപെടലൊന്നുമില്ലാതെ നടന്നു പോയ പത്രങ്ങളും മദ്യപാനീയ തുടങ്ങിയ സ്ഥിര പംക്തികൾ തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. അതുവഴി വസീത്രവും അനുബന്ധ അലങ്കാരവസ്തുക്കളും ചേർത്തുള്ള പുത്തൻ സൗന്ദര്യാനുകരണത്തിന്റെ ആശയങ്ങൾ വ്യാപിപ്പിക്കുന്നു. അങ്ങനെയാണ് പുതിയ വിപണികൾ ഉണ്ടായിത്തീരുന്നത്.

സീനിയർപുരുഷ ബന്ധത്തിന്റെ ഉത്തമമായ ഊട്ടിളറപ്പിക്കൽ ചടങ്ങാണ് വിവാഹം. അത് വിവാഹ കമ്പോളം എന്ന തരത്തിൽ വികസിച്ചു. ഇന്ത്യയിലെ വിവാഹവിപണിയുടെ നിലവിലുള്ള വാർഷിക മതിപ്പുകണക്ക് 1,25,000 കോടി രൂപയാണ്. ഇതിൽ ഓരോവർഷവും 20% വർധനയാണ് സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഇന്ത്യയിലെ ഒരു ഇടത്തരം കുടുംബത്തിന്റെ ശരാശരി വിവാഹബഡ്ജറ്റ് 13,60,000 രൂപയും ഇടത്തരക്കാരിൽ മുന്തിയവരുടേതും ധനവാന്മാരുടേതും 8 കോടിയും ആണ്. 'സാമ്പത്തികമാന്ദ്യത്തിനിടയിലും നമ്മുടെ വിവാഹകമ്പോളത്തിൽ ഇടിയൊന്നും സംഭവിച്ചിട്ടില്ല' (റവല ഒഴിറു, ട്വിന്ദു ബദ്രമാശില, ടലൂ., 2009) എന്ന അഭിപ്രായം ശ്രദ്ധാർഹമാണ്. സ്വർണം, വസീത്രം, ഫാൻസിവെയറുകൾ, തുടങ്ങി അനേകം വസ്തുക്കളുടെ വിപുലമായ കച്ചവടമാണ് വിവാഹത്തോടനുബന്ധിച്ചു നടക്കുന്നത്. പാരമ്പര്യവിവാഹ വസീത്ര മാതൃകകളെപ്പോലും മാറ്റിത്തീർക്കാൻ വിപണിക്കു കഴിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്. ശരീരത്തെ വസീത്രം മുഖേന എങ്ങനെ പ്രവർത്തിപ്പിക്കണം എന്ന കാര്യത്തിൽ തീരുമാനമെടുക്കുന്ന ക്രിയ കൂടി വിപണി ഏറ്റെടുക്കുകയാണ്. അന്യാധീനപ്പെടുത്തിയ ശരീരത്തെ അലങ്കരിക്കുന്നതിനുള്ള വസ്തുക്കളുടെ നിർദ്ദേശവും സ്വാഭാവികമായും കമ്പോളത്തിന്റെ വരുതിയിലാകുന്നു. ഇതിനനുസരിച്ച് ധാരാളം വസീത്രമാതൃകകൾ വിപണി തയ്യാറാക്കുന്നു.

വ്യവസായവൽക്കരണ കാലത്ത് ഇരുമ്പുരുക്കുവ്യവസായത്തോടൊപ്പം വികസിച്ച മറ്റൊരു വിപണി വസ്ത്രത്തിന്റേതാണ്. മുതലാളിത്തം വസ്ത്രവിപണിക്ക് ആവശ്യമായ ഒത്താശകൾ ചെയ്തുകൊടുത്ത്, മാന്യം എന്ന് വിവക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന വസ്ത്രമാതൃകകൾ ലോകത്തിന്റെ മുമ്പിൽ അവതരിപ്പിച്ചു. അതേ തുടർന്നുവന്ന നവമുതലാളിത്തം, തുടക്കത്തിൽ ആധുനികതയെയും തുടർന്ന് ഉത്തരാധുനികതയെയും കൂട്ടുപിടിച്ച്, ലോകം എങ്ങുമുള്ള സാംസ്കാരിക മേഖലകളിൽ കമ്പോളത്തിനെ സഹായിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ആശയലോകം സൃഷ്ടിച്ചു. ആധുനികതയുടെയും ഉത്തരാധുനികതയുടെയും കാലഘട്ടങ്ങളിൽ വ്യക്തിയെ കൂട്ടായ്മയിൽ നിന്നും അടർത്തിമാറ്റുന്ന പ്രക്രിയയാണ് നടപ്പിൽ വരുത്തിയത്. വ്യക്തി, കൂട്ടായ്മക്ക് സമ്മതമാകുന്ന വസ്ത്രം വിപണിയിൽനിന്നും വാങ്ങുന്നു ഒരു രീതിയാണ് എല്ലാ പാരമ്പര്യ സമൂഹങ്ങളിലും നടക്കുക (ചിത്രം 2). പക്ഷേ, വിപണി പലതരം ആശയങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ കൂട്ടായ്മയെ നിരാകരിച്ച് വ്യക്തിയുമായി പരസ്യങ്ങളിലൂടെയും മറ്റും ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായ കമ്പോള വ്യവസ്ഥയിൽ വസ്ത്രം ഉൾപ്പെടെയുള്ള വസ്തുക്കളെ വിപണി തന്നെ നേരിട്ട് വ്യക്തിയിൽ എത്തിക്കുകയാണ് (ചിത്രം 3).



അപ്പോൾ കൂട്ടായ്മ എന്ന ശക്തി കേന്ദ്രത്തിന് ഉലച്ചിൽ തട്ടുന്നു. അത്തരം ഒരു സമൂഹം ജീർണതയിലേക്കു പോകും എന്നത് തീർച്ചയാണ്. ആരോഗ്യകരമായ സാമൂഹിക നിർമ്മിതി കൂട്ടായ്മയുടെ പ്രവർത്തനത്തിലൂടെയാണ് സംഭവിക്കുക. അത്തരം നിർമ്മിതികളെ തകർക്കുകയാണ് ആഗോളീകരിക്കപ്പെട്ട വിപണി ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഇങ്ങനെയൊക്കെ ആണ് വസ്ത്രത്തിന്റെ യൂറോപ്യൻ മാതൃകകൾ കേരളത്തിൽ വ്യാപിക്കാൻ ഇടയായത്.

ണലഭം ഹശളല, ഇമമീമ, ഘലംശഭ്യേമൗഭ, എന്ന് പേരുകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വസീത്രശാലകൾ കേരളത്തിലുണ്ട്. ഇത്തരം പേരുകൾ നൽകുന്നതിന്റെ പിന്നിലും പടിഞ്ഞാറൻ വസീത്രത്തോടുള്ള താൽപര്യമാണു പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. മാത്രമല്ല, യൂറോപ്യൻ മാതൃകയാണ് ഉത്തമം എന്ന് പല വസീത്ര വിപണന ശാലകളും പരസ്യപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇതൊക്കെ പടിഞ്ഞാറൻ വസീത്രങ്ങളുടെ സ്വാധീനമുറപ്പിക്കാനുള്ള ശ്രമത്തിന്റെ ഭാഗമായി സംഭവിക്കുന്നതാണ്.

കേരളത്തിൽ അതിവേഗത്തിൽ സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന നഗരവൽക്കരണവും അതിന്റെ ഫലമായുണ്ടാകുന്ന കമ്പോളവൽക്കരണവും മുതലാളിത്ത വികസനത്തിന്റെ സൃഷ്ടികളാണ്. ഒരേ ആവശ്യമുള്ളവരുടെ ഒരു ലോകവും അതിനായുള്ള ഉത്പന്നങ്ങളും ആഗോളകരമായ വിപണി തയ്യാറാക്കി ഏറ്റെടുത്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. കേരളത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട വസീത്രങ്ങളെയും വസീത്രധാരണരീതിയെയും വിശകലനം ചെയ്ത് ആയതിന്റെ പിന്നിലെ ആശയസംഹിത എന്തെന്ന് കണ്ടെത്തുകയാണ് ഇനിയങ്ങോട്ടുള്ള ചർച്ച കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

ജനനം മുതൽ മരണം വരെയുള്ള കാലഘട്ടത്തിൽ ഓരോ ഉപകൂട്ടായ്മയും ഉപയോഗിച്ചുവരുന്ന വസീത്രങ്ങളെപ്പറ്റിയും വസീത്രധാരണത്തെപ്പറ്റിയും മുൻ അധ്യായങ്ങളിൽ വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുണ്ട്. വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും പ്രക്ഷേപിക്കുന്ന അർത്ഥത്തെക്കുറിച്ച് ഉപദോക്താക്കൾ, വസീത്രവ്യാപാരികൾ, തയ്യാർക്കാർ, ഡിസൈനർമാർ, ഫാഷൻ മേഖലയിലുള്ളവർ, നെയ്ത്തുകാർ എന്നീ വിഭാഗങ്ങളിലുള്ള വിദഗ്ദ്ധർ പറഞ്ഞ അഭിപ്രായങ്ങളെയും മുൻ അധ്യായങ്ങളിൽ വിശകലനം ചെയ്തിരിക്കുന്നു. വിപണിയുടെ തലത്തിൽ നിന്നുമുള്ള വിവിധതരം ആശയോൽപാദനശ്രമങ്ങളും അവയുടെ മാനദണ്ഡങ്ങളും മാർഗങ്ങളുമൊക്കെ വിശദമായ പരിശോധനക്കു വിധേയമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. പരസ്യത്തിന്റെ വിവിധ വഴികളെക്കുറിച്ച്, ഉദാഹരണങ്ങളെ വെച്ച് വിശദമായി അപഗ്രഥിച്ചിട്ടുണ്ട്. പരസ്യങ്ങൾ എങ്ങനെയാണ് മനുഷ്യമനസ്സിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതെന്ന കാര്യവും ചർച്ച ചെയ്തിരിക്കുന്നു. ഈ ചർച്ചകളുടെ വെളിച്ചത്തിൽ എത്തിച്ചേർന്നിരിക്കുന്ന കണ്ടെത്തലുകളെ കാര്യകാരണ സഹിതം പ്രതിപാദിക്കുകയാണ് ഈ പ്രബന്ധത്തിന്റെ ശേഷിച്ച ഭാഗത്ത് നിർവഹിക്കുന്നത്.

കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മകൾ, കുഞ്ഞിന്റെ ജനനം മുതൽ മൂന്നു മാസക്കാലം വരെ ആൺ പെൺ വ്യത്യാസമില്ലാതെയുള്ള വസീത്രമാണ് ധരിക്കു

നൽ. ലിംഗഭേദം ഈ പ്രായത്തിൽ പ്രകടമാക്കേണ്ടതില്ലെന്നാണ് കൂട്ടായ്മയുടെ മനോഭാവം എന്നു മനസ്സിലാക്കാം. ചിലപ്പോൾ ഇത് ആറുമാസം വരെ നീളാറുണ്ട്. സാധാരണയായി ആറു മാസക്കാലം വരെ ജട്ടി ഇടുവിപ്പിക്കാറില്ല. പക്ഷേ പെൺകുഞ്ഞുങ്ങളുടെ ജനനേന്ദ്രിയഭാഗം തുണിക്കൊണ്ട് മറയ്ക്കാറുണ്ട്. ലൈംഗികമായ കാഴ്ചയിൽനിന്നും സ്ത്രീകളുടെ ജനനേന്ദ്രിയത്തെ ഒഴിവാക്കാൻ, പിറവിമുതൽക്കേ നമ്മുടെ സമൂഹം ശ്രദ്ധിക്കുന്നു. സ്ത്രീയുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തി നമ്മുടെ സമൂഹം പുലർത്തിപ്പോരുന്ന സദാചാരക്രമത്തെയാണ് ഈയൊരു നടപടിയിലൂടെ നിരീക്ഷിക്കാനാവുന്നത്. യാത്രാവേളകളിൽ സാനിട്ടറി നാപ്കിൻസ് ധരിക്കുന്ന രീതി ഇപ്പോൾ പതിവാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം കാര്യമായുണ്ടെന്നു മനസ്സിലാക്കാം. ടവലോ തോർത്തോ പഴന്തുണിയോ കൊണ്ട് മറയ്ക്കുന്നത് ദ്രവിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ടവരാണ്. സൗകര്യമെന്നതിനേക്കാളുപരി മാനുഷ്യതയുടെ ചിഹ്നമെന്ന തരത്തിലും ഈ വസ്ത്രത്തിന്റെ സ്വീകാര്യതയെ കണക്കാക്കാവുന്നതാണ്. ആരും കാണുന്നില്ലെന്നു വന്നാലും കാണാനുള്ള സാധ്യതയെയാണ് എല്ലാവരും പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്. വിപണി ഇക്കാര്യത്തിൽ സജീവമായി ഇടപെടുന്നു. കുഞ്ഞിനെ കാണാൻ പോകുമ്പോൾ സമ്മാനിക്കാനുള്ള പാരിതോഷിക പാക്കറ്റുകൾ, കിറ്റുകൾ, എന്നിവ പല വലിയ കമ്പനികളും കമ്പോളത്തിലിറക്കിയിട്ടുണ്ട്. കുഞ്ഞുടുപ്പ്, സോപ്പ്, പൗഡർ, പാൽകുപ്പി, ടവൽ ഇത്രയും സാധനങ്ങൾ ഒരു സമ്മാനപ്പെട്ടിയിലുണ്ടാകും. വസ്ത്രവ്യാപാരശാലകളിലെ കിഡ്സ് കോർണറുകളിൽ ഇത്തരം പാക്കറ്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. അവരുടെ പരസ്യങ്ങളിൽ ഇതൊക്കെ പ്രാധാന്യത്തോടെ ഉൾക്കൊള്ളിക്കാറുണ്ട്. കുഞ്ഞായിരിക്കുമ്പോഴേ പല കാര്യങ്ങളുടെ പേരിലും മനുഷ്യന്റെ ജീവിതാവസ്ഥകളെ പട്ടികപ്പെടുത്തി വേർതിരിച്ചാലേ വിപണിക്ക് നേട്ടമുണ്ടാക്കാൻ കഴിയൂ. അതിനുള്ള ഇടപെടലുകളാണ് നടന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.

ആളുകളിൽ, ആവശ്യബോധമുണ്ടാക്കി വാങ്ങിപ്പിക്കുക എന്ന തന്ത്രം കമ്പോളം നിർവഹിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായാണ് സമ്മാനപ്പാക്കറ്റുകൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടാൻ തുടങ്ങിയത്. കുട്ടികളെ കേന്ദ്രീകരിച്ച് ഒരു കമ്പോളം വികസിപ്പിച്ചെടുക്കാൻ വസ്ത്ര വിപണിക്കു കഴിഞ്ഞു. പണ്ട്, വെളുപ്പുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഇളം നിറങ്ങളിലുള്ള കുഞ്ഞുടുപ്പ് മാത്രമേ ഇടുവിക്കാറുണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. എന്നാൽ കമ്പനികൾ തയ്യാറാക്കുന്ന കുഞ്ഞുടുപ്പുകൾ ആകർഷകമായ നിറങ്ങളോടു കൂടിയതാണ്. ഇതിലൂടെ പാരമ്പര്യധാരണകളെത്തന്നെ തിരുത്തിയിരിക്കുകയാണ്. ചെറുതരം ഡിസൈനുകളും

പ്രയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. വസീത്രത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കൊണ്ടുള്ള വ്യത്യസ്തകാഴ്ചയുടെ സൃഷ്ടികളാണ് പുതിയതരം കുഞ്ഞുസൂക്ഷ്മങ്ങളുടെ വരവോടുകൂടി സംഭവിച്ചത്. ഇതൊരു വിത്തിടൽ പ്രക്രിയയാണ്. കുഞ്ഞുപ്രായം മുതൽക്കേ സൗന്ദര്യപരമായ ഒരു നിർമ്മിതിയാണു വസീത്രത്താൽ സാധ്യമാക്കേണ്ടതെന്ന ആശയം സൃഷ്ടിക്കുകയാണു ലക്ഷ്യം.

ആറുമാസം പ്രായമാകുന്ന കുട്ടിയെ 'സാബ്ല' എന്ന പേരിലുള്ള വസീത്രമാണ് സാധാരണഗതിയിൽ ധരിപ്പിച്ചുപോരാറുള്ളത് (അനു. 3; 34). ആണിനും പെണ്ണിനും പ്രത്യേകതരം സാബ്ലകളുണ്ട്. കഴുത്തുഭാഗത്തു ചരടുകൾ ചുരുട്ടിക്കെട്ടുന്ന രീതിയിലുള്ള ഇവയിൽ റേന്തയും മറ്റും വെച്ചു പിടിപ്പിച്ച് പെൺകുട്ടിയുടെ വസീത്രത്തെ തരംതിരിക്കുന്നു. ആൺ പെൺ തിരിവ് വസീത്രത്താൽ വ്യക്തമാകുന്ന കാലമാണിത്. അനേകതരം വസീത്രങ്ങളുടെ തുടക്കം നടക്കുന്നത് ഈ ഘട്ടം മുതൽക്കാണ്. പൂക്കളും റേന്തയും പെൺകുഞ്ഞുങ്ങളുടെ വസീത്രങ്ങളിലാണ് ചേർത്തുകാണുന്നത്. പൂക്കൾ എംബ്രോയ്ഡറിയായും വെച്ചു പിടിപ്പിക്കാറുണ്ട്. പൂക്കൾ പ്രക്ഷേപിക്കുന്ന അർത്ഥങ്ങൾ പലതാണ്. ഇവിടെ ഒരുക്കം, ഗന്ധം, നിറം, മുറുപ്പത എന്നീ ഗുണങ്ങളാണ് കാഴ്ചയിലൂടെ വെളിവാകുന്നത്. പൂവ് നൽകുന്ന ചിത്രം സ്ത്രീയുടേതാണ്. കുമാരനാശാന്റെ വീണപൂവിലെ പൂവ്, ലാവണ്യവതിയായ ഒരു യുവതിയുടെ സുന്ദരീവിതത്തിന്റെ പ്രതീതിയുള്ളവയെന്നുവെന്ന് പ്രശസ്ത നിരൂപകനായ പ്രൊഫസർ കുറ്റിപ്പുഴ കൃഷ്ണപിള്ള അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് (2008: പു. 12). കൃത്യമായ ലിംഗപദവി നൽകി പെൺകുട്ടിയെ മെരുക്കാൻ പര്യാപ്തമായ ചിഹ്നങ്ങളാണ് വസീത്രത്തിൽ ചേർക്കുന്നത്. ആൺകുട്ടിയുടേതിൽ പലതരം ചിത്രങ്ങളും പ്രിന്റുകളും സങ്കീർണ്ണമായ ഡിസൈനുകളും കാണാറുണ്ട്. സ്ത്രീ, പുരുഷൻ, എന്നീ തരത്തിൽ ബോധ്യപ്പെടുത്തി, സ്ത്രീയുടെ സ്ഥാനം നിർണയിക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണു നടക്കുന്നത്. ലിംഗവ്യത്യാസം അംഗീകരിക്കുന്ന മനസ്സാണ് കേരളീയ കുട്ടായ്മക്കുള്ളതെന്ന അറിവിനെ കമ്പോളം അനേകതരം വസീത്രമാതൃകകളിലൂടെ ചൂഷണം ചെയ്യുന്നു.

ആറുമാസം പ്രായമായ പെൺകുട്ടികൾക്കുള്ള പലതരം ഫ്രോക്കുകൾ കമ്പോളത്തിൽ ലഭിക്കുന്നു. വെള്ളയിലോ ഇളം നിറങ്ങളിലോ അലങ്കാരപ്പണികളും തട്ടുകളും ചുരുക്കുകളുമൊക്കെ പിടിപ്പിച്ച ധാരാളം മാതൃകകൾ ലഭിക്കുന്നു. ഈ പ്രായം മുതൽ സാധാരണയായി ആൺകുട്ടികൾ ബനിയൻ തുണികൊണ്ടുള്ള നിക്കറും ടീഷർട്ടുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. ഈ

വസീത്രങ്ങളിൽ വളരെക്കുറച്ച് മാതൃകകളേ നിലവിലുള്ളൂ. വസീത്രത്തിന്റെ പുറംഭാഗത്ത് ചെറിയ വ്യത്യാസങ്ങൾ വരുത്തിയ മാതൃകകൾ മാത്രമാണ് ലഭിക്കുന്നത്. അലങ്കരിച്ച് ഒരുക്കി നിർത്തുക എന്നുള്ളത് പെൺകുട്ടികളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് അധികവും സംഭവിക്കുന്നത്. വസീത്രത്തോടൊപ്പം ഇണക്കമുള്ള മറ്റ് അലങ്കാരവസ്തുക്കളും അവളെ അണിയിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ആകർഷകമായ കാഴ്ചയുടെ സാധ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കുകയാണ്. പെൺകുട്ടി കണ്ണാടിയിൽ നോക്കി സ്വയം നിർണയിക്കുന്ന അവസ്ഥയിലേക്ക് ക്രമേണ എത്തുകയാണ്. ഉടുപ്പിട്ട് മറ്റുള്ളവരെ കാണിച്ച് തൃപ്തിയടയുന്ന ഭാവം കാണിച്ചു തുടങ്ങുകയും ചെയ്യും. “ജന്മനാതന്നെ പെൺകുട്ടിക്ക് വിധേയത്വമനോഭാവമുണ്ട്, ആൺകുട്ടിക്ക് ആധിപത്യപ്രവണതയും. ഈ രണ്ടു ഭാവങ്ങളും ജീനുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. സ്വാർത്ഥത ഇല്ലായ്മയും സൗമ്യതയും പരിണാമത്തിന്റെ ദശകളിലൂടെ കടന്നുവന്നപ്പോൾ സ്ത്രീക്കു വന്നുകൂടിയതാണ്. പുരുഷൻ മറ്റൊരുവന്റെ ശത്രുവും അതിനാൽ തന്നെ മത്സരാധിഷ്ഠിത വ്യക്തിത്വമുള്ളവനുമാണ്. ഇത്തരം മനോഭാവം അഭിലാഷങ്ങളിലൂടെ വളരെ എളുപ്പം സ്വാർത്ഥതയിലേക്ക് എത്തിച്ചേരുന്നു. ഇത് നിർഭാഗ്യവശാൽ പുരുഷന്റെ സ്വാഭാവികവും ജന്മസിദ്ധവുമായ ഗുണമാണ്. പെൺകുട്ടി താനൊരു സ്ത്രീയാണെന്നും കാത്തിരുന്നാൽ അമ്മയാകുമെന്നും, ആൺകുട്ടി താൻ പുരുഷൻ പ്രകടിപ്പിച്ച് വിജയിക്കുമെങ്കിൽ പുരുഷനായിത്തീരുമെന്നുമുള്ള ആശയത്തിന്റെ പരിതോവസ്ഥയിലാണ് വളരുന്നത്” (അശരവമൂറ ഉമംസശിഴെ; 2007: 246248). ശൈശവം മുതൽ അവൾ, തനിക്ക് അപ്രാപ്യമായ ഉൽക്കൃഷ്ടത പുരുഷനിൽ കണ്ട് അവനിൽ സമർപ്പിച്ച് ജീവിക്കാനുള്ള മോഹം പുലർത്തുമെന്ന് സിമോൺ ദ്ബുവെർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടിട്ടുള്ളതും പ്രസക്തമാണ് (1986: പു. 28).

ആൺകുട്ടിയെ സംബന്ധിച്ച് വസീത്രം നിക്കറും ഉടുപ്പും എന്നതിൽ നിന്ന് പാന്റുസും ഷർട്ടും, മുണ്ടും ഷർട്ടും എന്നതിലേക്കുള്ള മാറ്റമാണുണ്ടാകുന്നത്. പിന്നെ, തൂണിയിൽ ഉള്ള മാറ്റം മാത്രമാണ് പുരുഷന്റെ വസീത്രത്തിനു സംഭവിച്ചതെന്ന് നിരീക്ഷിക്കാം. സ്ത്രീക്ക് പാവട, ഫ്രോക്ക്, ചുരിദാർ, സാൽവാർ കമ്മിസ്, ലാച്ച, സാരി, ജീൻസ് ടോപ്പ്, പാവട, ദാവണി, സെറ്റുമുണ്ട്, നൈറ്റി ഇങ്ങനെ അനേകതരം വസീത്രമാതൃകകൾ നിലവിലുണ്ട്. സ്ത്രീക്കായി കമ്പോളം ഒരുക്കുന്ന അനേകം വസീത്രമാതൃകകൾ, സ്ത്രീപുരുഷന്റെ ആകർഷകവസ്തുവാണെന്ന നേരത്തേ ഉന്നയിച്ച വാദത്തെ ബലപ്പെടുത്തുന്നു.

സീതീയെ സുരക്ഷിതയായി നിർത്തണമെന്നുള്ള ആശയമാണ് അവളുടെ വസ്ത്രത്തിന്റെ രൂപഘടനയിലും മറ്റുമുള്ള ഇടപെടലിന്റെ പിന്നിൽ ഉള്ളതെന്ന് ധരിച്ചു പോരുന്നു. അതോടൊപ്പം തന്നെ സാമൂഹികവും സാംസ്കാരികവുമായ വിലക്കുകളും നിലവിലുണ്ട്. മറ്റേതൊരു ജീവിയെയും പോലെ അടുത്ത തലമുറയെ ഉത്പാദിപ്പിക്കാനുള്ള പ്രക്രിയ എന്ന നിലയിലാണ് സീതീ പുരുഷ ലൈംഗികബന്ധം സ്വാഭാവികമായും നിലനില്ക്കേണ്ടത്. പക്ഷേ, ഈയൊരു നിലയിൽ നിന്ന് സീതീ-പുരുഷ ലൈംഗികബന്ധത്തിന് മാറ്റം സംഭവിച്ചു. കൊക്കോകശാസ്ത്രം, കാമസൂത്രം, തുടങ്ങിയ ലൈംഗിക ശാസ്ത്രഗ്രന്ഥങ്ങളിൽ കാമത്തെ കലയായി വിശേഷിപ്പിച്ചിരിക്കുകയാണ്. “കൊക്കോക ശാസ്ത്രത്തിൽ അറുപത്തിനാലുകലകളിൽ പ്രാവീണ്യമുള്ളവളായിരിക്കണം സീതീ എന്നും വ്യക്തമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. അറുപത്തിനാലുകലകളിൽ, വസ്ത്രഗോചനം, ആകർഷക ക്രീഡ എന്നീ രണ്ടു കലകളിലും വസ്ത്രത്തിന്റെ സാന്നിധ്യമുണ്ട്. വസ്ത്രക്രിയകൾ, കപടവേഷ ധാരണത്തിനും വസ്ത്രം മാറിയുള്ള പുരുഷ വശീകരണത്തിനുമുള്ള വിദ്യകളെന്ന തരത്തിലാണ് വിശദീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. കൊക്കോക ശാസ്ത്രത്തിൽ, സീതീ പുരുഷ സംയോഗങ്ങളെപ്പറ്റി വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുണ്ട്. ആസ്വാദ്യകരമായ സീതീപുരുഷ സംയോഗം എങ്ങനെ സാധ്യമാക്കാമെന്നും പറയുന്നു. പ്രസ്തുത പുസ്തകത്തിൽ സീതീ ലക്ഷണങ്ങൾ, ദേശ്യബന്ധം, വശീകരണം, ചികിത്സ ഇങ്ങനെ വിശദമായ വിവരണം ഉണ്ട്. പൊതുവേ സീതീ പുരുഷനെ എങ്ങനെയാണ് തൃപ്തിപ്പെടുത്തേണ്ടത് എന്നും പുരുഷനു പറ്റിയ സീതീ ഏതാണെന്നുമുള്ള ചർച്ചയാണ് നടക്കുന്നത്” (നാരായണൻ സൈത്താലി; 2004: പു. 21, 98). ഈ പുസ്തകത്തിന്റെ തുടർച്ചയായി ധാരാളം ലൈംഗികശാസ്ത്രഗ്രന്ഥങ്ങളും പഠനസാമഗ്രികളും പുറത്തു വന്നിട്ടുണ്ട്. ഇതിൽ ഭൂരിഭാഗവും പുരുഷകേന്ദ്രീകൃതമാണെന്നു കാണാം. പുരുഷന്മാരാൽ രചിക്കപ്പെട്ടതാണ് ഈ വിഷയത്തിന്മേലുള്ള അധികം പുസ്തകങ്ങളും. സീതീ പുരുഷനെ കാണുന്നത് ഏതു തരത്തിലാണെന്ന് നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ ഒരു ചർച്ചാവിഷയമായി വരുന്നില്ല. പുരുഷകേന്ദ്രീകൃത വ്യവസ്ഥ നിലവിലുള്ള സമൂഹത്തിൽ സീതീയുടെ കാഴ്ചയ്ക്ക് പ്രാധാന്യം ലഭിക്കില്ല.

സ്മൈതലമൂല്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള പരാമർശം പോലും സാധ്യമല്ലാത്ത വിധത്തിൽ നമ്മുടെ സമൂഹം അടഞ്ഞതാണെന്നു കൂടി കാണേണ്ടതുണ്ട്. നിലവിലുള്ള സീതീ മൂല്യവിചാരത്തിൽ അവൾക്ക് പാതിവ്രത്യനിഷ്ഠമായ സദാചാരമൂല്യമാണു വിധിച്ചിരിക്കുന്നത്. അധികാര സ്ഥാനങ്ങളി

ലുള്ള സീതീയുടെ അവസ്ഥപോലും വ്യത്യസ്തമല്ല. ചാരിത്ര്യത്തിലുള്ള പുരുഷന്റെ ആശങ്കയാണ് അധ്യാത്മരാമായണത്തിലെ സീതാപരിത്യാഗത്തിലൂടെ കാണാവുന്നത്. രാജകീയമായ ആടയാഭരണങ്ങൾ അഴിച്ചുവെച്ച് രാമനോടൊപ്പം വനയാത്ര നടത്താൻ അവൾ വിധിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ഇതു സീതയുടെ ഇഷ്ടമെന്നു വാദിക്കാം. ഈ ഇഷ്ടം പുരുഷൻ ശീലിപ്പിച്ചു, സ്വഭാവത്തിന്റെ ഭാഗമാക്കിയതാണ്. അതുകൊണ്ടാണ്, പിതൃമേധാവിത്വപരമായ മൂല്യങ്ങളെയും ഘടനകളെയും പുനർനിർമ്മിക്കുന്നതിൽ സീതീകൾ മുഖ്യ പങ്കു വഹിക്കുന്നുണ്ടെന്നു കാണേണ്ടതുണ്ടെന്നും സീതീത്വത്തിനെതിരായ അറിവിന്റെ പ്രയോഗത്തിൽ സീതീ പങ്കാളിയായത് നൂറ്റാണ്ടുകളായി അവളിൽ ചാർത്തികൊടുത്ത, ദൃഢമായിത്തീർന്ന പ്രത്യയശാസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രവർത്തനംകൊണ്ടാണെന്നും വ്യാഖ്യാനിക്കുന്നത് (ഉമ ചക്രവർത്തി; 2008: പു. 90).

ഹിലാരിക്ലിന്റൺ ഇന്ത്യയിൽ വന്നപ്പോൾ 'ഔഹമ്യശ ഇഹശിണീ ധമസലഭ ഉമവേശീ മേമലോലിഃ ംശവേ ധലര യൗശിലഭൈ ഔശഭേ', എന്ന് ഇവിടത്തെ പത്രങ്ങൾ അവരുടെ വസീത്രത്താൽ നിർമ്മിതമായ ആകാരഭംഗിയെ വാഴ്ത്തി (അനു. 5; 25). ഇപ്പോൾ ലോകസഭ സ്പീക്കറായ മീരാ കുമാറിനെ പത്രങ്ങൾ, വസീത്രവുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തി കമന്റ് ചെയ്തില്ല. പക്ഷേ, അവരുടെ ശാന്തവും പതിഞ്ഞതുമായ വാക്കുകളാണ് സ്പീക്കർ എന്ന നിലയിൽ അവർ ശോഭിക്കാനുള്ള കാരണം എന്നു വാഴ്ത്തുമ്പോൾ സീതീയുടെ ദൗർബല്യത്തെ വാഴ്ത്തിയതെന്നു കാണാതിരുന്നുകൂടാ. അവൻ നടത്തുന്നത് ശുശ്രൂഷാനിർഭരമായ പ്രവർത്തനമെന്നു പറയുന്നില്ലെന്നേയുള്ളൂ. എന്നാൽ, അവരുടെ സമവായത്തിനുള്ള ശേഷിയെ വാഴ്ത്തണമെന്ന് ഹിന്ദുദിനപത്രത്തിന്റെ ലേഖിക വാദിക്കുമ്പോഴും ലേഖനത്തിന്റെ ഭാഗമായി വന്ന ചിത്രം വസീത്രത്തിന്റെ കാഴ്ചയിലേക്ക് ക്ഷണിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ളതാണ്. ആ ദൃശ്യത്തിൽ, അവർ വസീത്രത്തിന്റെ ഒരു വശത്ത് കൈപിടിച്ചുകൊണ്ട് എന്തോപറയുമ്പോലെ ഇരിക്കുന്നുണ്ട് (അനു. 5; 23). സ്പീക്കർ സ്വന്തം വസീത്രത്തെക്കുറിച്ച് വളരെ മതിപ്പുള്ള കമന്റ് പറയുകയാണെന്നു വായനക്കാർക്ക് തോന്നുകയുള്ളൂ. സമൂഹത്താൽ നിർവചിക്കപ്പെട്ട സീതീസ്വത്വ നിർമ്മിതിയുടെ ആശയത്തിന് അനുപൂരകമായിട്ടാണ് പ്രസ്തുത പത്രവിവരത്തിലെ ദൃശ്യം വിന്യസിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. ഈ സന്ദർഭത്തിൽ സീതീയുടെ സുരക്ഷിതത്വവും വസീത്രവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം വളരെ വ്യക്തമാവുകയാണ്. ആരിൽ നിന്നാണ് സീതീ രക്ഷ നേടേണ്ടതെന്ന ചോദ്യത്തിന് പുരുഷനിൽ നിന്ന് എന്ന ഉത്തരമാണ് ലഭിക്കുന്നത്. അപ്പോൾ അവൾ ഭയ

ക്കേണ്ടതും ലാളിക്ക്കേണ്ടതും പുരുഷനെ എന്ന വൈരുദ്ധ്യം കൂടി കാണേണ്ടതുണ്ട്. സ്ത്രീയുടെ വസ്ത്രങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള തുടർ ചർച്ചകളിൽ ഇതു കൂറേക്കൂടി തെളിഞ്ഞുവരും.

പ്രായപൂർത്തിയായ പെൺകുട്ടി മുൻകാലത്ത് പാവാടയും ദാവണിയും കഴിഞ്ഞാൽ സാരി ഉടുക്കുമായിരുന്നു. ഒറ്റവസ്ത്രമെന്ന തരത്തിൽ സാരി തയ്ക്കേണ്ടി വരുന്നില്ല. അതുകൊണ്ടു തന്നെ അതൊരു നിർമ്മിതിയുടെ സങ്കീർണ്ണപാഠം നൽകുന്നുമില്ല. മൂണ്ടിനു സമാനമായ നിർമ്മിതി ഘടനയുള്ള സാരികൊണ്ട് ശരീരത്തിന്റെ അധികഭാഗവും മറയ്ക്കാനാകുന്നു. സാരിയുടെ ഒരറ്റം മാത്രമാണ് ഉറപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. മറ്റേ അറ്റം സ്വതന്ത്രമാണ്. അടിഭാഗത്തിന്റെ വിശാലമായ തുറപ്പും സ്ത്രീയെ ചില ഓർമകളിലേക്കെത്തിക്കുന്നു. ലൈംഗികോത്തേജനത്തിൽ കണ്ണിന്റെ പങ്ക് ഫ്രോയിഡ് വിശദമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. 'നയനഭോഗം' എന്നൊരു പ്രയോഗം പോലും മലയാളത്തിൽ ഉണ്ട്. പുരുഷ പ്രണയത്തിൽ ചക്ഷുപ്രീതി ആദ്യഘട്ടമാണ്. 'സൗന്ദര്യം എതിർലിംഗത്തെ ആകർഷിക്കാൻ വേണ്ടി പ്രകൃതി ഒരുക്കുന്നതാണ്. മനുഷ്യശരീരത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ രതിയുടെ ലോകവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണ് സൗന്ദര്യം എന്ന് മനശ്ശാസ്ത്രം വിശദീകരിക്കുന്നുണ്ട്' (വി.സി. ശ്രീജൻ; 1999: പു. 81). ആകർഷണം വഴി ലൈംഗികോത്തേജനം നടക്കുന്നു. ഈയൊരു കാര്യമുള്ളതുകൊണ്ടാണ് കാഴ്ചയിൽ നിന്നുള്ള രക്ഷ എന്നതിന് പ്രാധാന്യമുണ്ടായത്. എല്ലാ പുരുഷൻമാരിലും ഏറിയോ കുറഞ്ഞോ ലൈംഗികകാര്യത്തിൽ ആക്രമണസ്വഭാവമുണ്ടെന്ന് മനശ്ശാസ്ത്രം വ്യക്തമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. (ജയൻ (വിവ) 1992: ജ. 48, 58, 136) കാറ്റിന്റെയും മറ്റും അവിചാരിതമായുണ്ടാകുന്ന ആക്രമണത്തെയും സ്ത്രീ ഭയക്കുന്നുണ്ട്. കാലുകളെ ചങ്ങലക്കിട്ടിരിക്കുന്നു എന്ന വാദവും സ്ത്രീപക്ഷ വിമർശകയായ സി.എസ്. ചന്ദ്രിക സാരിയെക്കുറിച്ച് പറഞ്ഞിരിക്കുന്നു (മാതൃഭൂമി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്, 2008). നമ്മുടെ സമൂഹത്തിന്റെ രീതിയനുസരിച്ച് കാലുകളെ വെച്ചുറെയാക്കി വിന്യസിക്കാൻ സ്ത്രീക്ക് സമൂഹത്തിന്റെ അനുമതി ഇല്ല. 'ഇത്തരമൊരു വിലക്ക് നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ മാത്രമല്ല ഉള്ളത്' (ഉലറീറ ഞീയൂശ; 1994: ു. 59). പുതിയ പഠനശാഖകളും തൊഴിൽ മേഖലകളും വാഹന സൗകര്യങ്ങളുമൊക്കെ വന്നതുകാരണം സാരിയെക്കൊണ്ടും സൗകര്യപ്രദവും സുരക്ഷിതവുമായ വസ്ത്രം തേടേണ്ട സാഹചര്യം സ്ത്രീക്ക് കൈവന്നു. അങ്ങനെയാണ്, വടക്കേ ഇൻഡ്യയിലെ സ്ത്രീകളുടെ വസ്ത്രമായിരുന്ന ചുരിദാറിനെ മലയാളി സ്ത്രീ സ്വീകരിക്കുന്നത്. സാരിയോ ബ്ലൂസോ ഒക്കെ ധരിച്ചുവരുന്നവരെ മാത്രമല്ല മാറുമറച്ചവരെപ്പോലും അസു

യകലർന്ന ഇഷ്ടക്കേടോടെ നമ്മുടെ സമൂഹം വീക്ഷിച്ചിരുന്നു. നൈറ്റി വന്നപ്പോൾ സമൂഹം അതിനെ പൂർണ്ണ മനസ്സോടെ അല്ല സവീകരിച്ചത്. പ്രവാസികളും ധനവാന്മാരും ഉപയോഗിച്ച് കുറേ കാലം കഴിഞ്ഞപ്പോഴാണ് ആ വസീത്രം സാധാരണക്കാരും ധരിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. അത്തരമൊരു സ്ഥിതി ചുരിദാറിനും ഉണ്ടായി. ക്രമേണ, അത് കേരളീയരുടെ ജനകീയവസീത്രമായിത്തീർന്നു.

ചുരിദാറിനെക്കുറിച്ചുള്ള സുരക്ഷിതവസീത്രം എന്ന വാദം ആപേക്ഷികമാണ്. ഒരു സ്ത്രീക്ക് സുരക്ഷിതമല്ലാത്ത അവസ്ഥയുണ്ടാകുന്നത്, അന്യന്മാരുടെ കാഴ്ചയിൽ നിന്നും, അന്യരുടെ പ്രയോഗത്തിൽ നിന്നും, പ്രകൃതിയുടെ പെരുമാറ്റത്തിൽ നിന്നും എന്നിങ്ങനെ മൂന്ന് പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെയാണ്. ആക്രമണങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള രക്ഷ മിക്ക സ്ത്രീകളും ആഗ്രഹിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ആക്രമണത്തെ ഭയക്കുമ്പോഴും ആകർഷണത്തെ കാംക്ഷിക്കുന്ന അവസ്ഥയും സ്ത്രീക്കുണ്ടെന്ന് അറിയേണ്ടതുണ്ട്. വസീത്രത്തിന്റെ പ്രയോഗം കൊണ്ട് കൈവരിക്കാവുന്ന സുരക്ഷ പരിമിതവും ആപേക്ഷികവുമാണ്. മാത്രമല്ല, സന്ദർഭം, സാമൂഹികാവസ്ഥ, സാഹചര്യം, എന്നിവയനുസരിച്ച് വസീത്രം കൊണ്ടു തീർക്കാവുന്ന സുരക്ഷിതാവസ്ഥക്കു മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിക്കുന്നു. തിരക്കുള്ള കാലത്ത് വേഗം ധരിക്കാനുള്ള സൗകര്യം ചുരിദാർ നൽകുന്നുവെന്ന വാദം ഒരു പരിധിവരെ പരിഗണിക്കാവുന്നതാണ്. ഒരു പുതിയ വസീത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നത് സ്വാഭാവികമാണ്. അങ്ങനെയൊക്കെ പല പുതിയ കാര്യങ്ങളും സവീകരിച്ചാണ് കേരളം സാമൂഹിക പുരോഗതി കൈവരിച്ചത്. അപ്പോൾ സുരക്ഷിതമെന്നു കരുതി സവീകരിച്ച വസീത്രം സുരക്ഷിതമല്ലാതെയായി തീർന്നതെങ്ങനെയെന്ന് അന്വേഷിക്കാം.

ചുരിദാറിനെ മുറുക്കിത്തയ്ച്ചും വശങ്ങളിലെ തുറപ്പ് അരക്കുതൊട്ടുതാഴെ വരെ എത്തിച്ചും സുതാര്യമായ തൂണിയിൽ തൂണിച്ചും സ്ത്രീകൾ ആക്രമണാവസ്ഥയെ ക്ഷണിച്ചുവരുത്തുകയാണു ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഇതൊക്കെ സ്ത്രീ അറിഞ്ഞുകൊണ്ടു വരുത്തി വക്കുന്നതല്ല. കമ്പനികൾ തയ്യാറാക്കിയ മാതൃകകൾ അയക്കുകയും അതിനനുസരിച്ച് ഉപയോഗിക്കാൻ നിർബന്ധിതരാവുകയും ചെയ്യുകയാണ്. ചുരിദാറിന്റെ വശങ്ങളിലെ കീറലൊക്കെ സ്ത്രീകളുടെ ഇഷ്ടപ്രകാരമാണു ഉണ്ടായതെന്നു കരുതാൻ വയ്യ. ബസ്സിലും മറ്റും യാത്ര ചെയ്യുമ്പോൾ കാറ്റടിക്കുമ്പോൾ പുരുഷനു നേരേ വരുന്ന കീറൽ ഭാഗം കൂട്ടിപ്പിടിക്കാൻ പെൺകു

ട്ടികൾ പണിപ്പെടുന്നതു കാണാം. പുരുഷൻ ലൈംഗികോത്തേജനം നടക്കും എന്നുള്ളതുകൊണ്ട് ഭൂരിഭാഗം സ്ത്രീകളും സാധാരണഗതിയിൽ വസ്ത്രത്തിന്റെ വശങ്ങൾ കാഴ്ചക്കായി തുറന്നിടാൻ സാധ്യതയില്ല. വിപണിയാണ് സ്ത്രീയുടെ വസ്ത്രങ്ങളെ ലൈംഗികോത്തേജനത്തിനുള്ള തരത്തിൽ നിർമ്മിക്കുന്നത്. പുരുഷസമൂഹത്തിന്റെ ഇച്ഛക്കൊത്തവണ്ണമാണ് ഇതൊക്കെ സംഭവിക്കുന്നത്. ഇവിടെ ചൂരിദാർ രക്ഷക്കുവേണ്ടി എന്ന ആശയം ദുർബലമാണെന്നു തെളിയുകയാണ്. ചിലർ തനിക്കായും ചിലർ മറ്റുള്ളവർക്കായും വേറെചിലർ ഭർത്താവിനു മാത്രമായുള്ള കാഴ്ചക്കുവേണ്ടിയാണ് തയ്യാറായി വരുന്നതെന്ന വാദം കൂടി ചേർത്തുവെച്ചുനോക്കുമ്പോൾ വസ്ത്രം നിലവിലുള്ള സാമൂഹികാവസ്ഥയുടെ പ്രതിഫലനമാണെന്നു പറയാം. പർദ പോലെ കടുത്ത സൂരക്ഷ നൽകുമെന്ന് അവകാശപ്പെടുന്ന വസ്ത്രത്തിന്റെ പോലും അർത്ഥവും ധർമ്മവും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതായി തെളിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്. 'പുരുഷനാൽ സംരക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന സ്ത്രീ, പുരുഷനിൽ നിന്നും സ്വതന്ത്രയാകുന്നില്ല'ന്ന സിമോണ്ട് ദ് ബുവെറിന്റെ അഭിപ്രായം കണക്കിലെടുക്കുമ്പോൾ വസ്ത്രം കൊണ്ടൊരു സ്വാതന്ത്ര്യപ്രഖ്യാപനം ഉപരിപ്ലവമെന്നു വ്യക്തമാകും (1986: പു. 78). എന്ന് മാത്രമല്ല, വസ്ത്രം ഒരു പ്രകാശനോപാധി മാത്രമായിരിക്കുമ്പോൾ, അതിന് അതിന്റെ കാരണത്തിലേക്ക് കടന്നുചെന്ന് അവയെ മാറ്റാനുമാവില്ല.

ചൂരിദാറിനോടൊപ്പം പലതരം ഫ്രോക്കുകളും പാവായും മിഡിയും സൽവാറും കമ്മിസും ജീൻസുമൊക്കെ പെൺകുട്ടികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. അനേകതരം പാവായുകളുണ്ട്, കമ്പോളത്തിൽ. ശരീരത്തോട് ഇഴുകിച്ചേർന്നു കിടക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള പാവായും ശരീരവടിവു പ്രകടമാകുന്ന തരത്തിലുള്ള ടോപ്പുമൊക്കെയാണ് ഇന്ന് അധികമായും ചെലവാകുന്നത്. ഇപ്രകാരമുള്ളവ പലതരത്തിലുള്ള വിരുന്നുകൾക്ക് ധരിക്കാൻ ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നു. ഇതിൽത്തന്നെ സമവർത്തിതവും അസമവർത്തിതവുമായ വരമാതൃകകൾ ഉള്ളവയും ചൂളിവുകുണ്ടെന്നു തോന്നിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ളവയുമൊക്കെ ഉണ്ട്. തെയ്യത്തിലെയും കഥകളിയിലെയും പലതരത്തിലുള്ള മോട്ടീഫുകളും പരുവപ്പെടുത്തി പാവായയിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. കേരളീയ പാരമ്പര്യത്തിന്റെ അടയാളങ്ങൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തിച്ചെയ്യുമ്പോൾ ആർജിതമായ സംസ്കാരത്തിന്റെ ബന്ധം ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കും. മാത്രമല്ല, കാലത്തിനനുസരിച്ച് രൂപം മാറ്റിയാണുപയോഗിക്കുന്നതും. ഫാഷനിലെ ലാവണ്യം തിരുത്തിക്കുറിക്കും വിധം ഡിസൈനേഴ്സ് ഇന്ത്യയിലെ എല്ലാ

നഗരങ്ങളിലേയും പാരമ്പര്യധിഷ്ഠിതമായ വിഗ്രഹങ്ങളെയും മുദ്രകളെയും വസീത്രങ്ങൾക്കായി ഇണക്കിച്ചേർക്കുന്നുണ്ട്. അത്തരം മുദ്രകളെ സിനിമ തുടങ്ങിയ മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു. ഉദാഹരണമായി 'അനാർക്കലി' എന്നു പേരുള്ള സിനിമയുടെ വസീത്രം 'ജോധാ അക്ബർ' എന്ന സിനിമയിലെ നായിക ഉപയോഗിച്ച ശേഷം മടങ്ങിയെത്തി വന്നു. കേരളത്തിൽ പ്രചാരത്തിലുണ്ടായ ചോക്ലേറ്റുസാരിയും 'ചോക്ലേറ്റ്' സിനിമയിലെ നായിക ഉടുത്തതാണ്. അതുപോലെതന്നെയാണ് 'രാമായണ സാരി' പ്രചാരം നേടിയത്. രാമായണം സീരിയലായി ദൂരദർശനിൽ വന്നപ്പോൾ സീത ഉടുത്തിരുന്ന സാരി വസീത്ര വിപണിയിൽ പ്രസിദ്ധമായിത്തീർന്നു. പതിവുവരുന്ന സീത എന്ന ഓർമയെ കമ്പോളം ചൂഷണം ചെയ്യുകയാണുണ്ടായത്.

പാരമ്പര്യത്തിന്റെ ഭാഗമായി നിൽക്കുന്ന വർത്തമാനകാലമാണ്, യാഥാർത്ഥ്യമെന്ന തിരിച്ചറിവാണ് വസീത്രവിപണി ഉൾക്കൊണ്ടത്. പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ള വസീത്രങ്ങൾ ഗ്രാമങ്ങളിലേക്കിറങ്ങാനുള്ള തടസ്സത്തെ നീക്കാനുള്ള ശ്രമവും വസീത്രവിപണി നടത്തുകയാണ്. സംഗീതത്തിലുള്ളതു പോലുള്ള 'ഫ്യൂഷൻ', വസീത്രത്തിലും പരീക്ഷിക്കുന്നു. പലതരത്തിലുള്ള ചേരുവകളും ഒരുമിപ്പിക്കുന്നു. കേരളസാരിയും 'ബനാനു പ്രിന്റ്ഡ്' ബ്ലൗസും പോലെ പരസ്പരം ചേരില്ലെന്നു കരുതിയിരുന്നവയെ തമ്മിൽ ചേർത്തുള്ള പരീക്ഷണം നടത്തുന്നു (അനു. 5; 27). സിനിമയുടെ വസീത്രങ്ങളിലാണ് പരീക്ഷണങ്ങൾ കൂടുതലായും സംഭവിക്കുന്നത് (റവല ഒഴിറു, ഖൗഹ്യ 16: 2009). ശക്തമായി, തെറിചൂനിൽക്കുന്ന നിറത്തിലും വർക്കുകളിലുമൊക്കെയായി നോട്ടത്തിന്റെ മൂന്നു ഏറ്റുവാങ്ങുന്ന തരത്തിലുള്ള വസീത്രങ്ങളാണ് 'ഡുവോ അബു ജാനി,' സാനീപ് ഖോശാല, തരാന മസന്ദ് രാജ് പാൽ എന്നീ ഡിസൈനർമാർ രൂപകല്പന ചെയ്യുന്നത് (റവല ഒഴിറു, അനു. 23, 2009). പ്രസിദ്ധരായ ഡിസൈനേഴ്സ് തയ്യാറാക്കുന്ന വസീത്രങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ചെറിയ മാറ്റങ്ങളോടു കൂടിയ പാർട്സിവയറുകൾ വിപണിയിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നു. കുറച്ചുകാലം കഴിഞ്ഞെ ആയത് സാധാരണക്കാരുടെ ഉപയോഗത്തിനായി എത്തുകയുള്ളൂ. ഇതൊക്കെയാണെങ്കിലും ഡിസൈനർമാർ തയ്യാറാക്കിയ വസീത്രമാതൃകകൾ കേരളത്തിലെ സാധാരണക്കാർ സീകരിച്ചതായി കാണുന്നില്ല.

പാവായയിൽ (സ്കർട്ട്) ഹാഫ്, മിനി, ഫുൾ എന്നീ മൂന്നിനങ്ങളുള്ളതിൽ മിനി ഏതാണ് പൂർണ്ണമായും അപ്രത്യക്ഷമായി. അത് കുറഞ്ഞ തോ

തിലെങ്കിലും ഉപയോഗിച്ചുപോരുന്നത് കുഞ്ഞുങ്ങളാണ്. അരപ്പാവടക്ക് സ്കൂൾ യൂണിഫോം തലത്തിൽ പ്രചാരമുണ്ട്. മുഴുപ്പാവടയാണ് പല ആകൃതികളിലും പേരുകളിലും കമ്പോളത്തിൽ വില്പനക്കുള്ളത്. കാല് പുറത്തു കാണിക്കുന്നതിലുള്ള മലയാളി സ്ത്രീയുടെ വൈമനസ്യമാണ്, മിനിസ്കർട്ടും ഹാഫ് സ്കർട്ടും സമൂഹത്തിൽനിന്നും അപ്രത്യക്ഷമാകാൻ കാരണം. പടിഞ്ഞാറൻ സമൂഹത്തിൽ നഗ്നമായ കാലു കാണുന്നത് പ്രശ്നമല്ല. പക്ഷേ, അരക്കുമുകളിലുള്ള ഭാഗം ദൃശ്യമാകുന്നത് അവിടെ ശ്ലീലമായി പരിഗണിക്കാറില്ല. ഇവിടെ കൈലി ഉടുക്കുന്ന സ്ത്രീകൾ മടത്തു കുത്താത്തത് മുകളിൽ പറഞ്ഞതരത്തിലുള്ള തടസ്സമുള്ളതു കാരണമാണ്. ശ്ലീലാശ്ലീല വേർതിരിവുകൾ കൂട്ടായ്മക്കനുസരിച്ച് വ്യത്യാസപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കും. കാലവ്യത്യാസങ്ങളും പ്രായവ്യത്യാസങ്ങളും വർഗവ്യത്യാസങ്ങളും പ്രസ്തുത വേർതിരിവുകൾക്ക് കാരണമാകാവുന്നതാണ്. ഭൂരിഭാഗം തൊഴിലാളികളും പുറമേയുള്ള കാര്യങ്ങൾക്ക് ഉടുത്തിരുന്ന കൈലിവേഷം ഇന്ന് ഏറെക്കുറെ വീട്ടിലേക്ക് ചുരുങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. ചെറുപ്പക്കാർ പൊതുവേ കൈലി ഉപയോഗിക്കാത്ത സ്ഥിതിയും വന്നു ചേർന്നു. ബർമുഡ, പൈജാമ, പാന്റ്സ്, തുടങ്ങിയ വസ്ത്രങ്ങളാണ് യുവാക്കൾ വീടുകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. സ്ത്രീകൾ നൈറ്റിയിലേക്ക് മാറുകയും ചെയ്തു. ഗൾഫ് നാടുകളിൽ നിന്നും വന്നവർ പരിചയപ്പെടുത്തിയ പോളിസ്റ്റർ ലൂങ്കികൾ പാടേ അപ്രത്യക്ഷമായി. മധ്യവയസ്കരും വൃദ്ധരും ഉപയോഗിക്കുന്ന കൈലികൾ കോട്ടൺ കലർന്നതാണ്. കൈലിയോടൊപ്പം നാട്ടിൽ ബനിയനും തോർത്തും ഉപയോഗിച്ചുവന്നു. സമൂഹത്തിലെ താഴെ തട്ടിലുള്ളവരുടെ വസ്ത്രമെന്ന പരിഗണനയാണ് കൈലിക്ക് ഉള്ളത്. വീട്ടിലെ ഉപയോഗത്തിന് ആധുനിക ലോകത്തിൽ മതിപ്പുള്ള വേഷങ്ങൾ പ്രയോഗത്തിൽ വന്നപ്പോൾ കൈലിയുടെ ധർമ്മം ചുരുങ്ങിപ്പോയി.

മുണ്ടിന് ഇന്നു സമൂഹത്തിലുള്ള സ്ഥാനം അത്രക്ക് മാന്യമല്ല എന്നാണ് സൂചന കിട്ടിയത്. ഓഫീസുകളിൽ പല കാര്യത്തിനും പോകുമ്പോൾ മുണ്ട് ഉടുത്തു പോകുന്നയാളിന് താരതമ്യേന കുറഞ്ഞ അംഗീകാരമേ ലഭിക്കാറുള്ളൂ എന്നാണ് ആവേദകർ പറയുന്നത്. അധികാരത്തിന്റെ വസ്ത്രമായി പാന്റ്സും ഷർട്ടും മാറിയിരിക്കുന്നു. മുണ്ടും തോർത്തും നെയ്തു ജീവിച്ചിരുന്ന വലിയ ഒരു വിഭാഗം ജനങ്ങളും തൊഴിൽ രഹിതരായവരായോ വേറെ തൊഴിൽ തേടി പോവുകയോ ചെയ്തിരിക്കുന്നു. കുറഞ്ഞ കൂലിവ്യവസ്ഥയും ഈ കൂടിൽവ്യവസായത്തെ തളർത്തുകയാണ് (അനു. 1; ശശശ). യാത്രക്കുള്ള സൗകര്യം, മാനിക്കേണ്ടവരെ കാണുമ്പോൾ

മടത്തു കൂത്ത് അഴിച്ച് ഇടേണ്ടത്, കാലാവസ്ഥയുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ, മാനുവൽ ഇതൊക്കെയാണു ആളുകൾ മുണ്ടിൽ നിന്നും പാന്റ്സിലേക്ക് എത്തിയതിന്റെ പിന്നിലെ ന്യായവാദങ്ങളായി അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്നത്. ആധുനികതയുടെ വരവോടുകൂടി വ്യാപകമായി വന്ന ഉപഭോഗ ശീലങ്ങളാണ് പാന്റ്സിന്റെ കാര്യത്തിലും സംഭവിച്ചത്. കാലുസറായി, കോപ്പ എന്നൊക്കെ പാന്റ്സിനെ കളിയാക്കിയിരുന്നു. ഇപ്പോൾ, പാന്റ്സിനോടൊപ്പം ചെരിപ്പ്, ബൽറ്റ്, ഷൂസ്, വാച്ച്, പോളിഷ് തുടങ്ങിയ സാധനങ്ങൾ വേണം എന്നായി. മുണ്ടിനൊപ്പം ഇതൊന്നും നിർബന്ധമായിരുന്നില്ല. വസ്ത്രത്തിന്റെ മാറ്റത്തോടു കൂടി ഒരു മെച്ചപ്പെട്ട കമ്പോളം പ്രവർത്തനക്ഷമമായി. വീട്ടിൽ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന വസ്ത്രങ്ങളും മറ്റും ക്രമേണ മാറിത്തുടങ്ങി. മുണ്ടും ഷർട്ടും ആചാരാനുഷ്ഠാന വേളകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്ത്രമായി ചുരുങ്ങുകയാണ്.

ഇപ്പോൾ ബനിയന്റെ ഉപയോഗം വളരെ കുറവാണ്. അത് ഉപയോഗിക്കുന്നവരിൽ നല്ലൊരു ശതമാനം പേരും മധ്യവയസ്സുത്തിയവരാണ്. നിക്കറും ബനിയനും ആൺകുട്ടികൾ വീട്ടുവേഷമായി ഉപയോഗിച്ചിരുന്നു. ശരീരത്തിലെ വിയർപ്പ്, ഷർട്ടിന്റെ ഈടിനെ ബാധിക്കാത്ത വിധം ബനിയൻ പരിരക്ഷിക്കുന്നു. ചൂട് ശരീരത്തിൽ ബാധിക്കാത്ത തരത്തിലുള്ള മൃദുവായ കോട്ടൺതുണി കൊണ്ടാണ് ബനിയൻ നെയ്തെടുക്കുന്നത്. പണ്ട്, മുണ്ടും ബനിയനും കൈലിയും ബനയിനും മുഖ്യവസ്ത്രമായി ഉപയോഗിച്ചിരുന്നു. കൈയുള്ള ബനിയനുശേഷം വന്ന ഷർട്ട് കഴുത്തുമുതൽ നെഞ്ചുഗ്രം വരെ മാത്രം തുറപ്പുള്ളതായിരുന്നു. ഇത് ഏതാണ്ട് ബനിയന്റെ രൂപത്തിലുള്ളതാണ്. പൂർണ്ണമായി തുറപ്പുള്ള വസ്ത്രമായ ഷർട്ട് പ്രചാരത്തിൽ വന്നപ്പോൾ, ശരീരം മറയ്ക്കണമെന്ന പ്രധാന ധർമ്മം അതു നിർവഹിച്ചു. മാത്രമല്ല, വസ്ത്രത്തിനായി അധികം ധനം ഉപയോഗിക്കുന്ന ശീലമോ നിവൃത്തിയോ അന്ന് സമൂഹത്തിന് ഇല്ലായിരുന്നു. പിൻക്കാലത്ത്, അടിവസ്ത്രം എന്ന തരത്തിൽ ബനിയന്റെ സ്ഥാനം പുനർനിർണയിക്കപ്പെട്ടു. ഇത് വസ്ത്രവിപണിയുടെ ഇടപെടൽ കൊണ്ടാണ് സംഭവിച്ചത്. അത്തരത്തിലുള്ള അടി വസ്ത്രം ധരിച്ചു ശീലിച്ച ഒരു തലമുറ മാത്രമേ അധികമായും ബനിയൻ ഉപയോഗിക്കുന്നുള്ളൂ. പുതിയ തലമുറ ബനിയനെ അനിവാര്യമായ അടിവസ്ത്രമായി കാണുന്നില്ല. വസ്ത്രത്തിന്റെ ഈട് തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒന്നായി ചെറുപ്പക്കാർ പല കാരണങ്ങളാൽ പരിഗണിക്കുന്നില്ല. ഈ ഒരു സാഹചര്യത്തിൽ ആണ് ബനിയന്റെ ഉപഭോഗം ഗണ്യമായി കുറഞ്ഞത്. ബനിയൻ ഇല്ലാതെ അല്പാല്പം നഗ്നത കാണി

ക്കാനുള്ള ശ്രമവും ചെറുപ്പക്കാരുടെ ഭാഗത്തുണ്ട്. ബനിയന്റെ രൂപത്തിലുള്ള ടീഷർട്ടുകൾ യുവാക്കൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

കേരളത്തിൽ തൊഴിലെടുക്കുന്ന സ്ത്രീകൾ കൈലി ഉടുക്കുമായിരുന്നു. കൈലിയും ബ്ലൗസും ഉടുത്തുവരുന്ന സ്ത്രീകളെ കണ്ട് ലെ: മൂലമഹ എന്നു പറഞ്ഞു ചിരിക്കാറുണ്ടെന്ന കാര്യം ദത്തമായി കിട്ടിയിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ശ). പണ്ടുമുതലേ ഉപയോഗിച്ചു കേൾക്കുന്ന പ്രയോഗമാണ് ഇത്. പുരുഷനെ ആകർഷിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള വശ്യത എന്നാണ് ആ പ്രയോഗത്തിന്റെ അർത്ഥം. ഇതുപോലെതന്നെ 'ചരക്ക്' എന്ന് സ്ത്രീയെ വിശേഷിപ്പിച്ചു വരാറുണ്ട്. ചരക്കിന്, വലിയ പാത്രം എന്ന് അർത്ഥമുണ്ട്. മലബാറിലെ ഗ്രാമീണർ ചരക്ക് എന്നു പറഞ്ഞാൽ സദ്യക്കും മറ്റും കൊണ്ടു വരുന്ന പാത്രം എന്നാണർത്ഥം. ഈയൊരു വാക്കിലൂടെ സ്ത്രീയെ അശ്ലീലമായി ചിത്രീകരിക്കുകയാണ്. കള്ളിച്ചെല്ലമ്മ, സിന്ദൂരച്ചെപ്പ്, അനുഭവങ്ങൾ പാളിച്ചകൾ, എന്നീ സിനിമകളിലെ നായികമാരും ഉപനായികമാരും കൈലിയും ബ്ലൗസും മാത്രം ധരിച്ച് പുരുഷനെ ആകർഷിക്കുന്ന കാഴ്ച നൽകിയിരുന്നു. നഗരത്തിലെ ജനങ്ങളെ ആസ്വദിപ്പിക്കാൻ ലക്ഷ്യമിട്ടാണ് ഈ സിനിമകൾ നിർമ്മിച്ചത്. ഗ്രാമീണ ജനതയെപ്പറ്റി മോശപ്പെട്ട തരത്തിലുള്ള ധാരണയാണ് അത്തരം സിനിമകൾ നൽകിയത്. സംസ്കാരത്തിൽ ഏറ്റവും ഉന്നതരായ ആദിവാസികളെ വൈകൃതമായി ചിത്രീകരിക്കുന്ന സിനിമകളും മുകളിൽ പറഞ്ഞ തരത്തിൽ ഉള്ള ബോധത്തെ ആണ് നിർമ്മിച്ചത്. നാട്ടിൻ പുറങ്ങളെ ഓണംകേറാമൂല എന്നു വിശേഷിപ്പിച്ചിരുന്നു. ഈ അറിവുകൾ പരിഷ്കൃത ലോകത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണ്.

നഗരത്തിലെ മനുഷ്യനും ഗ്രാമത്തിലെ മനുഷ്യനും രണ്ടുതരം ലോകവീക്ഷണം ആണ് ഉള്ളത്. നഗരമനുഷ്യൻ സംസ്കാരത്തിൽ മേൽത്തട്ടുകാരനാണ് എന്ന ഒരു സവിശേഷത കൊണ്ടു നടക്കുന്നു. അധികാരത്തിന്റെ കാഴ്ച അവൻ വന്നു ചേരുകയാണ്. അതിലൂടെ നോക്കുമ്പോൾ; അതായത് മുകളിൽ നിന്ന് താഴേക്ക്, മറ്റു കൂട്ടായ്മയോടുള്ള ഒരു നിസ്സാരഭാവം വൈകാരിക തലത്തിൽ ഉറയ്ക്കുകയാണ്. സ്വന്തം പരിതോവസ്ഥകൾ സൃഷ്ടിച്ച ലളിതമായ വസ്ത്രം ഗ്രാമീണൻ അശ്ലീലമായി തോന്നാനിടയില്ല. നിസ്സാരം എന്ന് മറ്റുള്ളവർ കരുതുന്ന വസ്ത്രം ധരിച്ചു നടന്ന ആദിവാസികൾക്ക് അവരുടെ വസ്ത്രം പരിഹാസവസ്തു ആയിരിക്കാനും സാധ്യതയില്ല. പക്ഷേ, പുറത്തു നിന്നു കാണുന്നവൻ അത് ലൈംഗികതയുടേയോ അശ്ലീലത്തി

ന്റെയോ കാഴ്ചയായിത്തീർന്നേക്കാം. നഗരത്തിലെ, ഒരുപാട് വിലക്കുകൾ ഉള്ള മനുഷ്യൻ ഉള്ളാലെ അസ്വസ്ഥനാണ്. താരതമ്യേന കൂടുതൽ സ്വാതന്ത്ര്യം അനുഭവിക്കുന്ന ഗ്രാമവാസിയോട് അയാൾക്ക് അസൂയ നിറഞ്ഞ മനോഭാവം ഉണ്ടായി എന്നു വരാം. അപ്പോൾ ഏറ്റവും സ്വതന്ത്രരായ ആദിവാസികളോടുള്ള അസൂയ കൂടുതൽ വർധിക്കുമല്ലോ. കാട്ടിൽ സ്വതന്ത്രമായി വിഹരിച്ച മൃഗങ്ങളെ പിടിച്ച് കാഴ്ചബംഗ്ലാവിലെ കൂട്ടിലിട്ട് കണ്ടു രസിക്കുന്ന മനുഷ്യന്റെ ചിന്തയും കൗതുകവുമെല്ലാം മുകളിൽ പറഞ്ഞ മാനസികാവസ്ഥമൂലം രൂപംകൊള്ളുന്നത് ആയിരിക്കാനാണ് സാധ്യത.

ഈയൊരു പശ്ചാത്തലത്തിൽ വിലയിരുത്തുമ്പോൾ, പുറത്തുള്ള കൂട്ടായ്മക്ക് കൈലിയും ബ്ലൗസും ലെഃ മൂലമഹ ആയി തോന്നുന്നതിന്റെ പിന്നിലെ ചോതോവികാരം എന്തെന്നു മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്. മുകളിൽ നിന്ന് താഴോട്ടുള്ള എല്ലാ നോട്ടവും അധികാരത്തിന്റേതാണ്. അതിന് സമഭാവം കൈവരിക്കാനാവില്ല. ഒരു കൂട്ടായ്മയുടെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തെ അംഗീകരിച്ചുകൊണ്ടു നിരീക്ഷിക്കുമ്പോഴാണ് അവരുടെ ഫോക്ലോർ രൂപത്തിന്റെ വസ്തുതാപരമായ അർഥത്തെ മനസ്സിലാക്കുന്നത്. വസീത്രധാരണം കൂട്ടായ്മയുടെ സംസ്കാരത്തിന്റെ പ്രകാശനത്തിനുള്ള ഒരു പ്രധാന മാർഗം എന്നിരിക്കെ, ഓരോ കൂട്ടായ്മയുടെയും സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെ നിർമ്മിതിയുടെ ഭാഗം എന്ന നിലക്കുകൂടി അതിനെ കണക്കാക്കുമ്പോഴാണ് ഒരു ജനതയുടെ സ്വാതന്ത്ര്യം സാക്ഷാൽകരിക്കപ്പെടുന്നത്.

സമൂഹം പരസ്യമായി ചർച്ച ചെയ്യുന്നത്, സദാചാരപരമായ വസീത്രധാരണം വശ്യമാകരുത് എന്നാണ്. ലൈംഗികമായ ആകർഷണത്തിനു കാരണമാകുന്ന വസീത്രം എന്നാണ് യുവതികളുടെ കൂട്ടായ്മ കൈലിയെയും ബ്ലൗസിനെയും കാണുന്നത്. കൈലി ഉൾപ്പെടുന്ന വസീത്രം ഉടുക്കുന്നത് പുരുഷനായാലും സ്ത്രീയായാലും മാന്യമല്ലെന്നു കരുതുന്ന സ്ഥിതിയുണ്ടെന്നും സമൂഹം കരുതുന്നു. പണിയെടുക്കുന്നവരുടെ കൂട്ടായ്മ മാന്യമെന്നു കരുതുന്ന വസീത്രത്തെ സമ്പത്തും അധികാരവുമുള്ള വർഗം മാന്യമല്ലെന്നും അശ്ലീലമെന്നും വിധിയെഴുതുകയാണ്. കൈലി, മുമ്പൊരു കാലത്തും അമാന്യമായ വസീത്രമായിരുന്നു. മാപ്പിളമാരേ അത് ഉടുത്തിരുന്നുള്ളൂ എന്നും വിവരം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. മുൻകാല സിനിമകളിൽ, മദ്യപന്മാരുടെയും കുറ്റവാളികളുടെയും കള്ളന്മാരുടെയും മറ്റും വേഷം കൈലിയായിരുന്നു. സാമൂഹിക വിരുദ്ധമെന്നോ സദാചാരവിരുദ്ധമെന്നോ

ഉള്ള ആശയം ഈ വസീത്രത്തിൽ നിന്നും ഉൽപാദിപ്പിച്ചെടുത്തിരിക്കുകയാണ്. വസീത്രത്തിന്റെ ഈട് എന്ന സങ്കല്പം മാറിയിരിക്കുകയാണ്. മനുഷ്യരെ രണ്ടുതട്ടിലാക്കുന്നതിനുള്ള മാധ്യമം എന്ന തരത്തിൽ വസീത്രത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ചിന്ത വ്യാപിക്കുകയാണ്.

തോർത്ത്, പഴയ സമൂഹത്തിൽ അനേകം സന്ദർഭത്തിലിടപ്പെട്ടുനിന്ന വസീത്രമാണ്. പണ്ടുകാലത്ത് കേരളത്തിലെ പുരുഷന്മാരുടെ ഉടുവസീത്രം തോർത്ത് ആയിരുന്നു. ആ സ്ഥാനത്ത് മുണ്ട് വന്നപ്പോൾ തോർത്തിന് സ്ഥാനക്കയറ്റം നൽകുകയാണ് ഉണ്ടായത്. അധികാരശ്രേണിയിൽ ഉയർന്നവർ തോർത്ത് തോളിൽ ധരിച്ച് തന്റെ അധികാരം ആളുകളെ ഓർമ്മിപ്പിക്കുകയാണ്. അധികാരശ്രേണിയിൽ താണവർ ഉന്നതസ്ഥാനീയനെ കാണുമ്പോൾ തോർത്ത് അരയിൽ കെട്ടുകയോ കൈയിൽ ചുറ്റി ഇടുകയോ ചെയ്ത് ആദരവു പ്രകടിപ്പിക്കുമായിരുന്നു. ഇങ്ങനെ കോയ്മാബന്ധം കാണിക്കുന്ന സവിശേഷമായ ഒരു ധർമ്മം ഈ വസീത്രത്തിനുണ്ടായിരുന്നു. പഴയ സമൂഹത്തിൽ തോർത്തു കൊടുത്ത് സന്തോഷിപ്പിക്കുന്ന ചടങ്ങുകളും ഉണ്ടായിരുന്നു.

തമ്മിൽ വാക്കേറ്റം മുത്ത് തല്ലിന്റെ വക്കത്ത് എത്തുമ്പോൾ പണ്ടത്തെ പുരുഷന്മാർ തോളിൽ കിടക്കുന്ന തോർത്ത് എടുത്ത് ആകാശത്തോന്നു ചുഴറ്റി കൂടഞ്ഞ് തലയിൽ ഒരു വട്ടകെട്ട് (ചട്ടമ്പിക്കെട്ട്) കെട്ടുന്നു. അപ്പോൾ തോർത്തിന്, പുരുഷത്തിന്റെ, കീഴ്പെടുത്തലിന്റെ ധർമ്മം ആണ് ഉള്ളത്. അവിടെ, കഴുത്തും തലയും അടങ്ങുന്ന പുരുഷന്റെ ജനനേന്ദ്രിയത്തിന്റെ പ്രതിരൂപാത്മകരൂപത്തെ, ഒന്നുകൂടി തെഴുപ്പിക്കുക ആണ് ചെയ്യുന്നത്. സ്ത്രീയെ ഒരു തരത്തിലും വട്ടക്കെട്ടുകെട്ടാൻ സമൂഹം അനുവദിച്ചിരുന്നില്ല. നാടകങ്ങളിലും മറ്റും കോറസിന്റെ കൂട്ടത്തിൽ സ്ത്രീ അഭിനയിക്കുന്ന വേളയിലും വട്ടക്കെട്ടു കെട്ടേണ്ടി വന്നാൽ തോർത്തിന്റെ ഒരു അറ്റം താഴേക്ക് താഴ്ത്തിയിടുമായിരുന്നു. ലൈംഗികമായ ആധിപത്യ സൂചനയുള്ള വിസത്രധാരണം ഒരിക്കലും കേരളീയ കൂട്ടായ്മ സ്ത്രീക്ക് അനുവദിച്ചുകൊടുക്കില്ലെന്ന് അനുമാനിക്കാവുന്നതാണ്. ജന്മി-കുടിയാൻ ബന്ധവും ചട്ടമ്പിവ്യവസ്ഥയും മാറി. അതിനനുസരിച്ചുള്ള ധർമ്മങ്ങൾ വഹിച്ചിരുന്ന വസീത്രങ്ങളും അധികപ്പറ്റായി തീർന്നു. അങ്ങനെ തോർത്തിന്റെ ധർമ്മതീരെ ചുരുക്കി വീട്ടിനുള്ളിലും ക്രമേണ കുളിമുറിക്ക് ഉള്ളിലുമായി ഒതുക്കി.

കുളിത്തോർത്തിന് ഇപ്പോഴും ചെലവുണ്ട്. ബാത്തിങ് ടബ്ബുകൾ പോലെയുള്ള വിപുലമായ സൗകര്യങ്ങളുള്ള കുളിമുറികളൊക്കെയായ

പോൾ തോർത്തിന്റെ ഉപയോഗം കുറഞ്ഞുവരുകയാണ്. എന്നാലും താഴെ തട്ടിലുള്ളവരും ഇടത്തരക്കാരും തോർത്ത് ഇപ്പോഴും വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്നു. കുളിക്കാനുള്ള വെള്ളത്തോർത്താണ് അധികവും ചെലവാകുന്നത്. കുളികഴിഞ്ഞു തുവർത്തുമ്പോൾ ഈർപ്പം വലിച്ചെടുക്കാൻ പര്യാപ്തമായ കട്ടി നൂലുള്ള തോർത്ത് ആണ് കുളിക്കാനായി വാങ്ങുന്നത്. രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടികളിലുള്ള പ്രവർത്തകർ നേതാക്കന്മാരെ തോർത്ത് അണിയിച്ച് സീകരിക്കുന്ന സമ്പ്രദായം തോർത്തിന്റെ പഴയകാല പ്രതാപത്തിന്റെ ഓർമ്മയായി കാണാവുന്നതാണ്.

തോർത്തിനു പകരം തൂവാലയും ടവലുമൊക്കെ കമ്പോളത്തിലെത്തി. വിയർപ്പു തുടക്കാനായി തോളിലിട്ടു നടന്ന തോർത്തിന്റെ സ്ഥാനത്ത് പാന്റുസിന്റെ പോക്കറ്റിൽ തൂവാല കാണണം എന്ന നില വന്നു. മുണ്ട് വ്യാപകം ആയിരുന്ന സമയത്തു തന്നെ തൂവാല സമൂഹത്തിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടെങ്കിലും, കൂട്ടി പ്രായം മുതൽ തൂവാല നിർബന്ധം എന്ന നിലവന്നു. സ്ത്രീകൾക്കും പുരുഷന്മാർക്കും പ്രത്യേകം പ്രത്യേകമായി തയ്ച്ചെടുത്ത തൂവാലകൾ കമ്പോളത്തിൽ ഉണ്ട്. ആകൃതിയിൽ ചെറുതും പൂക്കളും ചെറിയ ഡിസൈനുമൊക്കെയുള്ളതുമാണ് സ്ത്രീകളുടെ തൂവാല. പുരുഷന്മാരുടെ തൂവാല, ചെക്ക് രീതിയിലോ, വീതിയുള്ള ബോർഡറിലോ ഉള്ളതായിരിക്കും.

പരുക്കൻ തോർത്തിന്റെ സ്ഥാനമാണ് മൃദുവായ കൈലേസിനു ലഭിച്ചിരിക്കുന്നത്. ടവലിന് കുറേക്കൂടി മൃദുലത ഉണ്ട്. വിയർപ്പ് ഒപ്പി എടുക്കാവുന്ന രീതിയിലാണ് കൈലേസിന്റെ ഘടന. ഇത് പടിഞ്ഞാറൻ ശൈലിയെ ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്നു. തോർത്ത് ഉപയോഗിച്ച് തുടച്ചെടുക്കുക ആയിരുന്നു പാരമ്പര്യമായി ഇവിടുത്തെ ജനത ചെയ്തു കൊണ്ടിരുന്നത്. ജീവിത ശൈലിയിലെ വ്യതിയാനം ഇവിടെ പ്രകടമായി കാണാവുന്നത് ആണ്. തോർത്തു കൊണ്ട് തുടച്ച് എടുക്കാവുന്ന വിയർപ്പ് സമൂഹത്തിൽ കൂലിപ്പണിക്കാർക്കു മാത്രമേ ഉള്ളൂ എന്ന നില വന്നു ചേർന്നു. മാത്രമല്ല, വിയർപ്പിന് നാറ്റം എന്ന തരത്തിൽ സംസ്കാര തലത്തിൽ അർത്ഥ വ്യാപനമുണ്ടായി. പണ്ട് തോർത്തു കെട്ടി വെയിൽ ചെറുത്തിരുന്ന സ്ഥാനത്ത് ഇപ്പോൾ പലതരം തൊപ്പി വക്കാൻ തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. മഴയും വെയിലും ചെറുക്കുക എന്നതുമാറി ആകർഷണീയത എന്ന ധർമ്മം നിർവഹിക്കുകയാണ് തൊപ്പികൾ. കുഞ്ഞായിരിക്കുമ്പോൾ മുതൽ തൊപ്പി ഉപയോഗിക്കുന്നു. തോർത്ത് വ്യാപകമാകുന്ന കാലത്തിനുമുമ്പ് പുരുഷന്മാർ

പാടത്ത് പണിയെടുക്കുമ്പോൾ പാളത്തൊപ്പി വെച്ച് നിലക്കുമായിരുന്നു. ഇന്ന് സാധാരണഗതിയിൽ കൗമാര പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ ഇരു ചക്രവാഹന മോടിക്കുന്നവരാണ് തൊപ്പി ഉപയോഗിക്കാറുള്ളത്. വിയർപ്പ്-അധാനം, അധാനം-സൗന്ദര്യം എന്ന തരത്തിൽ അർത്ഥം ഉൽപാദിപ്പിച്ചിരുന്ന സമൂഹത്തിന്റെ ഘടന മാറി. വിപണി, വിയർപ്പിനും അതുണ്ടാക്കുന്ന ദുർഗന്ധത്തിനും പരിഹാരമായി മരുന്നും സുഗന്ധലേപനങ്ങളും കമ്പോളത്തിൽ വിറ്റഴിക്കാൻ തുടങ്ങി. അതിനായുള്ള പ്രത്യയശാസ്ത്രം പരസ്യത്തിലൂടെ പരത്തുകയാണ്. പുറത്തുള്ള കുളി അവസാനിക്കുകയും, ബാത്ത്റൂമിലെ കുളിയിലേക്ക് സ്ഥാനം മാറുകയും ബാത്ത് ടബ്ബ്, വാഷ്ബേസിൻ തുടങ്ങിയ സൗകര്യങ്ങൾ ഉണ്ടാവുകയുമാണ്. ബെഡ്റൂമിനുള്ളിൽ കുളിമുറി ഉണ്ടാകുന്ന സ്ഥിതിവന്നു. സുരക്ഷിതത്വബോധത്തിൽ നിന്നാണ് ഇത്തരം നിർമ്മിതികൾ വരുന്നത്. സ്ത്രീ ശരീരത്തെ സുരക്ഷിത മേഖലയിലെത്തിക്കുകയാണ് ഇതിന്റെ പിന്നിലെ ലക്ഷ്യം. പരസ്യങ്ങളിലും ടി.വി, കാഴ്ചകളിലും കാണുന്ന കുളി മാതൃകകളിൽ ടവലാണ് തോർത്തിന്റെ സ്ഥാനം ഏറ്റെടുത്തിരിക്കുന്നത്. ധനവാന്റെയും ഇടത്തരക്കാരുടെയും ലോകമാണ് മിക്ക സിനിമകളിലൂടെയും ചിത്രീകരിക്കുന്നത്. അവിടെ ഘട്ടം ഘട്ടമായി പുറത്തുള്ള കുളി കാഴ്ചയ്ക്കായി അവതരിപ്പിക്കുകയും ഒളിഞ്ഞുനോട്ടത്തിന്റെ പ്രത്യാഘാതങ്ങളും മറ്റും ഗൗരവത്തോടെ ചിത്രീകരിക്കുകയും ചെയ്തു. ഇതൊക്കെ പുതിയൊരു ജീവിത സാഹചര്യമൊരുക്കാൻ സഹായിച്ച ഘടകങ്ങളാണ്. ക്രമേണ, വീടിനു പുറത്ത് കുളിമുറികൾ നിലവിൽവന്നു. പിന്നീട്, വീടിനകത്ത് കുളിമുറി തീർത്തുതുടങ്ങി. സുരക്ഷിതമായ ജീവിതമെന്ന സങ്കല്പമാണ് ഇത്തരം സങ്കല്പങ്ങളിലേക്ക് സമൂഹത്തെ എത്തിച്ചതെന്നു കാണാം. അവിടെയൊക്കെ പല നിറത്തിലുള്ള ടവലുകൾ പ്രത്യക്ഷമായിത്തുടങ്ങി. പക്ഷേ, സാധാരണജീവിതം നയിക്കുന്ന കേരളത്തിലെ ആളുകൾ വെളുത്ത (കൃത്യം വെളുപ്പല്ല) കുളിത്തോർത്ത് ഉപയോഗിക്കുന്ന ശീലം മാറ്റിയിട്ടില്ല. വീട്ടിൽ ഓരോരുത്തർക്കും ഓരോ തോർത്ത് എന്ന ശീലം വ്യാപിക്കുകയാണ്; രോഗത്തിന്റെ സാധ്യത പറഞ്ഞ്. ഒരാളിന്റെ തോർത്ത് മറ്റൊരാൾ ഉപയോഗിക്കയില്ല എന്നു വന്നത്. ഇങ്ങനെ ഒരു ശുചിത്വബോധവും, അതിനായുള്ള പരിസരങ്ങളും വ്യക്തിപരതയുടെ ആശയ വ്യാപനംകൊണ്ട് സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടതാണ്. കുടുംബവ്യവസ്ഥയിൽ തന്നെ അകൽച്ചയുടെ വിത്തു പാകൽ നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നും തിരിച്ചറിയേണ്ടതുണ്ട്.

വീടും പരിസരവും അടങ്ങുന്ന ജീവിതത്തിന്റെ ഘടനയെ കമ്പോളം ഇടപെടുമാറ്റുന്നതിന്റെ ഉദാഹരണമാണ് തോർത്തിന്റെ കാര്യത്തിലൂടെ മനസ്സിലാക്കേണ്ടതാണ്. ദേഹ ശുചിത്വത്തിന്റെ മാത്രം ധർമ്മമായിരുന്ന കുളി ആഡംബരത്തിന്റെയും സ്ഥാനമഹിമയുടെയും ചിഹ്നമായി മാറുകയാണ്. അങ്ങനെ സ്ഥിരീകരിക്കപ്പെട്ടു. കുളിയുടെ സ്ഥാനം പുനർനിർണയിച്ചപ്പോൾ സംസ്കാരത്തിൽ തന്നെ ഇടപെട്ടു എന്ന് അറിയേണ്ടതാണ്. അത് സംസ്കാരത്തെത്തന്നെ മാറ്റിമറിക്കുകയാണ്. ഇത് വിപണിയുടെ നിർമ്മിതിയാണ്. ടവൽ, സോപ്പ്, ഷാംപു, ക്രീം, ലോഷനുകൾ, കുളിമുറിയുടെ ചെലവേറിയ ഫർണിഷിംഗ്, ഇങ്ങനെ വിപുലമായൊരു കമ്പോളമാണ് നിലവിൽ വന്നത്. ലോകം മുഴുവനും കുളി ഒരേ തരത്തിലുള്ള ധർമ്മമായി അവതരിപ്പിക്കപ്പെട്ടു. ഒരേ തരത്തിലുള്ള കുളിക്ക് ഒരേ തരം സോപ്പ്, ടവൽ, മറ്റു സാമഗ്രികൾ, ഇങ്ങനെ വേണമെന്നു വന്നു. വികസിത രാജ്യങ്ങളിലെ കുളിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സൗകര്യങ്ങൾക്ക് മലയാളി വശംവദനായിത്തീർന്നു. ഇപ്രകാരമാണ് വിപണിയാൽ നിർമ്മിക്കപ്പെട്ട വസീത്രത്തിന്റെ ഉപഭോഗത്തിനും കൂട്ടായ്മകൾ കീഴ്പെട്ടത്.

സീതീ പുരുഷന്മാരെ വിഗ്രഹവൽക്കരിച്ച് അലങ്കരിക്കാനുള്ള തന്ത്രങ്ങൾക്ക് വിപണി തയ്യാറാകുന്നു. അതിനായി, വൈവിധ്യം ഉള്ള വസീത്രങ്ങൾ കമ്പോളത്തിൽ എത്തിക്കുന്നു. മുൻപ് വിപണിയുടെ ലക്ഷ്യം സീതീ ആയിരുന്നു.. ഇപ്പോൾ പുരുഷനെയും വിപണിയുടെ വരുതിയിലാക്കാനുള്ള ശ്രമം ആണ് നടത്തുന്നത്. കമ്പനി ഷർട്ടുകളുടെ പരസ്യത്തിൽ എല്ലാം തികഞ്ഞ പുരുഷൻ എന്നൊക്കെ ഉള്ള സന്ദേശങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളിക്കുന്നത് മുകളിൽ പറഞ്ഞ ആശയത്തെ പ്രചരിപ്പിക്കാൻ ആണ്. വിപണിയെ വിപുലപ്പെടുത്താൻ മുതലാളിത്തം പുതിയ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിക്കുകയാണ്.

ഒരേ വസീത്രത്തിന്റെ ഉപരിഘടനയിൽ ചിത്രങ്ങളും മറ്റും ചേർത്ത് പുതിയതരം വസീത്രമായി അവതരിപ്പിക്കുന്ന പ്രവണത കണ്ടുവരുന്നു. സാരിയിൽ അനേകം പാഠങ്ങൾ നിലവിൽ വന്നു. റെഡിമെയ്ഡുസാരി, ചിത്രമാതൃകകളും തയ്യാൾരീതികളും കൊണ്ട് വൈവിധ്യം തീർക്കുന്ന കേരള ഫ്യൂഷൻ സാരി, ഇങ്ങനെ അനേകം മാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിൽ ഉണ്ട്. ചൂരിദാർ വ്യാപകമായിട്ടും, സാരിയുടെ ചെലവ് കുറയുന്നില്ല. ചൂരിദാറും സാരിയും ഉപയോഗിക്കുന്നവർ ഉണ്ട്. വിവാഹം കഴിഞ്ഞ അനേകം സീതീകൾ സാരിയിലേക്ക് മാടങ്ങുന്നുണ്ട്.

ചൂരിദാർ പോലെ ധാരാളമായി വിറ്റുപോകുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾക്ക് അനേകം മാതൃകകൾ നിലവിൽ ഉണ്ട്. ചൂരിദാറിന്റെ പാന്റേസ് ഏതായാലും ഏതുതരം മേൽവസ്ത്രവും (ടോപ്പ്) പറ്റും എന്ന തരത്തിലുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ കമ്പോളം നടപ്പിലാക്കുന്നു. ടോപ്പ്, ബോട്ടം എന്ന പേരുകളാണ് നാണയപ്പെട്ട് ഇരിക്കുന്നത്. പേർ നഷ്ടപ്പെടുമ്പോൾ ഏതുതരം വസ്ത്രവും ടോപ്പ് ആവുകയോ ബോട്ടം ആവുകയോ ചെയ്യാം എന്ന നിലയിൽ എത്തും. നിറത്തിന്റെ യോജിപ്പ് മാത്രം ശ്രദ്ധിച്ചാൽ മതിയാകും. പല നിറങ്ങളുടെ ചേരുവയിൽ ടോപ്പ് തയ്ച്ചൊരുക്കി, നിറത്തിന്റെ പൊരുത്തപ്രശ്നവും പരിഹരിക്കുന്ന രീതി കണ്ടു വരുന്നു. പാന്റേസിന്റെയും ഷർട്ടിന്റെയും കാര്യത്തിൽ ഇക്കാര്യം നേരത്തേ തന്നെ നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്. പാന്റേസ്, ഷർട്ട്, എന്നീ പേരുകൾ പ്രത്യേക മാതൃകയെ കുറിക്കാതെ, പൊതു നാമമായി നിലനിൽക്കുന്നു. കമ്പനി പേരുകൾ മാത്രമാണ് പ്രത്യേകതയെ കുറിക്കുന്നതായി ഉള്ളത്. അതുതന്നെ, വരകളോ മറ്റോ കൊണ്ട് തീർക്കുന്ന വ്യത്യാസങ്ങളെ മാത്രം കുറിക്കുന്നു. ഒരേ നിറത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളുടെ പൊരുത്തം, സാധാരണയായി പുരുഷന്മാർ സ്വീകരിക്കാറില്ല. അതാണ് ഷർട്ടും പാന്റേസുമായി ഉള്ള പൊരുത്തപ്പെടത്തലിൽ വരുന്ന ഒരു പ്രധാന കാര്യം. നിറത്തിന്റെ പൊരുത്തകാര്യത്തിൽ, വസ്ത്രങ്ങൾ തമ്മിൽ മാത്രമല്ല, മറ്റ് അനുബന്ധ അലങ്കാരവസ്തുക്കളും വസ്ത്രത്തിനുതുല്യനിറത്തിൽ ആയിരിക്കണം എന്നുള്ള രീതി, കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകളുടെ വസ്ത്രധാരണത്തിൽ കണ്ടുവരുന്നു.

മലയാളികളുടെ ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ ധാരാളം ആഘോഷങ്ങൾ നിലവിലുണ്ട്. അത്തരം സന്ദർഭങ്ങളിൽ പാർട്ടിവെയർ എന്ന തരത്തിൽ പുതിയ ഫാഷനിലുള്ള വസ്ത്രമാതൃകകൾ ധരിക്കുന്ന രീതിയുണ്ട്. സിനിമകളും മറ്റു കാഴ്ച മാധ്യമങ്ങളും പരിചയപ്പെടുത്തുന്ന സൗന്ദര്യ മാതൃകകൾ, നമ്മുടെ സമൂഹത്തിന്റെയും അനുകരണ മാതൃകകൾ ആയിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു.

കൈലി, തോർത്ത് തുടങ്ങിയ വസ്ത്രങ്ങൾ പുറത്തു മാത്രമല്ല, അകത്തും അന്യമായി കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ വസ്ത്രങ്ങൾ നിർവ്വഹിച്ചിരുന്ന ധർമ്മങ്ങൾ നിലവിലില്ല. സ്ഥാനമഹിമ അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന തരത്തിൽ ഉള്ള തോർത്തിന്റെ ധർമ്മപരമായ ഉപയോഗം മിക്കവാറും അപ്രത്യക്ഷമായി. പുതിയ കാലത്തെ സ്ഥാനമഹിമകളെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ കൂട്ടായ്മ സ്വീകരിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്.

പൈജാമയും കുർത്തയും, ഷെർവാണി, ബെർമുഡ തുടങ്ങിയ വസ്ത്രങ്ങൾ മലയാളികൾ ധരിക്കാൻ തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. ഷെർവാണി, മലയാളി വരന്റെ ആചാരവേളയിലെ വസ്ത്രമായിട്ടുപോലും ഉപയോഗിച്ചു തുടങ്ങി. അഭിമാനം, മാനം, എന്നുള്ളതിന് മറ്റുള്ളവരുടെ മുമ്പിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുമ്പോൾ വസ്ത്രംകൊണ്ടു സൂഷ്മിക്കുന്ന കാഴ്ച എന്നുപോലും അർത്ഥം ഉണ്ടായി വരുന്നു. ഇറക്കം കൂടിയതോ അയഞ്ഞതോ ആയ ഷർട്ട് ഇടുന്നത് ഇപ്പോൾ മാനക്കേട് ആണ്. കൈലി കൂലിവേലക്കാരിൽ നിന്നു പോലും അപ്രത്യക്ഷമായി തുടങ്ങി. ഇറക്കം കുറഞ്ഞ, ഇറുകിയ ഷർട്ടാണ് മാനം തരുന്നത് എന്നു വന്നിരിക്കുന്നു. ഫാഷനും മാനവും തമ്മിൽ പൊരുത്തപ്പെടുത്തുന്നതിന് ഉള്ള ആശയരൂപീകരണം നടന്നു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ധാരാളമായി വസ്ത്രമാതൃകകൾ വാങ്ങാത്തവരെ പിശുക്കൻ എന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കാറുണ്ട്. 'മോഡേണാവുക' എന്ന ആഹ്വാനം പരസ്യങ്ങളുടെ ഒരു പ്രധാന മൂദ്രാവാക്യം ആണ്. ഈ ഒരു പരിതോവസ്ഥയിൽ ആണ് മലയാളിയുടെ ഉപഭോഗശീലം വേരു പിടിച്ചത്. വ്യക്തി, കുട്ടായ്മ, വിപണി എന്ന ക്രമത്തിൽ നിന്ന് കുട്ടായ്മയെ പുതിയ തന്ത്രങ്ങളിലൂടെ പുറത്താക്കി വിപണി വ്യക്തിയോടു നേരിട്ട് ഇടപെടുന്ന സാമൂഹിക അവസ്ഥ സംജാതമായിരിക്കുകയാണ്.

സീനീ പുരുഷന് വിധേയ എന്നുള്ള അധികാര വ്യവസ്ഥ മാറിയിട്ടില്ല. സീനീയുടെ ആകർഷകത്വവും പുരുഷാധിപത്യവ്യവസ്ഥയുടെ തെളിവായിട്ടുകൂടി കാണാവുന്നതാണ്.

മത്സരാധിഷ്ഠിത ലോകക്രമത്തിൽ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണവും കൊണ്ടു മത്സരിക്കുന്ന ഒരു സാമൂഹികക്രമം അവ മുതലാളിത്തം സൂഷ്മിക്കുകയാണ്. വ്യക്തിയെ അന്യവൽകരിച്ച് സൗന്ദര്യസ്വരൂപമായി അവതരിപ്പിക്കുകയാണ്. ഏതൊരാൾക്കും ശരീരത്തിന്റെ ഏറ്റക്കുറച്ചിലുകൾ വസ്ത്രധാരണത്തിലുള്ള പ്രത്യേകതകൾ കൊണ്ട് പരിഹരിക്കാമെന്ന അറിവ് ശാസ്ത്രത്തിന്റെ പിന്തുണയോടെ വ്യാപിക്കുകയാണ്. പ്ലാസ്റ്റിക് സർജറി ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട വൈദ്യശാസ്ത്ര വകുപ്പായി നഗരങ്ങളിൽ മാറിക്കഴിഞ്ഞു. വൈദ്യശാസ്ത്രരംഗത്തെ പല വിഭാഗങ്ങളും സൗന്ദര്യാത്മകയുമായി കൂട്ടിയിണക്കി പോവുകയാണ്. ഇത്തരം മാറ്റങ്ങൾക്ക് ഒപ്പം വിലകൂടിയ ഡിസൈൻ വസ്ത്രങ്ങളും വാങ്ങുന്നതിൽ മലയാളികൾ താല്പര്യം കാണിച്ചു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. വളരെ ഗൗരവമായ ഒരു സ്ഥാനവ്യതിയാന

ത്തിന്റെ ദിശയിലാണ് കേരളീയ കൂട്ടായ്മ എന്ന് വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും നിരീക്ഷിച്ചാൽ മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്.

പരിണാമത്തിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളിലൂടെ കടന്നുവന്ന മനുഷ്യൻ ജൈവപരമായ പല ചോദനകളെയും അമർച്ച ചെയ്തിട്ടാണ് ഒരു സാമൂഹിക വ്യവസ്ഥ തന്നെ സൃഷ്ടിച്ചത്. സംസ്കാരത്തെ സൃഷ്ടിക്കുന്ന മനുഷ്യൻ ജന്മസിദ്ധമായ ആധിപത്യ ചോദനകളെ മറികടക്കേണ്ടതുണ്ട്. പുരുഷനും സ്ത്രീയും അവരിൽ അവശേഷിക്കുന്ന ആധിപത്യത്തിന്റെയും കീഴടങ്ങലിന്റെയും പ്രേരണകളെ അതിജീവിച്ച് സ്വന്തം അധീനതയിലുള്ള സമത്വബോധത്തിൽ പെരുമാറുന്ന അവസ്ഥ ഉണ്ടാകണം. അപ്പോൾ മാത്രമേ അധികാരബന്ധത്തിന്റെ പ്രകാശനമായി നിലകൊള്ളുന്ന ഇന്നത്തെ വസീത്രധാരണത്തിനുപകരം, കൂട്ടായ്മയുടെ ഇച്ഛക്ക് ഒത്തവണ്ണമുള്ള പരസ്പരാശ്രിതമായ വ്യവസ്ഥയുടെ പ്രതിരൂപാത്മക പ്രാതിനിധ്യമായി വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും മാറുകയുള്ളൂ.

ഉപസംഹാരം

കേരളം തിരുവിതാംകൂർ, തിരു-കൊച്ചി, മലബാർ എന്നിങ്ങനെ മൂന്നു നാട്ടുരാജ്യങ്ങളായിരുന്നു. ഈ മൂന്നു നാട്ടുരാജ്യങ്ങളിലെയും സാമൂഹികവും സാംസ്കാരികവുമായ രീതികളും വ്യത്യസ്തമായിരുന്നു. ഭാഷയിലും വേഷത്തിലുമൊക്കെ സംഭവിച്ച പരിവർത്തനത്തിന്റെ ഘട്ടങ്ങൾ, പല ദേശങ്ങളിലും പല തരത്തിലായിരുന്നു. ഓരോ ഇടത്തിലെയും നീതി നിർവഹണവും കൂട്ടായ്മക്കുള്ളിലെ ശ്രേണീബന്ധവും ഇവയൊക്കെയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സങ്കല്പനങ്ങളുമൊക്കെ തീർത്തും വ്യത്യസ്തമായിരുന്നു. അതുകൊണ്ടാണ് ഇന്നും ജാതിയുടെയും ഉപജാതിയുടെയും വൈവിധ്യതയും രീതിക്രമങ്ങളും ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളുടെ നിർവഹണവും മറ്റും പ്രാദേശികമായ അടയാളപ്പെടുത്തലുകളോടെ നിലകൊള്ളുന്നത്. എന്നാലും, തിരുവിതാംകൂർ, തിരു-കൊച്ചി, മലബാർ എന്നീ ദേശങ്ങളിലാകെ സംസാരിച്ചിരുന്ന ഭാഷ, വ്യത്യസ്തരീതിയിലാണെങ്കിലും, മലയാളം ആയിരുന്നു. അത്തരത്തിലുള്ള സാംസ്കാരിക ഐക്യത്തിന്റെ അല, നാട്ടുരാജ്യങ്ങളിലാകെയുള്ള ജനങ്ങളുടെ പൊതുബോധത്തിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു.

തിരുവിതാംകൂർ, തിരു-കൊച്ചി, മലബാർ എന്നീ നാട്ടുരാജ്യങ്ങളെ സംയോജിപ്പിച്ചു കൊണ്ട് ഐക്യകേരളം ഉണ്ടാകണമെന്ന ആശയം ഉയർന്നു വന്നതിന്റെ പശ്ചാത്തലം മുകളിൽ പറഞ്ഞതരത്തിലായിരുന്നു. പല തരത്തിലുള്ള പ്രക്ഷോഭങ്ങളുടെ ഫലമായി 1956-ൽ ഐക്യകേരളം നിലവിൽ വന്നു. അങ്ങനെ, ഇൻഡ്യ എന്ന ദേശീയതയിൽ കേരളം ഭാഷാപരമായ ഒരൊറ്റ കൂട്ടായ്മയായിത്തീർന്നു. അപ്പോഴും വൈവിധ്യമാർന്ന ഉപകൂട്ടായ്മകൾ കേരളം എന്ന വലിയ കൂട്ടായ്മയുടെ ഭാഗമായി നിലകൊള്ളുന്നുണ്ട്. ഉപകൂട്ടായ്മകൾ തിരശ്ചീനമായി (ദേശപരം) നിലനിൽക്കവേ തന്നെ അതിനകത്ത് ലംബപരമായ ഉപകൂട്ടായ്മകളും നിലനിൽക്കുന്നു. ഉദാഹരണത്തിന് മലബാർ ദേശപരമായ ഒരു ഉപകൂട്ടായ്മയായി നിലനിൽക്കുമ്പോൾ തന്നെ അതിനകത്ത് മതത്തിന്റെയും ജാതിയുടെയും ശ്രേണീക്രമമനുസരിച്ച് ഒന്നിനു താഴെ മറ്റൊന്നായി ഉപകൂട്ടായ്മകൾ തനിമ പുലർത്തിപ്പോരുന്നുണ്ട്. ലിംഗം, വയസ്സ് തുടങ്ങിയ നിയാമകങ്ങൾക്കനുസൃതമായി വേറെ ഉപകൂട്ടായ്മകളും ഇതിനകത്ത് വർത്തിച്ച് വരുന്നു.

സ്വത്വത്തിന്റെ പ്രകാശനോപാധി എന്ന നിലയ്ക്ക് വസ്ത്രത്തിനും വസ്ത്രധാരണത്തിനും കാര്യമായ പ്രാധാന്യമുണ്ട്. അത് എത്രത്തോളം കേരളീയ കൂട്ടായ്മയുടെ സ്വത്വപ്രകാശനത്തിന് ഉതകുന്നുണ്ട് എന്ന അന്വേഷണം ഈ പ്രബന്ധത്തിലുണ്ട്. അതോടൊപ്പം ഉപകൂട്ടായ്മകളുടെ വസ്ത്രത്തെയും വസ്ത്രധാരണത്തെയും പരിഗണിച്ചു കൊണ്ട്, ഇന്നത്തെ അവസ്ഥയിൽ അവയിൽ സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന മാറ്റങ്ങളുടെ ദിശാ സൂചിക ഏതാണെന്നും ഈ പ്രബന്ധത്തിൽ ചർച്ച ചെയ്തിരിക്കുന്നു.

മതത്തെ കുറിക്കുന്ന കൂട്ടായ്മയിൽ ഹിന്ദു, ക്രിസ്ത്യൻ, ഇസ്ലാം എന്നിവയെ ആണ് ഭൂരിപക്ഷ പ്രാതിനിധ്യം ഉള്ള മുഖ്യ മതങ്ങൾ എന്ന നിലയിൽ പരിഗണിച്ചത്.

ഹിന്ദുമതത്തിൽ അനേകം ജാതികളും ഉപജാതികളും ഉണ്ട്. പഴയ കാലത്ത് വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും സവർണാവർണഭേദം നിലനിന്നിരുന്നു. ഉടുവസ്ത്രം എന്ന നിലക്ക് തോർത്തായിരുന്നപ്പോഴും, ജാതി നിലകളിലെ കയറ്റിറക്കങ്ങൾക്കനുസരിച്ച്, കണകാൽ മുതൽ അരവരെയുള്ള ഭാഗങ്ങളിൽ ഇന്നിന്ന ജാതിക്ക് ഇത്ര ഇറക്കമുള്ള വസ്ത്രമേ ധരിക്കാൻ പാടുള്ളൂ എന്ന് വ്യവസ്ഥ ഉണ്ടായിരുന്നു. പിൽക്കാലത്ത് നാരായണഗുരുവിന്റെയും അയ്യങ്കാളിയുടെയും വാഗ്ദാനനന്ദന്റെയും മറ്റും നേതൃത്വത്തിലുണ്ടായ നവോത്ഥാന പ്രസ്ഥാനവും കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ്-സോഷ്യലിസ്റ്റ്-ജനാധിപത്യ പ്രസ്ഥാനങ്ങളും ജാതിവ്യവസ്ഥക്ക് എതിരെ നിരന്തരം പ്രക്ഷോഭങ്ങളും ആശയ പ്രചാരണങ്ങളും നടത്തുകയുണ്ടായി. അതുകൂടാതെ കേരളത്തിൽ സാർവത്രികമായി നടപ്പിലായ വിദ്യാഭ്യാസവും ജാതിപരമായ അവസ്ഥയെ ഇല്ലാതാക്കാൻ കാരണമായിത്തീർന്നു. അങ്ങനെ ജാതിവ്യവസ്ഥ മൂലം വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും സംഭവിച്ചിരുന്ന വേർതിരിവുകൾ മാഞ്ഞുപോയി.

ഹിന്ദുമതത്തിൽ വിശ്വസിച്ചിരുന്ന പുരുഷൻ പാശ്ചാത്യവേഷമായ പാന്റ്സിലേയ്ക്കും ഷർട്ടിലേക്കും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. സ്ത്രീകൾ ഉത്തരേന്ത്യൻ വസ്ത്രമായ സാരിയും ചുരിദാറും സ്വീകരിച്ചു തുടങ്ങി. വൃദ്ധജനങ്ങൾ മുണ്ടും ഷർട്ടും, മുണ്ടും ബ്ലൗസും അല്ലെങ്കിൽ സെറ്റുസാരി എന്നീ വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കാൻ തുടങ്ങി. പുരുഷൻ ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിൽ തോർത്തോ മുണ്ടോ ധരിക്കുന്ന രീതി നിലനിർത്തിപ്പോരുന്നുണ്ട്. സ്ത്രീ പൊതുവെ സെറ്റുസാരിയോ സാധാരണ സാരിയോ ആണ് അത്തരം വേഷങ്ങളിൽ ധരിക്കുന്നത്. പാന്റ്സും ഷർട്ടും ചുരിദാറും ആചാരാനുഷ്ഠാന

നങ്ങളിൽ വ്യാപകമായി ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. ഹിന്ദുമതവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു നിൽക്കുന്ന ആദിവാസി വിഭാഗങ്ങളും അവരുടെ സ്വത്വത്തിന്റെ ഭാഗമായുണ്ടായിരുന്ന വസ്ത്രധാരണരീതികൾ മാറ്റി പാൻസും ഷർട്ടും സാരിയും ചുരിദാറും ഉപയോഗിക്കാൻ തുടങ്ങി. ഹിന്ദുമതത്തിൽ വിശ്വസിക്കുന്ന ജനവിഭാഗം മതപരമായോ ജാതിപരമായോ ഉള്ള ചിഹ്നങ്ങളെ പ്രകാശിപ്പിക്കുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ പൊതുജീവിതത്തിൽ ധരിക്കുന്നില്ല.

കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനി സ്ത്രീകൾ ചട്ടക്കൂപ്പായവും ഇറക്കം കൂടിയ ബ്ലൗസുമാണ് ധരിച്ചുപോന്നത്. പുരുഷന്മാർ വസ്ത്രം കൊണ്ട് മതത്തെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന രീതി സ്വീകരിച്ചിരുന്നില്ല. ക്രിസ്ത്യാനികളിലെ പുരോഹിത വർഗത്തിൽ നല്ലൊരുവിഭാഗവും യൂറോപ്യൻ മാതൃകയെ അനുസരിച്ചുള്ള വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയുമാണ് തുടരുന്നത്. ക്രിസ്ത്യൻ സ്ത്രീകൾ സാരിയും ചുരിദാറും പോലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളാണ് ഇക്കാലത്ത് ധരിക്കുന്നത്. പുരുഷന്മാർ പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ള പാൻസും ഷർട്ടും അല്ലെങ്കിൽ മുണ്ടും ഷർട്ടും ഉപയോഗിച്ചു പോരുന്നു. പൊതുജീവിതത്തിൽ കേരളത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികൾ മതപരമെന്നു തിരിച്ചറിയുന്ന വസ്ത്രമോ വസ്ത്രധാരണരീതിയോ സ്വീകരിച്ചു കാണുന്നില്ല. പുരോഹിതവർഗം പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ സ്വീകരിച്ചിട്ടും ക്രിസ്ത്യൻ സ്ത്രീകൾ അതിനു തയ്യാറാകാതെ ഹിന്ദുസ്ത്രീകൾ ധരിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ക്രിസ്ത്യൻ വിഭാഗത്തിലെ മഹാഭൂരിപക്ഷം ജനങ്ങളും ഹിന്ദുമതത്തിൽ നിന്നും പരിവർത്തനം ചെയ്തവരാണ്. ആ കാരണം കൊണ്ടുകൂടിയാണ് ഹിന്ദുക്കൾ പിന്തുടരുന്ന അതേ വസ്ത്രവും വസ്ത്രധാരണരീതിയും ക്രിസ്ത്യാനികൾ സ്വീകരിച്ചത്. മുസ്ലീങ്ങൾ കൈലിയും (ലുങ്കി) ഷർട്ടും കാച്ചി മുണ്ടും റവുക്കയുമാണ് പണ്ടുകാലത്ത് ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. പുതിയകാലത്ത് പുരുഷന്മാർ പൊതുവേ പാശ്ചാത്യമാതൃകയിലുള്ള പാൻസും ഷർട്ടുമോ അല്ലെങ്കിൽ മുണ്ടും ഷർട്ടുമോ ധരിച്ചുവരുകയാണ്. മുസ്ലീംസ്ത്രീകൾ സാരിയും ചുരിദാറുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. അടുത്തകാലത്തായി കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകളുടെ ഇടയിൽ പർദ എന്ന വസ്ത്രം വ്യാപിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. മതമൗലികവാദത്തിന്റെ ഭാഗമായി ചില ഇസ്ലാമിക രാജ്യങ്ങളിൽ സ്ത്രീകൾ പൊതുവെ ധരിച്ചുപോരുന്ന വസ്ത്രമാണ് പർദ. അത് സ്വീകരിക്കാൻ പാകത്തിൽ കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകളുടെ മാനസികാവസ്ഥയെ മാറ്റിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുരുഷാധിപത്യമാണ് ഈ ഒരു മാറ്റത്തിന്റെ പിന്നിലുള്ള ശക്തിയുടെ ഉറവിടം എന്നു കാണാം. അതിന് മത

മാലികവാദത്തിന്റെ ആശയപരമായ പിന്തുണയും ഉണ്ട്. ഇസ്ലാമിക രാജ്യങ്ങളിൽ പുരുഷൻമാർ സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്ന വസ്ത്രരീതികൾ കേരളത്തിലെ മുസ്ലീങ്ങൾ കൈക്കൊണ്ടില്ല. മുസ്ലീം പുരോഹിത വർഗവും വെള്ളമുണ്ടും വെള്ളജുബ്ബയും അല്ലെങ്കിൽ വെള്ളമുണ്ടും വെള്ളപ്പാൽപ്പട്ടം തലയിൽ കൈലേസോ തൊപ്പിയോ എന്ന തരത്തിൽ കേരളീയമായ പാഠം ഉണ്ടാക്കുകയാണ് ചെയ്തത്. കേരളത്തിലെ മുസ്ലീംസ്ത്രീകൾ പർദ്ദയിലേക്ക് മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതിനെ കമ്പോളം സർവദാ പിന്തുണക്കുന്നുണ്ട്. മുസ്ലീം ജനവിഭാഗം പൊതുവെ വസ്ത്രത്തിന്റെ ഉപഭോഗത്തിൽ മുൻനിരയിലാണ് എന്നാണ് ദത്തങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. ആ നിലയിൽ അങ്ങനെയുള്ള വിഭാഗത്തെ കമ്പോളം പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന തന്ത്രമാണ് സ്വീകരിച്ചത്. ആയിരത്തൊന്ന് പർദ്ദകൾ, പർദ്ദഹൗസുകൾ എന്നൊക്കെയുള്ള പരസ്യങ്ങൾകൊണ്ട് വിപണിയുടെ നിലപാട് തിരിച്ചറിയാവുന്നതാണ്. പക്ഷേ, പർദ്ദ ശരീരവടിവനുസരിച്ച് തയ്ച്ചും അലങ്കാരപ്പണികൾ ചെയ്തും വർണാഭവും വ്യത്യസ്തരീതിയിലും ഉള്ള മഹ്ത ധരിച്ചും ആ വസ്ത്രരീതി കൊണ്ടു തന്നെ ആകർഷണീയത സൃഷ്ടിക്കുകയാണ്. പർദ്ദക്കുള്ളിൽ മറ്റുസ്ത്രീകൾ ധരിക്കുന്ന പോലെയുള്ള വസ്ത്രങ്ങളും ധരിക്കുന്നവരുണ്ട്. അതു പുറത്തു കാണുന്ന തരത്തിൽ, പുറത്തുള്ള കുപ്പായത്തിന്റെ ബട്ടണുകൾ തുറന്നിടുന്ന രീതിയും കണ്ടുവരുന്നു. ഇതിൽ നിന്ന്, പർദ്ദ ധരിക്കുന്ന മുസ്ലീംസ്ത്രീകളും ഉള്ളാലെ ആ വസ്ത്രത്തെ സ്വീകരിക്കുന്നില്ല എന്നു മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്. ഒരു തരത്തിൽ പ്രസ്തുത വസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രഖ്യാപിത ലക്ഷ്യത്തെ കൗശലത്തോടെ തിരസ്കരിക്കുകയാണ്.

മലയാളികളുടെ ജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമായിരുന്ന തോർത്ത്, അതിന്റെ ധർമ്മപരമായ നിർവഹണങ്ങൾ പലതും ഇല്ലാതായപ്പോൾ ക്രമേണ കുളിത്തോർത്തായി ചുരുങ്ങി. പുരുഷന്റെ മേധാവിത്വപരമായ ചിഹ്നമെന്ന തരത്തിലുള്ള ധർമ്മം തോർത്തിന് ഉണ്ടായിരുന്നു. കൈലിയും (ലൂക്കി) തോർത്തും ഉടുത്തുവന്ന സ്ത്രീകൾക്ക്, അന്യ പുരുഷന്റെ സമീപനത്തെ ചെറുക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ഒരു ചിഹ്നമായാണ് തോർത്ത് നിലനിന്നത്. മാറിനു കുറുകെ ധരിക്കുന്ന തോർത്ത്, ചിഹ്നപരമായി അന്യർക്കു നേരേയുള്ള നിരോധനത്തിന്റെ അർത്ഥമാണ് വിനിമയം ചെയ്യുന്നത്. പിന്നീട് തോർത്ത് വീടിനുള്ളിലെ കുളിമുറിയിലേക്ക് മാറുകയും ടവലുകൾ തോർത്തിന്റെ ധർമ്മം വഹിക്കുകയും ചെയ്തു. ഒപ്പം തന്നെ ഒരു വീട്ടിൽ ഒന്നോ രണ്ടോ തോർത്ത് എന്ന രീതിക്കു പകരം ഒരാൾക്ക് ഒരു തോർത്ത് എന്ന സ്ഥിതിയും വന്നു. അത് ശുചിത്വത്തിന്റെയും മറ്റും പ്രശ്നമായാണ് വന്നു

കൂടിയത്. കമ്പോളത്തിന്റെ ആസൂത്രിതമായ ഇടപെടൽ കൊണ്ടാണ് മലയാളിയുടെ കുളിരീതികൾക്ക് മാറ്റം സംഭവിച്ചത്. ആദ്യം വീടിന് പുറത്ത് കുളിമുറി വന്നു. പിന്നീട് കുളിമുറി അകത്തായി. അത് വൃത്തിയുള്ളതായി സൂക്ഷിക്കാൻ നിരവധി വസ്തുക്കൾ വാങ്ങേണ്ട സ്ഥിതിയും വന്നു. കൈകഴുകുന്ന സ്ഥലത്ത് ഒരു ടവൽ, കുളിമുറിയിൽ ഒരു ടവൽ എന്ന രീതിയിലേക്ക് സമൂഹം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്.

കേരളത്തിലെ രാഷ്ട്രീയപ്പാർട്ടികളുടെ പൊതുയോഗങ്ങളിലെ സ്വീകരണങ്ങളിൽ തോർത്ത് മാല ഇടാറുണ്ട്. കേരളത്തിലെ പ്രമുഖ രാഷ്ട്രീയ പ്രസ്ഥാനമായ മാർക്സിസ്റ്റ് കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പാർടിയുടെ സമ്മേളനങ്ങളിൽ വ്യാപകമായി തൊഴിലാളികളും കർഷകരും നേതാക്കളെ തോർത്തുമാല അണിയിച്ച് സ്വീകരിക്കുന്ന രീതിയാണ് കാണുന്നത്. സമൂഹത്തിൽ ദാരിദ്ര്യം നിലനിന്നിരുന്ന കാലത്ത് ബീഡിതെറുത്തു കെട്ടുന്ന ചുവപ്പു നൂലാണ് മാലയായി ഇട്ടിരുന്നത്. കോൺഗ്രസുകാർ പൊതുവേ ഖദർ ഷാജോ വേഷ്ടിയോ ആണ് സ്വീകരണവേളകളിൽ ഉപയോഗിച്ചു കാണുന്നത്. വേഷ്ടിയും തോർത്തും അധികാരത്തിന്റെ ചിഹ്നങ്ങളാണ്. രണ്ടു വസ്ത്രങ്ങളും പുതിയകാലത്ത് പുതിയ ധർമ്മങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുകയാണ്. അപ്പോഴും വർഗപരമായ വ്യത്യാസം രണ്ടു വസ്ത്രവും നിലനിർത്തുന്നുണ്ട്. വേഷ്ടി അഭിജാതരുടെയും തോർത്ത് സാധാരണക്കാരുടെയും ചിഹ്നമാണ് കൂട്ടായ്മ തിരിച്ചറിയുന്നത്. അധികാരക്രമത്തിൽ തോർത്തിനെ പ്രതിനിധാനം താഴത്തെ നിലയിലുള്ളവരാണ്. കൂട്ടായ്മ, കാലം മാറുമ്പോൾ അതിനനുസരിച്ച് വസ്തുവകകളെ പുതിയ ധർമ്മവ്യവസ്ഥയിലേക്ക് പരിവർത്തിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ തെളിവായി തോർത്തിന്റെയും വേഷ്ടിയുടെയും മാറിയ ധർമ്മത്തെ വ്യാഖ്യാനിക്കാവുന്നതാണ്.

വയസ്സിന്റെ വ്യത്യാസം വസ്ത്രത്താൽ കുറിക്കുന്ന രീതി കേരളത്തിൽ നിന്ന് മറയുകയാണ്. ആൺകുട്ടി, പ്രൈമറി ക്ലാസുമുതൽ പാന്റുസും ഷർട്ടും ധരിക്കുകയും പെൺകുട്ടി ചുരിദാർ ധരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന അവസ്ഥ വന്നു ചേർന്നിരിക്കുകയാണ്. വസ്ത്രത്തിന്റെ വലുപ്പച്ചെറുപ്പം നോക്കി മാത്രം പ്രായം തീരുമാനിക്കേണ്ട സ്ഥിതിയിലേക്കാണ് കേരളം നീങ്ങുന്നത്. പണ്ട് വയസ്സിന്റെ ഘട്ടം അനുസരിച്ച് കൃത്യമായ വസ്ത്രം എന്ന നിബന്ധന ഉണ്ടായിരുന്നു. വയസ്സ് അനുസരിച്ചുള്ള പല ധർമ്മങ്ങളും നിർവഹിക്കാൻ സമൂഹത്തിലെ ഓരോ പൗരനും ബാധ്യത ഉണ്ടായിരുന്നു. പെൺകുട്ടികൾ സാധാരണഗതിയിൽ ഫ്രോക്ക്പോലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ

കൗമാരപ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ ധരിക്കാറില്ല. അതു പോലെ യൗവനം എത്തിയാൽ പെൺകുട്ടികൾ സ്കർട്ട് ധരിക്കാറില്ല. ഇതിൽ നിന്നും വസ്ത്രം കൊണ്ട് പ്രായത്തിന്റെ അടയാളപ്പെടുത്തലുകൾ കൃത്യമായി നടപ്പിലാക്കുന്നില്ല എന്ന് തിരിച്ചറിയാനാകും.

ഇന്ന് വയസ്സുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഒരു ഭീതി ജനങ്ങളുടെ മനസ്സിൽ ഉണ്ട്. അത് മരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണ്. ഇത് അറിയാവുന്ന കമ്പോളം വാർധക്യത്തെ മറികടക്കാൻ പലതരത്തിലുള്ള വസ്തുക്കളെയും സമൂഹത്തിന് പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു. വസ്ത്രം അതിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്. ചെറുപ്പക്കാർ ധരിക്കുന്ന വസ്ത്രം മധ്യവയസ്ക്കരും വാർധക്യത്തിലേക്കെത്തിയവരും ധരിക്കുന്നത് വയസ്സിനെ മാർച്ചു കളയാനുള്ള ശ്രമമാണ്. വയസ്സു കുറഞ്ഞിരിക്കുന്നതായി അറിയാനാണ് കേരളത്തിലെ ജനത ആഗ്രഹിക്കുന്നതെന്നാണ് ദത്തങ്ങളിൽ നിന്ന് ലഭിക്കുന്ന സൂചനകൾ കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത് (അനു. 2; ശശീ).

വീട്ടുവേഷം എന്ന തരത്തിൽ പെൺകുട്ടികൾ ധരിക്കുന്നത് പുറത്ത് ഉപയോഗിക്കുന്ന അതേ വസ്ത്രവും അതിനു പുറമെ നൈറ്റിയും നൈറ്റ് ഗൗണും ഒക്കെ ആണ്. യൗവനം എത്തിയ സ്ത്രീകളുടെ പൊതുവായി കാണുന്ന വീട്ടുവേഷം നൈറ്റി അഥവാ മാക്സി ആണ്. ആൺകുട്ടികൾ, പുറത്തു ധരിക്കുന്ന അതേ വസ്ത്രം തന്നെയാണ് വീട്ടിലും ധരിക്കുന്നത്. മധ്യവയസ്സെത്തിയ സാധാരണക്കാരായ സ്ത്രീ പുരുഷൻമാർ കൈലിയും മുണ്ടും ആണ് വീട്ടിനുള്ളിൽ ധരിക്കുന്നത്. പുരുഷൻമാർ അർധനഗ്നരായി വീട്ടിനുള്ളിൽ കഴിയുന്ന സ്ഥിതിക്ക് മാറ്റം വന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. നഗ്നതയെ കുറിച്ചുള്ള ബോധം സ്ത്രീയിൽ എന്ന പോലെ പുരുഷനിലും വന്നു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ആൺകുട്ടികൾ ബെർമുഡയും പൈജാമയും വീട്ടുവസ്ത്രമായി ഉപയോഗിച്ചുതുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. ഇത്തരം വസ്ത്രധാരണശീലങ്ങൾ നഗരത്തിൽ തുടങ്ങി ഗ്രാമങ്ങളിലേക്ക് വ്യാപിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. വീട്ടിലെത്തിയാൽ വസ്ത്രത്തിൽ നിന്ന് പരമാവധി സ്വതന്ത്രരാകണം എന്ന ചിന്തയാണ് പൊതുവേ ഉള്ളത്. വസ്ത്രം മനുഷ്യന്റെ സ്വതന്ത്ര വ്യാപാരത്തെ തടസ്സപ്പെടുത്തുന്നു എന്നാണ് മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. വസ്ത്രത്താൽ സ്വയം മറച്ച്, പുതിയൊരു രൂപമായി സമൂഹത്തിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുക എന്ന ആശയമാണ് ഭൂരിഭാഗം മനുഷ്യരെയും നയിക്കുന്നത്. വീട്ടിൽ പൊതുവേ, പുരുഷൻ കുറച്ചു വസ്ത്രങ്ങൾ മാത്രം അണിയുന്നു. സ്ത്രീ, മിക്കവാറും പുറത്ത് അണിയുന്നത്ര വസ്ത്രങ്ങൾ വീട്ടിലും ധരിക്കുന്നു.

ഇതിൽ നിന്ന്, സുരക്ഷിതത്വത്തിന്റെ പ്രശ്നം വീട്ടിലും അവളെ അലട്ടുന്നുണ്ട് എന്നാണ് മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്. പകൽ, രാത്രി എന്ന തരത്തിൽ വേർതിരിച്ചുള്ള പടിഞ്ഞാറൻ വസീത്രമാതൃകകൾ ഇവിടെയും വിറ്റഴിക്കുന്നുണ്ട്. അതിരുകൾ എല്ലാം മാധ്യമങ്ങളുമായ കമ്പോളം മറ്റൊരു തരത്തിൽ അതിരുകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു എന്നുകൂടി തിരിച്ചറിയേണ്ടതാണ്. പകൽ, രാത്രി എന്നതിനു പുറമേ വീടിന് അകം, പുറം, വിശേഷാൽചടങ്ങുകൾ (അതിൽതന്നെ പലതരങ്ങൾ) എന്നിങ്ങനെ പുതിയ അതിരുകൾ സൃഷ്ടിച്ച് ഓരോ സമയത്തും ഓരോ തരം വസീത്രം എന്നു വിപണി ഉപഭോക്താക്കളെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. ഇങ്ങനെയാണ് ബെർമുഡയും പൈജാമയും ഹൗസ്കോട്ടും ഒക്കെ കേരളത്തിലെ ജനത സ്വീകരിച്ചു തുടങ്ങിയത്.

കൂട്ടുകുടുംബവ്യവസ്ഥ തകർന്ന സാമൂഹികാന്തരീക്ഷത്തിലാണ് കേരളത്തിൽ മുതലാളിത്ത വ്യവസ്ഥ കടന്നുവന്നത്. ആ വ്യവസ്ഥയിലൂടെ സമൂഹത്തിൽ വ്യക്തിയുടെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന് പ്രാധാന്യം ഉണ്ടെന്ന ആശയം പരന്നു. ഒപ്പം തന്നെ ചെറിയ കുടുംബങ്ങൾ നിലവിൽ വരുകയാണ്. കൂട്ടുകുടുംബത്തിലെ ആവശ്യങ്ങൾ പരിമിതമായിരുന്നു. കൂട്ടുകുടുംബത്തിന് ആഡംബരമായിരുന്ന വസീത്രരീതികൾ പലതും അണുകുടുംബത്തിന് അത്യാവശ്യം എന്ന നിലയിൽ ആയിത്തീർന്നു. കൂട്ടുകുടുംബവ്യവസ്ഥയിൽ രക്തബന്ധങ്ങൾ മാത്രമല്ല നിലനിന്നത്. ചാർച്ചക്കാർ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ഒരു ബൃഹത്തായ ഘടനയായിരുന്നു അതിന് ഉണ്ടായിരുന്നത്. ആ വ്യവസ്ഥക്ക് കെട്ടുറപ്പുണ്ടായിരുന്നു. വ്യക്തികൾ തമ്മിലുള്ള മത്സരത്തിന്, പരസ്പരാശ്രിതത്വമുള്ള കൂട്ടുകുടുംബ സംവിധാനത്തിൽ അവസരം തീരെ കുറവായിരുന്നു. അണു കുടുംബം തളിർത്തത് മുതലാളിത്തവ്യവസ്ഥയിൽ ആയതു കൊണ്ടു തന്നെ, വ്യക്തിയെ പരമാവധി അലങ്കരിച്ച് പ്രകാശിപ്പിക്കേണ്ടത് വ്യവസ്ഥയുടെ ആവശ്യമായിത്തീർന്നു. മത്സരം എന്നത് മുതലാളിത്ത വ്യവസ്ഥയുടെ പ്രത്യേകത ആണ്. വസീത്രം മുഖ്യ അലങ്കാരവസ്തുവായിത്തീർന്നത് അങ്ങനെയാണ്. യൂറോപ്യൻ ചിട്ടപ്രകാരം ലഭിച്ച വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ പാഠങ്ങൾ കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളെ ആകർഷിച്ചു. അക്കാദമിക് വിദ്യാഭ്യാസം ഉള്ളവർ വ്യാപിപ്പിച്ച സന്ദർഭോചിതമായ മര്യാദകളിൽ വസീത്രംകൊണ്ടുള്ള പെരുമാറ്റത്തിന് മുഖ്യസ്ഥാനം ഉണ്ടെന്നു വന്നു. മുതലാളിത്തത്തോടൊപ്പം ജനാധിപത്യ, സോഷ്യലിസ്റ്റ്, ആശയങ്ങളും വ്യാപിച്ചു ക്കിലും വസീത്രമര്യാദകളുടെ കാര്യത്തിൽ, എതിർ ധ്രുവങ്ങളിൽ നിലകൊണ്ട ആശയങ്ങൾ തമ്മിൽ കാലുഷ്യം ഉണ്ടായില്ല. വസീത്രങ്ങളുടെ മതനിരപേക്ഷ രീതികളായിരുന്നു ജനാധിപത്യ, സോഷ്യലിസ്റ്റ് ആശയത്തിൽ

വിശ്വസിച്ചിരുന്നവർക്ക് ആശ്വാസം നൽകിയത്. ഈ വിശ്വാസത്തെ കമ്പോളം നന്നായി ചൂഷണം ചെയ്തു.

മുതലാളിത്തത്തിന്റെ യന്ത്രനെയ്ത്തിലൂടെ ധാരാളം വസീത്രങ്ങൾ കമ്പോളത്തിൽ വന്നു. പാരിസ് കേന്ദ്രമായി ഡിസൈനർമാർ വൈവിധ്യമാർന്ന വസീത്രങ്ങളുടെ മാതൃകകൾ തയ്യാറാക്കാൻ തുടങ്ങി. പുതിയ വസീത്രമാതൃകകൾ ലോകമെങ്ങും പരന്നു. കേരളത്തിലും പുതിയ വസീത്രമാതൃകകൾ പതുക്കെ കടന്നുവന്നു. ആദ്യം സമ്പന്ന വിഭാഗം ഏറ്റെടുത്ത് ഇടത്തരക്കാരിലേക്ക് കൈമാറുന്ന തരത്തിൽ ആയിരുന്നു വ്യാപനത്തിന്റെ രീതി. നവമുതലാളിത്തത്തിന്റെ കാലമായപ്പോൾ വിലകൂടിയ കമ്പനി വസീത്രമാതൃകകളുടെ പകർപ്പുകൾ ഏറ്റവും താഴെ തട്ടിലും എത്താൻ തുടങ്ങി. പല കമ്പനിഷർട്ടുകളുടെയും തനിപ്പകർപ്പുകൾ താഴ്ന്ന വിലക്ക് പ്രാദേശിക കമ്പോളത്തിൽ ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. അത്തരം ഷർട്ടുകളുടെ പ്ലാക്കറ്റിന്റെ ഉള്ളിലോ കോളറിന്റെ അകവശത്തോ ചില പ്രസിദ്ധ കമ്പനിക്കാരും മുദ്ര ചില വ്യത്യാസങ്ങൾ വരുത്തി തയ്ച്ചു ചേർക്കുന്ന രീതിയും കണ്ടു വരുന്നു. കമ്പനിവസീത്രം എന്നത് മാന്യതയുള്ള വസീത്രമാണ് എന്ന ആശയം സ്ഥിരീകരിക്കാൻ മുതലാളിത്തത്തിന്റെ ഇടപെടലുകൾ കൊണ്ട് കഴിയുന്നു. മാന്യതയുള്ള വസീത്രം, മാന്യതയില്ലാത്ത വസീത്രം എന്ന വൈരുദ്ധ്യം നടപ്പിൽ വരുകയാണ്. മാന്യതയില്ലാത്ത വസീത്രം ധരിക്കുന്നവനും മാന്യതയുള്ള വസീത്രത്തെയാണ് സ്വപ്നം കാണുന്നത്.

നവമുതലാളിത്തത്തിന്റെ പിൻബലമായി ആധുനികതയും ഉത്തരാധുനികതയും കേരളത്തിന്റെ സാമൂഹിക തലങ്ങളിൽ ഇടപെട്ടു നിന്നു. ആധുനികത വ്യക്തിക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകി പുതിയൊരു സ്വാതന്ത്ര്യബോധം ലോകമെങ്ങും പരത്തി. അനേകം തരത്തിലുള്ള പ്രിന്റഡ് വസീത്രങ്ങളും തടിച്ച കോളറുള്ള വലിയ മിനിസ്കർട്ടും ഒക്കെ കേരളത്തിൽ വ്യാപകമായത് ആധുനികതയുടെ പ്രേരണ മൂലമാണ്. വൈവിധ്യമാർന്ന അടിവസീത്രങ്ങളുടെ വ്യാപനം സംഭവിച്ചതും ഇക്കാലത്താണ്. നഗരത്തിലെ ഉദ്യോഗസ്ഥനായ വ്യക്തി, ഗ്രാമത്തിലെ അസ്വസ്ഥനായ വ്യക്തി എന്ന തരത്തിലുള്ള വൈരുദ്ധ്യങ്ങൾ ആധുനികതയുടെ സൃഷ്ടിയാണ്. പാന്റുസും ഷർട്ടും ധരിക്കുന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥനും മാന്യനുമായ വ്യക്തിയുടെ വസീത്രധാരണവും ചെറുപ്പക്കാരനായ നിഷേധിയുടെ വസീത്രധാരണവും ആധുനികത നിർമ്മിച്ചു നൽകിയതാണ്. കേരളത്തിൽ ജീൻസിന്റെ വ്യാപനം ഇക്കാലത്താണ് ഉണ്ടായത്. അതു പോലെ അന്ന് നീളൻ ജൂമ്പ്യൂയും വിദ്യാസമ്പന്ന

രായ ചെറുപ്പക്കാർ ഉപയോഗിച്ചിരുന്നു. ആധുനികത പോയി യൂറോപ്പിൽ ഉത്തരാധുനിക കാലത്തിന്റെ അവസ്ഥ വന്നതിനുശേഷമാണ് കേരളത്തിൽ ആധുനികതയുടെ അനുരണനങ്ങൾ ഉണ്ടാകുന്നത്. ആധുനികതയ്ക്കു ശേഷം വന്ന ഉത്തരാധുനികത മുന്നോട്ടു വെച്ച, സാംസ്കാരിക വൈവിധ്യത്തിലൂന്നിയ പാഠങ്ങൾ വസീത്രത്തെ സംബന്ധിച്ച കാര്യത്തിൽ ലോകത്തെമ്പാടും അനേകം മാതൃകകളുണ്ടാക്കാൻ ഇട വരുത്തി. പ്രാദേശികമായ സാംസ്കാരിക പാഠങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് കേരളത്തിൽ സിംതീയുടെയും പുരുഷന്റെയും വസീത്രത്തിൽ അനേകം രീതികൾ നിലവിൽ വന്നു. ഫാഷൻ ടെക്നോളജി, ഇൻഡ്യയിൽ ഒരു അക്കാദമിക് വിഷയം എന്ന തരത്തിൽ ജനകീയമായത് ഇങ്ങനെയുള്ള ആശയങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ച പ്രതികരണങ്ങളുടെ ഫലമായിട്ടാണ്. ഫാഷൻ പരേഡുകളും ഡിസൈൻ വസീത്രങ്ങളും കേരളത്തിൽ നാണയപ്പെട്ടു തുടങ്ങി. പാരമ്പര്യത്തിന്റെ അടയാളങ്ങളെ വസീത്രങ്ങളിൽ ചേർത്തുകൊണ്ടുള്ള രീതികൾ വ്യാപകമാകുന്നതും ഇക്കാലത്താണ്.

ഉത്തരാധുനികതയുടെ തുടർച്ചയായുള്ള ഒരു കാലത്തിലൂടെയാണ് ഇന്ന് കേരളജനത കടന്നുപോകുന്നത്. കേരളത്തിൽ സിംതീയുടെ വസീത്രമാതൃകകൾ മിക്കവാറും വടക്കേ ഇൻഡ്യൻ രീതികളെ ആശ്രയിച്ച് നിർമ്മിക്കുന്നതാണ്. സാരി, ചുരിദാർ, ലാച്ച, മിഡി, സൽവാർ കമ്മീസ് എന്നീ വസീത്രങ്ങൾ എല്ലാം തന്നെ വടക്കേ ഇൻഡ്യൻ രീതിയിൽ ഉള്ളവയാണ്. ഇവയൊക്കെ കേരളത്തിന്റെതായ രീതികൾക്കനുസരിച്ച് തയ്ച്ചെടുത്തതായിരിക്കും എന്നുള്ളത് ഒരു പ്രധാന പ്രത്യേകതയാണ്. ചുരിദാറും സൽവാർ കമ്മീസും യുവത്വത്തിന്റെ വസീത്രങ്ങളായി കരുതപ്പെടുന്നതിനാൽ മധ്യവയസ്കരായ സിംതീകളും വയസ്സിനെ മറയ്ക്കാൻ ഈ വസീത്രങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്നുണ്ട്. പെൺകുട്ടികൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന ജീൻസ് പാശ്ചാത്യമാതൃകയാണെങ്കിലും ഇവിടത്തെ രീതിക്ക് ഇണങ്ങുന്ന തരത്തിലുള്ള തയ്യൽ രീതികളും അലങ്കാര ക്രമങ്ങളും ഉൾപ്പെടുത്തിയാണ് തയ്ച്ചെടുക്കുന്നത്. വാലന്റെൻസ് ഡേ പോലുള്ള ആഘോഷങ്ങൾ, യാത്ര അയപ്പു സൽകാരങ്ങൾ, ജന്മദിനാഘോഷങ്ങൾ, വിലപിടിപ്പുള്ള വസ്തുക്കൾ വാങ്ങുമ്പോഴുള്ള സൽകാരങ്ങൾ, വിവാഹവാർഷികങ്ങൾ എന്നിവയൊക്കെ വലിയ ആഘോഷമായിക്കൊണ്ടാടുന്നതിന്റെ പിന്നിൽ വിപണിയുടെ ഇടപെടൽ ഉണ്ട്. ഓരോ ആഘോഷത്തിനും നിർദ്ദിഷ്ടതരത്തിലുള്ള വസീത്രധാരണരീതികൾ പോലും പരിചയപ്പെടുത്തിത്തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. ഓരോ സൽകാരത്തിനും സിംതീകളെയും കുട്ടികളെയും പ്രത്യേക

തരത്തിലുള്ള വസീത്രങ്ങൾ വാങ്ങി ധരിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ നിരന്തരം വന്നു കൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു.

കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകളുടെ വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതികളും, നിലവിൽ ഉണ്ടായിരുന്ന അധികാരവ്യവസ്ഥകൾക്ക് അനുസൃതമായാണ് പരിണമിച്ചതെന്ന് തെളിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്. എല്ലാ വ്യവസ്ഥകളും സാംസ്കാരിക പരിപ്രേക്ഷ്യത്തിന്റെ പ്രധാന പ്രാതിനിധ്യം ഉള്ള വസീതു എന്ന നിലയിൽ വസീത്രത്തെ പരിഗണിച്ചിരുന്നു. വസീത്രധാരണത്തിലൂടെയും അതുവഴി സൃഷ്ടിക്കുന്ന പെരുമാറ്റരീതികളിലൂടെയും സാമൂഹിക വ്യവസ്ഥയെ വേർതിരിച്ചറിയാനാകും.

മുതലാളിത്തത്തിന്റെ പിൻബലമായി വർത്തിക്കുന്ന ആധുനികതയും ഉത്തരാധുനികതയും വ്യത്യസ്ത വസീത്രമാതൃകകളിലൂടെ കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളെ സ്വാധീനിച്ചു. വസീത്രം, വ്യക്തിത്വത്തെ നാണയപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഉപാധിയായി സമൂഹം തിരിച്ചറിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്. ഇത്തരം ഒരു തിരിച്ചറിവിനെ, ഉദാരവൽക്കരണത്തിന്റെ ആശയങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ വൻകിട വസീത്രവ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾ ചൂഷണം ചെയ്യുന്നു. 'മുതലാളിത്തത്തിന്റെ ബുദ്ധിജീവികൾ വിവിധ രീതിയിലുള്ള (മാധ്യമ ഇടപെടലുകളിലൂടെ) വിപണിക്കാവശ്യമായ ജനസമ്മതി (ബ്രിംഗിംഗ്) നിർമ്മിച്ചെടുക്കുന്നു' (എൻ. എം. പി. യേശുദാസ്, പൃ. 43) ഇങ്ങനെ ജീവിതത്തിലെ നിരവധി സന്ദർഭങ്ങളെ പ്രാധാന്യത്തോടെ അവതരിപ്പിച്ച്, അനേകം വസീത്രമാതൃകകൾ വിറ്റഴിക്കാനുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ കേരളത്തിലും നടപ്പിലാക്കുകയാണ്.

വിപണി, ആരോഗ്യം, സൗന്ദര്യം, സുരക്ഷിതത്വം ഇവയുടെ അറിവുകൾ സമൂഹത്തിൽ വ്യാപിപ്പിക്കുകയും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വസീത്രമാതൃകകൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്തു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. അടിവസീത്രത്തെ ആരോഗ്യം, സൗന്ദര്യം, സുരക്ഷിതത്വം എന്നീ പ്രമാണങ്ങളെ ആസ്പദമാക്കി വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട വസീത്രരൂപമായി കേരളസമൂഹത്തിൽ അവതരിപ്പിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. അടിവസീത്രങ്ങൾ, ഉൽപാദനനേന്ദ്രിയങ്ങളുടെ സംരക്ഷണത്തെ ഉദ്ദേശിച്ചാണ് സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടത്. പുരുഷന്റെ ഉൽപാദനനേന്ദ്രിയത്തിന്റെ വളരെ സ്വാഭാവികമായ ചലനരീതികളെയും അടിവസീത്രങ്ങൾ ചെറുക്കുന്നുണ്ട്. ഇതൊക്കെ സംസ്കാരത്തിന്റെ വളർച്ചയിൽ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ചില ചെറുക്കലുകളെയും നിയന്ത്രണങ്ങളെയും കുറിക്കുന്നു. ഇപ്പോൾ, അടിവസീത്രങ്ങളെ ലൈംഗികതയുടെ ചിഹ്നമായി

കമ്പോളം അവതരിപ്പിക്കുന്നു. സീനിയർപുരുഷൻമാരുടെ നഗ്നത കാണിച്ചു ഉത്തേജിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലാണ് പരസ്യങ്ങൾ സമൂഹത്തിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത്. ആക്രമിക്കപ്പെടുന്ന പുരുഷൻ എന്ന രീതിയിൽ ഒരു അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ പരസ്യം വന്നിട്ടുണ്ട്. മിത്തിന്റെ സഹായത്തോടെ നിർമ്മിക്കുന്ന ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾ അറിയാതെ മാനുഷ്യ സംസ്കാര നിർമ്മിതി എന്ന വ്യാജസമ്മതി ആർജ്ജിക്കുകയാണ്. അടിവസ്ത്രങ്ങളുടെ മാത്രം വ്യാപാരശാലകൾ, കേരളത്തിലെ എല്ലാ പ്രധാനപ്പെട്ട ജില്ലകളുടെ ആസ്ഥാനങ്ങളിലും പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്.

കേരളത്തിലെ പുരുഷൻമാർ യൂറോപ്യൻ മാതൃകയിലുള്ള വസ്ത്രത്തിലേയ്ക്കും വസ്ത്രധാരണ മര്യാദകളിലേക്കും മാറുമ്പോൾ, സീനിയർ വടക്കേ ഇന്ത്യൻ മാതൃകയിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളും വസ്ത്രധാരണ മര്യാദകളും സ്വീകരിക്കുകയാണ്.

‘ആസക്തിയും അഭാവവും മനുഷ്യജീവിതത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട ചാലകശക്തികളാണ്. അമ്മയിൽ നിന്ന് വേർപെടുന്ന ശിശു കൃത്യമായും ഒരു പ്രത്യേക അസ്തിത്വമുള്ള ജീവിയായി സ്വയം തിരിച്ചറിയുന്നതിലൂടെ മുൻപറഞ്ഞ അഭാവത്തെ നികത്തുന്ന തരത്തിൽ സമഗ്രതയെ തേടിയുള്ള യാത്ര ആരംഭിക്കുന്നു. ആ യാത്ര പഴയതിലേക്കുള്ള തിരിച്ചുപോക്കി കുറിക്കുന്നതുമാണ്. വളർച്ചയുടെ ഘട്ടത്തിൽ ഈ അന്വേഷണസ്വഭാവമാണ് മനുഷ്യനെ ഉപഭോഗത്തിന് അടിമപ്പെടുത്തുന്നത്’ (ബ്രമ്യുമേ, ട്യൂസലി & ഘശമെ ഇമ്യൂ സൂശഘവഃ; 2001: ജ. 219). ഈ വാദം ഇന്നത്തെ കേരളീയരുടെ ഉപഭോഗ തൃഷ്ണയെ സാധൂകരിക്കുന്ന ആശയമാണ് നൽകുന്നത്. കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മ വസ്ത്രം ഉൾപ്പെടെയുള്ള വസ്തുക്കളെ അമിതമായി വാങ്ങുന്ന ശീലമുള്ള സമൂഹമായി മാറിയിരിക്കുന്നു. വസ്ത്രത്തിലൂടെ സ്വന്തം കൂടുതലോടെ മനുഷ്യന്റെ പ്രവണതയെ ത്വരിതപ്പെടുത്തുവാൻ പരസ്യത്തിലൂടെ കഴിയും. ഈ പ്രബന്ധത്തിലെ അനുബന്ധത്തിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്ന ‘ബേസിക്സ് ഷർട്ടി’ന്റെ പരസ്യം വസ്ത്രത്തിന്റെ ഉപഭോഗത്തിലേക്ക് പുരുഷനെ നയിക്കുന്ന തരത്തിൽ ഒരുക്കിയിട്ടുള്ളതാണ് (അനു. 5; 36). ലഭ്യമായ ദത്തങ്ങൾ പ്രകാരം ഉപഭോക്താക്കളുടെ വാങ്ങൽ ശേഷി കൂടിയെന്നും മലയാളിക്ക് വാങ്ങുന്ന ശീലം കൂടുതലായുണ്ടെന്നും തെളിയുന്നു (അനു. 2; ശശശു).

മുതലാളിത്തം വിപണിയുടെ കണക്കുകൂട്ടിയുള്ള ഇടപെടലിലൂടെയാണ് കേരളീയരുടെ വസ്ത്രസംബന്ധിയായ ഉപഭോഗതൃഷ്ണ വർദ്ധിപ്പി

കുന്നത്. വ്യക്തിയുടെ സ്വാതന്ത്ര്യം കൂട്ടായ്മയിൽ അധിഷ്ഠിതമാണ്. കൂട്ടായ്മയുടെ അംഗീകാരമില്ലാതെ വ്യക്തിക്ക് ഉപഭോഗം സാധ്യമല്ല. വ്യക്തിയുടെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങൾ കൂട്ടായ്മയുടെ പരോക്ഷമായ വിശകലനത്തിന് വിധേയമായ ശേഷം കൂട്ടായ്മ വഴിയാണ് വിപണി, വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും കുറിച്ചുള്ള അറിവ് വ്യക്തിയിലേക്ക് പകരുന്നത്. കൂട്ടായ്മാബന്ധിതമായ ഈ വ്യവസ്ഥയെ മുതലാളിത്തം, പലതരത്തിലുള്ള ശിഥിലീകരണ പ്രക്രിയകളിലൂടെ തകർക്കുന്നു. പിന്നീട്, വ്യക്തിയുമായി വിപണി നേരിട്ട് ക്രയവിക്രയത്തിൽ ഏർപ്പെടുകയാണ്. ആഗോളീകരണം, കൂട്ടായ്മ കാലാകാലങ്ങളിലായി നിർമ്മിച്ചു വെച്ച വ്യവസ്ഥകളെ ശിഥിലീകരിച്ച് വ്യക്തിയുടെ കാമനകളെ ഉണർത്തി വസീത്രത്തിന്റെ കമ്പോളം ശക്തമാക്കുകയാണ്. സീനീക്ക് അനേകം വസീത്രമാതൃകകൾ ഉള്ളതിനാൽ അതിലാണ് ഏറ്റവും ശക്തമായ ഇടപെടൽ നടക്കുന്നത്.

ലൈംഗികമായ ആസക്തി ഉളവാക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള സീനീപുരുഷൻമാരുടെ വസീത്രമാതൃകകൾ പരിചയപ്പെടുത്തുന്ന സിനിമകളും സീരിയലുകളും അനുബന്ധ പരസ്യങ്ങളും കേരളീയ കൂട്ടായ്മയെയും ബാധിച്ചിരിക്കുകയാണ്. പല തരത്തിൽ, അവയവങ്ങളെ വസീത്രധാരണത്താൽ മുറുക്കിയും മറ്റും പ്രകടമാക്കുന്ന സീനീ വസീത്രമാതൃകകൾ അനുദിനം പുറത്തുവന്നു കൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു. കുടുംബത്തിൽ നിന്ന് വ്യക്തിയെ വേർപെടുത്തിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള സിദ്ധാന്ത രൂപീകരണവും ഇതിനു സമാന്തരമായി നടക്കുന്നുണ്ട്.

പഴകിയ വസീത്രവും തുന്നിയെടുക്കുന്ന വസീത്രവും ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന ഒരു പാരമ്പര്യം മലയാളിക്കുണ്ടായിരുന്നു. 'ഉപയോഗിക്കുക, വലിച്ചെറിയുക' എന്ന ആശയം കേരളീയ കൂട്ടായ്മയെയും ബാധിച്ചിരിക്കുകയാണ്. വസീത്രം ഉപയോഗിക്കാതെ വരുന്ന സന്ദർഭങ്ങൾ ഏതൊക്കെ എന്ന് അന്വേഷിച്ചപ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കളിൽ ഒരു വിഭാഗം ഫാഷൻ മാറുമ്പോൾ എന്ന മറുപടി തന്നിട്ടുണ്ട് (അനു. 2; ശശശഹ). കീറിത്തുന്നിയ വസീത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നവർ വളരെ കുറവാണ്. മറ്റുള്ളവർ ഉപയോഗിച്ച വസീത്രം, ഉപയോഗിക്കുന്ന ശീലവും നിലച്ചിരിക്കുന്നു. പണം കൂടുതൽ കയ്യിൽ വരുമ്പോൾ ആളുകൾ വസീത്രം വാങ്ങുന്നു എന്ന മറുപടി വസീത്രവിപണിയുടെ ഭാഗത്തു നിന്നും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇതൊക്കെ കേരളീയ കൂട്ടായ്മയുടെ ആഡംബര ജീവിതത്തെ കുറിക്കുകയാണ്.

കേരളത്തിലെ ദേശീയോത്സവമായ ഓണത്തിന്, ഇന്ത്യയിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട വസ്ത്രനിർമ്മാണ കേന്ദ്രങ്ങളിൽ നിന്നും വ്യാപാരികൾ വസ്ത്രപ്രദർശനത്തിനും വില്പനക്കും എത്താറുണ്ട്. കേരളത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട എല്ലാം നഗരങ്ങളിലെയും ഹോട്ടലുകളിലും മറ്റും ചില പ്രത്യേക വസ്ത്രങ്ങളുടെ പ്രദർശനം നിരന്തരമായി നടന്നു വരുന്നു. സൗന്ദര്യമത്സരവും ഫാഷൻഷോകളും പല പ്രധാന പരിപാടികളോടൊപ്പം നടത്തുക സാധാരണമായി കഴിഞ്ഞു. ചിത്രകലയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് നടത്തുന്ന 'കലംകരി' വർക്ക്ഷോപ്പും മറ്റും അറിഞ്ഞാ അറിയാതെയോ വിപണിയെ സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. കാരണം കലംകരി സാരിയും, ചുരിദാർ തുണിയും, സ്കർട്ടും കേരളത്തിലെ വിപണിയിൽ വലിയതോതിൽ വിറ്റുപോവുകയാണ്.

സ്ത്രീയെ അലങ്കരിച്ച് ഒരുക്കി വയ്ക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു വസ്തുവായി, പുനർനിർവചിക്കുകയാണ് മുതലാളിത്തം ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. വസ്ത്രത്തെ ലൈംഗികതയുടെ ചിഹ്നപരമായ രൂപം എന്ന നിലയിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നു. സ്ത്രീകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന ചില വസ്ത്രങ്ങളുടെ ആകൃതിയും അതുകൊണ്ടുള്ള പെരുമാറ്റവും ലൈംഗികതയെ ഉണർത്തുന്ന തരത്തിലുള്ളതാണ്. സ്ത്രീയെ ജീവസ്സുറ്റ ശരീരമെന്നു പരിഗണിക്കാതെ വിഗ്രഹമാക്കിത്തീർക്കുകയാണ് വിപണി. സ്വന്തമായി തീരുമാനമെടുക്കാൻ കഴിയാത്ത, അന്യവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട മനുഷ്യരെ അലങ്കാരത്തിന്റെ പാഠങ്ങൾ ഉരുവിടുവിക്കാൻ എളുപ്പമാണ്. കേരളീയ കൂട്ടായ്മയിൽ സ്ത്രീയെ അനേകതരം വസ്ത്രമാതൃകകൾ കൊണ്ട് അലങ്കരിച്ച രൂപമാക്കി മാറ്റുകയാണ് കമ്പോളം ചെയ്യുന്നത്.

വസ്ത്രത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഒരു ഉപഭോക്തൃസംസ്ഥാനം എന്ന് കേരളത്തെ വിശേഷിപ്പിക്കാവുന്നതാണ്. ആൾജാമ്യം മാത്രം കൊടുത്താൽ ലഭ്യമാകുന്ന ലോണുകൾ, ഫെസ്റ്റിവൽ അഡ്വാൻസുകൾ, നാട്ടിൽ ആകമാനം കാണാവുന്ന സ്വകാര്യ പണം ഇടപാടുസ്ഥാപനങ്ങൾ, തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്നു മുളള വസ്ത്രത്തിന്റെയും മറ്റും തവണ ഇടപാടുകാർ ഇങ്ങനെ വിപുലമായ കടത്തിന്റെ സ്രോതസ്സുകൾ കേരളത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഉപഭോക്തൃ വൽകരണത്തിന്റെ ലക്ഷണമുള്ള സമൂഹത്തിലാണ് ഇതൊക്കെ വേരുപിടിക്കുന്നത്. താരതമ്യേന കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ ആഡംബരം കാണിക്കുന്നതിനുള്ള ദൃശ്യസാധ്യതയിൽ മുൻനിരയിൽ നിൽക്കുന്നത് വസ്ത്രമാണ്. ആയതിനാൽ അതിന്റെ വിപണനം കേരളത്തിൽ വേണ്ടുവോളം നടക്കുകയാണ്.

ജന്മസിദ്ധമായി പുരുഷനും സ്ത്രീക്കും വ്യത്യസ്തമായ ചോദനകളുണ്ട്. 'പുരുഷനു സ്ത്രീയുടെ ശരീരഭംഗി കണ്ടു നുകരാനും സ്ത്രീക്ക് അനുഭവിക്കാനുമുള്ള തൃഷ്ണയാണുള്ളത്' എന്ന വാദം വളരെ പ്രസക്തമാണ്. ഈ ഒരു സ്വാഭാവികമായ അവസ്ഥയുടെ മേൽ അധികാരത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കൂടിയാകുമ്പോൾ സമൂഹത്തിന്റെ സന്തുലിതാവസ്ഥ തകരുന്നു. അത്തരം ഒരു സ്ഥിതിയെ ജനാധിപത്യ വിരുദ്ധം എന്നു തന്നെ വിളിക്കേണ്ടതാണ്. അധികാരസ്ഥാനത്തുള്ളവർ, വസ്ത്രം കൊണ്ടും വസ്ത്രധാരണം കൊണ്ടും സമൂഹത്തിലെ ഭൂരിഭാഗം ജനങ്ങളെയും അകറ്റി നിർത്തുകയാണ്. അധികാരം ഉള്ളവനെന്നും അധികാരം ഇല്ലാത്തവനെന്നും രണ്ടുവർഗ്ഗം നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ ഉണ്ട്. പുരുഷൻ അധികാര സ്ഥാനത്താണ്. സ്ത്രീ അധികാരത്തിന് കീഴ്പെടേണ്ട അവസ്ഥയിലാണ്. പുരുഷന്റെ വസ്ത്രങ്ങൾ ആധിപത്യത്തിന്റെ ചിഹ്നങ്ങളാണ്. കട്ടിയുള്ളതും എഴുന്നൂ നിൽക്കുന്ന തരത്തിലുള്ളതുമായ (സ്റ്റാഫ്) ഷർട്ടിന്റെ കോളർ, തോൾ (ഷോൾഡർ) ഭാഗങ്ങൾ എന്നിവ പുരുഷന്റെ ഉത്പാദനേന്ദ്രിയത്തിന്റെ പ്രതിരൂപാത്മക ചിഹ്നമായ തലയെ അലങ്കരിച്ചു നിർത്തുകയാണ്. നീളം ഉള്ളതും തലയെടുത്തു നിൽക്കുന്നതുമായ വസ്തുക്കൾ എല്ലാം പുരുഷലിംഗത്തിന്റെ പ്രതിരൂപാത്മക ചിഹ്നമാണെന്ന് ഫ്രോയിഡ് സ്ഥിരീകരിച്ചിട്ടുണ്ട് (1991: ജ. 188). പുരുഷന്റെ നെഞ്ചുമുതൽ മുകളിലോട്ടുള്ള ഭാഗമാണ് സ്ത്രീകൾ കൗതുകത്തോടെ കാണുന്നതെന്ന ദത്തം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട് (അനു. 1; ശ). സ്ത്രീയുടെ ശരീരഘടനയും വസ്ത്രഘടനയും ശമനത്തിന്റെ ആശയമാണ് ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്നത്. പഴയകാലത്ത്, കേരളത്തിലെ ആദിവാസികളെല്ലാം മരത്തിന്റെ തോലും ഇലയും കൊണ്ട് ജനനേന്ദ്രിയം മാത്രം മറച്ചാണ് കഴിഞ്ഞിരുന്നത്. മൂപ്പനു മാത്രമേ പ്രത്യേകതയുള്ള അലങ്കാരം നൽകിയിരുന്നുള്ളൂ. വളരെ സമത്വപരമായ സ്ത്രീ പുരുഷബന്ധമാണ് അവരുടെ ഇടയിൽ നില നിന്നിരുന്നത്. അതിനു തെളിവാണ് അവരുടെ വസ്ത്രധാരണരീതിയും എന്നു കാണേണ്ടതാണ്. ഇതിൽ നിന്നും ജീവിതത്തിലുള്ള അധികാരഘടനയുടെ തനിപ്പകർപ്പാണ് വസ്ത്രധാരണത്തിലൂടെ ദൃശ്യമാകുന്നത് എന്ന് അനുമാനിക്കാവുന്നതാണ്.

കേരളത്തിൽ ഇന്നു നിലവിലുള്ള വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും കൃത്യമായ അധികാര ഘടനയുണ്ട്. പുരുഷകേന്ദ്രീകൃതമായ വ്യവസ്ഥയാണ് കേരളത്തിന്റെ സാംസ്കാരിക നിർമ്മിതികളെയും തീരുമാനിക്കുന്നത്. നിലവിലുള്ള വ്യവസ്ഥയുടെ പ്രകാശനമായാണ് എല്ലാ സാംസ്കാരിക ഉത്പന്നങ്ങളും വിനിമയം ചെയ്യപ്പെടുന്നത്. വ്യക്തിത്വ പ്രകാശനോ

പാധിയായ വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും പുരുഷാധിപത്യ ആശയത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണ്. സ്ത്രീയുടെ വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും തീരുമാനിക്കുന്നതും പുരുഷനാണ്. പുരുഷന്റെ വരുതിയിലുള്ള കമ്പോളം തന്നെയാണ് സ്ത്രീക്കായി അനവധി മാതൃകകളിലുള്ള വസീത്രങ്ങൾ പുറത്തിറക്കുന്നതും.

എല്ലാ അധികാരരീതികളും ചിഹ്നവ്യവസ്ഥയിലൂടെയാണ് ആശയത്തെ വിനിമയം ചെയ്യുന്നത്. വേഷ്ടി തോളിലിട്ട് നടക്കുന്ന ഒരു പുരുഷൻ വിനിമയം ചെയ്യുന്ന ചിഹ്നപരമായ അർഥം ഫ്യൂഡൽവ്യവസ്ഥയിൽ നിന്നാണ് ഉരുവം കൊള്ളുന്നത്. ആ വ്യവസ്ഥയിൽ മാത്രമേ അതിന് നിഷ്കൃഷ്ടമായ അർഥം ഉള്ളൂ. സ്ത്രീയെ കർമ്മം എന്ന നിലയിൽ കരുതുക നിമിത്തം അവളുടെ വസീത്രവും അധികാര ശ്രേണീക്രമത്തിനും താഴെയാണ് നിലകൊള്ളുന്നത്. ഒരു ജനാധിപത്യ സമൂഹത്തിൽ സാംസ്കാരികമായി തുല്യമായ അവസ്ഥ ഉണ്ടാകേണ്ടതാണ്. ആ വ്യവസ്ഥ കൈവരിക്കുമ്പോൾ അധികാര കേന്ദ്രീകരണം എന്ന അവസ്ഥ ഇല്ലാതായിത്തീരും. അപ്പോൾ വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ചിഹ്നവ്യവസ്ഥ ഇന്ന് നിലനിൽക്കുന്നതിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായ ഒന്നായിത്തീരും. ഇന്ന്, കേരളത്തിൽ നിലവിലുള്ള വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും ലിംഗപരമായി മാത്രം സ്ത്രീപുരുഷന്മാരെ വേർതിരിച്ചു നിർത്തുകയല്ല ചെയ്തിരിക്കുന്നത്. സ്ത്രീയെ, പുരുഷന്റെ വിധേയ വസ്തുവാക്കി പരിണമിപ്പിക്കുകയാണ്. അധികാരക്രമത്തിൽ, പുരുഷന്മാർക്കിടയിലും ഇങ്ങനെയുള്ള ഉയർച്ചയും താഴ്ചയും വസീത്രമര്യാദകൾ കൊണ്ട് സൃഷ്ടിച്ചിട്ടുണ്ട്. സമത്വത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ വ്യവസ്ഥ നിലവിൽ വരുമ്പോൾ അധികാര വ്യവസ്ഥയുടെ ചിഹ്നങ്ങളായി നിൽക്കുന്ന വസീത്രരീതികൾ എല്ലാം കൊഴിഞ്ഞുപോകും.

മേൽ വിവരിച്ച കാര്യങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഈ പ്രബന്ധത്തിന്റെ ലക്ഷ്യത്തെ, എങ്ങനെയാണ് ദത്തങ്ങളിലൂടെയും വിവിധ പുസ്തകങ്ങളിലെ ആശയ സമന്വയത്തിലൂടെയും സാധ്യകരിച്ചിരിക്കുന്നതെന്ന് ചുവടെ വ്യക്തമാക്കുന്നു

കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളെ ഒരു കൂട്ടായ്മയാക്കിത്തീർക്കുന്നതിൽ വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും വഹിക്കുന്ന പങ്കിനെക്കുറിച്ച് വിശദമാക്കുകയും വിലയിരുത്തുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് മുഖ്യ ലക്ഷ്യമായുള്ളത്. കേരളത്തിൽ വൈവിധ്യമാർന്ന അനേകം ഉപകൂട്ടായ്മകളുണ്ട്. വസീത്ര

ത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും ജാതി, മതം, വയസ്സ്, ലിംഗം, ഇവയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉപകൂട്ടായ്മകളെ പരിശോധിക്കാവുന്നതാണ്. ഇന്നത്തെ വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും കൊണ്ട് കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളുടെ ജാതി ഏതെന്ന് തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയില്ല. അതായത് ജാതിപരമായ സ്വത്വം വസീത്രത്തിലൂടെ കേരളീയ കൂട്ടായ്മ പ്രകാശിപ്പിക്കുന്നില്ല.

ഹിന്ദു, ക്രിസ്ത്യൻ, ഇസ്ലാം എന്നീ മതവിഭാഗങ്ങളിലെ പുരുഷന്മാരും സ്ത്രീകളും അടങ്ങുന്ന ഉപകൂട്ടായ്മകൾ പൊതുജീവിതത്തിൽ, വസീത്രം കൊണ്ടും വസീത്രധാരണം കൊണ്ടും മതപരമായ തങ്ങളുടെ സ്വത്വം പ്രകാശിപ്പിക്കുന്നതായി കാണുന്നില്ല. കേരളത്തിലെ വ്യത്യസ്ത മതങ്ങളിൽ വിശ്വസിക്കുന്ന ഭൂരിഭാഗം പുരുഷന്മാരും പാശ്ചാത്യവസീത്രമായ പാന്റുസിലേക്കും ഷർട്ടിലേക്കും മാറിக்கൊണ്ടിരിക്കുന്നു. അവശേഷിക്കുന്നവർ മൂണ്ടും ഷർട്ടും ധരിക്കുന്നു. ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങളിലെ വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും മാത്രം മതപരമായ വ്യത്യാസം നിലനിൽക്കുന്നതായി കാണാം. എന്നാൽ, പുരോഹിത വർഗം നിർദ്ദിഷ്ടമായ വസീത്രമര്യാദകൾ പുലർത്തിപ്പോരുന്നു. കേരളത്തിലെ മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ പർദ്ദയിലേക്ക് മാറി കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പുരുഷമേധാവിത്വമാണ് ഈയൊരു മാറ്റത്തിന്റെ പിന്നിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട ശക്തികേന്ദ്രം. സ്വന്തം സ്ത്രീയെ മറ്റുള്ളവരുടെ കാഴ്ചയിൽ നിന്ന് അകറ്റുക എന്ന ബോധമാണ് മുസ്ലീം സ്ത്രീയെ പർദ്ദയിലേക്ക് നയിക്കുന്നതിന് പുരുഷനെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന പ്രധാനകാരണം. വസീത്രത്തിനായി ഏറ്റവും കൂടുതൽ ധനം വിനിയോഗിക്കുന്ന വിഭാഗം എന്നു മനസ്സിലാക്കിക്കൊണ്ട് വിപണി, മുസ്ലീം സ്ത്രീകളെ പർദ്ദയുടെ പല പാഠങ്ങളിലേക്ക് നയിച്ച് കച്ചവടം തെഴുപ്പിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യവും നിറവേറ്റുന്നു. പർദ്ദയിലും മഹ്മതയിലും കാണുന്ന അലങ്കാരങ്ങളും തയ്യൽ രീതികളും വിലയിരുത്തിയാൽ, നല്ലൊരു വിഭാഗം മുസ്ലീം സ്ത്രീകളും പർദ്ദ അണിയാൻ ഉള്ളുകൊണ്ട് ഇച്ഛിക്കുന്നില്ലെന്ന് മനസ്സിലാക്കാവുന്നതാണ്.

ഇന്ന്, ക്രിസ്ത്യാനികൾ പൊതുവേ മതചിഹ്നങ്ങൾ പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന വസീത്രങ്ങൾ ധരിച്ചുകാണുന്നില്ല. പുരുഷന്മാർ പാന്റുസും ഷർട്ടും അല്ലെങ്കിൽ മൂണ്ടും ഷർട്ടും എന്നും സ്ത്രീകൾ സാരി, ചുരിദാർ എന്നിങ്ങനെയുമാണ് വസീത്രം ധരിച്ചുപോരുന്നത്.

ഹിന്ദു എന്ന രീതിയിലുള്ള സ്വത്വം പ്രകാശിപ്പിക്കാൻ കേരളത്തിലെ ഹിന്ദുക്കൾ ആഗ്രഹിക്കുന്നില്ല. ഒരു സംഘടിത മതത്തിന്റെ ഘടന

ഇല്ലാത്തതിനാലും കേരളത്തിന്റെ മതനിരപേക്ഷമായ സാംസ്കാരിക മുന്നേറ്റങ്ങളിൽ പങ്കെടുത്തവരിൽ വലിയൊരു പങ്ക് ജനങ്ങളും ഹിന്ദുക്കളായതിനാലും മതത്തിന്റെ വേർതിരിവ് അനുസരിച്ച് പൊതുസമൂഹത്തിൽ അറിയപ്പെടാൻ ഹിന്ദുക്കൾ ആഗ്രഹിക്കുന്നില്ലെന്ന് അനുമാനിക്കാവുന്നതാണ്.

പ്രസവിച്ച നാൾ മുതൽ ചുരുങ്ങിയ പ്രായം വരെ മാത്രമേ കേരളത്തിലെ കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് വയസ്സിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള വസ്ത്രം ധരിപ്പിച്ചു കാണുന്നുള്ളൂ. സ്ത്രീകൾക്ക് ചുരിദാറും പുരുഷന് പാന്റ്സും കുട്ടിക്കാലം മുതൽ വാർധക്യം വരെ ആകാവുന്ന തരത്തിൽ കേരളം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുരുഷന്റെ നിക്കറും ഷർട്ടും നഴ്സറി പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ പൊതുസമൂഹത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. ഇപ്പോഴത്തെ വ്യഭജനങ്ങൾ വസ്ത്രം കൊണ്ട് തീർക്കുന്നു അടയാളപ്പെടുത്തലുകളും ക്രമേണ മാഞ്ഞുപോകും എന്ന് തന്നെ കരുതേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. മരണത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ഭീതി ജനതയുടെ മനസ്സിലുണ്ടെന്നും അത് വർധിക്കുന്നുവെന്നും വസ്ത്രവിപണി മനസ്സിലാക്കിയിട്ടുണ്ട് അതനുസരിച്ചുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ അവർ ആവിഷ്കരിച്ചു നടപ്പിലാക്കുകയും ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വയസ്സിന്റെ കാര്യത്തിൽ അതിരുകൾ മാധ്യമകൊണ്ട് പരിണമിക്കുകയാണ് കേരളീയകൂട്ടായ്മ എന്ന് നിരീക്ഷിക്കാവുന്നതാണ്.

സ്ത്രീപുരുഷ ലിംഗഭേദം, പ്രസവിച്ച നാൾ മുതൽ ചെറിയൊരു കാലയളവുവരെ കൂട്ടായ്മ പരിഗണിക്കുന്നില്ല. കുഞ്ഞുസൂക്ഷ്മ പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ സ്ത്രീ പുരുഷ ഭേദം നിലവിൽ വരുന്നു. സ്ത്രീയെ പരപുരുഷനിൽ നിന്നും വേർതിരിച്ച് നിർത്തുക എന്നുള്ള പുരുഷന്റെ താല്പര്യം ആണ് കുട്ടിക്കാലം മുതലേ വസ്ത്രത്തിലെ വേർതിരിവിലൂടെ നടപ്പിലാക്കിത്തുടങ്ങുന്നത്. 'പെണ്ണാണ്' എന്ന ഓർമ്മപ്പെടുത്തലും താക്കീതും ഇപ്പോഴും നിലനിൽക്കുകയാണ്. സ്ത്രീയെ 'സ്മൈതണത' എന്ന ഭാവം പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലും പുരുഷനെ, പൗരുഷം പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലും ഉള്ള വസ്ത്രങ്ങളാണ് ധരിപ്പിച്ചു ശീലിപ്പിക്കുന്നത്. സ്ത്രീ, പുരുഷന്റെ വസ്ത്രം ധരിക്കുന്ന ഘട്ടത്തിലും സ്ത്രീയുടേത് എന്ന് തോന്നിപ്പിക്കുന്ന ഏതെങ്കിലും ഒരു സൂചന ആ വസ്ത്രത്തിൽ ചേർത്തിട്ടുണ്ടാകും. അതല്ലെങ്കിലും കൗമാരകാലം കഴിഞ്ഞാൽ പാന്റ്സ് ധരിക്കുന്ന പെൺകുട്ടി ചുരിദാറിലേക്കോ സാരിയിലേക്കോ മാറുകയാണു പതിവ്. പുരുഷൻമാർ ഒരിക്കലും സ്ത്രീവേഷം ധരിക്കാറുമില്ല. മുകളിൽ പ്രസ്താവിച്ച കാര്യങ്ങളിൽ നിന്നും കേര

ജീയ കൂട്ടായ്മ വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും ലിംഗഭേദം പൂലർത്തു ന്നുവെന്ന് അനുമാനിക്കാവുന്നതാണ്.

മുമ്പ് നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന സാമൂഹിക വ്യവസ്ഥയും ലോകത്ത് മാറിവന്ന വ്യവസ്ഥകളുടെ ആശയങ്ങളും കേരളീയ സമൂഹത്തിന്റെ വസീത്ര ത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും എന്തൊക്കെ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിത്തീർത്തു എന്നാണ് ഇനി നിരീക്ഷിക്കാനുള്ളത്.

ജന്മികൂടിയാൻ വ്യവസ്ഥയിൽ ജാതി മത ചിഹ്നങ്ങൾ പ്രകാശിപ്പി ക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും ആണ് കേരളത്തിൽ നില നിന്നത്. നവോത്ഥാന പ്രസ്ഥാനത്തിന്റെയും ജനാധിപത്യ സോഷ്യലിസ്റ്റ് ആശയങ്ങളുടെയും സാർവത്രിക വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെയും അനുരണനങ്ങൾ കേരളത്തിലെ, ജാതിമത വ്യത്യാസങ്ങളുടെ അർഥത്തെ പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന വസീത്ര മര്യാദകളെ മാറ്റിത്തീർക്കാൻ സഹായിച്ചു. ആധുനികതയുടെയും ഉത്തരാധുനികതയുടെയും പ്രേരണകൾ സാഹിത്യം, ചിത്രകല എന്നിവയി ലൂടെ കേരളത്തിലെ യുവജനങ്ങളിൽ; പ്രത്യേകിച്ചും അക്കാദമിയ വിദ്യാ ഭ്യാസം ലഭിച്ചവരിൽ, സ്വാധീനമുണ്ടാക്കി. വ്യക്തിയുടെ ഒറ്റപ്പെടലും ചിത റിയ ചിന്തകളും ഒക്കെ വസീത്രങ്ങളിൽ പ്രതിഫലിച്ചു. നഗരങ്ങളിലാണ് ഇതിന്റെ അലയാലികൾ അധികമായും ഉണ്ടായത്. ജീൻസിന്റെ വ്യാപന ത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ചത് ഇത്തരം ചിന്തകളുടെ വ്യാപനം കൊണ്ടാണ്. ഇതിന്റെയൊക്കെ ഫലമായി ഡിസൈനർമാർ തയ്യാറാക്കിയ വസീത്രങ്ങളും കേരളത്തിൽ വ്യാപകമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. വ്യക്തിയെ സമൂഹ ത്തിന്റെ മുമ്പിൽ അലങ്കരിച്ചുകാണിക്കുന്ന രീതി കേരളം സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ടി രിക്കുന്നു. പുരുഷൻമാർ പാശ്ചാത്യ മാതൃകയിലേക്ക് അതിവേഗം എത്തി ക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും നിഷേധ സ്വഭാവം പ്രകടമാണ്. പല നിറങ്ങളുടെ ചേരുവയും മുഴുച്ചു നിൽക്കുന്ന, പരസ്പരം എതിരിടുന്ന കുറുകിയ രേഖകളും ഒക്കെയുള്ള വസീത്രങ്ങളെ ധരിക്കുന്ന സ്ത്രീകളെ കാണാവുന്നതാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ കമ്പോളത്തിന്റെ ഇടപെടൽ ഉണ്ട്. സമൂഹത്തെ ചിതറിച്ച് നിർത്താൻ വേണ്ടിയുള്ള ആശയ ങ്ങളെ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്ന തരത്തിൽ വസീത്രധാരണ രീതി മാറുകയാണ്. ഏതു 'ടോപ്പി'നും ഏതു 'ബോട്ട്' വും ചേരും എന്ന തരത്തിൽ ചുരിദാറും, സാൽവാറും മാറുന്നത് സമൂഹത്തിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ വന്ന മാറ്റം കൊണ്ടാ ണ്. പാശ്ചാത്യലോകത്ത്, വസീത്രത്തിലും വസീത്രധാരണത്തിലും പ്രവചന ത്തിലൂടെ വരുത്തുന്ന പുത്തൻ മാറ്റങ്ങൾ കേരളത്തിലും സംഭവിക്കുന്നു. ധന

വാനിൽ നിന്നും ഇടത്തരക്കാരിലേക്കും പിന്നെ ദരിദ്രനിലേക്കും എന്ന രീതിയിലാണ് വസീത്രത്തിലെയും വസീത്രധാരണത്തിലെയും പരിണതിയുടെ സ്വഭാവം എന്നു കണ്ടെത്താവുന്നതാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ, കേരളത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം വിപുലമായ തോതിൽ നഗര ഗ്രാമവ്യത്യാസങ്ങൾ ഇല്ല എന്നതും കാണാവുന്നതാണ്. ഫാഷന്റെ നിലനില്പ് അല്പകാലസ്ഥിതമാണ് എന്നതും പഴയത് മാറ്റങ്ങളോടു കൂടി തിരിച്ചുവരുന്നു എന്നതും നിരീക്ഷിക്കാവുന്നതാണ്.

കേരളം ഒരു ഉപഭോഗ സമൂഹമായിത്തീർന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വ്യക്തി, കുടുംബം, വിപണി ഇങ്ങനെയുള്ള ബന്ധമാണ് ഇവിടെ മുൻ നില നിന്നിരുന്നത്. ഈ ഒരു വ്യവസ്ഥ ഉദാഹരിക്കുന്ന കാലത്ത് അപ്രായോഗികം എന്നു വരുത്തിത്തീർക്കുകയാണ്. വ്യക്തിയുടെ ഇഷ്ടത്തെ കുടുംബം നിരീക്ഷിച്ച് വിപണിക്കു കൈമാറുന്ന ബന്ധഘടന ഏതാണ്ട് അസ്തമിച്ചു. ഇപ്പോൾ വിപണി നേരിട്ട് വ്യക്തിയെ സമീപിക്കുകയാണ്. കുടുംബം യുടെ സ്ഥാനത്തിന് ഉലച്ചിൽ സംഭവിച്ചിരിക്കുന്നു. വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണത്തെയും സംബന്ധിച്ച് വിപണി, കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളിൽ പുതിയ ആശയങ്ങൾ എത്തിക്കുകയാണ്. 'മാന്യത' എന്നത് വിപണി സൃഷ്ടിക്കുന്ന ആശയത്തിന്മേലാണ് രൂപം കൊള്ളുന്നത്. പുതിയ വർഗവിഭജനവും കാലവിഭജനവും നടത്തുന്നതും വിപണിയാണ്. സമ്പന്നവർഗത്തിന്റെയും ഔദ്യോഗികവിഭാഗത്തിന്റെയും അധികാരി വർഗത്തിന്റെയും വസീത്രമര്യാദകളുടെ ആശയം വിപണി, മാധ്യമങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ വ്യക്തിയിൽ എത്തിക്കുന്നു. പകൽ, രാത്രി എന്ന് കൃത്യമായി തിരിച്ച് പ്രത്യേകം വസീത്രങ്ങളെ കമ്പോളം നിഷ്കർഷിക്കുകയാണ്. നിത്യജീവിതത്തിലെ കാര്യങ്ങളെ സംഭവങ്ങളാക്കി അവതരിപ്പിച്ച് ഓരോന്നിനും പ്രത്യേകമായ വസീത്രം ഉണ്ടെന്ന് വരുത്തിത്തീർക്കുന്നു. കമിതാക്കൾക്ക് വേണ്ടി പ്രത്യേകം വസീത്രം ഉണ്ടെന്ന് സമൂഹത്തിൽ ധാരണയുണ്ടാക്കുന്നത് അങ്ങനെയാണ്. സ്ത്രീയെയും പുരുഷനെയും വിഗ്രഹവൽകരിച്ച് വസീത്രത്തിന്റെ വലിയ കമ്പോള സാധ്യതയെയാണ് നവമുതലാളിത്തം സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുന്നത്. “കരീൗല, വേലുലളീല കമാ” എന്ന ഫാക്. ഡി. ഉന്നയിച്ച ഈ ചിന്തയാണ് കേരളീയ കുടുംബത്തെയും ഭരിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത് എന്ന നിഗമനത്തിൽ എത്തിച്ചേരാവുന്നതാണ് (എഫ്. ഐ. 1994: 241). പുരുഷമേധാവിത്വത്തിന് വിധേയമായ വിപണിയുടെ ഒരുക്കുശീലുകളാണ് കേരളീയ കുടുംബത്തെയും വസീത്രത്തിന്റെയും വസീത്രധാരണത്തിന്റെയും ബോധനിർമ്മിതിക്കു പിന്നിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നതെന്ന് നിരീക്ഷിക്കാ

വുന്നതാണ്. കേരളത്തിലെ കൂട്ടായ്മയുടെ വസീത്രധാരണാശീലങ്ങളെ പരി
വർത്തിപ്പിക്കുന്നതിൽ പ്രസ്തുത ആശയം ശക്തമായി ഇടപെട്ടുകൊണ്ടിരി
ക്കുന്നു.

പപപപപപപ

അഭിമുഖം

ശ. ഉപഭോക്താവ്

കേരളത്തിലെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലുള്ള യുവതീയുവാക്കളും വൃദ്ധരും അടങ്ങുന്ന ഉപഭോക്താക്കളുമായി നടത്തിയ വിശേഷാൽ അഭിമുഖത്തിന്റെ സംക്ഷിപ്തവിവരണം ആണ് താഴെ ചേർക്കുന്നത്.

വസീത്രത്തിന്റെ നിലവിലുള്ള കാലത്തെയും പഴയകാലത്തെയും ശരീരബോധത്തെയും കുറിച്ചുള്ള സ്വന്തം മനോഭാവവും കൂട്ടായ്മയുടെ മനോഭാവവും വിലക്കുകളും സംബന്ധിച്ച കാര്യങ്ങളാണ് അഭിമുഖത്തിലൂടെ ചർച്ച ചെയ്തത്.

ആവേദകർ

1. ജിഷ (24) ഗസ്റ്റ് ലക്ചറർ, സെന്റർ ഫോർ ഫോക്ലോർ സ്റ്റഡീസ്, വടകര 17.11.2008
2. ശബ്ന. ബി (23), പള്ളിൽ, തിരക്കോടി 17.11.2008
3. ലിൻസി വാപ്പുറത്ത് (23), ചേരോട്, വടകര 17.11.2008
4. സവിത (34), നാരായണ, ഇടച്ചേരി, വടകര 17.11.2008
5. നാരായണൻ (70), മടത്തുംതാഴെ കുഴിയിൽ, പുതുപ്പണം 17.11.2008
6. കല്യാണി (70), അനന്യ അരുമൻകണ്ണി, മൂടാടി 19.11.2008
7. കേളപ്പൻ (64), റെയിൽവേഗാർഡ്, മൂടാടി 19.11.2008
8. ജമീല (50), പെണ്ണിൽകുനി, മൂടാടി 19.11.2008
9. സ: ശങ്കരൻ വൈദ്യർ (78), തച്ചാറത്ത മൂടാടി 19.11.2008
10. സ: കുഞ്ഞിക്കണാരൻ (75), എൽ.സി. സെക്രട്ടറി, സി.പി. എം. മൂടാടി 19.11.2008
11. ജീനീയ (16), സീമന്ദിനി, മൂടാടി 19.11.2008
12. നാദിയ ബുസ്താൻ (22), ഒറ്റപ്പാലം 18.11.2008
13. ഷാലിമ, (22), പയ്യോളി, വടകര 18.11.2008
14. രേഷ്മ (22), മുചുകുന്ന്, കൊയിലാണ്ടി 18.11.2008
15. വിജിഷ (22), പൊയ്യിൽ, വടകര 18.11.2008
16. സഫീല (22), കൊയിലാണ്ടി 18.11.2008
17. കെ.വി. നാരായണി അമ്മ (56), കൊടുമുത്ത് വീട്, പയ്യന്നൂർ 26.11.2001

- 18. പൂമണി (26), വെളിച്ചത്തോടുവീട്, കാക്കോൽ, പയ്യന്നൂർ 26.11.2001
- 19. ലക്ഷ്മി അമ്മ (65), കൈപ്പറവൻ വീട്, പയ്യന്നൂർ 26.12.2008
- 20. ഭാനുമതി (49), ഗൗരങ്ക, കാക്കോൽ, പയ്യന്നൂർ 26.12.2009
- 21. കാർത്ത്യായനിഅമ്മ (74), വെളിച്ചത്തോടുവീട് 26.12.2009
- 22. നാരായണിയമ്മ (74), കാക്കോൽ പയ്യന്നൂർ 26.12.2001

പാൻസും ഷർട്ടും മാനുതയുള്ള വസ്ത്രമായും മുണ്ട് മാനുതക്കുറവുള്ള വസ്ത്രമായും അനുഭവപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടെന്ന് ചിലർ പറയുന്നു. ഓഫീസുകളിലും വിശേഷാലുള്ള പൊതു സ്ഥലങ്ങളിലും നിന്നുമുണ്ടായ അനുഭവമാണെന്നവർ വിശദീകരിച്ചു. പാൻസ്, യാത്രയ്ക്ക് സൗകര്യമാണ് എന്നും കഴുകണ്ടെന്നും ചിലർ പറഞ്ഞു. ജീൻസ് ദിവസങ്ങളോളം കഴുകാതെയും അശ്രദ്ധമായും ഉപയോഗിക്കാമെന്നും അടുത്ത് തിരിച്ചറിയില്ലെന്നും പുരുഷൻമാർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. കാറ്റും വെളിച്ചവും കിട്ടാൻ മുണ്ടുടുക്കണമെന്ന് വൃദ്ധർ പറഞ്ഞു. മുണ്ട്, ലാളിത്യത്തിന്റെ പ്രതീകമാണെന്നും കേരളത്തിന്റെ തനിമയെ കുറിക്കുന്നതാണെന്നും മധ്യവയസ്കരും ചെറുപ്പക്കാരും അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

കൈലി മാപ്പിളമാരേ ഉടുത്തിരുന്നുള്ളൂ. ഇപ്പോൾ കൈലി ഉടുത്തുവരുന്നവരെയാണ്, പൊതുസ്ഥലത്ത് ഒരു പ്രശ്നമുണ്ടായാൽ പോലീസ് ആദ്യം സംശയിക്കുന്നതെന്നും ഈ വസ്ത്രത്തിന് മാനുതക്കുറവുണ്ടെന്നും അഭിപ്രായമുണ്ട്.

സ്ത്രീകളുടെ ശരീരവടിവ് പ്രധാനമാണെന്നും അതിനനുസരിച്ച് വസ്ത്രം തയ്ച്ചിടേണ്ടതുണ്ടെന്നും അവയവഭംഗി പ്രദർശിപ്പിക്കാനുള്ളതാണെന്നും ശല്യമാകാത്ത കാഴ്ചകളെയും കമന്റുകളെയും അംഗീകരിക്കാറുണ്ടെന്നും യുവതികൾ പറഞ്ഞു. നോട്ടം ആണുങ്ങളുടെമാത്രം കുത്തകയല്ലെന്നും സ്ത്രീകളും നോക്കുന്നു എന്നും കാഴ്ച, സ്ത്രീയെ പുരുഷൻ, പുരുഷൻ സ്ത്രീയെ എന്ന നിലയിൽ മാത്രമല്ല പുരുഷൻ പുരുഷനെയും സ്ത്രീ സ്ത്രീയെയും നോക്കുന്നു എന്നും അത്തരമൊരു കാണൽ പ്രക്രിയയുണ്ട് എന്നും പ്രത്യേകം തയ്യാറാക്കിയ അഭിമുഖത്തിൽ 10 യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

സാരി ഉടുത്താൽ വയറുകാണുമെന്നും യാത്രയ്ക്ക് അസൗകര്യമാണെന്നും ചുരിദാർ സുരക്ഷിത വസ്ത്രമാണെന്നും അഭിപ്രായപ്പെട്ടെങ്കിലും ചുരിദാർടോപ്പിലെ സ്ലിറ്റ്കട്ടിങ് ശരീരഭാഗങ്ങളുടെ പ്രദർശനത്തിനിടയാക്കുകയില്ലെന്ന് എന്ന് ആരാഞ്ഞപ്പോൾ സ്വതന്ത്രമായി ഇരിക്കാനും നടക്കാനും സ്ലിറ്റ് കട്ടിങ് വേണമെന്നും അതാണു ഭംഗിയെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

ഓരോ സന്ദർഭത്തിലും വ്യത്യസ്ത വേഷങ്ങൾ വേണം. കാഴ്ചക്കാർ വ്യത്യസ്തരാണ്. ഇന്റർവ്യൂബോർഡിൽ പ്രത്യേകമാളുകളല്ലേ, അപ്പോൾ അവരുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റാൻ പ്രത്യേകതരം വസ്ത്രം ആവശ്യമാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ എല്ലാ യുവതികളും ഒരേ അഭിപ്രായമാണ് പ്രകടിപ്പിച്ചത്.

കാണാൻ ആളുണ്ട് എന്നതാണ് നഗ്നതയുടെ പ്രശ്നം. കാണാനാരുമില്ലെങ്കിൽ, ആർക്കും കാണാൻ താല്പര്യമില്ലെങ്കിൽ, സമൂഹത്തിന് നഗ്നതയിൽ കഴിയാനായിരിക്കും താല്പര്യം. കാഴ്ചയ്ക്കുള്ള താല്പര്യമില്ലായ്മ കൂറേ ആളുകൾ അഭിനയിക്കുകയും ചിലർ ഭയപ്പെട്ടിട്ട് ഒഴിയുകയുമൊക്കെ ചെയ്യുന്നതാണ്. കൂടുതൽ മുടുകയും തീരെ മോശമായി അല്പം കാണിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന നഗ്നതയാണ് പ്രശ്നമെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

ആൺകുട്ടികൾ ഇറക്കംകുറഞ്ഞ ഷർട്ടിടുന്നത് കൂടെ പഠിക്കുന്ന കുട്ടികൾക്ക് ഇഷ്ടമാണെന്നും അപ്പോഴപ്പോഴുള്ള ട്രെൻഡ് നോക്കണമെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

പുരുഷന്റെ അർധനഗ്നത പ്രശ്നമായിരുന്നില്ലെന്നും ഇക്കാലത്ത് പ്രശ്നമായിത്തീരുന്നെന്നും യുവതികൾ പറഞ്ഞു. ഇപ്പോഴത്തെ ചെറുപ്പക്കാർ അർധനഗ്നരായി നടക്കാറില്ലെന്നും വയസ്സായവരുടെ നഗ്നത കാര്യമാക്കുന്നില്ലെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. പുരുഷന്റെ നെഞ്ചിനു മുകളിലുള്ള ഭാഗമാണ് ആകർഷണീയം എന്ന് അവർ കൂട്ടിച്ചേർത്തു.

ജെട്ടിയും സാനിട്ടറി നാപ്കിൻസും ആരോഗ്യപരമായ പ്രശ്നമുണ്ടാക്കുന്നുവെന്നു കേട്ടിട്ടുണ്ട്. ഒരു ജലസംരക്ഷണ സെമിനാറിൽ വെച്ച് സാനിറ്റേഷൻപൊക്കെ അങ്ങനെ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ഇലാസ്റ്റിക് പലർക്കും അലർജിയുണ്ടാക്കുന്നു. പക്ഷേ ഈ വസ്ത്രങ്ങൾ സൗകര്യമാണ്. പഴയകാലത്തെ തറുടുപ്പ് നല്ലതാണെങ്കിലും യാത്രചെയ്യേണ്ടിവരുന്ന

സീനിയർമാർക്ക് അസൗകര്യമാണ്. മാത്രമല്ല, തൊഴിൽ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ മാസമുറക്കാലങ്ങളിൽ സ്വതന്ത്രമായി മാറ്റിയുടയ്ക്കുന്നതിനുള്ള സൗകര്യമില്ലായ്മ യുണ്ടെന്നും യുവതികൾ പറഞ്ഞു. ഇതിനായി നല്ലൊരു തുക ചെലവാക്കുന്നുണ്ടെന്നും അവർ കൂട്ടിച്ചേർത്തു.

ആരാധനാലയങ്ങളിൽ കറുപ്പുവസ്ത്രം പാടില്ലെന്നും വെള്ളയോ ഇളം നിറങ്ങളോ ആണു നല്ലതെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

സീനിയർമാർക്കും പുരുഷന്മാർക്കും ഒരേതരം വസ്ത്രം ആകുന്നതിൽ കുഴപ്പമില്ലെന്നും സമൂഹത്തിന്റെ അനുമതിയാണു പ്രധാനമെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

കൈലിയും ബ്ലൗസും നിലവാരമില്ലാത്ത വസ്ത്രമാണ് എന്ന് കാണുമ്പോൾ അറിയാമെന്നും തീരെ പരിഷ്കാരമില്ലാത്തവരോ ദാരിദ്ര്യമുള്ളവരോ ആണ് പുറത്ത് പോകുമ്പോൾ അത് ധരിക്കുന്നത് എന്നും യുവതികൾ പറഞ്ഞു. പ്രസ്തുത വസ്ത്രം ഉടുത്തുവരുന്നതു കണ്ടാൽ *ശലഃ അല്ലാമഹ* എന്നു പറഞ്ഞു ചിരിക്കാറുണ്ടെന്നും അവർ കൂട്ടിച്ചേർത്തു.

ഏതു വസ്ത്രമുടുത്താലും ശരി സുരക്ഷിതമാകണമെങ്കിൽ മനസ്സ് ശരിയാകണമെന്നും അധികം വസ്ത്രം വന്ന കാലത്താണ് കൂടുതൽ പ്രശ്നങ്ങളുണ്ടാകുന്നത് എന്നും വ്യഭാർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. അനുഭവമില്ലായ്മയാണ് തലമുറയുടെ പ്രശ്നമെന്നും പാരമ്പര്യത്തെ തള്ളിപ്പറയുന്ന അവസ്ഥ ബോധപൂർവ്വം സൃഷ്ടിക്കുന്നതാണ് എന്നും വ്യഭാർ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. തൊട്ടുകൂടായ്മയുടെ കാലത്ത് ജീവിതം തുടങ്ങിയ ആ വ്യഭാർമാർ മേൽമുണ്ടുടുക്കാത്ത സീനിയർമാർക്കും അല്പമാത്രം വസ്ത്രധാരികളായ ആളുകളുമൊക്കെയാണ് തങ്ങളുടെ പരിസരത്തു ജീവിച്ചിരുന്നതെന്നു പറഞ്ഞു. തൊട്ടുകൂടായ്മയ്ക്കെതിരെയുള്ള സമരത്തിലൂടെയാണ് കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പ്രസ്ഥാനം വളർന്നുവന്നതെന്നും പാരമ്പര്യം അറിവിന്റെ ഭാഗമായിത്തീരണമെന്നും അത്തരമൊരു തുടർച്ചയിൽ വേണം മാറ്റങ്ങളെ ഉൾക്കൊള്ളേണ്ടതെന്നും പറഞ്ഞു. സീനിയർമാരുടെ നഗ്നതയും സൗന്ദര്യപരമായ സൃഷ്ടികളും മുതലാളിത്തനിർമ്മിതിയാണെന്നും കൂട്ടിച്ചേർത്തു. വാഗ്ദാനനന്ദന്റെയും ശ്രീനാരായണ ഗുരുവിന്റെയും ഇടപെടലുകൾ കേരളത്തിലെ നവോത്ഥാന സങ്കല്പങ്ങൾക്ക് നിറം നൽകിയെന്നും അവർ പറഞ്ഞു. എല്ലാ

മാറ്റങ്ങൾക്കെതിരെയും മുഖം തിരിക്കാതെ, മിച്ചമുഖ്യത്തെ ശരിയായി വിനിയോഗിക്കാനുള്ള പ്രത്യയശാസ്ത്രം നിർമ്മിക്കുകയാണ് ആവശ്യമെന്നും അതിന്റെ നേതൃത്വപരമായ പങ്ക് കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പ്രസ്ഥാനം വഹിക്കണമെന്നും പറഞ്ഞു. ഉപഭോഗസംസ്കാരം മുതലാളിത്തത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണെന്നു പുതിയ തലമുറയെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള കർമ്മ പദ്ധതികൾ രൂപീകരിക്കണമെന്നും അവർ പറഞ്ഞു.

സെറ്റുസാരിയും സെറ്റുമുണ്ടും സാധാരണയായി മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ ഉടുക്കാറില്ല. ബി.എഡിനും, ടി.ടി.സി.ക്കും പഠിക്കുന്ന കുട്ടികൾ തങ്ങളിൽ നിന്നും കടം വാങ്ങി ഉടുത്തിട്ടുണ്ടെന്ന് ഒരു യുവതി പറഞ്ഞു. വീട്ടിൽനിന്ന് പർദ ഉടുത്ത് സെന്ററിൽ വന്ന ശേഷം അതുമാറ്റി ചുരിദാർ ധരിക്കുന്ന സംഭവവും ഉണ്ടായതായി അവർ കൂട്ടിച്ചേർത്തു. സെറ്റുസാരി ഭൂരിപക്ഷം മുസ്ലീങ്ങളും ഹിന്ദുക്കളുടെ വസ്ത്രമായി കരുതുന്നു. അമ്പലത്തിലും സെറ്റുസാരിയും മുണ്ടും ധരിക്കുന്നതുകൊണ്ടായിക്കാം ഇങ്ങനെയൊരു മനോഭാവമുണ്ടായതെന്ന് കരുതാം എന്ന് യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

പാർട്ടിവെയർ ഡ്രസ്സും മറ്റും കോളേജിൽ മാത്രം രഹസ്യമായി ധരിക്കുന്നവരുണ്ട്. സമൂഹത്തെ പേടിയാണ്. നാട്ടിൻപുറത്തുള്ളവർ വൈവിധ്യമുള്ള വസ്ത്രം അംഗീകരിക്കില്ല. വ്യക്തിസ്വാതന്ത്ര്യമില്ല. കൂട്ടായ്മ അനുവദിക്കാത്തത് വേണ്ടെന്നുവയ്ക്കുകയാണ് നല്ലതെന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

മതത്തിന്റെ വിലക്ക് വസ്ത്രത്തിന്റെകാര്യത്തിൽ ഫലവത്തല്ല. പർദ ഷെയിപ്പു ചെയ്യുക, പലതരത്തിലുള്ള അലങ്കാരത്തുന്നലുകൾ ചേർത്ത മഹീത അണിയുക, ലാച്ച, ചുരിദാർ ഇവ അവയവമുഴുപ്പുകാണിച്ച് വല്ലാത്ത കാഴ്ചയുണ്ടാക്കുക ഇതൊക്കെ വിലക്ക് ലംഘിക്കാനുള്ള പ്രവണതയെ കാണിക്കുന്നുവെന്ന് ഒരു യുവതി അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

ഓണത്തിന് എല്ലാ സമുദായക്കാരും വസ്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങുന്നുവെന്ന് യുവതികളും എല്ലാ പുരുഷന്മാരും അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. മുസ്ലീങ്ങൾ ഓണത്തിനു പുറമേ റംസാനും വസ്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങുന്നുണ്ടെന്നും കൂട്ടിച്ചേർത്തു. ഓണത്തെ ഒരു പരിധിവരെ മതപരമായി കേരളസമൂഹം പരിഗണിക്കുന്നില്ല. എന്നാണ് ഇത് കാണിക്കുന്നത്.

കോട്ടൺ വസ്ത്രങ്ങളോടാണ് 22 പേർക്കും ഏറെ താല്പര്യമുള്ളത്. കാലാവസ്ഥാപരമായ പ്രത്യേകതയായിരിക്കാം ഇത്തരമൊരു താല്പര്യത്തിന് കാരണമായിട്ടുള്ളത് എന്ന് അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

സ്കർട്ട്, പാവട, ജീൻസ് ഇവക്ക് എന്തുകൊണ്ട് ഷാൾ അണിയുന്നില്ലെന്ന് ആലോചിച്ചിട്ടില്ലെന്ന് പത്തുയുവതികളും അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

നഗ്നതമറക്കൽ എന്നത് ഇന്ന് വസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രധാന ധർമ്മമല്ലാതായി തീർന്നുവെന്ന് ഇരുപതുപേരും അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

വയസ്സായ സ്ത്രീകളും കുർത്തുനിൽക്കുന്ന തരത്തിൽ ബോഡീസിടുന്നു. ഇത് ആകർഷിക്കാനല്ലേ എന്നും, പണ്ട് വെച്ചുകൊടുക്കുന്ന ബോഡീസാണ്, അന്നത്തെ ബോഡീസ് ശരീരത്തിനു ദോഷമുണ്ടാക്കിയില്ലെന്നും, ഇപ്പോഴത്തേത് ശരീരത്തിനു കേടാണെന്നും, ഇലാസ്റ്റിക് ദോഷം വരുത്താറുണ്ടെന്നും ഒരു വ്യഭാൻ പറഞ്ഞു.

നായന്മാർക്കിഷ്ടമില്ലാത്തതിനാൽ റൗക്കയിടാനോ കാതിലിടാനോ കഴിഞ്ഞിരുന്നില്ല. മൂസ്ലീം സ്ത്രീകൾ കാച്ചിമുണ്ടുടുത്തിരുന്നു. കല്ലയാണത്തിനു രണ്ടു വേഷ്ടി. ഒന്നുടുക്കാനും മറ്റേത് ചുറ്റിയിടാനുമാണ്. ചുരിദാറും സാരിയും നല്ല വേഷം തന്നെയാണ്. മനസ്സിനു പിടിച്ചതിട്ടാൽ കുഴപ്പമില്ല, പക്ഷേ ശരീരം കാണരുത്. ഇന്ന് ആവശ്യത്തിനല്ല വാങ്ങുന്നത്, താല്പര്യത്തിനാണ്. ചില തരത്തിൽ ധരിച്ചുവന്നാൽ ആണുങ്ങളുടെ മനസ്സ് പിടിച്ചാകിട്ടില്ല. കള്ളിമുണ്ട് പണ്ട് മാപ്പിളമാരേ ധരിക്കൂ. ഭർത്താവ് മരിച്ചപ്പോഴാണ് താൻ സാരി ഉപേക്ഷിച്ചത് എന്നുമൊരു വ്യഭാൻ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

പോളിയസ്റ്റർ, പേർഷ്യൻ ഭ്രമത്തിൽ ഇവിടെ പരന്നതാണ്. നമുക്ക് കോട്ടൺ തുണിയാണ് പറ്റിയത്. പഴയത് ദുരിതകാലമായിരുന്നു. ജാതിപറഞ്ഞും മതം പറഞ്ഞും മാറ്റി നിർത്തുന്ന കാലം നല്ലതല്ല. കാർഷികബന്ധിപ്പിച്ചുവന്നശേഷമാണ് ഒട്ടൊക്കെ മാറ്റമുണ്ടായതെന്നും ഒരു വ്യഭാൻ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

പർദ ഒരു മോഡൽ വസ്ത്രമാണ്. നമുക്ക് താല്പര്യമില്ല. കല്ലയാണം കഴിഞ്ഞാൽ കുട്ടികൾ ക്രമേണ ചുരിദാറിൽ നിന്ന് സാരിയിലേക്ക് മാറുമെന്നും ഒരു മദ്ധ്യവയസ്കയായ മൂസ്ലീം സ്ത്രീ അഭിപ്രായം പറഞ്ഞു.

വീട്ടിൽ വന്ന് വസീത്രം മാറുമ്പോൾ ആശ്വാസമാണെന്ന് യുവതികളെല്ലാം അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

യൂണിഫോം തുല്യതയ്ക്കുവേണ്ടിയാണ്. വിലകുറഞ്ഞവസീത്രമോ ശ്രദ്ധിക്കാത്ത വസീത്രധാരണമോ കണ്ടാൽ തുല്യതയ്ക്കുവേണ്ടി വാദിക്കുന്നവരും അഭിപ്രായം മാറ്റം. ഗാന്ധിയും ഇ.എം.എസും ലളിതമായ വസീത്രം ധരിച്ച് ജീവിക്കണമെന്നാണ്. അതുകൊണ്ട് അവർക്ക് വിലകുറഞ്ഞില്ല. ഗാന്ധി വിദേശവസീത്രം ബഹിഷ്കരിക്കാൻ പറഞ്ഞു; പക്ഷേ വൃത്തിയുള്ള വസീത്രം ധരിക്കണമെന്നും പറഞ്ഞു. വസീത്രം മാറ്റമില്ലാതെ വേണ്ടി ധരിക്കുന്നതുകൊണ്ടാണ് അങ്ങനെ അഭിപ്രായപ്പെട്ടത്. പ്ലസ് ടു വിദ്യാർത്ഥിനിയായിരുന്നു പറഞ്ഞത്.

സിനിമയും റയാലിറ്റിഷോകളും പരസ്യങ്ങളും വസീത്രധാരണത്തിലും സ്വാധീനം സൃഷ്ടിക്കുന്നുവെന്ന് എല്ലാവരും അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

പണ്ട് പെൺകുട്ടികൾക്ക് 5 വയസ്സുവരെ പട്ടുകോണകവും 5 വയസ്സിനു ശേഷം കച്ചട്ടവും(വെള്ളകോണകം) മാധിരുന്നു ധരിക്കുന്നത്. പിന്നെ, മുണ്ടും ബ്ലൂസും വേഷം. ഇണങ്ങാൻ ഡബിൾ മുണ്ട് മുറിച്ചു പൊടമുറി കല്ലാണം നടത്തും. വിധവകൾ 12 ദിവസം വെള്ള വേഷിയും ബ്ലൂസും ധരിച്ചിരുന്നു. മണ്ണാത്തി ശുദ്ധമാക്കിക്കണ്ടുവരുന്ന വസീത്രം ഉടുക്കുകയാണ് ഴതുമതികൾ ചെയ്തിരുന്നത്. ഇത് നായർ വിഭാഗത്തിന്റെ രീതിയായിരുന്നു എന്ന് മൂന്നു നായർ വൃദ്ധകൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. അന്ന് ചുവപ്പ്, പച്ച, കറുപ്പ്, വെള്ള ഇത്രയും നിറങ്ങളൊക്കെയേ പ്രചാരത്തിലുണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ എന്നും അവർ പറഞ്ഞു.

മേൽക്കുപ്പായത്തിന് പ്രസ് ബട്ടണായിരുന്നു. ചാലിയന്മാർ തുണികൊണ്ടുവരും. കല്ലാണം രാത്രിയായിരുന്നു. പെണ്ണും ചെറുക്കനും കാണുന്ന പതിവില്ല. രണ്ടു നായർ വൃദ്ധസീതീകൾ പറഞ്ഞതാണ്.

കൈചുരുക്കിയ ടോപ്പിടുമ്പോഴും തലയിൽ തട്ടമിടാതിരിക്കുമ്പോഴും മാമനും ഉമ്മയും വഴക്കു പറയും. തട്ടമില്ലെങ്കിൽ മരിച്ചു നരകത്തിപ്പോയാൽ തീത്തട്ടമിടേണ്ടി വരുമെന്ന ഭീഷണിയുമുണ്ട്. അല്ലാഹുവിന് എന്തെല്ലാം പണിണ്ട്, ഇതുനോക്കലാ പണി എന്നു സമാധാനിക്കുമ്പോഴും പേടിയുണ്ട്. കേരളത്തിന് സ്വത്വം നിലനിർത്താൻ മുണ്ടും ഷർട്ടും സാരിയും ബ്ലൂസും എന്നൊക്കെ പറയാൻ കഴിയുമോ എന്നു സംശയമാണ്. തമിഴ്നാട്ടിലും ഇതു തന്നെയാണ് വേഷം.

സൂക്ഷ്മമായ ചില വ്യത്യാസങ്ങൾ കാണാം. പക്ഷേ ഒറ്റനോട്ടത്തിലില്ല. ഒറ്റ വസ്ത്രം -തോർത്തുമുണ്ട്- ഉടുത്തുകെട്ടുന്നതായിരുന്നു നമ്മുടെ വേഷം. സെറ്റു സാരിയൊക്കെ പഴയ കാലത്തെ ചെറിയ കമ്പോളത്തിന്റെ തന്ത്രമായിരിക്കാം, അങ്ങനെയും കച്ചവടം നടക്കുമല്ലോ. തമിഴ് രീതിയിലാണ് സെറ്റും കസവു പട്ടുമൊക്കെ ഇവിടെ പരന്നത്. മലയാളി അനുകരണപ്രിയരാണ്. ആൺകുട്ടികൾ ഇറക്കം കുറഞ്ഞ ഷർട്ടിട്ടുവന്നാൽ ബ്ലൗസ് എന്ന് കളിയാക്കും. ജെട്ടി ഇറുക്കുമായതിനാൽ അസ്വസ്തതയുണ്ടാക്കുന്നു. കെട്ടുരീതിയിലുള്ളത് തയ്ച്ചെടുത്താൽ കൊള്ളാം. നല്ല അടിവസ്ത്രത്തിന് വലിയ വില കൊടുക്കേണ്ടി വരുന്നു. നഗ്നത കാണിക്കുന്നത് ട്രിക്കാണ്. പുരുഷനും നഗ്നത കാണിക്കുന്നു. ഇതെല്ലാം കച്ചവടത്തിന്റെ കളിയാണ്. നഗ്നത, കാണിക്കുന്നവരുടെ കൂടി പ്രശ്നമാണ്. പെണ്ണല്ലേ എന്ന താക്കീത് കേട്ടുറപ്പിച്ച കാലം മുതൽ ഇതുവരെയുമുണ്ട്. ഒരുപാട് ആശയങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കാനുണ്ട്. പക്ഷേ അങ്ങനെ ശരിയായി വിനിമയം ചെയ്തില്ല. എല്ലാവർക്കും മനസ്സിലാവില്ല. പിന്നെ പേടിയാണ്. ഒരു മുസ്ലീം യുവതിയുമായി നടത്തിയ അഭിമുഖത്തിലെ പ്രധാന വിവരങ്ങളാണ് മുകളിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്നത്.

കറുപ്പ് അശുഭമായി കാണുന്നു എന്ന അഭിപ്രായം മിക്ക ഹിന്ദു യുവതികളും പറഞ്ഞു. പക്ഷേ കറുപ്പു നിറം ഇഷ്ടപ്പെടുന്നവരുണ്ട്. ശുഭകരമായ ഒരു ചടങ്ങിനും കറുപ്പ് നല്ലതല്ല എന്നും കൂട്ടിച്ചേർത്തു. പുരുഷന്റെ കഴുത്തിലും തോളിലും നെഞ്ചിലുമാണ് നല്ലൊരു പങ്കു യുവതികളും സൗന്ദര്യം കാണുന്നത്. കൂട്ടുകാർ ഒരു വസ്ത്രത്തെക്കുറിച്ചോ വസ്ത്രധാരണത്തെക്കുറിച്ചോ തള്ളിപ്പറഞ്ഞാൽ വല്ലാത്ത മനഃപ്രയാസമാണ്. പിന്നെ അതു ധരിക്കില്ല എന്നും യുവതികൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. സ്വവർഗര തിക്കാർ തുടങ്ങിയ വിഭാഗങ്ങളെ സമൂഹം മാറ്റി നിർത്തരുതെന്നും അവർ പറഞ്ഞു.

ശശ. വസീത്രവിപണി

മ. വ്യാപാരികൾ

ആവേദകർ

1. മൊയ്തീൻകുട്ടി (32), നാസിയ സിൽക്ക് ഹൗസ്, മഞ്ചേരി, മലപ്പുറം. 9.5.2008
2. സതീന്ദ്രൻ. (48), സിന്ധുരി, കല്പറ്റ, വയനാട്. 14.05.2008
3. റസീം (28), നിഷാദ് (42), വിന്റർ, മിറാഡിത്തരുവ്, കോഴിക്കോട് 13.05.2008
4. ജയകൃഷ്ണൻ (42), മാനേജർ, ഖാദിബോർഡ്. കോഴിക്കോട് 13.05.2008
5. മാനേജർ, കോമൺവെൽത്ത് ട്രസ്റ്റ് ഇൻഡ്യ ലിമി. കോഴിക്കോട് 13.05.2008
6. സുധീർ (30), സീമാസ്, അങ്കമാലി, എറണാകുളം 6.05.2008
7. സാജു (50), ഫാഷൻ ഫ്രെണ്ടിക്സ്, തൃശ്ശൂർ 23.03.3008
8. പാപനാശം (62), സുനിത ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, ആലപ്പുഴ 7.05.2008
9. രഘു (52), അയ്യപ്പാസ്, കൊല്ലം 27.04.2008
10. സൈനുദ്ദീൻ (55), സീബ ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, നെടുമങ്ങാട് 8.04.2008
11. ഫിറോസ് (29), സലാവുദ്ദീൻ (35), നൈസ്, ഇടവണ്ണ, മലപ്പുറം 26.03.3008
12. മമ്മൂട്ടി (52), ലിബർട്ടി, പടിഞ്ഞാറെത്തറ, വയനാട് 14.05.2008
13. ഷുക്കൂർ (40), റോയൽ ഫാഷൻ ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, ചപ്പാരപ്പറമ്പ്, തളപ്പറമ്പ് 26.05.2008
14. ജോൻസൺ (50), മാസ് ഫ്രെണ്ടിക്സ്, മറ്റം, കണ്ടാണശ്ശേരി, തൃശ്ശൂർ 25.03.2008
15. സന്തോഷ് (45), കണ്ണമ്മ വെസ്റ്റിങ് സെന്റർ, കാലടി, എറണാകുളം 11.05.2008
16. സുധീർ (48), രവീന്ദ്ര ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, ആര്യാട്, ആലപ്പുഴ 7.05.2008
17. വേലപ്പൻ (57), ശങ്കരാസ്, ചവറ, കൊല്ലം 27.04.2008
18. വിജയകുമാർ, ആദം ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, വിതൂര, തിരുവനന്തപുരം 8.04.2008
19. സുബിൻപോൾ (35), ഐശ്വര്യ ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, പുല്പള്ളി, വയനാട് 15.05.2008

- 20. ബിജു (35), ഷാജി ടെക്സറ്റൈൽസ്, പുല്പള്ളി, വയനാട് 15.05.2008
- 21. വിത്സൻ ജോർജ്ജ് (42), ബോംബെ ഗാർമൻസ്, കട്ടപ്പന, ഇടുക്കി 30.05.2008
- 22. മാനേജർ, കരിക്കിനേത്ത് ടെക്സറ്റൈൽസ്, ചങ്ങനാശ്ശേരി, കോട്ടയം 3.05.2008
- 23. മാനേജർ, മൃഗനയനി, കോഴിക്കോട് 13.05.2008
- 24. രാജം, സംഗീത ടെക്സറ്റൈൽസ്, പരിയാരം, കണ്ണൂർ 26.05.08

ഉയരം, വണ്ണം, നിറം, ശരീരത്തിലെ പൊരുത്തക്കേടുകൾ ഇവയൊക്കെ ശ്രദ്ധിച്ചു തെരഞ്ഞെടുത്ത വസ്ത്രം ധരിച്ചാൽ വേണ്ട തരത്തിൽ മറയ്ക്കുകയോ വെളിവാക്കുകയോ ചെയ്യാം. ആളുകൾ മറ്റുള്ളവർ ശ്രദ്ധിക്കണം എന്ന തരത്തിൽ അണിഞ്ഞൊരുങ്ങുന്നു. വയസ്സ് കുറഞ്ഞിരിക്കാനാണ് പൊതുവെ ആഗ്രഹം. മുൻപ് സ്ത്രീകൾക്കു മാത്രം ഉണ്ടായിരുന്ന ആ മനോഭാവം ഇപ്പോൾ പുരുഷന്മാർക്കും പിടിച്ചെടുത്തു.

കൗമാരക്കാർ എതിർലിംഗക്കാരെ മാത്രമല്ല സ്വന്തം വർഗത്തിൽ പെട്ടവരെയും ആകർഷിക്കാനും അവരോട് മത്സരിക്കാനും താല്പര്യം കാണിക്കുന്നു. മത്സരബുദ്ധി കൂടുതലാണ്. നഗ്നത പ്രകടിപ്പിക്കുന്നതിൽ ആനന്ദം കാണുന്നു. അടിവസ്ത്രം പുറത്തുകാണുന്ന തരത്തിൽ വസ്ത്രം ധരിച്ചു നടക്കുന്നതിലും മടിക്കുന്നില്ല.

ഏറ്റവും കൂടുതൽ പണം ചെലവാക്കി വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നത് മുസ്ലീം ജനവിഭാഗമാണ്. അവർ കസവുസാരി, കാവിവസ്ത്രം ഇതിനോട് താല്പര്യം കാണിക്കുന്നില്ല. ക്രിസ്ത്യാനികളും കാവിവസ്ത്രത്തോട് താല്പര്യം കാണിക്കുന്നില്ല. കസവുസാരി കൂറച്ചു ക്രിസ്ത്യൻസ് ഉപയോഗിക്കുന്നു; പ്രത്യേകിച്ചും പട്ടണത്തിലെ ക്രിസ്ത്യാനികൾ. പച്ചനിറത്തോട് മുസ്ലീം വിഭാഗം അത്രക്ക് താല്പര്യം കാണിക്കുന്നില്ല.

ഓണത്തെ എല്ലാ മതവിഭാഗക്കാരും ഉത്സവമായി കണക്കാക്കി വസ്ത്രം വാങ്ങുന്നു. ഓണത്തിന് കച്ചവടം കൂടുതൽ. പക്ഷേ, ഉത്സവങ്ങളുടെ എണ്ണം കുടിവരുന്നു. ജീവിതത്തിൽ സംഭവിക്കുന്നത് എല്ലാ പ്രധാന കാര്യങ്ങളും പുതിയൊരു മോഡൽ വസ്ത്രത്തിന്റെ പരസ്യം വന്നാൽ ഒരു മാസത്തിനുള്ളിൽ അന്വേഷണം ഉണ്ടാകും. മുഴുവനും വിററു തീരും. ഗൗണുകൾ ചൈതന്യമകൾ, ബെർമുഡുകൾ എന്നിവയ്ക്ക് ചെലവ് ഏറി വരുന്നു. ബെർമുഡ പട്ടണത്തിലെ പെൺകുട്ടികളും ധരിക്കുന്നു. റെഡിമെയ്ഡു സാരി പട്ടണത്തിൽ പാർടി വെറായി വിറ്റുപോകുന്നു. ഉപഭോഗം ശീലം

കൂടുതലായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഫാഷൻ മാറുമ്പോൾ വാങ്ങുന്ന വിഭാഗക്കാരുടെ എണ്ണം കൂടി വരുന്നു. തൊഴിലുറപ്പുപദ്ധതി വിപണിയെ സജീവമാക്കിയിട്ടുണ്ട്; പ്രത്യേകിച്ചും ഗ്രാമങ്ങളെ.

ഖദറിൽ പല ഇനങ്ങളുണ്ട്. അധികം പേരും വില കൂടിയ ഖദറാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ജീവിതക്രമം മാറിയതിനാൽ പരുക്കൻ ഖദർ ശരീരത്തിന് ശല്യമായിത്തീരും.

ജീൻസ് പെൺകുട്ടികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പട്ടണങ്ങളിൽ ആ വസ്ത്രം സാധാരണമാണ്. യുവതികൾ ചൂരിദാറിലേക്ക് എത്തിക്കഴിഞ്ഞു. മെറ്റീരിയലിനാണ് ചെലവു കൂടുതൽ.

എല്ലാ വർഷവും നടക്കുന്ന മലാഡ് ബോംബെ ഫെയറിൽ കേരളത്തിനായി പ്രത്യേകം വലിയ കോർണറുണ്ട്. ചൂരിദാറൊക്കെ കേരളമോഡലിൽ തയ്യാറാക്കി വയ്ക്കുന്നു.

ചുവപ്പ്, റോസ്, പിങ്ക്, ബ്ലൂ നിറങ്ങളാണ് സ്ത്രീകൾക്ക് കൂടുതൽ താല്പര്യം. ഈ നിറങ്ങളുടെ ഷെയ്ഡോ ബാക്ക്ഗ്രൗണ്ടോ ഉണ്ടായിരുന്നാൽ പ്രിയമായിരിക്കും. മധ്യവയസ്സു കഴിഞ്ഞാൽ പൊതുവെ ഇളം നിറത്തിന് താല്പര്യം ഉണ്ട്.

ഉത്സവ സീസണിൽ നഗരങ്ങളിൽ നിന്നും വാങ്ങുന്ന രീതി പരക്കെ ഉണ്ട്. കുളിക്കാനുള്ള തോർത്ത് (വെള്ളക്ക്) ചെലവു കൂടുതലാണ്. ചില സീസണുകളിൽ നിറമുള്ള തോർത്ത് വാങ്ങുന്നു. ശബരിമല, ശിവഗിരി തീർത്ഥാടനം തുടങ്ങിയ സീസണുകളിലാണ് നിറമുള്ള തോർത്തുകൾ ചെലവുകൂടിയതായി വാങ്ങുന്നത്.

കുഞ്ഞുടുപ്പുപോലത്തെ ഷർട്ട് മധ്യവയസ്കരും ധരിച്ചു തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. ഇത്തരം ഉടുപ്പുകൾ ഇട്ടാൽ പ്രായക്കുറവു തോന്നിപ്പിക്കും.

പർദക്ക്, വടക്കൻ ജില്ലകളിലുള്ള താല്പര്യം തെക്കൻ ജില്ലകളിൽ ഇല്ല. കേരള സാരിക്ക് ചെലവ് കൂടി വരുകയാണ്. കുടുംബശ്രീ പദ്ധതിയാണ് കാരണം.

യ. വീട്ടിൽ നേരിട്ടെത്തിക്കുന്ന കച്ചവടക്കാർ

ആവേദകൻ

മഹേഷ് (25) വേങ്കവിള, പഴകുറ്റി, പി.ഒ..

14.05.2009

സീതീകളുടെയും കുട്ടികളുടെയും വസീത്രങ്ങളും തുണിയുമാണ് വിതരണം ചെയ്യുന്നത്. ചൂരിദാർ മെറ്റീരിയൽ, നൈറ്റി, കൈലി, പാന്റേസ്, ഷർട്ട്, സാരി തുടങ്ങിയ വസീത്രങ്ങളും തുണിയും കച്ചവടം ചെയ്യുന്നു. ഗഡുക്കളായി പണം വാങ്ങുന്നു. എട്ടുവർഷമായി കച്ചവടം ചെയ്യുന്നു.

ഇടത്തരക്കാരും പാവപ്പെട്ടവരുമാണ് വാങ്ങുന്നത്. വിലകൂടിയ തരങ്ങൾ ചെലവാകില്ല.

വസീത്രമിട്ടുവന്നാൽ മതം, ജാതി ഇവ തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയുന്നില്ല. ചെക്ക് ഷർട്ടാണ് ചെലവ്. മിക്സഡ് തുണികൾക്കാണ് താല്പര്യം.

ആളുകൾ എപ്പോഴും വാങ്ങുന്ന ശീലമാണ്. എല്ലാ ആഴ്ചയും വാങ്ങുന്നവരുണ്ട്. ഞാൻ കച്ചവടം ചെയ്യാൻ തുടങ്ങിയ കാലം മുതൽ ഈ ഓണം വരെ 60 സാരികൾ വാങ്ങിയ സീതീകളുണ്ട്. ഇടത്തരക്കാരാണ്. എല്ലാ പ്രത്യേക ദിവസങ്ങൾക്കും വസീത്രം വാങ്ങുന്നു. മറ്റുള്ളവർക്ക് സമ്മാനമായി വാങ്ങിക്കൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. നെടുമങ്ങാട്ടു പ്രദേശത്തിന്റെ കുറച്ചുഭാഗം മാത്രം വസീത്രങ്ങൾ കൊണ്ടു കൊടുക്കുന്നു. എല്ലാ ഞായറാഴ്ചയും വീടുകളിൽ പോകും. പതിവായി വാങ്ങുന്നവരാണ് എന്റെ ഉപഭോക്താക്കൾ. ചെറുപ്പക്കാർ കടും നിറങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. വയസ്സ് നാൽ നിറം കുറഞ്ഞ തുണികളെടുക്കുന്നു. സീതീകൾ കടുംനിറത്തിനു മുകളിൽ പൂക്കളും ഡിസൈനുകളുമുള്ള തുണികളാണ് വാങ്ങുന്നത്. സിന്തറ്റിക് സാരികളാണ് വാങ്ങുന്നത്. 150-500 വരെ വിലയുള്ള വസീത്രങ്ങളാണ് കച്ചവടത്തിന് കൊണ്ടുവരുന്നത്.

ര. വഴിയോര കച്ചവടം

ആവേദകൻ

രാജ്യ (41) വഴിയോരക്കച്ചവടക്കാരുടെ, മിറായിത്തരുവ്, കോഴിക്കോട് 13.05.2008

കുട്ടികളുടെ വസ്ത്രങ്ങളും പിന്നെ അടിവസ്ത്രങ്ങളും വിൽക്കുന്നു. ഇടത്തരക്കാരിൽ കുറച്ചൊളികളും പാവങ്ങളുമാണ്, ഉപഭോക്താക്കൾ.

കുട്ടികളുടെ വസ്ത്രങ്ങളിൽ ബനിയൻ ക്ലോത്തിലാണ് അധികവും. അടിവസ്ത്രങ്ങൾ 30 രൂപ മുതൽ 50 രൂപ വരെയുള്ളതുണ്ട്. വലിയ കടകളിൽ നിന്ന് ഏകദേശവിലയ്ക്കു വാങ്ങി വില്ക്കുന്നു.

ഓണത്തിനാണ് കൂടുതൽ കച്ചവടം നടക്കുന്നത്. അതുപോലെ പെരുന്നാളിനും കച്ചവടമുണ്ട്.

ആളുകൾ ധാരാളമായി വാങ്ങുന്നു. കടുത്തനിറങ്ങളോട് ഭ്രമമുണ്ട്. വെള്ളക്ക് ഒരു മാന്യമായ സ്ഥാനം ഉണ്ട്. വസ്ത്രവും നടത്തവും കണ്ടാൽ നേതാക്കന്മാരെ തിരിച്ചറിയാം. ഖദറും വെളുപ്പും പൊതുവേ അധികാരമുള്ളവരാണ് ധരിക്കുന്നത്.

ശശശ. നെയ്ത്തുമേഖല

പയ്യന്നൂർ, ബാലരാമപുരം, കുത്താമ്പുളി എന്നീ പ്രസിദ്ധ നെയ്ത്തു മേഖലയിലെ പാരമ്പര്യമുള്ള നെയ്ത്തുകാരെയും സഹകരണ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ അധികാരികളെയും കണ്ട് തയ്യാറാക്കിയ അഭിമുഖത്തിൽനിന്നും ലഭിച്ച വിവരങ്ങളുടെ ചുരുക്കമാണ് ചേർത്തിരിക്കുന്നത്.

വിഷയം

കൈത്തറിയും നെയ്ത്തും മലയാളിയും, കൈത്തറിവിപണി, അവസ്ഥ, ഏതൊക്കെ തരം വസ്ത്രങ്ങൾ, പഴയകാലം പുതിയകാലം, കൈത്തറി - യന്ത്രത്തറി താരതമ്യം, കൈത്തറി - ഫാഷൻ, പരസ്യം, നിറം - താല്പര്യം, പ്രശ്നങ്ങൾ - നിർദ്ദേശങ്ങൾ

ആവേദകർ

രമേശൻ - സൂപ്പർ വൈസർ, ഉത്തമൻ, പദ്മനാഭൻ - വർക്കേഴ്സ്
(12.05.2007)

അടുത്തില വിവേഴ്സ് കോ-ഓപ്പറേറ്റീവ് സൊസൈറ്റി, ചെറുതാഴം, പഴയങ്ങാടി, പയ്യന്നൂർ

കൈത്തറിയോടു പൊതുവേ അഭിമുഖ്യം കുറവാണ്. വിലക്കൂടുതലും മറ്റുമൊക്കെയാണു കാരണം പറയുന്നത്. വൈവിധ്യത ഇല്ലാത്തതും പ്രശ്നമാണ്. പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സ്വപ്നത്തിനനുസരിച്ചുള്ള സാധനങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യാനാകുന്നില്ല. യന്ത്രത്തറിയിൽ, ഉൽപന്നം കൂടുമ്പോൾ വില കുറക്കാനാകും. ഇവിടെ അതു പറ്റാതെ വരുന്നു. എന്നിട്ടും 100 രൂപ വരെയാണ് ഒരു ജോലിക്കാരന് പരമാവധി കിട്ടുന്ന തുക. സർക്കാർ റിബേറ്റ് സമയത്തിന് കിട്ടാറില്ല. ജോലിക്ക് ആളെ കിട്ടുന്നില്ല.

തമിഴ്നാട് വിപണിയാണ് ഇവിടെ ലാഭം കൊയ്യുന്നത്. കുറഞ്ഞവിലക്ക് അവർക്ക് വസ്ത്രം കൊടുക്കാനാകുന്നു. അവിടത്തെ കുലിനിരക്ക്

തീരെ കുറവാണ്. അവിടെ നിന്നുള്ള ഹാന്റ് വീവ് പോളിയസ്റ്ററാണ് ഇവിടെ കൂടുതൽ ചെലവാകുന്നത്.

ഇവിടെയുള്ള പവർലൂമുകൾ പരിസ്ഥിതി പ്രശ്നം കാരണം ഒഴിഞ്ഞുപോകുന്നു. ഇതെല്ലാം തമിഴ്നാട്ടിൽ ചേക്കേറുകയാണ് (ഉദാ: കൂട്ടാളിയിലെ യൂണിറ്റ്). കൈത്തറി എന്നും തേയ്ച്ചിടണം. അഴുക്കു പിടിച്ചാൽ എളുപ്പം മാറില്ല. കമ്പനിയിലെ പോളിയസ്റ്റർ തൂണികളിലെ അഴുക്കുവേഗം കഴുകി മാറ്റാം.

വിപണനരംഗം ദുർബലമാണ്. ലൂക്കി, മുണ്ട്, സാരി, കാവിമുണ്ട്, ഷർട്ടിന്റെ തൂണി, തോർത്ത് എന്നിവയാണ് ഉല്പന്നം. പായ, കാർപ്പെറ്റ് - തരങ്ങളും നിർമ്മിക്കുന്നു.

ഇറക്കുമതി നയം അപകടം ചെയ്യുന്നു. ഇടത്തട്ടുകാരാനാണ് ലാഭം കൊണ്ടുപോകുന്നത്. സമൂഹത്തിന് ബോധമുണ്ടാകണം. ഒരു കൈത്തറിവസ്ത്രമെങ്കിലും ഓരോരുത്തർക്കും ഉണ്ടാകണം. ഫാഷന്റെ പുറകെയുള്ള പരക്കംപാച്ചിൽ കുഴപ്പമാണ്, കൈത്തറിസെസ് ഏർപ്പെടുത്തണം. നൂതനമായ പരിപാടികൾ ആവിഷ്കരിക്കണം. മാന്യമായ ശമ്പളം ഏർപ്പെടുത്തണം. ഇടത്തട്ടുകാരെ ഒഴിവാക്കണം. നല്ല മാനേജ്മെന്റുണ്ടാകണം.

ആവേദകൻ

കനകരാജ്, സെക്രട്ടറി, കുത്താമ്പുളളി കൈത്തറിവ്യവസായസഹകരണ സംഘം, കുത്താമ്പുളളി, തിരുവിലാമല. 28.05.2008

സംഘത്തിലെ അംഗങ്ങൾക്ക് അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൊടുത്തു, നെയ്ത വസ്ത്രമാക്കി മാറ്റുന്നു. പാരമ്പര്യനെയ്ത്തുകാരാണ്. 500 വർഷത്തെ പാരമ്പര്യമാണ് കുത്താമ്പുളളി നെയ്ത്തിനുള്ളത്. നേര്യതു സാരിയും മുണ്ടുമാണ് ഉല്പന്നങ്ങൾ. 2കോടി രൂപ ഒരു വർഷം വിറ്റു വരുന്നുണ്ട്. ജോലിക്കാരുടെ കൂലി 80 രൂപയാണ്. പുതിയ തലമുറ ഈ തൊഴിലിൽ തല്പരലല്ല. സ്വകാര്യ വ്യവസായകർ സ്ഥലത്തുവന്നു വാങ്ങിപ്പോകുന്നു.

പവർലൂമിൽ നെയ്യുന്നതിനേക്കാളും മെച്ചമായിത്തീരുന്നു. നനക്കു നോറും കുത്താമ്പുളളി ഉല്പന്നത്തിന് ഈട് കൂടും നന്നായി പാവുമുക്കി നെയ്തെടുക്കുന്നു എന്നതാണ് പ്രത്യേകത. വസ്ത്രത്തിന് ചുളിവേ കാണില്ല, തേച്ചതുപോലെയിരിക്കും.

കുത്താമ്പുളളി എന്നത് അഭിമാനമുദ്രയാണ്, അതുമാത്രമല്ല പരസ്യത്തിന് എന്നാണ് സെക്രട്ടറിയുടെ അഭിപ്രായം.

ആവേദകൻ

കനകരാജ് - നെയ്ത്തുകാരൻ (44)

28.05.2008

കൊച്ചിരാജാവുമായി ഇവിടത്തെ പൂർവികരായ നെയ്ത്തുകാർക്ക് ബന്ധമുണ്ട്. ആനുകൂല്യം കുറവാണ്, നൂറുരൂപ കിട്ടും, ഒരു ദിവസത്തെ ശമ്പളമായി റിബേറ്റ് സമയത്തിന് കിട്ടാറില്ല.

സീസൺ അനുസരിച്ച് കോട്ടൻ ചെലവാകുന്നു. ഈ പ്രദേശത്ത് മുണ്ടുടുക്കുന്ന ധാരാളം പേരുണ്ട്. പഠിപ്പിനു പോകുന്നവർ പാന്റ്സാണ്. ഈ തൊഴിലിൽ താല്പര്യം കുറഞ്ഞുവരുന്നു. സൊസൈറ്റിക്കല്ലാതെ പ്രൈവറ്റ് പാർട്ടിക്കും മുണ്ടും സാരിയും വിൽക്കാറുണ്ട്. അടുത്ത തലമുറ ഈ തൊഴിലിനു തയ്യാറല്ല. ഇവിടത്തുകാർ കളർ സാരിയാണ് ഉടുക്കുന്നത്.

ഹരികുമാർ (48) ബാലരാമപുരം കോ-ഓപ്പറേറ്റീവ് ബാങ്ക് സെക്രട്ടറി 26.10.2008

ധാരാളം നെയ്ത്തുസംഘങ്ങളുണ്ട്. പലതും കടലാസുസംഘങ്ങളാണ്. റിബേറ്റ് തട്ടിയെടുക്കാനുള്ള പരിപാടികളാണ് നടത്തുന്നത്. അതിനെതിരെ നടപടികൾ ഉണ്ടായിത്തുടങ്ങി.

ഒരു മുണ്ടു കൈത്തറിയിൽ നെയ്തെടുത്താൽ 375 രൂപക്ക് വിറ്റാലേ രക്ഷ കിട്ടുകയുള്ളൂ. മിത്തുണി വ്യാജമായി വിൽക്കുന്നവരുണ്ട്. സ്വന്തം കുടുംബക്കാരെ ഉൾപ്പെടുത്തി സൊസൈറ്റി നടത്തുന്നുണ്ട്. അത്തരത്തിൽ പ്രസിഡന്റിന്റെ അവാർഡുകിട്ടിയ നെയ്ത്തുകാരുണ്ട്. കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെ പല ബഹുമതികളും കരസ്ഥമാക്കിയവരുണ്ട്. ഗ്രൂപ്പുകളായി തരംതിരിച്ച് അസംസ്കൃതസാധനങ്ങൾ നൽകി ചൂഷണം ചെയ്യുന്നു. തൊഴിലാളികൾക്ക് ആനുകൂല്യം നൽകാതിരിക്കാനാണ് ഈ ഗ്രൂപ്പു പരിപാടി നടപ്പാക്കുന്നത്. നെയ്ത്തിൽ താല്പര്യമില്ലാത്ത ആദിവാസികൾക്ക് നെയ്ത്തുപരിശീലനം നടത്തി പണം തട്ടിച്ചവരുമുണ്ട്. പലതരം പ്രോജക്ടുകൾ വാങ്ങി പണം തട്ടുന്നു.

ഊർജ്ജശാലിറഹ്യ വസീത്രങ്ങൾ വെറും തട്ടിപ്പാണ്. ഊർജ്ജശാലിറഹ്യ ആയി വസീത്രം നെയ്യുന്നില്ല.

ബാലരാമപുരം സ്പിന്നിങ്ങ് മിൽ പൂട്ടാൻ കാരണം അന്നുണ്ടായിരുന്ന അധികൃതരും തമിഴ്നാട്ടിലെ സ്പിന്നിങ്ങ് മില്ലുടമകളുമായി ഒത്തു

കളിച്ചതാണ്. മോശപ്പെട്ട സാധനങ്ങൾ നൽകി ദുഷ്പേരുണ്ടാക്കി നശിപ്പിച്ചതാണ്. വീണ്ടും തുറന്നു പ്രവർത്തിക്കുകയാണ്.

ഈഴവസമുദായക്കാരും നാടാർ സമുദായക്കാരുമാണ് ജോലിക്കാരിൽ അധികം പേരും. ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഈഴവസമുദായക്കാരാണ്.

ജോയ്സ് (55), പള്ളിയറ കുളത്തിൻകര വീട്, ബാലരാമപുരം, നെയ്ത്തുകാരി

26.10.2008

അച്ഛനപ്പൂപ്പൻമാരുടെ കാലം മുതലേ നെയ്ത്തു പണിയാണ്. 39 വർഷമായി നെയ്ത്തു ജോലി ചെയ്യുന്നു. സ്വന്തമായി 6 തറികളുണ്ടായിരുന്നു. ജീവിതപ്രശ്നങ്ങൾ നിമിത്തം സ്ഥലം വിൽക്കേണ്ടി വന്നു. ഇപ്പോൾ കുലിക്ക് പണിയെടുക്കുന്നു.

ഒരാൾ സാധാരണഗതിയിൽ ഒരു ദിവസം 2 വേഷ്ടി (മുണ്ട്) നെയ്യും. മുണ്ട്, തോർത്ത്, കസവുസാരി ഇതൊക്കെയാണ് നെയ്യുന്നത്.

മുമ്പ് ഉണക്കുപാവിലാണ് നെയ്തിരുന്നത്. പാവ് നെയ്യുന്ന ഇടത്തെ പാക്കളം - പശക്കളം എന്നു പറയുന്നു.

യന്ത്രത്തറിയിൽ നെയ്തമുണ്ട് ചുരുങ്ങും., ഒന്നു നനച്ചുകഴിയുമ്പോൾ പഴഞ്ചീല (പഴന്തുണി)യാകും. കൈത്തറിയിൽ നെയ്തെടുത്താൽ കൈകൊണ്ടു തേച്ചുമിനുക്കിയാൽ മതി. നല്ല ഈടാണ്. ഇപ്പോൾ റോളറിൽ അരച്ച പാവാനുപയോഗിക്കുന്നത്. എന്നാലും കൃത്യമായ പാകത്തിൽ മുക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് ബാലരാമപുരം നെയ്ത്തിനുള്ള പേര് നശിക്കില്ല.

ഒരു ഉണക്കുപാവിൽ 8/9 വേഷ്ടി നെയ്യാം. 1 മിൽ പാവിൽ 40 എണ്ണവും. അതുകൊണ്ട് അവർക്ക് ചെലവും കുറവായിരിക്കും. കുറഞ്ഞ വിലക്കു വില്ക്കാം.

വിജയമ്മ (58) റെയിൽവേകോസിനു സമീപം, ബാലരാമപുരം 26.10.2008

47 വർഷമായി നെയ്ത്തുജോലി ചെയ്യുന്നു. മക്കൾക്കും പണി അറിയാം. വേഷ്ടിയും നേര്യതും നെയ്യുന്നു. മലയാളികൾ രണ്ടു തമിഴർ മൂന്നു മുണ്ടും എന്ന കണക്കിൽ നെയ്യും. 1 മ്മ വേഷ്ടിയെന്നാൽ 16 മുഴമാണ്. നീളത്തിലുള്ളത് പാവവും കുറുകെയുള്ളത് ഊടുമാണ്. നൂറുകുന്നൂറു മുണ്ടെന്നാൽ 100 നമ്പർ പാവവും 100 നമ്പർ ഊടും എന്നർത്ഥം വരുന്നു.

നമ്പർ കുറയുമ്പോൾ കട്ടി കൂടുകയും നമ്പർ കൂടുമ്പോൾ കട്ടി കുറയുകയും ചെയ്യുന്നു.

നൂലു ചുറ്റുന്നത് യന്ത്രത്തിലാണ്. കൈച്ചുറ്റുകാരാണ്. 1 കിഴക്ക് (10 പിണ്) 6 രൂപ കൂലി കൊടുക്കും. നൂറുരൂപ കൂലിക്ക് 24 രൂപ ബോണ സായി നൽകണം.

പണ്ട് 21 തറിയുണ്ടായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ 3 തറി മാത്രം. തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്നും റേഷൻമുണ്ട് വന്നുകൂടുമ്പോൾ ഇവിടെ കച്ചവടം കുറയും. അവിടത്തെ ആളുകൾക്കു കിട്ടുന്ന റേഷൻമുണ്ട് ശേഖരിച്ച് ഇവിടെ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്കു വില്ക്കുന്നു.

ഓണത്തിനും ദീപാവലിക്കും കച്ചവടമുണ്ട്. പുതിയതലമുറ നെയ്ത്തു പഠിക്കുന്നില്ല.

എല്ലാ ചെറുപ്പക്കാരും പാന്റുസിലേക്കു മാറി. പെൺകുട്ടികൾ ചൂരി ദാറാണിടുന്നത്.

സർക്കാരും ജനങ്ങളും മനസ്സുവെച്ചില്ലെങ്കിൽ ഈ കുടിൽ വ്യവസായം തകരും.

ശ്. തയ്യൽമേഖല

കേരളത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലെ പട്ടണങ്ങളിലും ഗ്രാമങ്ങളിലും മുളള തയ്യൽക്കടകളിൽ നിന്നും ശേഖരിച്ച വിവരങ്ങളുടെ സംക്ഷിപ്തരൂപമാണ് താഴെ ചേർക്കുന്നത്.

അഭിമുഖത്തിൽ ഉന്നയിച്ച വഷയങ്ങൾ

ശരീരവും വസ്ത്രഘടനയും, ശരീരസൗന്ദര്യം - തയ്യൽ, ഫാഷൻ തയ്യലുകൾ, റെഡിമെയ്ഡ് - തുന്നിക്കൽ, വസ്ത്രവും നിറവും, മതം, ജാതി, വയസ്സ്, വസ്ത്രവും ലൈംഗികതയും, പരസ്യവും വിപണിയും, കേരളസമൂഹം - ഫാഷൻ, തയ്യൽമേഖല അന്നും ഇന്നും.

ആവേദകർ:

- | | |
|--|------------|
| 1. ആർ. വിജയൻ, (42) രശ്മിഭവൻ, ഉളിയൂർ, നെടുമങ്ങാട്, തരുവനന്തപുരം | 8.4.2008 |
| 2. വിജയകുമാർ (36) മൂന്നാംമൈൽ, മേമല, വിതുര, തിരുവനന്തപുരം | 8.4.2008 |
| 3. പ്രകാശൻ (50) പ്രകാശൻ ട്രെയിലേഴ്സ്, ചങ്ങനാശ്ശേരി, കോട്ടയം | 3.5.2008 |
| 4. പ്രദീപ് (35), പുളിക്കാട്, ആലപ്പുഴ | 7.05.2008 |
| 5. വിജേഷ് (25) ടാലന്റ് ട്രെയിലേഴ്സ്, പൂവം, കണ്ണൂർ | 25.05.2008 |
| 6. സുകുമാരി (40), കുഞ്ഞാനുളളിത്തരുവ്, തിരുവിലാമല | 28.05.2008 |
| 7. റീന (44), റോണ ട്രെയിലേഴ്സ്, കട്ടപ്പന, ഇടുക്കി | 28.05.2008 |
| 8. സജിത (41), കീർത്തി ഡസ്റ്റസ്, മൂടാടി, കോഴിക്കോട് | 30.05.2008 |
| 9. രവി (50) നോവ ട്രെയിലേഴ്സ്, മൂടാടി, കോഴിക്കോട് | 19.11.2008 |
| 10. ഷമീർ (ശ28), ചോയ്സ്, പടിഞ്ഞാറന്തറ, വയനാട് | 19.11.2008 |
| 11. ഗിരിജ (32) മൊണാലിസ, കൽപ്പറ്റ, വയനാട് | 14.05.2008 |

ശരീരഘടനക്കനുസരിച്ച് തൂണിവെട്ടുകയാണ് പ്രധാനം. സ്ത്രീപുരുഷവ്യത്യാസം മാത്രമല്ല, സ്ത്രീയിലും പുരുഷനിലും അനേകം വ്യത്യാസങ്ങൾ വരുന്നു. അതും വ്യക്തിപരമായി ശ്രദ്ധിക്കണം, നിരീക്ഷിക്കണം. ശരീരത്തിന്റെ കുറച്ചിലുകൾ വസ്ത്രം കൊണ്ടു നികത്തണം. വസ്ത്രത്തിൽ

ലുള്ള ഡിസൈനുകൾ ഭംഗിയായി സംരക്ഷിച്ചുവെട്ടുകയും തയ്ക്കുകയും വേണം.

മുൻകാലത്ത് തയ്യാടുകയും ജുളിക്കുകയും (തുണിക്കട) ഒന്നിച്ചായിരുന്നു. അന്ന് റെഡിമെയ്ഡില്ല. വെള്ളയും പൊൻനിറവും പുളളിയുള്ള തുണിയും മഞ്ഞയും മാത്രമേ ലഭിക്കുകയുള്ളൂ. ഇന്നത്തെ കണക്കിനുള്ള സൗന്ദര്യബോധം 40 വർഷം മുമ്പില്ലായിരുന്നു. അന്ന് 10-ാം ക്ലാസ്സുകഴിഞ്ഞാൽ വലിയ സാങ്കേതികവിദ്യ എന്ന തരത്തിൽ തയ്യാട് പഠിക്കാൻ വിടുമായിരുന്നു. പിന്നീട് ടൈപ്പ്റൈറ്റിങ്ങും ഇപ്പോൾ കമ്പ്യൂട്ടർ പരിശീലനവുമായി. പെൺകുട്ടികൾ മാത്രമാണ് തയ്യാട് പഠിക്കാനെത്തുന്നത്. കേരളത്തിലെ ഫാഷൻടെക്നോളജി കോഴിസ്കൂ പഠിക്കുന്നവരിലധികവും പെൺകുട്ടികളാണ്. വളരെ ക്ഷമയോടെ ചെയ്യേണ്ട ജോലിയാണ് തയ്യാട്. പുരുഷന്മാർ മുഷിച്ചിലുള്ള ജോലി ചെയ്യുന്നതിൽ തല്പരല്ല. തയ്യാട് അറിയാവുന്ന ആൺകുട്ടികളും ഈ മേഖല വിട്ടുപോയി. ഗ്രാമപ്രദേശത്തു ശമ്പളം കുറവാണ്. വീടുപണിക്കുപോയാൽ 400-500 രൂപ ദിവസക്കൂലിയായി കിട്ടും. നാട്ടിൻപുറത്തുള്ള കുറേ തയ്യാട്ക്കാർ പട്ടണത്തിൽ പീസ് വർക്കു ചെയ്യുകയാണ്. ഒരു വസീത്രത്തിന്റെ നിശ്ചിത ഭാഗം ഒരാൾ എന്ന നിലപോലും വന്നുതുടങ്ങി. ചിലർ തോൾഭാഗം മാത്രം തയ്ക്കുന്നു; ചിലർ കൈഭാഗം മാത്രം.

സാരി ഉപയോഗിക്കുന്നവരെല്ലാം ബ്ലൗസ് തയ്യിച്ചിടുന്നവരാണ്. റെഡിമെയ്ഡു ബ്ലൗസ് ഇറങ്ങിയെങ്കിലും വിജയിച്ചില്ല. ചൂരിദാർ, പാവട തയ്ച്ചിടുന്ന രീതിയാണധികവും. ബോഡി ഷെയ്‌പിനുസരിച്ച് തയ്ക്കണമെന്നുള്ളതുകൊണ്ടാണ് സ്ത്രീകളുടെ കാര്യത്തിലിതു സംഭവിക്കുന്നത്. റെഡിമെയ്ഡു വാങ്ങുന്നവരും ഷെയ്‌പുചെയ്താണുപയോഗിക്കുന്നത്.

പുരുഷന്മാർ റെഡിമെയ്ഡിലേക്കു മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വയസ്സ് നാരിൽ നല്ലൊരു പങ്ക് തയ്ച്ചു വാങ്ങുന്നു. അവരിലും ഉദ്യോഗസ്ഥർ മിക്കവരും റെഡിമെയ്ഡാണു വാങ്ങുന്നത്.

അടിസ്ഥാനപരമായി വസീത്രത്തിൽ മാറ്റം വരുന്നില്ല. പുറമേയുള്ള ഇടപെടലുകളാണധികവും. അതിലധികവും സ്ത്രീകളുടെ വസീത്രങ്ങളിലാണ്. കഴുത്ത്, നെഞ്ച്, കയ്ക്ക്, അടിവശം, പുറകുവശം ഇങ്ങനെ മിക്ക സ്ഥലത്തും സ്ത്രീയുടെ വസീത്രങ്ങളിൽ ഇടപെടലുകളുണ്ട്. പുരുഷന്റെ

കഴുത്ത്, തോൾ, കോളർ, പ്ലാക്കറ്റ്, പോക്കറ്റ്, സ്ലീവ്, കഫ് ഇവിടങ്ങളിലാണ് ഇടപെടലുകൾ സംഭവിക്കുന്നത്.

ചെറുപ്പക്കാർ കടും നിറങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ചിലർ തിളങ്ങുന്ന വയുറും ഉപയോഗിക്കുന്നു. കുട്ടികൾക്ക് തിളങ്ങുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ തയ്യാറാക്കി വരുന്നുണ്ട്. വൃദ്ധർ വെളുപ്പും, ഇളം നിറങ്ങളുമാണ് സ്വീകരിക്കുന്നത്. സ്ത്രീകൾ കടും നിറങ്ങൾ പശ്ചാത്തലമായി അതിനുമീതെ ഡിസൈൻ എംബ്രോയ്ഡറി ഒക്കെ ഉപയോഗിക്കുന്നു. റബ്ബർ ആയി പിസ്തകളിൽ ഒരു വർഷം മെന്റായി നിന്നു. ഇപ്പോൾ ഇല്ല. ചുവപ്പിനും കമ്പോളത്തിൽ പ്രിയമുണ്ട്. ചെക്ക് ഉടുപ്പുകൾ പലതരത്തിൽ മാറി മാറി വരുന്നു. ഔട്ടുകാണിപ്പം.

തൂണി ആൾട്ടർ ചെയ്യുകയും കീറിയത് തയ്ക്കുകയും വളരെ അപൂർവ്വമായേ നടക്കാറുള്ളൂ. ആൾട്ടർ സ്പെഷ്യലിസ്റ്റുകൾ പട്ടണങ്ങളിലുണ്ട്. വിലകൂടിയ വസ്ത്രങ്ങളേ (ഉദാ: കോട്ട്) ആൾട്ടർ ചെയ്യാൻ എത്താറുള്ളൂ. 80കളിൽ കമ്പനിഷർട്ടും പാന്റ്സും ആൾട്ടർ ചെയ്യുന്ന പ്രവണതയുണ്ടായിരുന്നു.

ഫാഷൻ, അധികവും പട്ടണങ്ങളിൽ എത്തിയിട്ടാണ് ഗ്രാമത്തിൽ എത്താറുണ്ടായിരുന്നത്. ഇന്നിപ്പോൾ പ്രൊഫഷണൽ കോഴ്സുകൾ ഒരു തരത്തിൽ ജനകീയമായപ്പോൾ ഫാഷൻ, ഗ്രാമത്തിലുമെത്തി. അത് വേഗം പരക്കുന്നു. മാത്രമല്ല.
ടി.വി., സിനിമ എന്നിവയുടെ സ്വാധീനവുമുണ്ട്.

മതം, ജാതി എന്നീ വ്യത്യാസങ്ങൾ വസ്ത്രത്തിൽ നിന്ന് പോയി. പർദപോലെ വേറെയൊന്നും നിൽക്കുന്നില്ല. പർദയും കേരളം മുഴുവനും വ്യാപകമല്ല. തൊഴിലെടുക്കുന്ന പ്രത്യേകിച്ച്, പാടത്തും പറമ്പിലും പണിയെടുക്കുന്ന മുസ്ലീം സ്ത്രീകൾ പർദ ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. വീട്ടിലും പരിസരത്തും ഉപയോഗിക്കാറില്ല.

ആദിവാസിമേഖലയിലെ സ്ത്രീകൾ പൊതുസമൂഹത്തെപ്പോലെ ചുരിദാറു സാൽവാറും കമ്മീസും ഇടുന്നു. സ്ത്രീകളിൽ ആമരസൂലി ഫാഷൻ വരുന്നു.

കോട്ടൺഡ്രസിനു മാർക്കറ്റുണ്ട്. മധ്യവർഗം എക്സിക്യൂട്ടീവ് സ്റ്റൈൽ സ്വീകരിക്കുന്നു. മുസ്ലീം വിഭാഗം കൂടുതൽ വസ്ത്രം വാങ്ങി തയ്യാറാക്കുന്നു. പോളിയസ്റ്റർ, മഴക്കാലത്താണ് പ്രിയം. മെറുൺ,

സ്ട്രൈക്കിംഗ് എന്നീ നിറങ്ങൾ ജനങ്ങൾക്ക് പൊതുവെ ഇഷ്ടമാണ്. മാച്ചിങ്ങിനു കൂടുതൽ ശ്രദ്ധിക്കുന്നത് പെൺകുട്ടികളാണ്. വെള്ള, പ്രായക്കൂടുതലുള്ളവർ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പുതിയ തലമുറ ശരീരബോധമുള്ളവരാണ്. ബനിയൻ ഉപയോഗിക്കുന്നവർ കുറവാണ്. ഒരു ദിവസം ഖദർ യൂണിഫോം മാത്രം ഇടുന്നതു നിർബന്ധമുള്ള സ്കൂൾ കണ്ണൂർ ജില്ലയിലുണ്ട്.

മുണ്ടിന്റെ ഉപയോഗം കുറവാണ്. പെരുന്നാളിനും ഓണത്തിനുമാണ് തയ്യാർ കൂടുതലുള്ളത്.

ട്രൈകോണിക്സ് തയ്യാർജോലി ചെയ്യാൻ ബുദ്ധിമുട്ടാണ്. തൊഴിലിന് മാന്യതയില്ല. പുറം രാജ്യങ്ങളിലുണ്ട്.

ഏറെ പ്രായമായ സ്ത്രീകൾ *വെമുല* നോക്കാറില്ല. കഴുത്ത് കട്ടിങ് പല പ്രകാരത്തിലാണ്. ഓണത്തിന് മതപരമായ വ്യത്യാസമില്ലാതെ വസ്ത്രം തയ്യാറാക്കുന്നു.

പഴകിയ വസ്ത്രം ഇടുന്നവർ തീരെ കുറവ്. ഫാഷൻ മാറിയാൽ പോലും ആ വസ്ത്രം ഇടാറില്ല. വിചാരിച്ചതിൽ കൂടുതൽ ലൂസോ ടൈറ്റോ ആണെങ്കിൽ ആ വസ്ത്രം ധരിക്കില്ല.

ആഘോഷങ്ങളുടെ എണ്ണം വർദ്ധിച്ചു. വാങ്ങിക്കൂട്ടുന്ന സ്വഭാവമുണ്ട്. തൊഴിലുറപ്പുപദ്ധതി ഗ്രാമങ്ങളിലെ കമ്പോളങ്ങളെ ഊർജിതപ്പെടുത്തി.

ആൺകുട്ടികളും ശരീരം നഗ്നമാക്കികാട്ടുന്ന രീതി വന്നു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. അവർ ജട്ടി പുറത്തുകാണുന്ന തരത്തിൽ ഷർട്ടിന്റെ ഇറക്കം കുറയ്ക്കുന്നു.

പാന്റ്സ് ഊരിപ്പോയതു കാരണം എറണാകുളത്ത് പെൺകുട്ടി ആത്മഹത്യ ചെയ്ത സംഭവത്തോടനുബന്ധിച്ച് അല്പകാലം വശങ്ങളിലെ തുറപ്പിന്റെ നീളം കുറച്ചു. ഇപ്പോൾ വീണ്ടും പഴയ സ്ഥിതി വന്നു. ചില ഇംഗ്ലീഷ് മീഡിയം സ്കൂളുകളിൽ ഹൈസ്കൂൾ ക്ലാസിലും നിന്നും പാവായും നിർബന്ധമാണ്. കുട്ടിയാണെന്നു ബോധ്യപ്പെടുത്താനായിരിക്കും ഇങ്ങനെ നിർബന്ധിക്കുന്നത്.

തുണി വെട്ടി ഉണ്ടാക്കുന്ന രേഖാപരമായ ഇടപെടലുകൾ ശരീരത്തിന്റെ ക്രമത്തെയും ഭാവത്തെയും മാറ്റും. കൂത്തനെയുള്ള രേഖ പൊക്കം

തോന്നിപ്പിക്കും. പരസ്പരം ഖണ്ഡിക്കുന്ന രേഖകൾ കാഴ്ചക്കാരനു നേരെ തള്ളിവരുന്ന ഭാവം സൃഷ്ടിക്കും. വളഞ്ഞ രേഖകൾ മൃദുലഭാവം സൃഷ്ടിക്കും. എംബോയ്ഡറി വർക്കുകൊണ്ടും ഭാവഹാവാനിയിൽ മാറ്റം ഉണ്ടാക്കാൻ കഴിയും.

°. ഫാഷൻ മേഖല

ഫാഷൻ ട്രെന്റും അതിന്റെ പിന്നാമ്പുറങ്ങളും, ഫാഷനും കേരളവും ലോകവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട്, ഫാഷൻ - തടസ്സങ്ങൾ - മതം - സംസ്കാരം, ഫാഷൻ - ഗ്രാമം - പട്ടണം പ്രശ്നങ്ങൾ - സാധ്യതകൾ, വസ്ത്രവും നിറവും, സിനിമ/ ടി.വി. ബന്ധം, ലൈംഗികത - വസ്ത്രം - ഫാഷൻ - സമീപനം, ഡിസൈൻ - വസ്ത്രം, വസ്ത്രം - ശരീരം - വയസ്സ്, വൈരുദ്ധ്യം, പാരമ്പര്യവും - മോട്ടീഫുകളും, കാഴ്ച - സ്ത്രീ, പുരുഷൻ, വസ്ത്രം വൈവിധ്യം - പ്രായം, ജാതി, മതം, കാലാവസ്ഥ, ഉപഭോഗവും മലയാളിയും

ആവേദകർ

ബിന്ദു (25), ദീപിക (25), സീന (34), റഹ്ന (28) (ഗസ്റ്റ് അധ്യാപകർ), കിരഗേശ്വലേ ീള വമിറഹ്നീാ മിറ ലേഃശേഹല ലേരവീഹീഴ്യ, റവീമേറമ, ഗമീനൂ 10.08.2009.

മുകളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങളെ ആസ്പദമാക്കിയാണ് അഭിമുഖം നടത്തിയത്. ആയതിന്റെ സംക്ഷിപ്തവിവരമാണ് ചുവടെ ചേർക്കുന്നത്.

ഒരു വർഷത്തിനും രണ്ടു വർഷത്തിനു ഇടക്ക് വിപണിക്ക് ആവശ്യമായ മാതൃകകൾ കമ്പോളത്തിൽ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു.

ഫാഷൻ പ്രവചനങ്ങളുണ്ട്. അതിനായുള്ള വിദഗ്ദർ സിനിമ തുടങ്ങിയ മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ലോകനിലവാരത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ കേരളത്തിലും പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു. ഇപ്പോൾ ഫാഷൻ വിവരങ്ങൾ എത്തുന്നു.

ഫാഷൻ, ഗ്രാമങ്ങളിൽ തടസ്സവും താമസവും ഉണ്ട്. ചെറുപ്പക്കാർക്കും ജാതി മതവ്യത്യാസമില്ലാതെ ഫാഷൻ വിധേയരാണ്. ഫാഷൻ പെട്ടെന്ന് മാറുന്നു. ചില വസ്ത്രങ്ങൾ എന്നും ട്രെന്റായി നിലകൊള്ളുന്നു. അതിനെ ക്ലാസിക് എന്നു വിളിക്കുന്നു. ജീൻസുകൾ എന്നും ചെറുപ്പക്കാർക്കിടയിൽ പ്രിയമാണ്. റഹ്നയുടെ ആയതു കൊണ്ടായിരിക്കാം ഇതിനോട് അധികം പ്രിയം.

ലോകനിലവാരത്തിലുള്ളവ, മാറ്റങ്ങളോടെ ഇവിടെ സ്വീകരിക്കുന്നു. ചൂരിദാരിനുപോലും കേരളത്തിന് പ്രത്യേകം പാഠങ്ങളുണ്ട്. കുമ്മാരികുമാരന്മാരാണ് അതിവേഗം സ്വീകരിക്കുന്നത്. അവരിലൂടെ ആശയം പരക്കുന്നു.

ടൗണിലെ ഹയർക്ലാസ് ക്രിസ്ത്യൻസ് കറന്റ് ഫാഷൻ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഗ്രാമപ്രദേശത്തുള്ളവരും പട്ടണത്തിലെ രീതികൾ അനുകരിക്കുന്നു. മുസ്ലീംങ്ങൾ വിലകൂടിയ വസ്ത്രങ്ങളും, തിളക്കമാർന്നവയും ഉപയോഗിക്കുന്നു.

മൺമറഞ്ഞ ഫാഷൻ മാറ്റങ്ങളോടെ തിരിച്ചുവരുന്നു. പുരുഷന്റെ കോളർ, ഷോൾഡർ, സ്ലീവ്, പ്ലാക്കറ്റ്, പോക്കറ്റ് ഇവയിലാണ് മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തുന്നത്. സ്ത്രീക്ക് അനേകം ചോയ്സാണ്. പുരുഷന്റെ അപ്പർ പാർട്ടി നാണ് പ്രാധാന്യം.

ചൂരിദാർ വ്യാപകമായി. പക്ഷേ സാരി പാരമ്പര്യമാണ്; അതുപോകില്ല. സൗകര്യമെന്നത് മനോഭാവം അനുസരിച്ചാണ് സുരക്ഷിതത്വം ആപേക്ഷിക്കുന്നത്. മധ്യവയസ്സു കഴിഞ്ഞാൽ ചൂരിദാർ ഉപയോഗിക്കുകയില്ല, സാരിയിലെത്തും. പിന്നെ ചടങ്ങുകൾക്ക് സാരി നിർബന്ധമാണ്.

കാഴ്ച സ്ത്രീക്കും പുരുഷനും ബാധകമാണ്. എങ്കിലും സ്ത്രീയാണ് കാഴ്ചവസ്തു. മാന്യമായ നോട്ടം എല്ലാവരും ആഗ്രഹിക്കുന്നു. മറ്റുള്ളവർ കണ്ട് ഇഷ്ടപ്പെടണമെന്ന് ഏവർക്കും ആഗ്രഹം കാണും.

പിസ്ത ട്രെന്റായി നിന്നു. പക്ഷേ അതു പോയി. കടും നിറങ്ങൾ പശ്ചാത്തലമായും വരുന്നുണ്ട്.

പാർട്ടിവെയറുകൾ വാങ്ങുന്നത് സമ്പന്നരാണ്. ഷോപ്പിങ് ട്രെന്റുണ്ട്. വിശേഷാൽ ചടങ്ങുകളുടെ എണ്ണകൂടി വരുന്നു. സ്ത്രീക്ക് എല്ലാറ്റിനും പുതിയ വസ്ത്രം നിർബന്ധമാണ്. വസ്ത്രമാണ് അവളെ മാന്യയാക്കുന്ന ഒരു പ്രധാന ഘടകം.

വയസ്സും ശരീരത്തിലെ പ്രശ്നങ്ങളും മറച്ചു വയ്ക്കാൻ വസ്ത്രം പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു. ഡിസൈൻ പലതരത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്നു. കളർ, വര ഇവയൊക്കെ കൊണ്ട് ഡിസൈൻ തീർക്കുന്നു. തൂണിവെട്ടുന്ന രീതി കൊണ്ടും എംബ്രോയ്ഡറി കൊണ്ടും ഡിസൈൻ തീർക്കാം. രേഖകൾകൊണ്ട് ഒരാളിന്റെ ഭാവം വ്യത്യസ്തമായി തോന്നിപ്പിക്കാം:

നേർവരകൾ - ഉറപ്പ്, മാന്യത, ലംബം - ഉയരം, മെലിവി, തിരശ്ചീനം - ചെറു
ത്ത്, ശാന്തത, വികർണം - വണ്ണം, അസ്വസ്ഥത, വളഞ്ഞത് - വലുത്, മങ്ങിയ
പ്രകൃതം, സ്ത്രൈതണം, പരിവൃത്തി - ആകർഷണീയം, വേഗത, ക്രോസ് -
ശ്രദ്ധ, വളഞ്ഞത് - സ്ത്രൈതണം

പരസ്യം ശക്തമാണ്. ജട്ടിയുടെ പരസ്യത്തിലെ എഹമാല എന്ന
പ്രയോഗം ള്ളീശേര ഉലലഹ ഉണ്ടാക്കാനാണ് പ്രയോഗിച്ചത്.

ഷാളിന് ധർമ്മില്ല. അത് എഹഗുഹഹ എന്ന അർത്ഥത്തിൽ
മാത്രം ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്നു.

ഇ്ളീയ്യേ/രമുലഹലര - എന്നീ രണ്ടുപ്രയോഗങ്ങൾ ഫാഷനുമായി
ബന്ധപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്.

സാനിട്ടറിനാപ്കിൻസ് ഉപയോഗിക്കുന്നതിൽ ദോഷമുണ്ട്, പാരി
സ്ഥിതിക പ്രശ്നം. സിന്തറ്റിക് വസ്ത്രങ്ങൾ പരിസ്ഥിതിയെ ബാധിക്കുന്നു.
പക്ഷേ സൗകര്യമാണ്. ഒരു നല്ല വിഭാഗം ആളുകളും വീട്ടിൽ സാധാരണ
കോട്ടൺ തുണിയാണുപയോഗിക്കുന്നത്.

വ്യത്യസ്തമാവുക എന്ന മനോഭാവം പൊതുവെയുണ്ട്. അതുകൊണ്ട്
പുതിയ രീതികൾ വരുന്നു.

സീകരിക്കുക, പിന്തുടരുക (അനുകരിക്കുക) എന്നീ കാര്യങ്ങൾ മനു
ഷ്യസഹജമാണ്.

പർദ ഇന്ന് ഫാഷൻ വസ്ത്രമാണ്. കച്ചവടത്തിന്റെ ഭാഗമായിട്ടു
കൂടി വന്നതാണ്. പർദ സെമിനാർവരെ നടന്നു. പർദക്കുള്ളിൽ വിലകു
ടിയ വസ്ത്രങ്ങൾ ധരിക്കുന്നു. 1001-പർദകൾ എന്ന പരസ്യം വരെ കണ്ട
താണ്, മഹിത അനേകം രീതിയിലുണ്ട്

ലിംഗവ്യത്യാസം സത്യമാണ്, അത് വസ്ത്രംകൊണ്ട് മാറ്റാനാവില്ല.
ജീൻസ് ധരിച്ചാലും സ്ത്രീകൾക്ക് പ്രത്യേക പാഠമുണ്ട്.

ആ്യ്യ ഗുശലിറ ഉമരവശീ, എന്നൊക്കെയുണ്ട്. അതൊരു മുലമഹ
ആണ്. ശരീരഘടനക്കനുസരിച്ച് വസ്ത്രം ധരിച്ചേ മതിയാകൂ.

ഫാഷൻ ഷോകൾ, സ്പോൺസേർഡ് പരിപാടികൾ, കായികമത്സ
രങ്ങളിൽ ചിയർഗേൾസ് ഷോകൾ, റിയാലിറ്റി ഷോകൾ, ഇതൊക്കെത്തന്നെ

പ്രധാനമായും ലക്ഷ്യമിടുന്നത് പുരുഷനെയാണ്. സ്ത്രീക്കേ ഇത്തരത്തിൽ ആകർഷണമുണ്ടാക്കാൻ കഴിയും. ഇത്തരം ഷോകൾ പല വസ്ത്രങ്ങളെയും ട്രെൻ്റാക്കി മാറ്റാറുണ്ട്.

പാരമ്പര്യമുദ്രകൾ, മാറ്റം വരുത്തിയാണ് വസ്ത്രങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. തെയ്യത്തിന്റെ ചില കാര്യങ്ങൾ സാരിയിൽ ഉപയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഉപഭോഗശീലം കൂടി വരികയാണ്. ഓണം ഉത്സവം ആണ്; ആ സമയത്ത് എല്ലാവരും വാങ്ങുന്നു. വാങ്ങിന് പ്രത്യേകം സന്ദർഭം വേണമെന്നില്ല. ആളുകളിൽ ആഡംബരഭ്രമമുണ്ട്.

ഫാഷൻ മാറിയാൽ, വസ്ത്രം പഴയതിനു സമമാണ്.

സ്ത്രീയെ അപേക്ഷിച്ച് ഫാഷൻ ലോകത്തിൽ പുരുഷൻ താഴെയാണ്.

ശ. വിതരണമേഖല

താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കി അഭിമുഖത്തിൽ നിന്നും ലഭിച്ച കാര്യങ്ങളുടെ നടത്തിയ ചുരുക്കം താഴെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

കേരളത്തിൽ വസീത്രവും തുണിയും എവിടുന്നു വരുന്നു. എത്തിക്കുന്നതാൽ, കേരളവും ഫാഷൻ മേഖലയും, കേരളത്തിലെ വസീത്രങ്ങൾ, റെഡിമെയ്ഡും തുണിയും, ടെന്റുണ്ടാകുന്നതെങ്ങനെ, അടിവസീത്രവിപണി, ശരീരത്തെക്കുറിച്ചുള്ള കാഴ്ചപ്പാട്, ഉപഭോഗരീതികൾ, വയസ്സ്, ജാതി, മതം.

ആവേദകൻ

പ്രിയേഷ് (30), വളപ്പിൽ വീട്ടിൽ, കണ്ണൂർ

26/5/2008

തിരുവനന്തപുരം മുതൽ കാസർകോടുവരെ ജില്ലകളിൽ പല ഘട്ടങ്ങളിലായി വിതരണക്കാരന്റെ ജോലി ചെയ്തുവരുന്നു. ഇപ്പോൾ കോഴിക്കോട്, വയനാട്, കണ്ണൂർ കാസർകോഡ് ജില്ലകളിലാണ്. അമ്മാവൻമാർക്ക് വസീത്രവിപണിയുമായി നല്ല ബന്ധമുണ്ടായിരുന്നു. സാരി, അടിവസീത്രങ്ങൾ, ഉടുപ്പ് ഇവയാണ് ഇപ്പോൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നത്.

റെഡിമെയ്ഡിനു മാർക്കറ്റ് കൂടുന്നു. അഹമ്മദാബാദ്, സൂററ്റ്, ബനാറസ്, മധുര, ബാംഗ്ലൂർ മുംബൈ, ന്യൂഡൽഹി, കോയമ്പത്തൂർ എന്നീ പട്ടണങ്ങളിൽ നിന്നാണ് പ്രധാനമായും വസീത്രങ്ങൾ വാങ്ങുന്നത്. ലുക്കി, മുണ്ട്, സാരി ഇനങ്ങൾ തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്നാണ് വാങ്ങുന്നത്. കുട്ടികളുടെ ടീഷർട്ട് ബാംഗ്ലൂർ, കോയമ്പത്തൂർ എന്നിവിടങ്ങളിൽ നിന്നും വാങ്ങുന്നു, ജീൻസ് ബല്ലാരിയിലും നിന്നും ലുക്കി ഈറോഡിലും, ഫ്രോക്ക് കൽക്കട്ടയുലും, ബനിയൻ തിരുപ്പൂരിലും, സൂട്ടിങ് അഹമ്മദാബാദിലും, ഷിഫോൺ സൂററ്റിലും നിന്നാണ് വാങ്ങുന്നത്. മുണ്ട് അധികവും ജീംലൂഹനീൽ നെയ്തതാണ്. ഇപ്പോൾ ചെറിയ കടകളിൽ നിന്നുപോലും ഓർഡർ തന്ന്, വിതരണക്കാർ എത്തിക്കുകയാണ്, തോർത്ത്, മാക്സി എന്നിവ ലോക്കൽ മാർക്കറ്റിൽനിന്ന് വാങ്ങുന്നു. അതിൽ മാക്സി തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്ന് ധാരാളം എത്തുന്നു. കേരളത്തിന്റെ ആവശ്യത്തിനുള്ള ഇവിടെനിന്നുത്പാദിപ്പിക്കുന്നില്ല.

അടിവസീത്രം ഒരു വലിയ വിപണിയാണ്. കോഴിക്കോട് തുടങ്ങിയവൻ പട്ടണങ്ങളിൽ ഒരു ദിവസം 1മ ലക്ഷം രൂപക്ക് അടിവസീത്രം മാത്രം വിറ്റു പോകുന്ന കടകളുണ്ട്. കമ്പനി സാധനങ്ങൾ ഇടത്തരക്കാരും ധനികരും ആവശ്യപ്പെടുന്നു. ദരിദ്രർ സാധാരണ ഇനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നു. അവർ

വഴിയോരക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്നാണ് മിക്കവാറും വാങ്ങുന്നത്. ബനിയൻ ചെലവ് വളരെ കുറവാണ്. ഉപയോഗിക്കുന്നവരിലധികവും മധ്യവയസ്കരാണ്.

അടിവസ്ത്രത്തിന് വനിതാ മാസികകളിൽ പരസ്യം നൽകുന്നതിൽ നല്ല പ്രതികരണം ലഭിക്കുന്നു, വനിതമാസികകൾ അധികവും വാങ്ങുന്നത് പുരുഷന്മാരാണ് എന്നതും ശ്രദ്ധേയമാണ്. ലൈംഗികമായ ഉത്തേജനം നൽകുന്നതരത്തിലാണ് അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ പരസ്യം വിഭാവന ചെയ്തിരിക്കുന്നത്. ബനിയൻക്ലോത്താണ് അടിവസ്ത്രങ്ങൾക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്ന മെറ്റീരിയൽ. ഓണം, സ്കൂൾതുറപ്പ്, പെരുന്നാൾ - ഈ സമയത്താണ് കച്ചവടം കൂടുതൽ നടക്കുന്നത്. കന്നിമാസത്തിൽ ഡിസ്കൗണ്ട് സെയിൽസ് നടക്കുന്നു. മതവും വസ്ത്രവും തമ്മിൽ ബന്ധം കാണുന്നത് ചടങ്ങുകളിലും പർവ്വയുടെ കാര്യത്തിലുമാണ്. വെള്ള നിറത്തിലുള്ള അടിവസ്ത്രമാണ് സ്ത്രീകൾക്ക് പൊതുവെ പ്രിയം. പിന്നെ ആഷ്, ബ്ലൂ എന്നിവ.

സ്പോർട്സ് വെയർ വീട്ടിൽ ധരിക്കുന്ന രീതി വ്യാപകമാകുന്നു. അടിവസ്ത്രം തെരുവോരത്ത് 20 രൂപയിൽ തുടങ്ങി, 750-1000 രൂപവരെ വിലയുള്ളത് ലഭ്യമാണ്.

കോട്ടൺ, പരിസ്ഥിതിക്ക് നല്ലതും സിന്തറ്റിക് ദോഷവുമാണ്. ആളുകൾ വസ്ത്രം വാങ്ങിക്കൂട്ടുന്നു. ഡിസ്ട്രിബ്യൂട്ടർമാർക്ക് കച്ചവടം ലക്ഷ്യം കവിഞ്ഞാൽ ദുബായ് ട്രിപ്പ്, വാഗ്ദാനം നൽകുന്നു. വിദേശകമ്പനികൾ വസ്ത്രവിപണിയിൽ നല്ല സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നു.

കേരളത്തിന് പ്രത്യേകവസ്ത്രപാഠങ്ങളുണ്ട്. സ്ത്രീകളാണ് വസ്ത്രത്തിലും വസ്ത്രധാരണത്തിലും കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ പുലർത്തുന്നത്.

ശ്രീശ്രീ. ഡിസൈനർ

വിഷയം: തയ്യൽ, ഡിസൈൻ, നിറം, സ്റ്റൈൽ, ഫാഷൻ

ആവേദകൻ

ഹബ്ബാജ് ഹസ്സൻ (52), കിം, എറണാകുളം

തയ്യൽക്കാരനായി ജീവിതം തുടങ്ങിയ ഹസ്സൻ വസീത്രനിർമാണം ഒരു കലയാണെന്ന് തിരിച്ചറിഞ്ഞു. ഇപ്പോൾ എറണാകുളം ഷേണായി സിനു സമീപം വസീത്രവിപണനശാലയും ടെയിലറിങ് ആന്റ് ഡിസൈനിങ് ഷോപ്പും നടത്തുന്നു. വിദേശത്തും സ്വദേശത്തുമുള്ള ധനികരുടെയും സിനിമക്കാരുടെയും കോട്ടും വസീത്രങ്ങളും ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്നു.

വസീത്രം മറയ്ക്കാനും മറന്നീക്കാനും ഉള്ളതാണ്.

ശരീരശാസ്ത്രം പ്രധാനമാണ്. സ്ത്രീ പുരുഷന്മാരെ തരംതിരിച്ച് മനസ്സിലാക്കണം. സ്ത്രീയുടെ ശരീരം നിമ്നോന്നതമാണ്. കൃത്യമായും പ്രകൃതിയാണ്. വയറുകൂടിയും കൈ കാൽ വണ്ണം കുറഞ്ഞവരും കാണും. നടത്തത്തിൽ പ്രശ്നമുള്ളവരുമുണ്ടാകും. അത് നിരീക്ഷിച്ച് അളവെടുക്കേണ്ടതാണ്.

ശരീരത്തിന്റെ ഉയരം, വണ്ണം എന്നിവ പരിഗണിച്ച് ഡിസൈൻ സമീകരിക്കണം. ചില മെറ്റീരിയലുകൾ വണ്ണക്കൂടുതലും ചിലവ വണ്ണക്കുറവും തോന്നിക്കും.

വസീത്രം സംസ്കാരത്തിന്റെ ഉൽപ്പന്നമാണ്. ആഗോളീകരണം വസീത്രമേഖലയിൽ നിലവിലുണ്ടിരിക്കുന്ന പരത്തി; പ്രത്യേകിച്ചും ഉയർന്ന വർഗക്കാർക്കിടയിൽ. അതു ഘട്ടംഘട്ടമായി താഴെ വ്യാപിക്കുന്നു. ഫാഷൻ മേഖല വൻവ്യവസായമാണ്.

ഓരോ മനുഷ്യന്റെയും സ്വത്വം (ശരീരം, മനസ്സ്) തിരിച്ചറിയണം. അടങ്ങുന്ന പ്രകൃതം, തെറിക്കുന്ന പ്രകൃതം ഇങ്ങനെയാണ്. സ്റ്റാഫ് തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ അതൊക്കെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്. പുരുഷന് *ടവമ്യൂ ജലിലദ്യേമശേഷി ടദ്യേമശേഷി* ആണ്.

വസീത്രം *സെക്കുലർ* ആകണം. ചിഹ്നങ്ങൾ പാടില്ല. പർദയും മഹിതയും ഫാഷന്റെ ഭാഗമാണ്. പാലസ്തീൻ മോഡൽ മഹിത കമ്പോളത്തിലുണ്ട്. എല്ലാ മതക്കാരും പർദ ഇടക്കിടെ ഉപയോഗിച്ച് അതിനെ തിരിച്ചറിവിന്റെ രീതിയിൽനിന്ന് ന്യൂനപ്പെടുത്തണം.

സെറ്റുമുണ്ട് അമ്പലത്തിൽ നിഷ്ഠപോലെ ഉടുക്കുന്ന പ്രവണത കണ്ടു വരുന്നു. അതാകണം മുസ്ലീങ്ങൾ അതുടുകൊണ്ട് വിമുഖത കാണിക്കുന്നത്. കാവി, ഞ.ട.ട.കാർ ചിഹ്നമായി ഉടുത്തപ്പോഴാണ് *ചെരലേഴശമി* ആയത്. ഇതെല്ലാം ആലമസ ചെയ്യണം. കാവി മണ്ണിന്റെ നിറമാണ്. പച്ച, *കാക്കാൻ കളർ* എന്നു പറയുന്നതിൽ അർത്ഥമില്ല; പ്രകൃതിയുടെ നിറമാണ്. അത് ഒരു മതത്തിന്റെയും വകയല്ല. വെള്ളനിറത്തിന് അധീശത്വത്തിന്റെ ഭാവമുണ്ട്. ചുവപ്പ് ആഗോളകമാണ്. ആകർഷകവും ശക്തിമത്തുമാണ്. വസീത്രത്തിന്റെ നിറം ശരീരത്തിന്റെ നിറവുമായി ഇണങ്ങിയും പിണങ്ങിയും നിൽക്കും. വർധനയും കുറവും സമീകരണവും സൃഷ്ടിക്കാറുണ്ട്. വെട്ടിത്തയ്ക്കുമ്പോൾ തീർക്കുന്ന രേഖാതീതികൾ (ഡിസൈൻ), ധരിക്കുന്ന ആളിന്റെ പ്രകൃതത്തെ മാറ്റിമറിക്കും.

മനുഷ്യൻ എന്ന ഒരൊറ്റ ചിഹ്നം മാത്രം മതി എന്നാണ് എന്റെ അഭിപ്രായം. പക്ഷേ, സീതീ പുരുഷ വ്യത്യാസം ഇല്ലാതാക്കില്ല, പുരുഷന്റെ ആവശ്യം കൂടിയാണ് അത്. സീതീ പുരുഷന്മാർ തമ്മിൽ രൂപത്തിന്റെ പ്രശ്നമുണ്ട്. യൂണിഫോം അനാവശ്യമാണ്.

ചരക്കുവൽക്കരണം നടക്കുന്നു. സീതീയും പുരുഷനും ചരക്കാണ്. നോട്ടം എല്ലാവർക്കും ഉണ്ട്. വ്യത്യാസമുണ്ടെന്നുമാത്രം. കാണാനാളുണ്ട്, അതില്ലാതാകുമ്പോൾ വസീത്രം അപ്രസക്തമാകുന്നു. *ഉലമെ ജീവിയേലൂര* എന്ന ആശയം ഗാന്ധിജിയുടേതാണല്ലോ.

വസീത്രത്താൽ നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നു. എല്ലാവർക്കും സൗന്ദര്യനിർമ്മിതിയിൽ മോഹമുണ്ട്. വസീത്രം കൊണ്ട് *എമിര്യ* ചെയ്യുമ്പോലെ മറ്റൊന്നു കൊണ്ടും ആവില്ല.

ഫാഷൻ അല്പകാലസ്ഥിതമാണ്, *മൈസക്ലിക്കുമാണ്*. കേരളം ലോക ഫാഷൻ ട്രെന്റുകളെ അതേ സമയത്ത് നടപ്പിലാക്കുന്നില്ല. 6 മാസം - 1 വർഷം വരെ താമസം വരും.

മാറു മറയ്ക്കുക എന്നത് നമ്മുടെ കൾച്ചറിൽ അത്ര വലിയ പ്രശ്നമല്ലായിരുന്നു. അതിനാലാണ് ഷാൾ, *ഫുൾഫി*ൽ ഐറ്റുമായി നിൽക്കുന്നത്. വസീത്രമല്ല, അതിന്റെ രൂപപ്പെടുത്തലും ഉടുക്കലുമാണ് നിർണയിക്കുന്നത്.

ടി.വി.യും സിനിമയും, വസീത്രവിപണിയും തമ്മിൽ കാര്യമായ ബന്ധമുണ്ട്. പല സിനിമകളിലെയും ടി.വി. ഷോകളിലെയും വസീത്രം സ്പോൺസർ ചെയ്യുന്നത് വസീത്രവിപണിയാണ്. സിനിമയിലൂടെ, റിയാലിറ്റി ഷോകളിലൂടെ വസീത്രങ്ങൾ ട്രെന്റാകുന്നു.

വസ്ത്രം കൊണ്ട് ഇലഹലയുമലേ ചെയ്യുന്നത് മുസ്ലീങ്ങളാണ്. വില കൂടിയതും കടും നിറമുള്ളതും തിളങ്ങുന്നതും പുതുമയുള്ളതുമെല്ലാം അവർ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പർദയും ഏറ്റവും മോഡേണാക്കി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

തോർത്ത് ഏറെ അർത്ഥം തരുന്ന വസ്ത്രമാണ്. 'അരയും തലയും മുറുക്കിയിറങ്ങുക, 'കച്ചകെട്ടുക' എന്നീ ചൊല്ലുകൾ നിലവിലുണ്ടല്ലോ.

സമൂഹം പ്രധാനമാണ്. ഉലരശറശിഴ ജമരജീ ആണ്. പ്രത്യേകിച്ചും ഗ്രാമസമൂഹം. അവിടെ വ്യക്തിയുടെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങൾ അപ്രസക്തമായിത്തീരുന്നു. ഇപ്പോൾ വ്യക്തിയുടെ തീരുമാനത്തിന് കൂടുതൽ പ്രസക്തി വന്നുചേർന്നിട്ടുണ്ട്.

വസ്ത്രം നഗ്നതമറയ്ക്കാനുള്ള വസ്തുവല്ല. നേരെമറിച്ച്, ബമിഘമരജ്യേശിഴ റല്ശരല ആണ്. ഡിസൈൻ, തയ്യാർക്കാരൻ തീരുമാനിക്കുന്നു. നിങ്ങൾ ആരാകണമെന്ന്, നിങ്ങൾ തീരുമാനിക്കണം. പക്ഷേ, കമ്പോളത്തിന്റെ തീരുമാനം വളരെ പ്രധാനമാണ്.

തൊഴിലിനെ അമാന്യവൽകരിക്കുന്നതിൽ തൊഴിലാളിക്കുകൂടി പങ്കുണ്ട്. തയ്യാർക്കാരൻ കലാകാരനാണെന്നു തിരിച്ചറിയണം. അപ്പോൾ മാത്രമേ ഗ്രാമീണ തയ്യാർമേഖല രക്ഷപ്പെടുകയുള്ളൂ. കാലോചിതമായി മാറുകയും വേണം. ദ്രുതഗതിയിൽ വരുന്ന മാറ്റങ്ങൾക്കെതിരെ മുഖം തിരിക്കരുത്.

ശശശ. വിശിഷ്ട വ്യക്തി

സാമൂഹികപ്രവർത്തകനായ അവേദകൻ സ്വന്തം അനുഭവത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ കേരളീയരുടെ പൊതുമനസ്സിനെക്കുറിച്ച് പറഞ്ഞതിന്റെ സംക്ഷിപ്ത വിവരം ചുവടെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

ആവേദകൻ

ബിജു (32), അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ, കൃഷി വിജ്ഞാന കേന്ദ്രം, പൂവൂർ, പന്നിയൂർ

26.05.2008

അമിതഭോഗം മലയാളിയുടെ പ്രധാന ദൗർബല്യമായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു. സിന്തറ്റിക് വസ്ത്രങ്ങളുടെ 'വെയ്സ്റ്റ് മാനേജ്മെന്റ്' ഒരു വൻ പ്രശ്നമായിത്തീരാൻ പോകുന്നു. വസ്ത്രമായതിനാൽ പുറത്തു പെട്ടെന്ന് കളയില്ല. പക്ഷേ, വീടിനു താങ്ങാവുന്നതിനപ്പുറം നിറയുകയാണ്. പഴയ സാരികളും ഷാളും മുണ്ടുകളും മറ്റും ജനൽ കർട്ടൻ തുടങ്ങി പലതിനും ഉപയോഗിച്ചിട്ടും തീരാതെ വരുന്നു. വെള്ളത്തിന്റെ അമിതമായ ഉപയോഗംകൂടി വസ്ത്രനിർമ്മാണത്തിൽ സംഭവിക്കുന്നു. വൈദ്യുതി തുടങ്ങിയ ഊർജത്തിന്റെ നഷ്ടം, കൂലിച്ചെലവ് ഇവയെല്ലാം പരിഗണിക്കണം.

ആഡംബര പ്രിയം ധനപരമായ നഷ്ടമുണ്ടാകുന്നു. സ്ത്രീകളുടെ വസ്ത്രങ്ങളിൽ (പ്രൈംസ് തുടങ്ങിയവ) തട്ടുകൾ തീർക്കുമ്പോൾ ഒരു പാട് അടർ തുണി അധികമായി വേണ്ടിവരുന്നു. ഇത് ദേശീയനഷ്ടമാണെന്നറിയുന്നില്ല.

പടിഞ്ഞാറാണ് മലയാളികളുടെ മാതൃക. അമേരിക്കൻ-യൂറോപ്യൻ രീതികൾ, മലയാളികൾ പുറമെ എതിർത്തുകൊണ്ട് സ്വീകരിക്കുന്നു. വിലകൂടിയ കമ്പനി ഷർട്ടുകൾ സാധാരണക്കാർപോലും വാങ്ങുന്നു. പരസ്യം കാര്യമായി സ്വാധീനിക്കുന്നു. സിനിമ, ടി.വി. ആളുകളെ മയക്കുന്നു. പാർട്ടി എന്നാൽ രാഷ്ട്രീയപ്പാർട്ടി എന്നായിരുന്നു അർത്ഥമാക്കിയിരുന്നത്. ഇന്ന് പാർട്ടി എന്നാൽ *ഗ്ലിരശേരീ* എന്നാണ് അർത്ഥം. അനേകം പാർട്ടികൾ നടക്കുന്നു. അവിടെയൊക്കെ പുതുവസ്ത്രങ്ങൾവേണം. വസ്ത്രത്താൽ ഒരാളെ മറയ്ക്കുകയും അല്പാല്പം മറ നീക്കിക്കാണിക്കുകയും ചെയ്യാം. ആളെ മാറ്റിത്തീർക്കാം. കുറവുകളെ മറയ്ക്കാം. മാനുതയും സമ്പന്നതയും നടിക്കാം. അനുകരണം പ്രധാന പ്രശ്നമാണ്. അയൽവാ

സിയുടെ രീതികൾ അതിലും മെച്ചമായി അവതരിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ലക്ഷ്യമായി മാറിയിരിക്കുന്നത്.

നഗ്നത, സത്യത്തിൽ പുരുഷന്റെ അനുഭവിയോടെയാണ് സ്ത്രീ കാട്ടുന്നത്. ശരീരം നഷ്ടപ്പെടുന്ന സ്ഥിതിയുണ്ട്. പിന്നെ ജന്മനായുള്ള പ്രകടനപരതയും അഹവുമൊക്കെയുണ്ട്. സ്ത്രീക്ക് പൊതുവെ *മമശൈല* മനോഭാവവും പുരുഷൻ *അരശൈല*, *ലമശല* മനോഭാവവും ഉണ്ട്. പരിണാമത്തിൽ പുരുഷൻ മേൽക്കൈനേടിയത് നിലനിർത്തുന്നു.

ഇടത്തരക്കാരിലേക്ക് എത്തിച്ചേരാൻ ദരിദ്രവാസികൾ വെമ്പുന്നു, ഇടത്തരക്കാർ കുറേക്കൂടി ഉയരാനും സാമ്പത്തികമായ മുന്നോക്കത്തിലെത്താനും കൊതിക്കുന്നു, അതിനുള്ള കുറുക്കുവഴികൾ, (ലോണുകൾ, ചിട്ടികൾ, കബളിപ്പിക്കലുകൾ, മാഫിയപ്രവർത്തനങ്ങൾ) തേടുന്നു. അടിസ്ഥാനപരമായി അരാഷ്ട്രീയൽക്കരണം സംഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പുരോഗമനപ്രസ്ഥാനങ്ങൾ യഥാർത്ഥ പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്നും ഒഴിയുകയാണ്. അവിടങ്ങൾ പലിലാമശൈല ശക്തികൾ കയ്യടക്കുന്നു.

സമ്പത്തിന്റെ വിനിയോഗം നേരായ വഴികളിൽ തിരിച്ചുവിടുകയും മാനുഷതയുള്ള യഥാർത്ഥ മാതൃകകൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും പരിവർത്തനത്തിന് പുതിയ സൂത്രങ്ങളുണ്ടാക്കുകയും വേണം. ഉണ്ണാതെ ഉടുക്കുന്ന ഈ അവസ്ഥ ഭീകരമാണ്. പുച്ഛക്കാര്യ മണികെട്ടും എന്നതാണ് പ്രശ്നം. വസീത്രം സംസ്കാരഘടനയുടെ പ്രതീകമായി നിൽക്കുന്നു.

ലോകം ഒന്നായിത്തീരുകയാണ്. അതിന്റെ എല്ലാ കുഴപ്പങ്ങളുമുണ്ട്. വൈവിധ്യം നശിക്കും. നാനാത്വത്തിൽ ഏകത്വം എന്നതാണ് സത്യമായിത്തീരേണ്ടത്. വസീത്രത്താൽ വിമോചിപ്പിക്കുക എന്ന മഹാത്മജിയുടെ രാഷ്ട്രീയം ശ്രദ്ധേയമാണ്.

മലയാളിയുടെ അനുകരണം *നെഗറ്റീവ്* ആണ്. നവമുതലാളിത്തം വരുന്ന ചില പോസിറ്റീവ് അംശങ്ങളുണ്ട്. അത് നമുക്ക് സ്വീകാര്യമല്ല. തൊഴിലിന്റെ മാനുഷ തുടങ്ങിയത് നമുക്ക് ഇപ്പോൾ പ്രശ്നമാണ്. അവിടെ നമ്മൾ ഫ്യൂഡലിസ്റ്റാണ്. അമിത ഉപഭോഗം *നെഗറ്റീവ്* ആണ്, അത് നമുക്ക് സ്വീകാര്യമായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു.

യൂണിഫോറം അച്ചടക്കം ശീലിപ്പിക്കാനാണ്. അപ്പോൾ ധനികദരിദ്ര ഭേദം ഇല്ലാതാക്കാൻ എന്തൊക്കെ പറയുന്നതിലർത്ഥമില്ല. നമ്മുടെ ക്ലാസ് മുറികളും തെറ്റായ അച്ചടക്കം ശീലിപ്പിക്കുന്നു. പ്രതിജ്ഞ എടുക്കുക, തൊട്ടടുത്ത് ലംഘനം. അച്ചടക്കം ഉള്ളിലുണ്ടാകണം. കോട്ടും മൈയൂം കെട്ടിയ കുട്ടികൾ പുറത്തിറങ്ങി ഉടനേ മൈയൂം ഉറുന്നു. മൈയൂം ചൂടിന് പറ്റിയതല്ല. അസുഖം ഉണ്ടാക്കും. ഇതേക്കുറിച്ച് വിദ്യാഭ്യാസഡയറക്ടറുടെ ഉത്തരവുണ്ട്.

മുണ്ടിനും കൈലിക്കും മാന്യതയില്ല. മുണ്ടുടുത്ത കുട്ടികളെ ക്ലാസിൽ നിന്നും പുറത്താക്കിയത് നാം കണ്ടതാണ്. ഗാന്ധി പറഞ്ഞ ഖദർ ഇട്ട് ഔദ്യോഗികമായ കൃത്യനിർവഹണത്തിന് എല്ലായിടത്തും സാധ്യതയുണ്ടോ. നമ്മുടെ പല ഔദ്യോഗിക വേഷങ്ങളും ബ്രിട്ടീഷുകാരെ അനുകരിച്ചും അനുസരിച്ചും കിട്ടിയതാണ്. ഇനിയെങ്കിലും അത് മാറ്റണം.

വസ്ത്രം അധികാരം കൂടിയാണ്. കാക്കിവേഷം അധികാരത്തെ കുറിക്കുന്നു. നീല നിറത്തിലുള്ള യൂണിഫോം, തൂപ്പുകാർ, വർക്ക്ഷോപ്പ് പണിക്കാർ ഇവർക്കാണ്, റവല്യൂ മൂലം *യഹൗല രീഹഹമൂമ. നവശലേ രീഹഹമൂമ* വേറെയുണ്ട്. വസ്ത്രത്തിൽ മതം, ജാതി പോലെയെങ്കിലും കേരളത്തിൽ ഔദ്യോഗികരംഗത്ത് തരം തിരിവുണ്ട്. പ്രത്യേകിച്ച് കമ്പനികളിൽ; അവിടെ മാന്യതയുടെ പുതിയ പാഠമാണ് പഠിപ്പിക്കുന്നത്. കേരളത്തിൽ രാഷ്ട്രീയക്കാർ മുണ്ടും ഷർട്ടുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. ലാളിത്യവും ജനാധിപത്യവും പ്രദർശിപ്പിക്കാനാണ് അങ്ങനെ ചെയ്യുന്നത്. പേടിപ്പിച്ചാണ് പാൻസിക്കാത്തത്. എന്നാലും ഉള്ളിൽ മുഴുവനും പാൻസാണ്.

ഇറാജിയേ എന്നത് മാനസികമാണ്. ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുകയാണ്, തോന്നിപ്പിക്കുകയാണ്. കൃഷിക്കാരന് തോർത്ത് *രീറാജിയേ* ആയിരുന്നു. കേരളത്തിലെ ഒരു മുൻചീഫ് സെക്രട്ടറി ഖദർ വേഷമേ ധരിച്ചിരുന്നുള്ളൂ. അതും ഖദർ സ്റ്റാക്ക് ഷർട്ട്, അങ്ങനെയും ആഡംബരം കുറച്ചു. അതിന് അദ്ദേഹത്തിന് കഠിനമായ ആക്ഷേപം കൃത്യനിർവഹണത്തിനിടയിൽ കേൾക്കേണ്ടി വന്നു. കാരണം കരട കാരന് പ്രത്യേക *ഇലമെ ഇറാല* ഉണ്ട്. മുണ്ട്, മാന്യമെങ്കിൽ എല്ലാവരും മുണ്ടുടുത്ത് ആപ്പീസിൽ പോകും ആയിരുന്നു. നാം അടിമകളെന്ന തരത്തിൽ ജീവിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ടാണ് ഇത്ര ഇംഗ്ലീഷ് ഭേദം. ഇംഗ്ലീഷ് അറിയുകയില്ല. അറിയാം എന്ന് അറിയിക്കാനാ

ണ് ശ്രമം. നഗര മനുഷ്യനുള്ള ഇരട്ട വ്യക്തിത്വം മലയാളിയിൽ വ്യാപി
ക്കുന്നു. ലാളിത്യം പ്രസംഗിക്കും പ്രവർത്തിയിലില്ല.

സീതീ അടിമ തന്നെയാണ്. അമ്മ കഠിനമായി പണിയെടുക്കുന്നു.
പുറത്തു ജോലിയും, വീട്ടുജോലിയും. കുറ്റമെല്ലാം അവൾക്കാണ്. ആകെ
ഒരാശ്വാസം ഒന്നൊരുങ്ങി നാലുപേരെ കാണിക്കുമ്പോഴാണ്. അങ്ങനെ
ആശ്വാസം കണ്ടെത്തുന്നു. അതുകൊണ്ടാണ് എഴുതുമ്പോൾ കൾക്ക് ഇത്രയും
വസീത്രം വാങ്ങിക്കൂട്ടുന്നത്.

ജനാധിപത്യം നടപ്പിലാക്കണമെങ്കിൽ അതിനുവേണ്ട മനസ്സാരുക്കം
നടക്കണം. കമ്പോളത്തിൽ മാത്രമേ ജനാധിപത്യം ഉള്ളൂ. മുതലാളി തരു
ന്നത് എല്ലാവർക്കും വാങ്ങാം. ഇപ്പോൾ ചില വെറുപ്പിട്ട രലിപ്പേല കളിൽ
നേരത്തേ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യണമെന്നുണ്ട്. മുതലാളിത്തമാണ് സമൂഹത്തെ നശി
പ്പിക്കുന്നത്, ആർത്തിയുള്ള സമൂഹത്തെ സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. അത് മാറി
യാൽ സമത്വം എല്ലായിടത്തും വരും. സീതീക്ക് സ്വാതന്ത്ര്യം വരും.
അല്ലാതെ ഒന്നും പാടേ മാറുകയില്ല.

ലൈംഗികതയെ എല്ലാവർക്കും പേടിയാണ്. പണ്ടു മുതലേ
ലൈംഗിക അരാജകത്വമുണ്ട്. കുടുംബവ്യവസ്ഥ വന്നപ്പോൾ ഒളിക്കേണ്ടി
വന്ന ടലഃ, പ്രജനനപ്രക്രിയ എന്നതിൽ നിന്നും മാറിക്കഴിഞ്ഞു. കാമശാ
സീത്രത്തിലും ഹാവിലോൾ ഇല്ലിസിലും കാമം കലയാണ്, ആനന്ദമാർഗമാ
ണ്. അത് മനോഹരമായി നിർവഹിക്കണം. അതിനുള്ള അറിവും സ്വാത
ന്ത്ര്യവും ഉണ്ടാകണം. അടഞ്ഞ സമൂഹത്തിൽ നിന്നും അതു പ്രതീക്ഷിക്കു
ന്നില്ല. നേരേ ചൊവ്വേ കാമം നിർവഹിക്കാത്തതിടത്ത് ഫാസിസം ഉണ്ടാകും.
പട്ടാളക്കാർ ഇത്രയും ക്രൂരമായ ചര്യകൾ നടത്തുന്നത് കാമ
സംഹർത്തർക്ക് അവസരം കുറയുന്നതുകൊണ്ടാണ്. ടലേലൈ നിമിത്തം
അമേരിക്കൻ പട്ടാളക്കാർ മാത്രമല്ല, ലോകത്തെവിടെയും ധാരാളം പട്ടാള
ക്കാർ ആത്മഹത്യ ചെയ്യുന്നു. മതവും രാഷ്ട്രീയവുമാണ് ലൈംഗികതയെ
ചെറുക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നത്. വസീത്രം കൊണ്ടു ചെറുക്കാൻ ശ്രമിച്ചു പരാജ
യപ്പെട്ടതിന്റെ ഉദാഹരണം പർദയാണ്. പർദയെ നീറലൂറി ആക്കി ഉപ
യോഗിക്കുന്നത് ഇക്കാരണത്താൽ ആണ്. വസീത്രം ഇങ്ങനെ എല്ലാവുമായി
ബന്ധപ്പെടുത്തിക്കൊടുക്കുന്നു. അതിന് രാഷ്ട്രീയമുണ്ട്. അത് ടശശി ആണ്. മല
യാളിയുടെ വസീത്രധാരണരീതികളാൽ കൃത്യമായും ഇന്നത്തെ മലയാ

ളിത്തം അറിയാം. വസീത്രം നിർബന്ധിച്ചുമാറ്റി മലയാളിയെ മാറ്റാനാവുമോ? ഇല്ല, എന്നാണു തോന്നുന്നത്.

പ്രസന്ന (52), സെക്രട്ടറി, മത്സ്യ തൊഴിലാളി ക്ഷേമ സഹകരണ സംഘം, തൃശ്ശൂർ, കണ്ണൂർ 26.05.2008

കണ്ണൂർ കടലോരമേഖലയിലെ എല്ലാ വിഭാഗം ജനങ്ങളും പുതിയതരത്തിലുള്ള വസീത്രം സ്വീകരിക്കുന്നു. ജോലിസ്ഥലത്ത് പുരുഷൻമാർ (മീൻപിടുത്തവും മത്സ്യക്കച്ചവടവും) കൈലിയും ഉടുപ്പും തോർത്തും ഉപയോഗിക്കുന്നു. അല്ലാത്തപ്പോൾ ചെറുപ്പക്കാരുടെയും പാൻസും ഷർട്ടുമാണ് ധരിക്കുന്നത്. യുവതികൾ ചൂരിദാർ, ലാച്ച, സാൽവാർ കമ്മീസ് ഇവ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പ്രായമായവർ സാരിയും ബ്ലൗസും ധരിക്കുന്നു. ഇവിടങ്ങളിൽ തൊഴിലെടുക്കുന്ന സ്ത്രീകളാരും പർദ ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല.

വസീത്രംകൊണ്ട് മതവും ജാതിയും തിരിച്ചറിയാനാവുകയില്ല. ഓണത്തിന് എല്ലാ വിഭാഗത്തിലുപേട്ടവരും വസീത്രം വാങ്ങുന്നു. മുസ്ലീങ്ങൾ പെരുന്നാളിന് കൂടുതൽ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുന്നു. ഇപ്പോൾ പണം കിട്ടുമ്പോഴൊക്കെ വാങ്ങുന്ന രീതിയുണ്ട്. പണ്ടത്തെ അപേക്ഷിച്ച് വാങ്ങുന്ന ശീലം കൂടി വരികയാണ്.

സാരിയുടെ മാർക്കറ്റ് കുറയുകയില്ല. ഒരു പ്രായം കഴിഞ്ഞാൽ സാരിയിലേക്കു തിരിച്ചുവരുമെന്നാണ് കാണുന്നത്.

ഏതു വസീത്രവും ഉപയോഗിക്കുന്നതുപോലെയിരിക്കും. മോശമായിട്ടും ഉപയോഗിക്കാം.

ശം: പ്രത്യേക അഭിമുഖം

ആവേദക

ശാന്തിമതി അമ്മ (80), കുന്ദളങ്ങി (എറണാകുളം)

7.9.2009

അച്ഛൻ സാമൂഹ്യപ്രവർത്തകനും സഹോദരൻ അയ്യപ്പന്റെ സഹപ്രവർത്തകനും ആയിരുന്നു. ജാതിശ്രേണിയിൽ താഴെയായിരുന്നെങ്കിലും സാമ്പത്തികമായി നാട്ടിലെ പ്രധാന കുടുംബമായിരുന്നു. കൂടാതെ ദേശീയവും ആഭ്യന്തരവുമായ രാഷ്ട്രീയ പശ്ചാത്തലവും കൊണ്ട് കുട്ടിക്കാലം മുതലേ ഗാന്ധിജിയുടെ ആദർശങ്ങളിൽ ആകൃഷ്ടയായി. ഇളം നിറത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളോടായിരുന്നു താല്പര്യം. പിന്നീട് കോൺഗ്രസിന്റെ സജീവ പ്രവർത്തകയായപ്പോൾ മുഴുവൻസമയം ഖദർ വസ്ത്രധാരിയായി. ഭർത്താവിന്റെ മരണത്തിനുശേഷം വെള്ളവസ്ത്രം മാത്രം ഉടുക്കാൻ തുടങ്ങി.

കുന്ദളങ്ങിയിൽ ആദ്യമായി സാരിയുടുത്തത് അമ്മയാണ്. ഹോമിയോ കോളേജിൽ പഠിക്കുമ്പോൾ നാട്ടിൽ സാരി ലഭ്യമായിരുന്നില്ല. പള്ളുരുത്തിയിൽ കുറച്ചൊക്കെ വന്നുതുടങ്ങിയിരുന്നു. എറണാകുളത്തായിരുന്നു പ്രധാനമായും ഉണ്ടായിരുന്നത്. സാരിയുടേയും ബ്ലൗസിന്റെയും നിറമൊന്നും പ്രശ്നമായിരുന്നില്ല. കിട്ടുന്നത് ഉടുക്കും. പൊതുവെ വസ്ത്രത്തിലെ വർണവൈവിധ്യം കുറവായിരുന്നു. സാരിയുടുക്കുന്നതിൽ ജാതി തടസ്സമായിരുന്നില്ല. സമ്പന്നർ മാത്രമേ സാരിയുടുത്തിരുന്നുള്ളൂ.

സുമൻ (37), എം.ജി. യൂണിവേഴ്സിറ്റി ജീവനക്കാരി, ഹരിശ്രീ, കിടങ്ങൂർ (കോട്ടയം),

80-കളിലാണ് സാരിക്ക് ഇത്രയും വർണവൈവിധ്യം വരുത്തിയത്. 90-കളിൽ അതു ശക്തിപ്പെട്ടു. അതിനുമുമ്പ് പ്രധാനമായും കറുപ്പും വെളുപ്പും നിറത്തിലുള്ള ബ്ലൗസായിരുന്നു; ഏതു സാരിക്കും (ടീച്ചറായ അമ്മയുടെ വസ്ത്രധാരണം അവർ ഓർക്കുന്നു). ലൈറ്റ് ഷെയ്ഡ് സാരിക്ക് ബ്രെസ്റ്റ് ബോർഡറായിരുന്നു.

സാരിക്കുവിരുദ്ധമായ നിറമുള്ള ബ്ലൗസ് ഇടണമെന്നു ബുദ്ധിമുട്ടുകൊണ്ടു തീരുമാനിച്ചിട്ടുണ്ട്. പക്ഷെ, നടന്നിട്ടില്ല. അറിയാതെ തന്നെ പാരമ്പര്യവിശ്വാസങ്ങൾ ശക്തമായി സ്വാധീനിക്കുന്നുണ്ട്. ഫെമിനിസമൊക്കെ പറയുമ്പോഴും സമൂഹം കാര്യമായി മാറിയിട്ടില്ല. സ്ത്രീയുടെ സ്ഥാനം - 'കെട്ടി ലമ്മ പോയാ കൊട്ടിയമ്പലം വരെ' - എന്നാണ്, പുതിയ തലമുറ ഇതു മറി

കടന്നേക്കാം. പക്ഷേ, കുട്ടികൾ പ്രത്യേകിച്ച് പെൺകുട്ടികൾ അമ്മയേയും മുതിർന്നവരേയും കണ്ടു പഠിക്കുന്നതിനാൽ പാരമ്പര്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം കുറേ കാലത്തേക്കു നിലനിൽക്കും.

അനിൽ വേങ്കോട് (42), എവറസ്റ്റ് ഹൗസ്, സന്നഗർ, വേങ്കോട് 04.09.2009

മനഃശാസ്ത്രത്തിൽ ബിരുദം നേടിയ ആളാണ്. ഗ്രന്ഥശാല പ്രവർത്തകനാണ് ഇപ്പോൾ, ബഹറിനിൽ ഒരു ആനുകാലികത്തിന്റെ എഡിറ്ററാണ്. അദ്ദേഹവുമായി 19.9.2009നു രാവിലെ 3മണിക്ക് ഇന്റർനെറ്റ് വഴി നടത്തിയ അഭിമുഖത്തിൽ നിന്നു ലഭിച്ച വിവരത്തിന്റെ ചുരുക്കമാണ് ചുവടെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നത്.

ആത്മവിശ്വാസം വസ്ത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ജീൻസിട്ടു നടക്കുന്ന ഒരു പെൺകുട്ടിക്ക് വല്ലാത്തൊരു സ്വാതന്ത്ര്യബോധവും ആത്മവിശ്വാസവും വരും. നടന്നുപോകുന്നയാളും ബൈക്കിൽ പോകുന്നയാളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം പോലെ തന്നെയാണ്. ഇത് പതിവായി ജീൻസിടുന്ന പെൺകുട്ടി പറഞ്ഞ അഭിപ്രായമാണിത്. ആണിൽ പെണ്ണും പെണ്ണിൽ ആണുമുണ്ട്. സ്ത്രീത്വം എന്നു പറയുന്നത് സ്ത്രീ ജാതിക്കു മാത്രമുള്ളതല്ല. പുരുഷത്വം പുരുഷന്റെ കുത്തകയുമല്ല. കർക്കശനായ പോലീസ് ഉദ്യോഗസ്ഥന്റെ മീശ, വീട്ടിൽ വരുമ്പോൾ താഴുന്നു എന്നു നാട്ടുകാർ തമാശ പറയാറില്ലേ, വളരെ ശരിയാണ്. ഇതൊരു സമീകരണപ്രക്രിയയാണ്. അതുകൊണ്ടാണ് പുരുഷന്റെ വേഷം സ്ത്രീയുടേതിനോടടുക്കുന്നതും സ്ത്രീവേഷം പുരുഷന്റേതിനോടടുക്കുന്നതും. സ്ത്രീവേഷം ധരിച്ചു പുരുഷൻമാർ നടക്കുന്ന ഉത്സവമുണ്ട്. ഇതൊക്കെ സമൂഹത്തിന്റെ ഉള്ളിൽ നിന്നു വരുന്നതാണ്. പുരാണത്തിൽ ഹെർക്കുലിസും അർജ്ജുനനും സ്ത്രീ വേഷം ധരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഗേ, ലെസ്ബിയൻ വിഭാഗക്കാരിൽ ചിലർ ക്രോസ് ഡ്രസ്സ് ഉപയോഗിക്കുന്നു.

വേഷത്തിൽ ഷിഫ്റ്റ് സംഭവിക്കുന്നു. അത് മനശ്ശാസ്ത്രപരമാണ്. കണങ്കാൽ ലൈംഗിക പ്രേരകമായി കുറേക്കാലം കണ്ടുകഴിഞ്ഞാൽ ആ മനോഭാവം മാറും. അവിടം മറയുന്ന വസ്ത്രം വരും. കഴുത്തിറക്കിയ ബ്ലൗസിട്ട് ഏറെക്കാലം കഴിയുമ്പോൾ കഴുത്തു പൂർണ്ണമായി മുടിയ ബ്ലൗസ് ഉപയോഗിക്കാൻ തുടങ്ങും. മാറുമറക്കാതിരുന്ന കാലത്ത് മാറ് ലൈംഗികപ്രേരണ നൽകിയിരുന്നില്ലെന്നാണ് കാണുന്നത്. ബ്ലൗസ് ധരിച്ചു

വന്ന സീത്രി പൊതു സമൂഹത്തിൽ നാണിച്ച് ബ്ലൗസ് മാറ്റിയതായാണ് രേഖ (സി. കേശവന്റെ ഭാര്യ) പറയുന്നത്. ബഹറിനിൽ പർവ്വ വളരെ സെക്സി യായി ഉപയോഗിക്കുന്നത് കണ്ടയാളാണ്. ഒരു പ്രത്യേകതരം ചിത്രശലഭം ആൺശലഭത്തിനെ കാണുമ്പോൾ കളർഫുളാകുന്നു. ഇത് ആണിന്റെ താല്പര്യമല്ല, പെണ്ണിന്റേതാണ്.

കേരളത്തിൽ അനുകരണം നന്നായുണ്ട്. സിനിമാനടന്മാരുടെ ഫാൻസ് അസോസിയേഷനുകൾ കുട്ടികളെ ചേരികളാക്കി തമ്മിലടിക്കുന്നു. ഒരു പക്ഷേ തെരുവുയുദ്ധമായി ഇതു മാറിയേക്കാം. മൊബൈലിൽ, ഫാൻസ് അസോസിയേഷൻകാർ, അയക്കുന്ന സന്ദേശങ്ങളുടെ തിരക്കാണ്. വ്യക്തിവധത്തിന്റെ രീതിയിലാണ് ആശയഘടനപോലും. നല്ലൊരു പക്യുവാക്കളും ഇത്തരത്തിലാണ് ചിന്തിക്കുന്നത്. സിനിമ, ടി.വി. ചാനലുകൾ നന്നായി സ്വാധീനിക്കുന്നു. സന്തോഷപാലിയുടെ വസീത്രം കേരളത്തിലെ പുരുഷന്മാർ അനുകരിച്ചുതുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. (കൈരളി ടി.വി.) ഷെർവാണി കേരളത്തിന്റെ വരന്റെ വേഷമായി മാറുകയാണ്.

ഫ്രഞ്ച് വിപ്ലവം ഉല്പന്ന-ന്റെ, പ്രത്യേകിച്ചും സീത്രിയുടെ വസീത്രത്തിന്റെ വിപ്ലവം കൂടിയായിരുന്നു. വസീത്രമര്യാദകളെ അത് മാറ്റി മറിച്ചു. ഫാഷൻ സെമിനാറുകൾ 1735 ഘട്ടത്തിൽ അവിടെ നടന്നു. ഇന്ത്യ വസീത്രത്തിൽ പിച്വച്ചുതുടങ്ങാത്ത കാലമെന്നോർക്കണം. അതുകൊണ്ടാണ് ഫാഷന്റെ കേന്ദ്രമായി പാരീസ് മാറിയത്. പാരീസിലെ ആഘോഷങ്ങളുടെ ലളളലരേ ഇപ്പോൾ കേരളത്തിൽ മഴപെയ്യിക്കുന്നുണ്ട്.

പരിണാമപ്രക്രിയയുടെ ഏതോ ഒരു ഘട്ടത്തിൽ കുടുംബത്തിൽ അകപ്പെട്ടുപോയ സീത്രിയുടെ അവസ്ഥയാണ് ഇന്നു കാണുന്ന വേർതിരിവിന്റെയും അസമത്വത്തിന്റെയും സ്ഥിതിയുണ്ടാക്കിയത്. കുടുംബം സീത്രിയെ തള്ളിടാനും കൂടി ഉണ്ടാക്കിയതാണ്. ഏംഗൽസ് കുടുംബത്തെ നന്നായി വിശകലനം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. സ്വത്തു സംരക്ഷിക്കാനാണ് വളരെ കൃത്രിമമായ കുടുംബഘടനയുണ്ടാക്കിയത്. കുടുംബത്തിന് പിതൃഘടനയാണ് ഉള്ളത്.

അധികാരത്തിലുള്ള സീത്രിയുടെ ഉല്പന്ന-നെ വാഴ്ത്തി കഴിവുകളെ ന്യൂനീകരിക്കുന്ന പ്രവണതയുണ്ട്. *ഇനീമ്യോരശിഴ ജ്യീരലര* ആണിത്.

അർത്ഥം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുന്നു. പൊളിറ്റിക്സും ഐഡിയോളജിയും ചേർന്നു നടത്തുന്ന സംഗതിയാണ് ഇത്. അധികാരമാണ് അർത്ഥത്തിന്റെ അവകാശി. അതുകൊണ്ടാണ് കൈലിയും മൂണ്ടും തോർത്തും, അധമമെന്ന അർത്ഥമുണ്ടാകുന്നത്. നമ്മുടെ രാഷ്ട്രീയനേതാക്കളിൽ ഭൂരിഭാഗവും അരങ്ങിൽ വെള്ളമൂണ്ടും വെള്ളപ്പൊക്കം അടയ്ക്കലിൽ കളർ ബനിയനുമാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. പലരുടെയും വെള്ള ഉടുപ്പിന് തീ വിലയാണ്. എന്തോ ഒരറപ്പ് കാരണമാണ് പാൻ്റുസിക്കാത്തത്. വിമാനത്തിൽ കാലുവക്കു ബോഴേ പാൻ്റുസിലായിക്കഴിയും. ഗൾഫിൽ വരുമ്പോൾ ഇവരുടെ തനിനിറം അറിയാം. ആശയവും പ്രയോഗവും തമ്മിലുള്ള വേർതിരിവ്, ബുർഷാ പ്രത്യയശാസ്ത്രത്തിന്റെ സംഭാവനയാണെന്ന് ലെനിൻ പറഞ്ഞത് വസ്തുതയാണ്. എമസല ഖദറാണ് അധികമാളുകളും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഖദറിൽ നിന്നും ലാളിത്യം എന്ന അർത്ഥം ചോർന്നുപോയി.

അടിമമനോഭാവം മാറാത്തതിനാലാണ് നമ്മുടെ വേഷം മാറാത്തത്. ബ്രിട്ടീഷുകാരുടെ, അമേരിക്കക്കാരുടെ പ്രേതങ്ങൾ നമ്മുടെ വേഷങ്ങളിൽ കൂടിയിരിക്കുകയാണ്. ഗാന്ധിജി ഈ അടിമത്തത്തെ തിരിച്ചറിഞ്ഞ നേതാവായിരുന്നു. പലരും നിസ്സാരമെന്നു കരുതിയ വസ്ത്രത്തിലാണ് അദ്ദേഹം ഏറെ ശ്രദ്ധ കൊടുത്തത്. നമ്മുടെ വസ്ത്രം തിരിച്ചുപിടിക്കുക, നമ്മുടെ ഉപ്പ് തിരിച്ചുപിടിക്കുക, ഭാഷയെ തിരിച്ചുപിടിക്കുക, നമ്മുടെ ഗ്രാമം തിരിച്ചുപിടിക്കുക അങ്ങനെ രാജ്യത്തെ തിരിച്ചു പിടിക്കുക എന്നതായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ വഴി. അങ്ങനെ വന്നതാണ് ഖദർ. ഇന്ന് 'കള്ളഖദർ' എന്നൊരു വസ്ത്രപാഠംപോലും നിലവിൽ വന്നു. വസ്ത്രത്തിന്റെ ധാരാളിത്തത്തെയും അദ്ദേഹം എതിർത്തു. ഇന്നിപ്പോൾ ഒരു ഇടത്തരം കുടുംബത്തിലുള്ള (കേരളം) വസ്ത്രം കൊണ്ട് 50-100 സമാന കുടുംബങ്ങളെ വസ്ത്രമിടുവിക്കാം. ദിവസവും 40,000 രൂപയുടെ വാടകകൊടുത്തു പഞ്ചനക്ഷത്രഹോട്ടലുകളിൽ താമസിക്കാൻ മടിക്കാത്ത ജനപ്രതിനിധികളാണ് നമ്മുടെ രാജ്യത്തെ ഭരിക്കുന്നതെന്നുകൂടി അറിയിക്കേണ്ടതാണ്. തനിക്ക് കന്നുകാലിക്കാസിൽ യാത്രചെയ്യാൻ വൈമനസ്യമുണ്ടെന്നും അദ്ദേഹം രൂപകമായി കൂട്ടിച്ചേർത്തു. ഇതിനെയാക്കെ ചെറുത്ത് ഇന്ത്യയുടെ സ്വത്വം നിലനിർത്താൻ ഗാന്ധിയുടെ വഴി സ്വീകരിക്കുക അത്ര എളുപ്പമല്ല.

പപപപപപപ

പട്ടിക

ശ. ചോദ്യാവലി

208 ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നുള്ള വിവരശേഖരണം നടത്തിയത് താഴെ ചേർത്തിരിക്കുന്ന ചോദ്യാവലിയെ ആസ്പദമാക്കിയാണ്.

വസീത്രം വസീത്രധാരണം കേരളീയ കുട്ടായ്മ

1. പേരും മേൽവിലാസവും :
2. താമസിക്കുന്ന പഞ്ചായത്ത്/മുനിസിപ്പാലിറ്റി/കോർപ്പറേഷൻ :
3. വയസ്സ് :
4. തൊഴിൽ :
5. സ്ത്രീ / പുരുഷൻ :
6. മതം / ജാതി :
7. സാമ്പത്തികനില : ഇടത്തരം/സമ്പന്നം/ദരിദ്രം
8. സാമൂഹിക/രാഷ്ട്രീയ സംഘടനകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ടോ? ഏതു നിലയിൽ :
9. ഏതുപ്രായത്തിലാണ് വസീത്രം തെരഞ്ഞെടുത്തത്? വസീത്രധാരണത്തിന് ഏതു കാരണങ്ങളാലാണ് തിരുമാനമെടുക്കാൻ തുടങ്ങിയത്? :
10. റെഡിമെയിഡ് വാങ്ങുന്നതോ, കയ്യാണോ, വസീത്രം തുന്നിച്ചിട്ടുണ്ടെന്നോ പതിവ്? :
11. പതിവായി തുണി / വസീത്രം എവിടെനിന്നാണ് വാങ്ങുന്നത്? : പ്രാദേശികം/പട്ടണം/അന്യസംസ്ഥാനം/വഴിയോരുകളിലെ വാടകവീട്ടിൽകൊണ്ടുവരുന്നവർ
12. വസീത്രം വാങ്ങുന്ന സന്ദർഭങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണ്? : പഴയവസ്തുക്കൾ/ഓണം/വിഷു/ക്രിസ്തുമസ്/റംസാൻ/സ്കൂൾ തുറക്കുമ്പോൾ/ ചടങ്ങുകൾ
13. പണം മുടക്കുന്നതാരാണ്? :
14. ഏതൊക്കെ ഉത്സവകാലത്ത് എവിടെ നിന്നും വസീത്രം വാങ്ങുന്നു? ഏതുതരം വസീത്രങ്ങളാണ്/ തുണിത്തരങ്ങളാണ് വാങ്ങുന്നത്? :

15. ഒറ്റക്കാനോ ആരെയെങ്കിലും കുട്ടിയാണോ പോകുന്നത്? ആരോടൊപ്പം? : ഒറ്റയ്ക്ക്, അച്ഛൻ, അമ്മ, ബന്ധുജനങ്ങൾ, സുഹൃത്തുക്കൾ, ഭർത്താവ്, ഭാര്യ
16. ഏതുതരം വസീത്രം ധരിക്കാ നിഷ്ഠം?
 (എ) തൊഴിലിടങ്ങളിൽ :
 (ബി) വീട്ടിൽ :
 പകൽ :
 രാത്രി :
17. ഏറ്റവും ഇഷ്ടമുള്ള തൂണിത്തരം (സ്റ്റേം) : കോട്ടൺ, സിൽക്ക്, പോളിയസ്റ്റർ, വോയിൽ
 കാലാവസ്ഥയനുസരിച്ച് മാറ്റമുണ്ടോ? :
18. ഏറ്റവും ഇഷ്ടമുള്ള ഡിസൈൻ :
19. ഇഷ്ടമുള്ള നിറങ്ങൾ (ക്രമമനുസരിച്ച്) : 1.
 2.
 3.
 4.
20. സ്വന്തമായി ഡിസൈൻ ചെയ്യുകയോ നിർദ്ദേശിക്കുകയോ ചെയ്യാറുണ്ട്? : ഉണ്ട് / ഇല്ല
21. ധരിക്കുന്ന വസീത്രങ്ങളുടെ നിറത്തിന്റെ മാച്ചിങ്ങുമായി ബന്ധപ്പെട്ട താല്പര്യമെന്താണ്? (സാരിയും ബ്ലൗസും, പാന്റ്സും, ഉടുപ്പും) :
22. വസീത്രത്തിന്റെ / വസീത്രധാരണത്തിന്റെ ഘടകങ്ങൾ എന്തെല്ലാം? : പാരമ്പര്യം, ഫാഷൻ, പരസ്യം, മതം, ജാതി, തൊഴിൽ, പ്രായം, കാര്യത്തിൽ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്ന സുഹൃത്തുക്കൾ, വില, ആദർശം, കാലാവസ്ഥ, സമൂഹവിലക്ക്
23. വസീത്രം / വസീത്രധാരണം - പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനമെന്താണ്? ഏതുതരം പരസ്യം? : ശക്തം, സാധാരണം, ദുർബലം, ഇല്ല, ടി.വി., റേഡിയോ, പത്രമാധ്യമങ്ങൾ, സിനിമ
24. വളരെ ആകർഷണീയമായി തോന്നിയ ഒരു പരസ്യം ഏതാണ്? :

25. മറ്റുള്ളവരുടെ അംഗീകാരവും : ഉപകരിക്കും/ഭാഗികം/ഇല്ല
ശ്രദ്ധയും ലഭിക്കാൻ വസീത്രവും
വസീത്രധാരണരീതിയും
ഉപകരിക്കുമോ?
26. ഏതെങ്കിലും വസീത്രം ധരിക്കു : ഉണ്ട് / ഇല്ല
മ്പോൾ ആത്മവിശ്വാസവും സൂര
ക്ഷിതത്വവും കൂടുതലായി അനു
ഭവപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടോ? ഏതു
വസീത്രം? എന്തുകൊണ്ട്?
27. ഏതെങ്കിലും വസീത്രം ധരിച്ച : ഉണ്ട് / ഇല്ല
പ്പോൾ അസ്വസ്ഥത തോന്നിയി
ട്ടുണ്ടോ? കാരണം എന്താണ്?
28. ശരീരസൗന്ദര്യത്തിനിണങ്ങുന്ന : ആണ് / അല്ല / ശ്രദ്ധിക്കാറില്ല
തരത്തിലുള്ള വസീത്രവും വസീത്ര
ധാരണരീതിയുമാണോ സ്വീകരി
ക്കാറുള്ളത്?
29. സ്ത്രീ സൗന്ദര്യം, പുരുഷസൗ :
ന്ദര്യം എന്നീ പ്രയോഗ
ങ്ങൾകൊണ്ട് മനസ്സിലാക്കിയിരി
ക്കുന്നതെന്താണ്? മാതൃകകൾ
ഉണ്ടോ?
30. ശരീരസൗന്ദര്യത്തിന് അടിസ്ഥാന : വെളുപ്പ്, കറുപ്പ്, ഇരുനിറം
മായ നിറം എന്താണ്?
31. ഒരു വ്യക്തിയുടെ ജീവിതനില : പൂർണ്ണമായും കഴിയും, ഭാഗിക
വാരം/ സ്ഥാനമാനങ്ങൾ/സ്വഭാവമ
ഹിമ എന്നീ കാര്യങ്ങൾ തിരി
ച്ചറിയാനാവില്ല, ചിലകാര്യങ്ങൾ
വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതി
യുമാകൊണ്ട് തിരിച്ചറിയാനാ
കുമോ?
32. വയസ്സ് കുറഞ്ഞിരിക്കുന്നതാ : കൂടിയിരിക്കുന്നതായി / കുറഞ്ഞിരി
യാണോ കൂടിയിരിക്കുന്നതാ
യാണോ പറഞ്ഞുകേൾക്കാൻ
ആഗ്രഹം കുന്നതായി / യഥാർത്ഥ വയസ്സ്
33. വസീത്രവും വസീത്രധാരണവും : ആകും / ഇല്ല
കൊണ്ട്, വയസ്സ്, ഉയരം, നിറം
എന്നീ ഘടകങ്ങളിൽ മാറ്റം
തോന്നിപ്പിക്കാനാകുമോ?
34. നഗ്നത പുരുഷനും സ്ത്രീക്കും : ബാധകമാണ് / അല്ല
ബാധകമാണോ? നഗ്നതാസ
ങ്കല്പം മാറിവരികയാണോ? മാറിവരുന്നു / ഇല്ല
35. അധികാരവും വസീത്രവും വസീത്ര : ഉണ്ട് / ഇല്ല
ധാരണരീതിയും തമ്മിൽ ബന്ധ
മുണ്ടോ? ഏതുതരത്തിൽ?

36. ജീവിതത്തിലെ ചില പ്രധാനസംഭവങ്ങൾ വസീത്രത്തെയും വസീത്രധാരണരീതിയെയും മാറ്റുന്നതായി അനുഭവമുണ്ടോ? ശ്രദ്ധയിൽപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടോ? ഏതു സന്ദർഭങ്ങളിൽ? : ഉണ്ട് / ഇല്ല
വിവാഹം, വേർപാട്, വിദ്യാഭ്യാസം, സാമ്പത്തികമാറ്റം, മതം, തൊഴിൽ രോഗപീഡകൾ, വിശ്വാസം, രാഷ്ട്രീയം, അപൂർവ്വവ്യക്തി സമാഗമം, ബോധവൽക്കരണം
37. ഫാഷൻ മാറുക എന്നാൽ മുമ്പുണ്ടായിരുന്നത് വീണ്ടുംവന്നു എന്നുകൂടി കണക്കാക്കാമോ? : കണക്കാക്കാം / ഭാഗികം / ഇല്ല
38. മാന്യമായ/ലളിതമായ വേഷം എന്താണ്? :
39. അധ്യാപകരുടെയും സർക്കാർ ജീവനക്കാരുടെയും വേഷങ്ങൾ എങ്ങനെയുള്ളതായിരിക്കണം? (സർക്കാർ ഖജനാവിൽനിന്നും ശമ്പളം പറ്റുന്നവർ) അവർക്ക് യൂണിഫോം നിർബന്ധമാക്കണോ? : വേണം / വേണ്ട
40. വിദ്യാർത്ഥി/വിദ്യാർത്ഥിനികൾക്ക് യൂണിഫോം അത്യാവശ്യമാണോ? ഖദറാക്കുന്നതിനെക്കുറിച്ച് ചെന്താണഭിപ്രായം? : അനുകൂലം / പ്രതികൂലം / അഭിപ്രായമില്ല
41. അടിവസീത്രങ്ങളുടെ തെരഞ്ഞെടുപ്പും ഉപയോഗവും സംബന്ധിച്ചുള്ള കാര്യങ്ങൾ വിശദമാക്കാമോ? :
42. ഒരു വസീത്രം ഉപയോഗിക്കാതെ വരുന്ന സാഹചര്യങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണ്? : കീറൽ / കാലപ്പഴക്കം / മങ്ങൽ / ഫാഷൻ മാറൽ / ജീവിതാവസ്ഥമാറൽ / മറ്റുള്ളവ
43. നിങ്ങളുടെ വസീത്രധാരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുണ്ടായ കമന്റുകൾ പറയാമോ? :
44. വസീത്രവും വസീത്രധാരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ചൊല്ലുകൾ, വിലക്കുകൾ, കഥകൾ, അനുഭവങ്ങൾ എന്നിവ പറയാമോ? :
45. (എ) വസീത്രം അലക്കുന്നതാരാണ്? : (എ) സ്വയം, മാതാപിതാക്കൾ, ഭാര്യ, ഭർത്താവ്, അലക്കുതൊഴിലാളികൾ
(ബി) ഇസ്മിതിയിടാറുണ്ടോ? : ഉണ്ട് / ഇല്ല
(സി) ഇസ്മിതിയിടുന്നതാരാണ്? : സ്വയം, തൊഴിലാളികൾ, മറ്റുള്ളവർ
(ഡി) വസീത്രങ്ങൾ ഡ്രൈക്ലീൻ ചെയ്യാറുണ്ടോ? : ഉണ്ട് / ഇല്ല

- (ഇ) ഏതുതരം വസീത്രങ്ങളാണ് ഡ്രൈക്ലീൻ ചെയ്യുന്നത്? :
46. അലക്കുയന്ത്രമുണ്ടോ? തേപ്പുപെട്ടിയുണ്ടോ? : ഉണ്ട് / ഇല്ല
ഉണ്ട് (വൈദ്യുതി/ചിരട്ട/ഇല്ല)
47. വസീത്രത്തിനും വസീത്രധാരണത്തിനുമായി ഒരുവർഷം ഏകദേശം എത്ര ചെലവാക്കുന്നു? :
48. വസീത്രം എന്തിനുവേണ്ടിയുള്ളതാണ്? : നാണം മറയ്ക്കാൻ / സ്ഥാനമഹിമയ്ക്ക് / ആകർഷണീയതയ്ക്ക് / അംഗീകാരത്തിന്
49. കേരളത്തിന്റെ തനതുവേഷങ്ങളെന്തൊക്കെയാണ്? :

യ. താൽപര്യം

	സീതീ	പുരുഷൻ	ആകെ
റെഡിമെയ്ഡ്	29	25	
തൂന്നിയിടുന്നതിൽ	74	12	
റെഡിമെയ്ഡും തൂന്നിയിടലും	53	15	
	156	52	208

ര. വസീത്രം വാങ്ങുന്ന സ്ഥലം

പ്രാദേശികം	പട്ടണം	അന്യസംസ്ഥാനം	വഴിയോരം	വീട്ടിൽ കൊണ്ടുവരുന്നവർ	പ്രാദേശികം/പട്ടണം	മറ്റിടങ്ങളിൽ	ആകെ
73	77	1	1		46	3	208

വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ വസീത്രം വാങ്ങുന്ന സ്ഥലം

പ്രാദേശികം	പട്ടണം	അന്യസംസ്ഥാനം	വഴിയോരം	വീട്ടിൽ കൊണ്ടുവരുന്നവർ	പ്രാദേശികം/പട്ടണം	മറ്റിടങ്ങളിൽ	ആകെ
52	86	12	-	-	58	-	208

വിശേഷാവസരങ്ങളിൽ പട്ടണങ്ങളിൽ നിന്നു വാങ്ങുന്ന ഗ്രാമീണർ 36 പേർ

റ. വസീത്രബോധം

പ്രായപരിധി	ബോധം വന്നു തുടങ്ങിയവരുടെ എണ്ണം	തീരുമാനമെടുക്കാൻ തുടങ്ങിയവരുടെ എണ്ണം
16 വയസ്സിനു താഴെ 10നു മുകളിൽ	159	4
16 വയസ്സും അതിനു മുകളിലും	3	148
വിവാഹശേഷം	2	2
അറിയില്ല / പ്രതികരിച്ചില്ല	44	54
ആകെ	208	208

ല. ഉത്സവകാലത്തെ വാങ്ങൽ

ഓണം	ക്രിസ്തുമസ്	റംസാൻ, ബക്രീദ്	വിഷു/മറ്റുള്ളവ	മറുപടി ഇല്ല	ആകെ
112	12	30	18	36	208

ജ. വാങ്ങൽ ആരോടൊപ്പം

ഒറ്റക്ക്	അച്ഛൻ	അമ്മ	സുഹൃത്തുക്കൾ	ഭർത്താവ്	കുടുംബം	കുടുംബ സമേതവും ഒറ്റക്കും	ആകെ
15	14	33	4	10	101	31	208

ഋ. പണം മുടക്കുന്നത്

സ്വന്തം	അച്ഛൻ	അമ്മ	ഭർത്താവ്	ഭാര്യ	കുടുംബം (അച്ഛനും അമ്മയും)	മിശ്രം കുടുംബ സമേതവും ഒറ്റക്കും	ആകെ
37	24	25	30	3	46	43	208

വ. ഇഷ്ടവസ്തുപുറത്തെ ആവശ്യത്തിന് സീതീ

സാരി		ചുരിദാർ സർവാർ കമ്മീസ്		സെറ്റ് സാരി		സാരിയും ചുരിദാറും		മറ്റുള്ളവ	
ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം
11	7	61	21	2	2	24	20	5	3
								ആകെ 156	

**ശ. ഇഷ്ടവസ്ത്രം
പുറത്തെ ആവശ്യത്തിന്
പുരുഷൻ**

മുണ്ടും ഷർട്ടും		പാന്റ്സും ഷർട്ടും		മുണ്ടും ഷർട്ടും പാന്റ്സും ഷർട്ടും		മറ്റുള്ളവ	
ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം	ഗ്രാമം	പട്ടണം
10	3	19	14	2	2	1	1
						ആകെ 52	

ഷ. ശരീരസൗന്ദര്യവും വസ്ത്രധാരണവും

ഉണ്ട്		ഇല്ല		ശ്രദ്ധിച്ചില്ല, പ്രതികരണ മില്ല		ആകെ
ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	സീതീ	പുരുഷൻ	
31	89	10	11	സീതീ 56	പുരുഷൻ 11	208

സ. ശരീരസൗന്ദര്യവും നിറവും

ഇഷ്ടം								ആകെ
വെളുപ്പ്		കറുപ്പ്		ഇരുനിറം		അഭിപ്രായമില്ല		
ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	
14	26	3	2	17	67	19	60	208

**ഹ. സീതീസൗന്ദര്യം പുരുഷസൗന്ദര്യം
മാനദണ്ഡം**

വസ്ത്രം		വ്യക്തിത്വം		പെരുമാറ്റം		പുറംസൗ ന്ദര്യം		അകസൗ ന്ദര്യം		പ്രതികര ണമില്ല		ആകെ
സീതീ	പുരു ഷൻ	സീതീ	പുരു ഷൻ	സീതീ	പുരു ഷൻ	സീതീ	പുരു ഷൻ	സീതീ	പുരു ഷൻ	സീതീ	പുരു ഷൻ	
3	12	4	-	28	3	31	6	11	3	79	28	

3. കാണുന്നവരുടെ അംഗീകാരം ലഭിക്കുന്നത്

ഉപകരിക്കും		ഭാഗികം		ഇല്ല		പ്രതികരണമില്ല		ആകെ
ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	ആൺ	പെൺ	
23	57	4	41	9	37	16	21	208

1. ആത്മവിശ്വാസം

ചൂരി ദാർ	സാരി	സാൽവാർക മമീസ്	പാസ്റ്റർ	മുണ്ട്	സെറ്റ് മുണ്ട്	പ്രതികരണമില്ല	ആകെ
65	7	1	5	3	2	125	208

1. വയസ്സ്

കൂടിയിരിക്കുന്നത്		കുറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്		യഥാർത്ഥ വയസ്സ്		പ്രതികരണമില്ല		ആകെ
സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	
6	5	93	23	30	10	27	14	208

2. ജീവിതാവസ്ഥ തിരിച്ചറിയുന്നതിന്

പുരണമായും കഴിയും		ഭാഗികം		എല്ലാ കാര്യങ്ങളിലും കഴിയില്ല		ചില കാര്യങ്ങൾ മാത്രം		തിരിച്ചറിയാനാവില്ല		അഭിപ്രായമില്ല		ആകെ
സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	
3	5	65	21	21	3	10	4	12	3	45	16	208

2. നിറം ഉയരം, വയസ്സ്

വ്യത്യാസം തോന്നിക്കാതാവും		വ്യത്യാസം തോന്നിക്കാനാവില്ല		അഭിപ്രായമില്ല		ആകെ
സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	സീനീ	പുരുഷൻ	
107	20	33	18	16	14	208

൧. നഗര

സീതീക്കും പുരുഷനും ബാധകം		സീതീപുരുഷന്മാരുടെ നന്നതാസങ്കല്പം മാറിവരുന്നു		പുരുഷന് ബാധകമല്ല	
സീതീ	പുരുഷൻ	സീതീ	പുരുഷൻ	സീതീ	പുരുഷൻ
90	34	47	3	33	10

൨. അധികാരം, വസീതം വസീതധാരണം

ഉണ്ട്		ഇല്ല		അഭിപ്രായമില്ല		ആകെ
സീതീ	പുരുഷൻ	സീതീ	പുരുഷൻ	സീതീ	പുരുഷൻ	
104	40	1		51	12	208

൩. ഇഷ്ടനിരം

ചുവപ്പ്	23	ക്രീം	2
നീല	17	മുല്ലവെള്ള	1
അകാശനീല	6	ചന്ദനം	1
വെള്ളപ്പ്	25	പീപ്പ്	1
കറുപ്പ്	14	നേവിണ്ണ	1
പിങ്ക്	6	കാപ്പിപ്പൊടി	2
റോസ്	4	ഗ്രേ	1
മെറുൺ	11	പൊൻമാൻനീല	1
പച്ച	14	കടുംനിറങ്ങൾ	11
ഇളംനിറം	12	മിശ്രം/അഭിപ്രായമില്ല	43
മഞ്ഞ	7	ഓറഞ്ച്	2
വയലറ്റ്	6	ആകെ	208

൪. സാരി, ബ്ലൗസ്, നിറം: ചേർച്ച

മാച്ചിങ് ശ്രദ്ധിക്കുന്നവർ	മാച്ചിങ് ശ്രദ്ധിക്കാത്തവർ	അഭിപ്രായമില്ലാത്തവർ	ആകെ
സീതീകൾ	സീതീകൾ		
130	18	8	156

പുരുഷൻ

പാന്റും ഷർട്ടും ധരിക്കുന്നവരെല്ലാം കോസ്മാച്ചിങ്ങോ കടുംനിറത്തിന്റെ ഇളം നിറങ്ങളോ സ്വീകരിക്കുന്നു. യൂണിഫോമിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഇതു സാധ്യമല്ല.

സ്വന്തമായി ഡിസൈൻ ചെയ്യാറുള്ളവർ : 25 സീരീകൾ

ഘ. പരസ്യങ്ങളുടെ സ്വായീനം

ശക്തം		സാധാരണം		ദുർബലം		സ്വായീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ		പരസ്യം ശ്രദ്ധിക്കാറില്ല		ആകെ
അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	
12	53	11	29	3	--	6	42	20	32	208

ഘ. കൂടുതൽ സ്വായീനിക്കുന്ന മാധ്യമം

ടി.വി.		റേഡിയോ		പത്രമാധ്യമങ്ങൾ		ശ്രദ്ധിക്കാറില്ല		പ്രതികരണമില്ല		ആകെ
അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	അൺ	പെൺ	
29	71	1	2	--	4	6	32	16	47	208

ശശശ. വസീത്ര വിപണി

കേരളത്തിലെ 24 വസീത്രവ്യാപാരശാലകളിൽ നിന്നും (ഗ്രാമം - 12, പട്ടണം - 12) ഉപഭോക്താക്കളുടെ വസീത്രവും വസീത്ര ധാരണയും സംബന്ധിച്ചു ലഭിച്ച വിവരങ്ങളെ പട്ടികപ്പെടുത്തിയിരിക്കുകയാണ്. കോളങ്ങളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നത് വസീത്ര വ്യാപാരശാലകളുടെ എണ്ണമാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് ഒന്നാമത്തെ പട്ടികയിൽ (നഗരം) കൊടുത്തിരിക്കുന്നത് വസീത്രവ്യാപാരശാല സന്ദർശിക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കൾ ഒറ്റക്കാനോ കൂട്ടമാണോ വരുന്നത് എന്നറിയുന്നതിനുള്ള വിവരമാണ്. ഒറ്റക്കുവരുന്നവരിൽ സ്ത്രീകളാണ് കൂടുതൽ എന്ന് 6 വസീത്രവ്യാപാര ശാലകളിൽ നിന്നും ഒറ്റക്കുവരുന്നവരിൽ പുരുഷൻമാരാണ് കൂടുതൽ എന്ന 2 വസീത്രവ്യാപാരശാലകളിൽനിന്നും അഭിപ്രായപ്പെടുന്നില്ല എന്ന് 5 വസീത്രവ്യാപാരശാലകളിൽനിന്നും വിവരം ലഭിച്ചു.

**മ. ഉപഭോക്താക്കൾ
(ശ) നഗരം**

	സ്ത്രീകൾ	പുരുഷന്മാർ	അറിയില്ല വ്യക്തമല്ല	ആകെ
ഒറ്റക്കുവരുന്നവർ	6	2	4	12
കൂട്ടമായി വരുന്നവർ	7	2	3	12
കൂടുതൽ സമയം ചെലവഴിക്കുന്നവർ	8	--	4	12
കൂടുതൽ വാങ്ങുന്നവർ	8	--	4	12

(ശശ) ഗ്രാമം

	സ്ത്രീകൾ	പുരുഷന്മാർ	അറിയില്ല വ്യക്തമല്ല	ആകെ
ഒറ്റക്കുവരുന്നവർ	6	4	2	12
കൂട്ടമായി വരുന്നവർ	8	--	4	12
കൂടുതൽ സമയം ചെലവഴിക്കുന്നവർ	11	--	1	12
കൂടുതൽ വാങ്ങുന്നവർ	11	--	1	12

**യ. പ്രായപരിധി
(ശ) നഗരം**

	പ്രായപരിധി 15നു മുകളിൽ 30 വരെ	30 മുതൽ	അറിയില്ല	ആകെ
	6	4	2	12

(ശശ) ഗ്രാമം

	വയസ്സ് 15 - 55	അറിയില്ല	ആകെ
	11	1	12

**ര. സാമ്പത്തിക നില
(ശ) നഗരം**

ഇടത്തരം/ദരിദ്രം	ഉന്നതരും ഇടത്തരത്തിൽ മുന്തിയവരും	എല്ലാ വിഭാഗവും	അറിയില്ല	ആകെ
7	2	2	1	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ഇടത്തരം ദരിദ്രം	ഉന്നതർ ഇടത്തരം, മുന്തിയവർ	എല്ലാ വിഭാഗവും	അറിയില്ല	ആകെ
10	1	2	1	12

**റ. മതം
(ശ) നഗരം**

ഹിന്ദു	മുസ്ലീം	ക്രിസ്ത്യൻ	സംശയം	ആകെ
6	1	1	4	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ഹിന്ദു	മുസ്ലീം	ക്രിസ്ത്യൻ	ഹിന്ദു, ക്രിസ്ത്യൻ	സംശയം	ആകെ
3	4	2	1	2	12

**ല. സന്ദർശനം
(ശ) നഗരം**

സ്ഥിരം	അപൂർവ്വം	പറയാത്തത്	ആകെ
7	3	2	12

(ശശ) ഗ്രാമം

സ്ഥിരം	ഫ്ലോട്ടിംഗ്	തൃല്യം	അറിയില്ല	ആകെ
5	4	1	2	12

**ള. ഇഷ്ടനിരം
(ശ) നഗരം**

	കടുംനിറങ്ങൾ	ഇളംനിറങ്ങൾ	അറിയില്ല	ആകെ
ചെറുപ്പക്കാർ	9	1	2	12
മധ്യവയസ്കർ	6	4	2	12
വൃദ്ധർ	1	9	2	12

(ശശ) ഗ്രാമം

	കടുംനിറങ്ങൾ	ഇളംനിറങ്ങൾ	തിളക്ക്	അറിയില്ല	ആകെ
ചെറുപ്പക്കാർ	9	1	2	1	12
മധ്യവയസ്കർ	1	9	1	1	12
വൃദ്ധർ	1	9	1	1	12

**ഴ. സെറ്റ്മുണ്ട്
(ശ) നഗരം**

സെറ്റ്മുണ്ട് വാങ്ങുന്ന മുസ്ലീങ്ങൾ	സെറ്റ്മുണ്ട് വാങ്ങാത്ത മുസ്ലീങ്ങൾ	അറിയില്ല	ആകെ	സെറ്റ്മുണ്ട് വാങ്ങുന്ന ക്രിസ്ത്യാനികൾ	സെറ്റ്മുണ്ട് വാങ്ങാത്ത ക്രിസ്ത്യാനികൾ	അറിയില്ല	ആകെ
1	4	7	12	9	-	3	12

(ശശ) ഗ്രാമം

സെറ്റ് മുണ്ട് വാങ്ങുന്ന മുസ്ലീങ്ങൾ	സെറ്റ് മുണ്ട് വാങ്ങാത്ത മുസ്ലീങ്ങൾ	അറിയില്ല	ആകെ	സെറ്റ് മുണ്ട് വാങ്ങുന്ന ക്രിസ്ത്യാനികൾ	സെറ്റ് മുണ്ട് വാങ്ങാത്ത ക്രിസ്ത്യാനികൾ	അറിയില്ല	ആകെ
	2	10	12	8	-	4	12

**വ. കാവിവസീതം
(ശ) നഗരം**

കാവി വസീതം വാങ്ങുന്ന മുസ്ലീങ്ങൾ	കാവി വസീതം വാങ്ങാത്ത മുസ്ലീങ്ങൾ	അറിയില്ല	ആകെ	കാവി വസീതം വാങ്ങുന്ന ക്രിസ്ത്യാനികൾ	കാവി വസീതം വാങ്ങാത്ത ക്രിസ്ത്യാനികൾ	അറിയില്ല	ആകെ
1	5	6	12	-	2	10	12

(ശശ) ഗ്രാമം

കാവി വസീതം വാങ്ങുന്ന മുസ്ലീങ്ങൾ	കാവി വസീതം വാങ്ങാത്ത മുസ്ലീങ്ങൾ	അറിയില്ല	ആകെ	കാവി വസീതം വാങ്ങുന്ന ക്രിസ്ത്യാനികൾ	കാവി വസീതം വാങ്ങാത്ത ക്രിസ്ത്യാനികൾ	അറിയില്ല	ആകെ
-	8	4	12	-	1	11	12

**ശ. പർദ
(ശ) നഗരം**

പർദ വാങ്ങുന്ന വർ കൂടുതൽ	പർദ വാങ്ങുന്ന വർ കുറവ്	അറിയില്ല പ്രകടമല്ല	ആകെ
3	2	7	12

(ശശ) ഗ്രാമം

പർദ വാങ്ങുന്ന വർ കൂടുതൽ	പർദ വാങ്ങുന്ന വർ കുറവ്	അറിയില്ല പ്രകടമല്ല	ആകെ
2	2	8	12

**ഷ. വാങ്ങലും മാധ്യമസ്വായീനവും
(ശ) നഗരം**

കൂടുതൽ	സിനിമ ടി.വി. സ്വായീനം അധികം	മറ്റു മാധ്യമങ്ങൾ	അഭിപ്രായ മില്ല	ആകെ
10	10		2	12

(ശശ) ഗ്രാമം

കൂടുതൽ	സിനിമ ടി.വി. സ്വായീനം അധികം	മറ്റു മാധ്യമങ്ങൾ	അഭിപ്രായ മില്ല	ആകെ
8	8	3	1	12

**സ. സ്ഥിരമൂല്യം
(ശ) നഗരം**

രൂപം, നെയ്ത്ത്, വസ്തു മെറ്റീരിയൽ	ചെക്ക്	കൈത്തറി	അഭിപ്രായ മില്ല	ആകെ
7	-	1	4	12

(ശശ) ഗ്രാമം

രൂപം, നെയ്ത്ത് വസ്തു മെറ്റീരിയൽ	ചെക്ക്	കൈത്തറി	അഭിപ്രായ മില്ല	ആകെ
7	1	1	3	12

**ഹ. അസ്ഥിരമൂല്യം
(ശ) നഗരം**

ഫാഷൻ	നിറം	മറ്റുള്ളവ	അഭിപ്രായ മില്ല	ആകെ
6	2	1	3	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ഫാഷൻ	നിറം	മറ്റുള്ളവ	അഭിപ്രായ മില്ല	ആകെ
7	2	2	1	12

**3. വസീത്രവും സ്വാധീനങ്ങളും
(ശ) നഗരം**

ഫാഷൻ ഡിസൈൻ	വില	വൈവിധ്യം	പുതുമ	അനുകരണം	പരസ്യം	മറ്റു ജളവ	ആകെ
4	-	2	1	1	2	2	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ഫാഷൻ ഡിസൈൻ	വില	വൈവിധ്യം	പുതുമ	അനുകരണം	പരസ്യം	മറ്റു ജളവ	ആകെ
1	1	-	3	-	5	2	12

**7. അഭിരുചി
(ശ) നഗരം**

ഫാഷൻ മാറുക	സ്ഥാനം മാറുക	പഴയത് ആകുമ്പോൾ	മറ്റു ജളവ	അറിയില്ല	ആകെ
6	1	1	2	2	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ഫാഷൻ മാറുക	സ്ഥാനം മാറുക	പഴയത് ആകുമ്പോൾ	മറ്റു ജളവ	അറിയില്ല	ആകെ
9	1	-	2	-	12

**7. ഉത്സവവും വാങ്ങലും
(ശ) നഗരം**

ഓണം			ക്രിസ്തുമസ്			പെരുന്നാൾ / റംസാൻ			ആകെ കടകൾ
ഹിന്ദു	ക്രിസ്ത്യൻ	മുസ്ലിം	ഹിന്ദു	ക്രിസ്ത്യൻ	മുസ്ലിം	ഹിന്ദു	ക്രിസ്ത്യൻ	മുസ്ലിം	
5	5	5	-	-	-	-	-	4	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ഓണം			ക്രിസ്തുമസ്			പെരുന്നാൾ / റംസാൻ			ആകെ കടകൾ
ഘിന്യ	ക്രിസ്തുമസ്	മുസ്ലിം	ഘിന്യ	ക്രിസ്തുമസ്	മുസ്ലിം	ഘിന്യ	ക്രിസ്തുമസ്	മുസ്ലിം	
9	9	9	-	-	-	-	-	-	12

**2. വാങ്ങൽശേഷി
(ശ) നഗരം**

വർധിച്ചു	ഇല്ല	ആകെ
12	-	12

(ശശ) ഗ്രാമം

വർധിച്ചു	ഇല്ല	ആകെ
12	-	12

**3. അടിവസ്ത്രം / നിറം (സീത്രി)
(ശ) നഗരം**

	കറുപ്പ്	വെള്ള	തൊലി നിറം	മറ്റു നിറങ്ങൾ	ആകെ
ബ്രെസിയേഴ്സ്	1	9	1	1	12
ജട്ടി	1	1	1	9	12

(ശശ) ഗ്രാമം

	കറുപ്പ്	വെള്ള	തൊലി നിറം	മറ്റു നിറങ്ങൾ	ആകെ
ബ്രെസിയേഴ്സ്	2	5	-	4	12
ജട്ടി	-	-	2	10	12

**൧. അടിവസ്ത്രം / നിറം (പുരുഷൻ)
(ശ) നഗരം**

	കറുപ്പ്	വെള്ള	തൊലി നിറം	മറ്റു നിറങ്ങൾ	ആകെ
ബനിയൻ	12	-	-	-	12
ജട്ടി	-	1	10	1	12

(ശശ) ഗ്രാമം

	കറുപ്പ്	വെള്ള	തൊലി നിറം	മറ്റു നിറങ്ങൾ	ആകെ
ബനിയൻ	-	12	-	-	12
ജട്ടി	1	1	3	7	12

**൨. അടിവസ്ത്രം വാങ്ങൽ പ്രക്രിയ
(ശ) നഗരം**

ബ്രാൻറുള്ളത്	വില	അറിയില്ല	ആകെ
2	2	8	12

(ശശ) ഗ്രാമം

ബ്രാൻറുള്ളത്	വില	അറിയില്ല	ആകെ
5	6	1	12

**൩. അടിവസ്ത്രത്തിന്റെ തൂണി
(ശ) നഗരം**

കോട്ടൺ	മറ്റുള്ളവ	അറിയില്ല	ആകെ
3	2	7	12

(ശശ) ഗ്രാമം

കോട്ടൺ	മറ്റുള്ളവ	അറിയില്ല	ആകെ
6	5	1	12

**ൗ. ട്രെന്റ്
(ശ) നഗരം**

പരസ്യം	ഉപഭോക്താക്കളുടെ നല്ല അഭിപ്രായം	പ്രദർശനം	പാരമ്പര്യം	പുതുമ	ചിന്തിച്ചില്ല	ആകെ
3	1	1	2	1	4	12

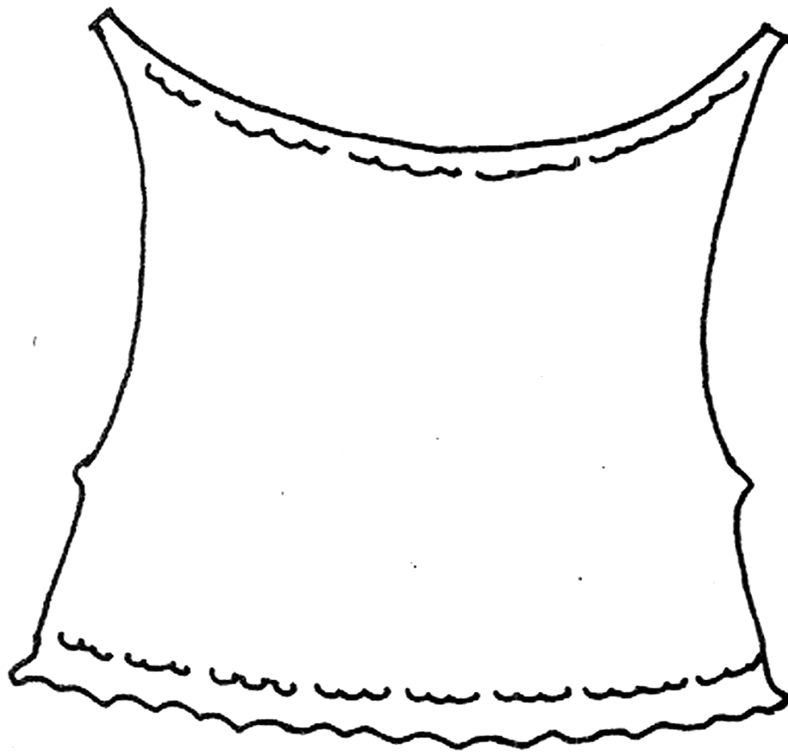
(ശശ) ഗ്രാമം

പരസ്യം	ഉപഭോക്താക്കളുടെ നല്ല അഭിപ്രായം	പ്രദർശനം	പാരമ്പര്യം	പുതുമ	ചിന്തിച്ചില്ല	സെയിൽസ് മാൻ	ആകെ
4	1	1	1	1	2	2	12

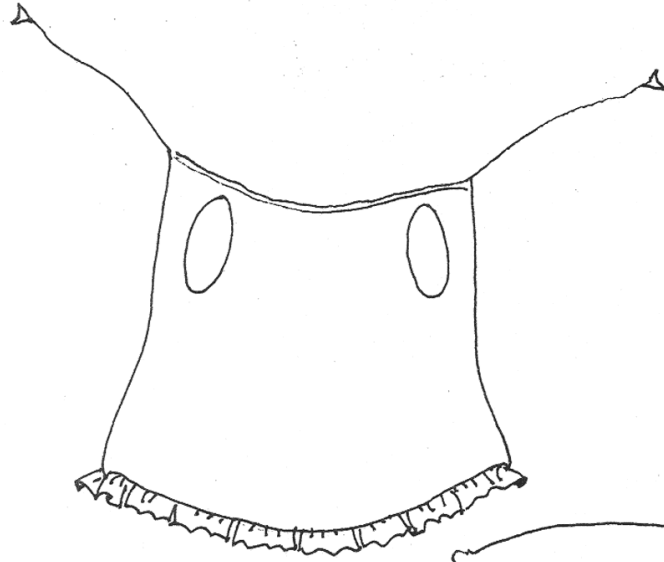
PPPPPPPPPP

രേഖാചിത്രങ്ങൾ

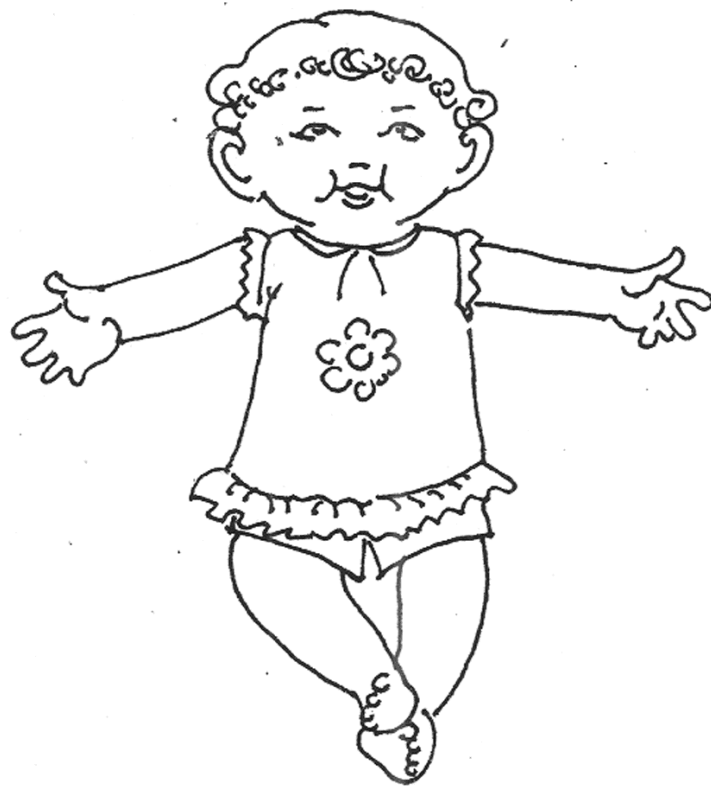
കേരളത്തിൽ, ഉപയോഗിച്ചിരുന്നതും ഇപ്പോൾ ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതുമായ വസ്ത്ര മാതൃകകളും വസ്ത്രധാരണരീതികളും സംബന്ധിച്ച രേഖാചിത്രങ്ങളാണ് ഈ ഭാഗത്തിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നത്. പ്രസിദ്ധ രേഖാചിത്രകാരനായ എ.കെ. ഗോപിദാസാണ് ചിത്രങ്ങൾ തയ്യാറാക്കിയത്.



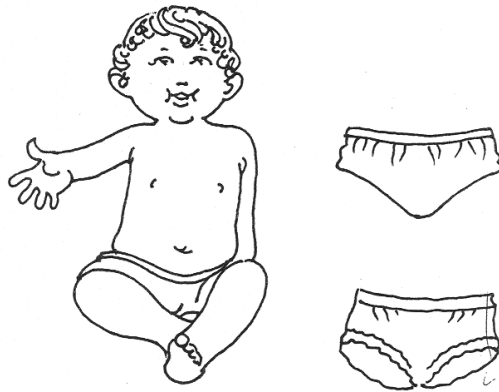
1(2)



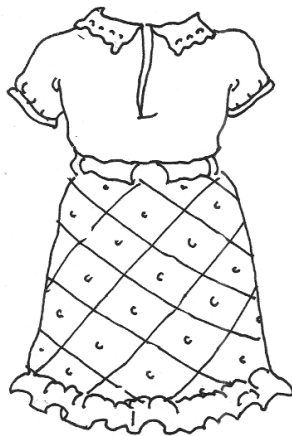
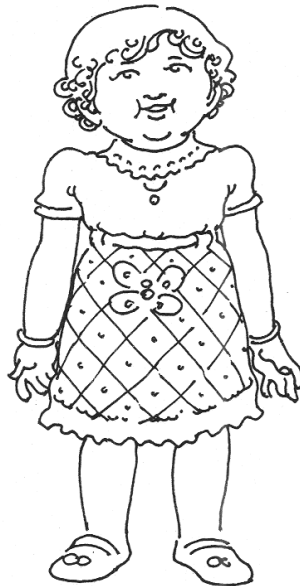
1 (∞)



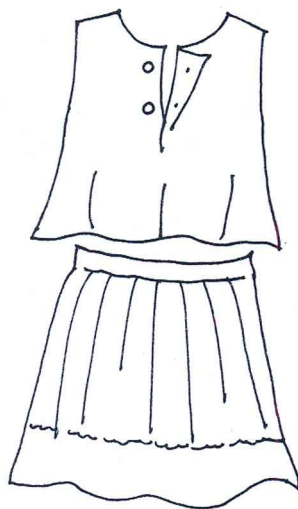
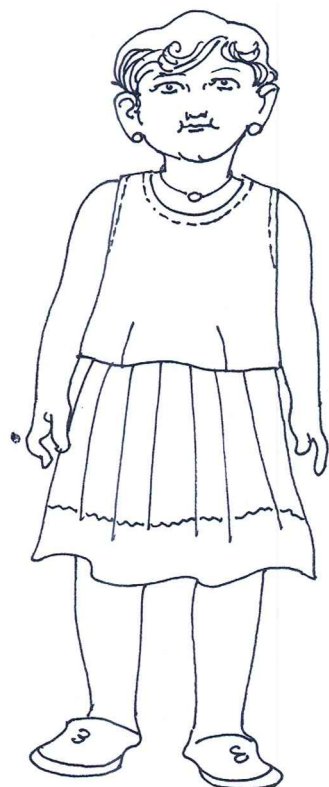
1 (a)



2(0)



2



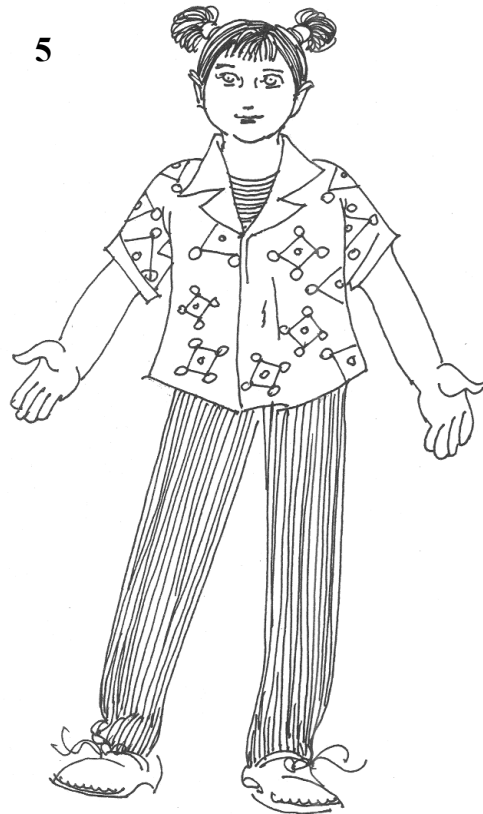
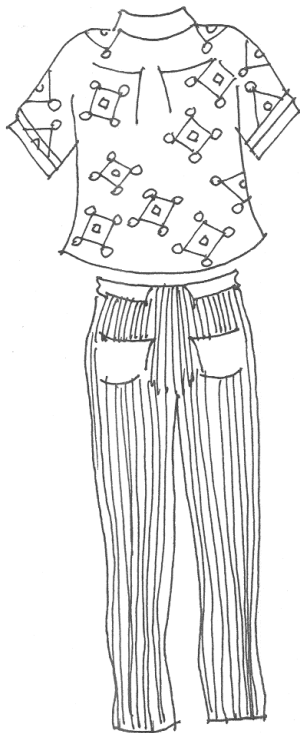
3



4



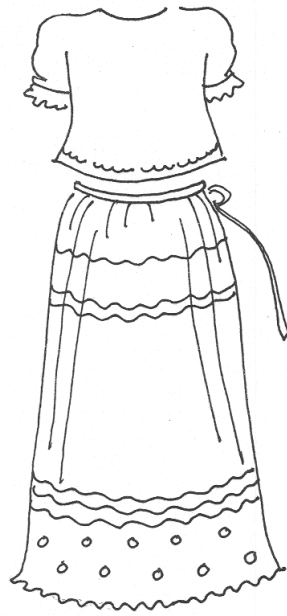
5



6



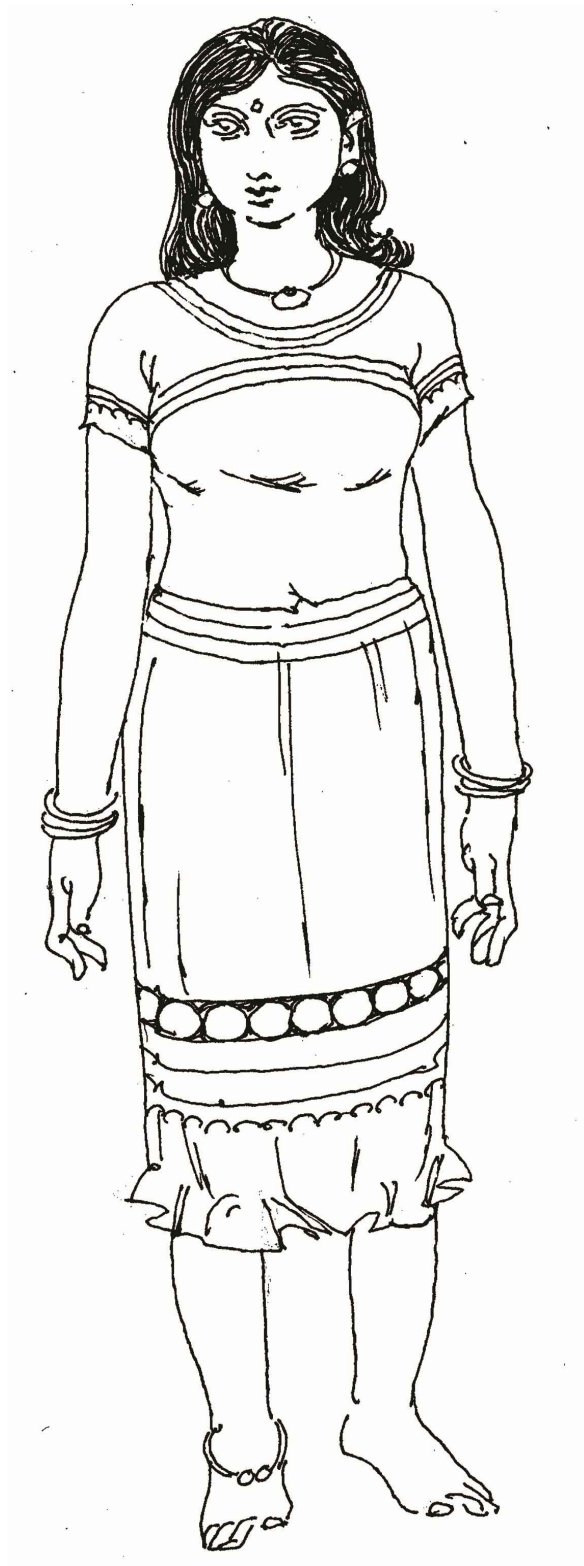
7



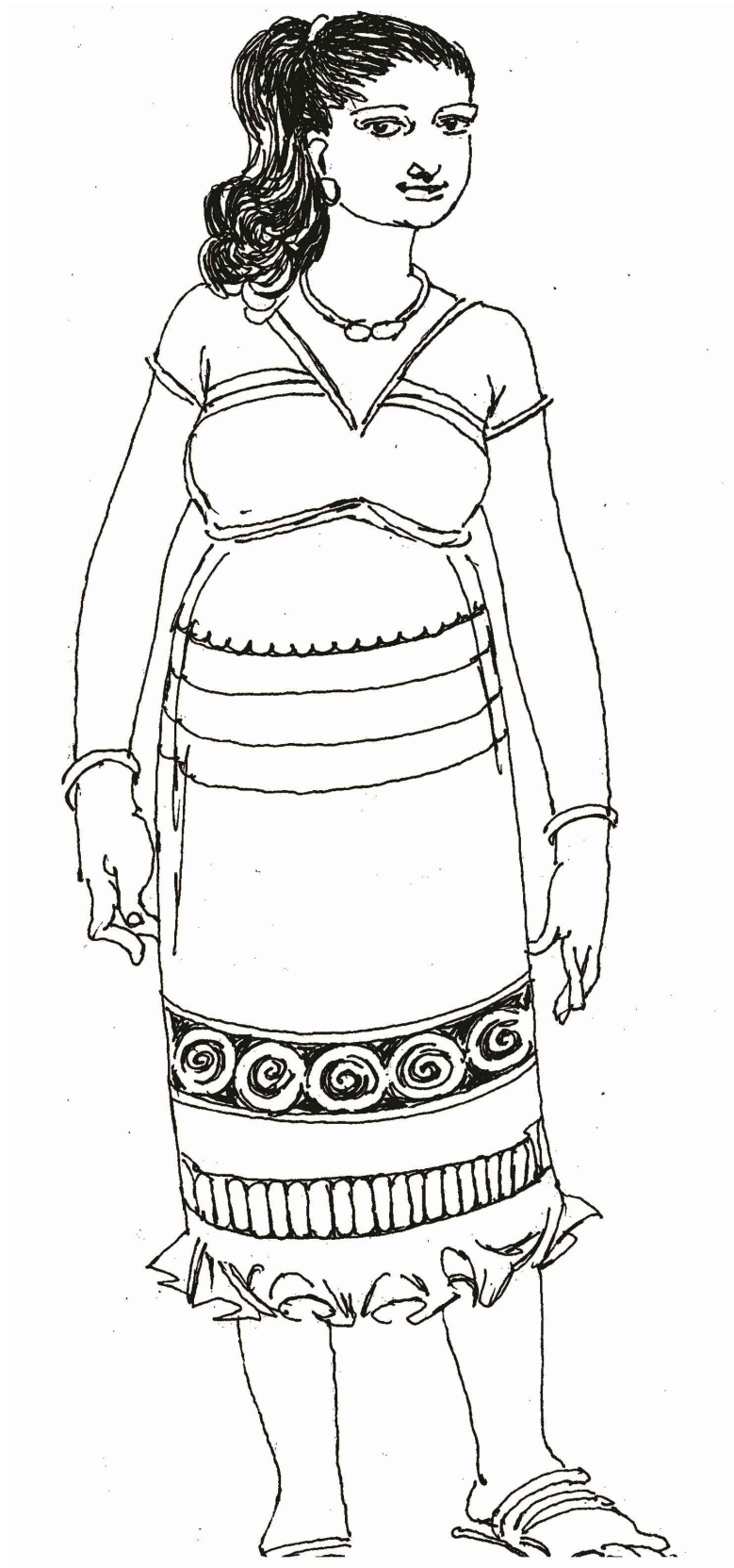
8



9



10



11



12



13



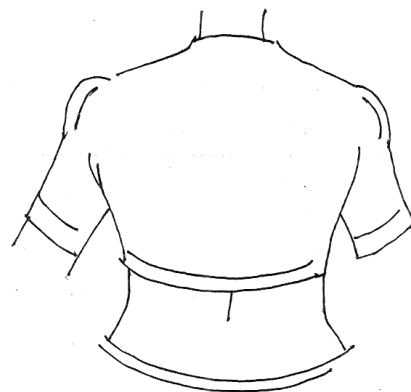
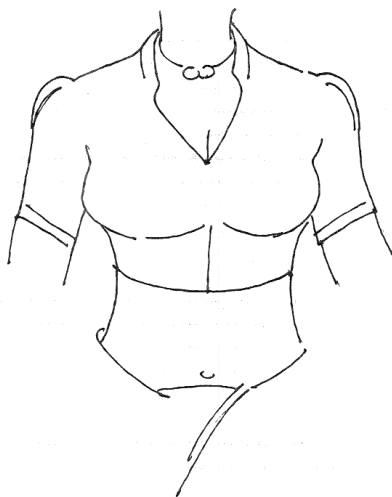
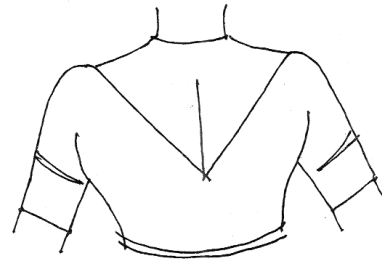
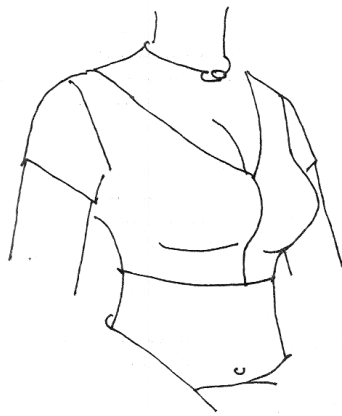
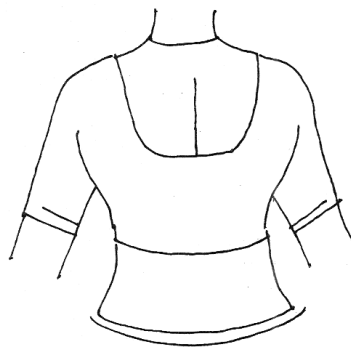
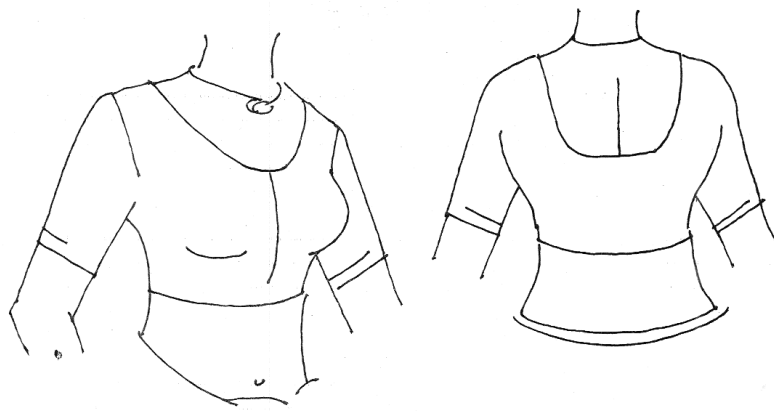
14

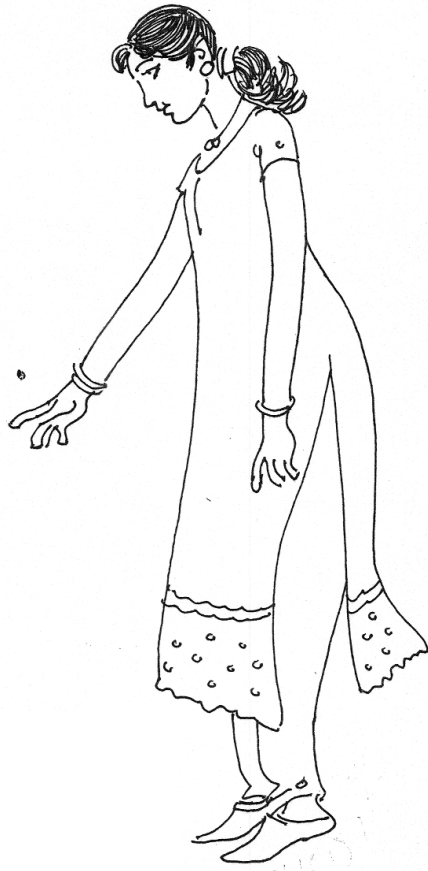


15



16



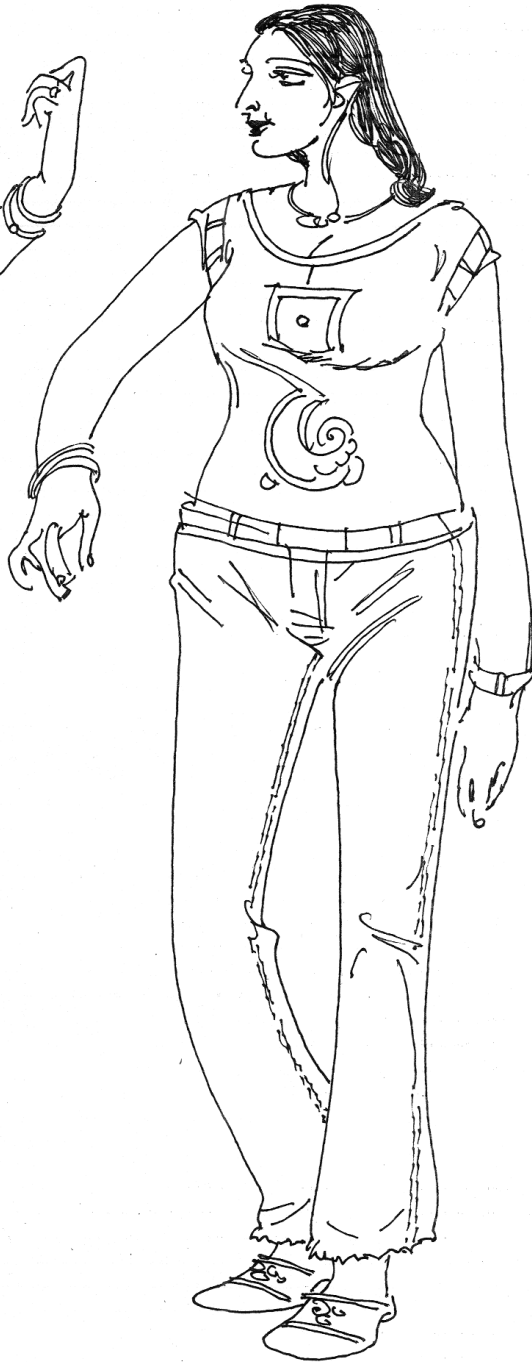


18





20



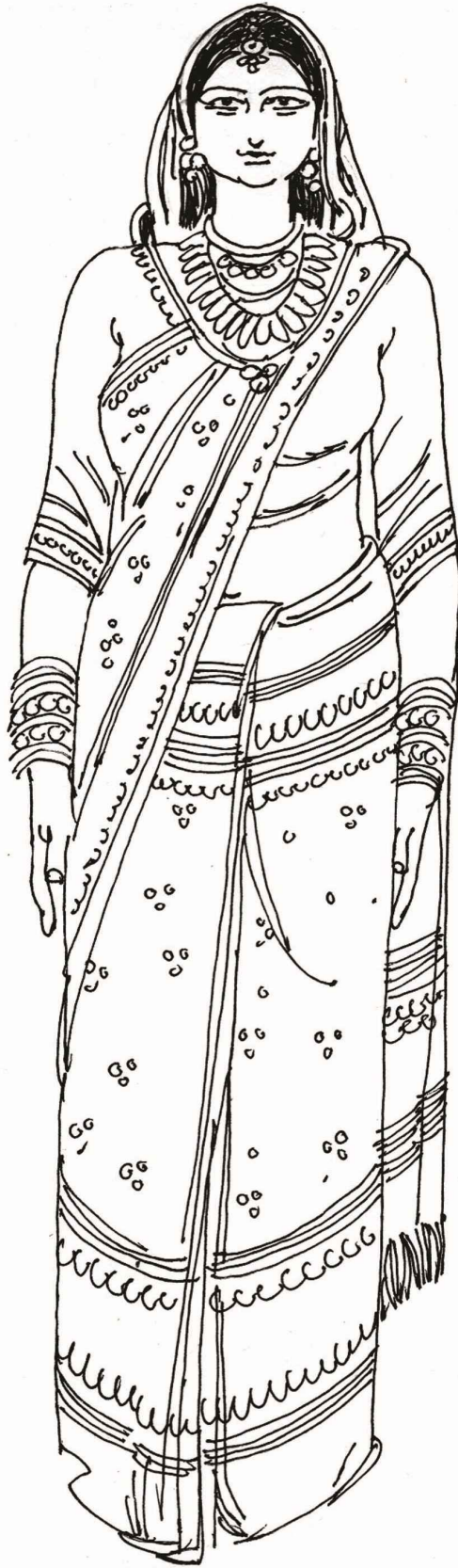
21



22(a)



22(b)



22(ॐ)



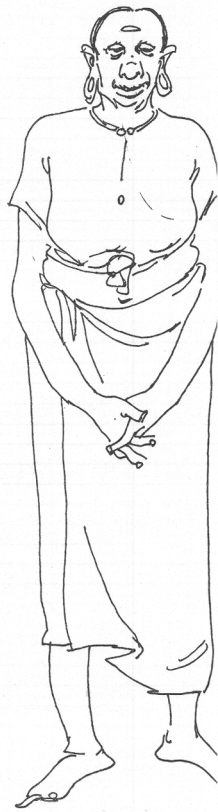
23



24



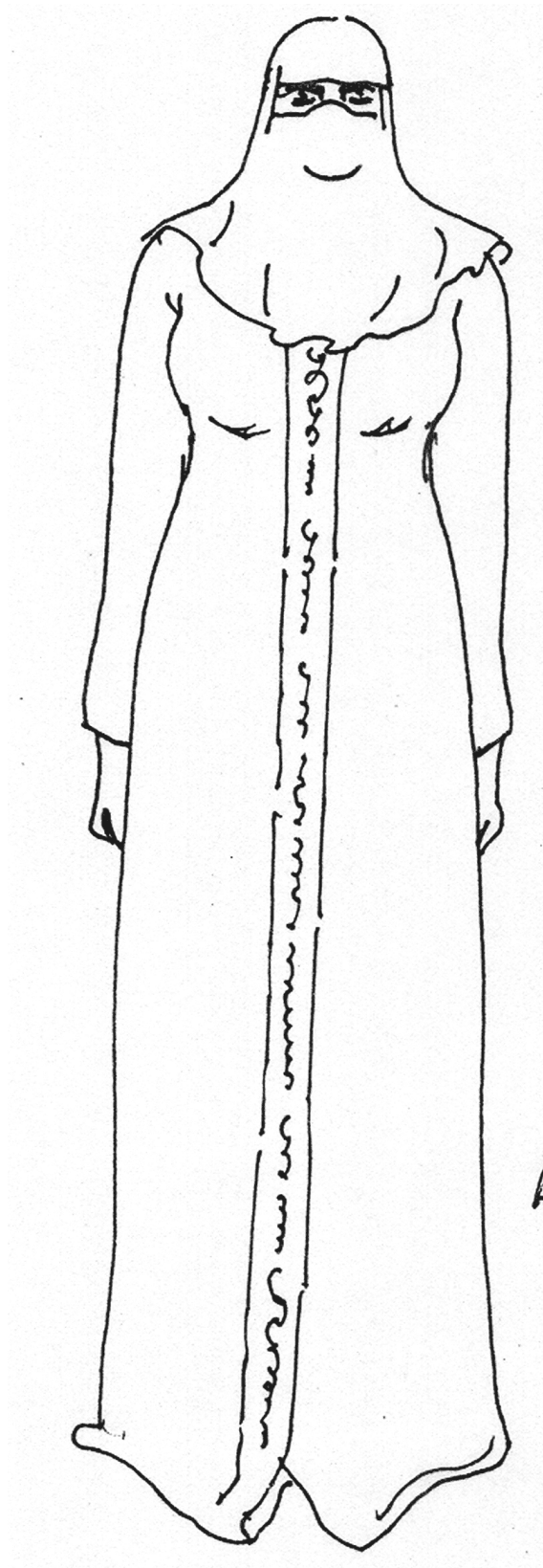
25



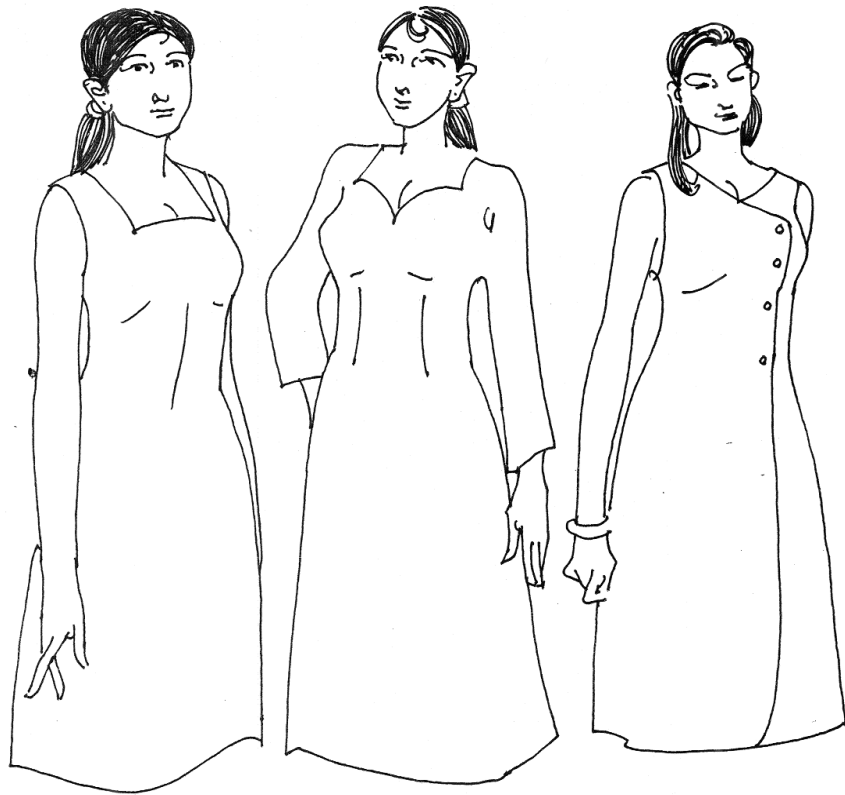
26



27



28



29



30



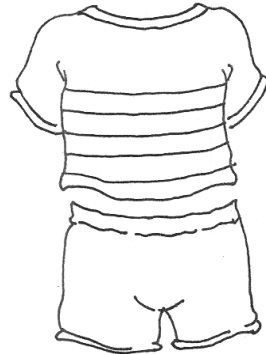
31



32



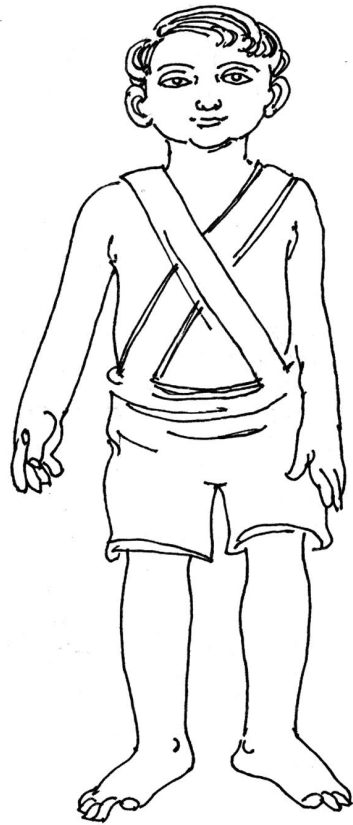
32(a)



33



34



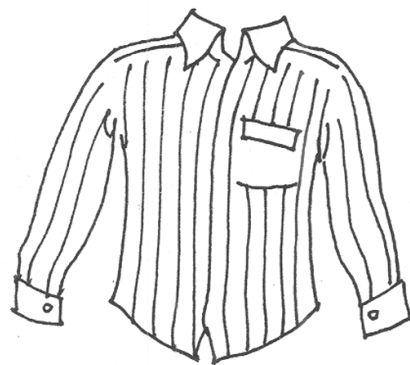
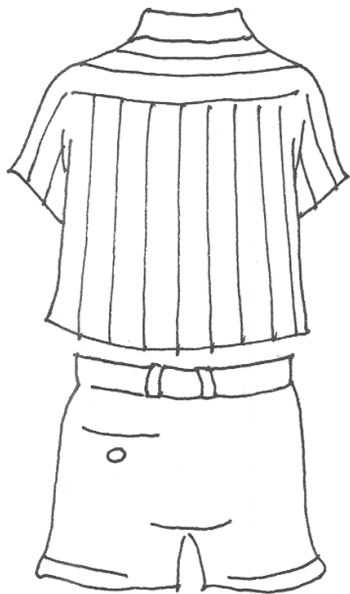
35



36 (a)

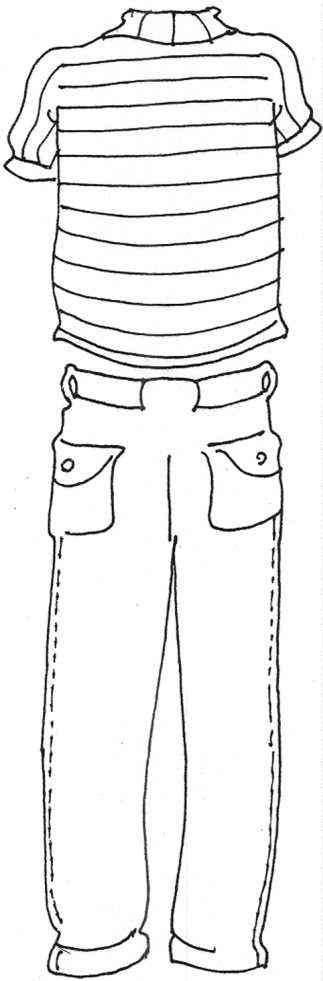


36(㉔)

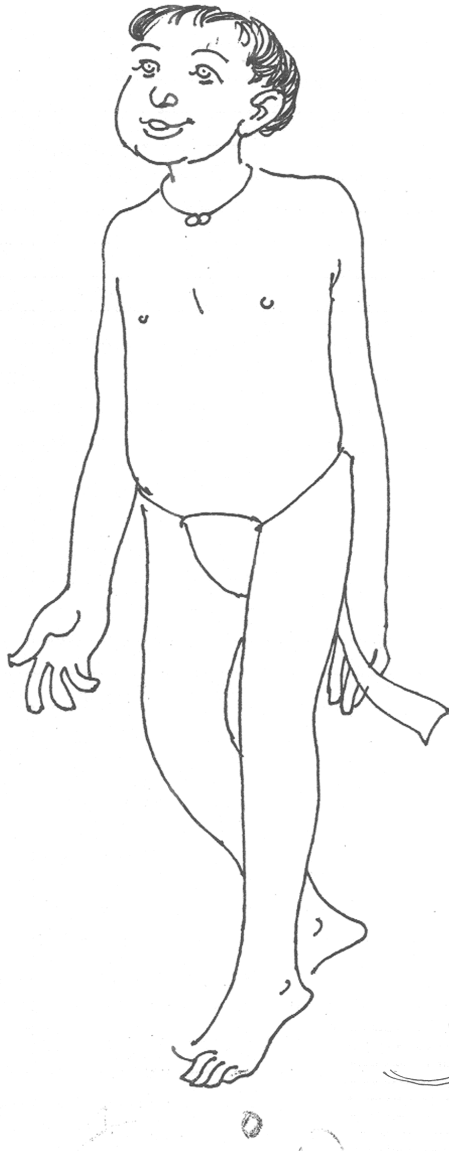


37

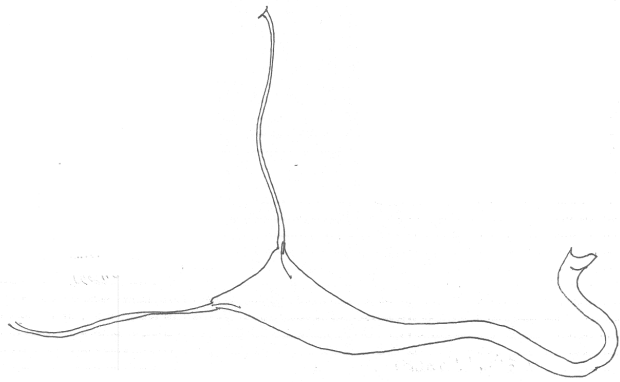
319



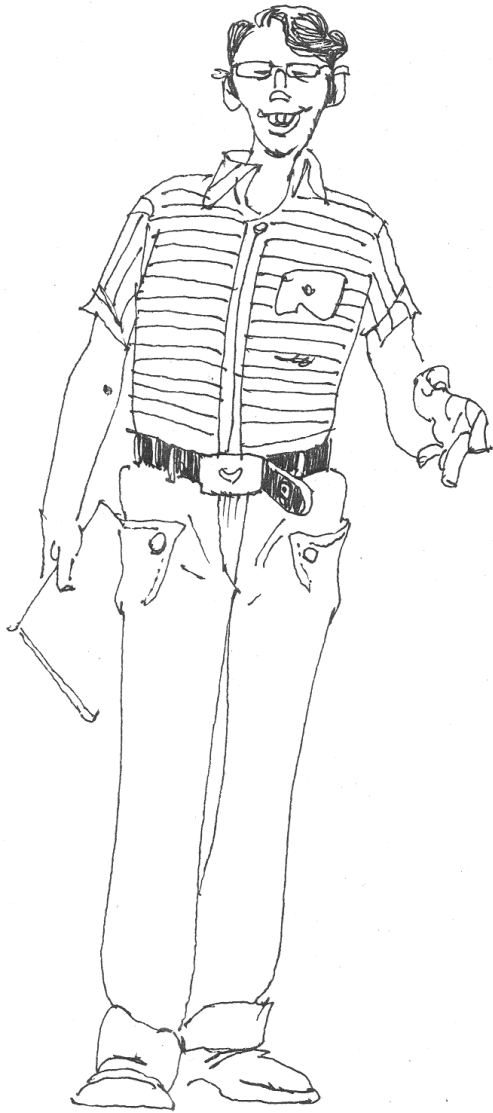
38



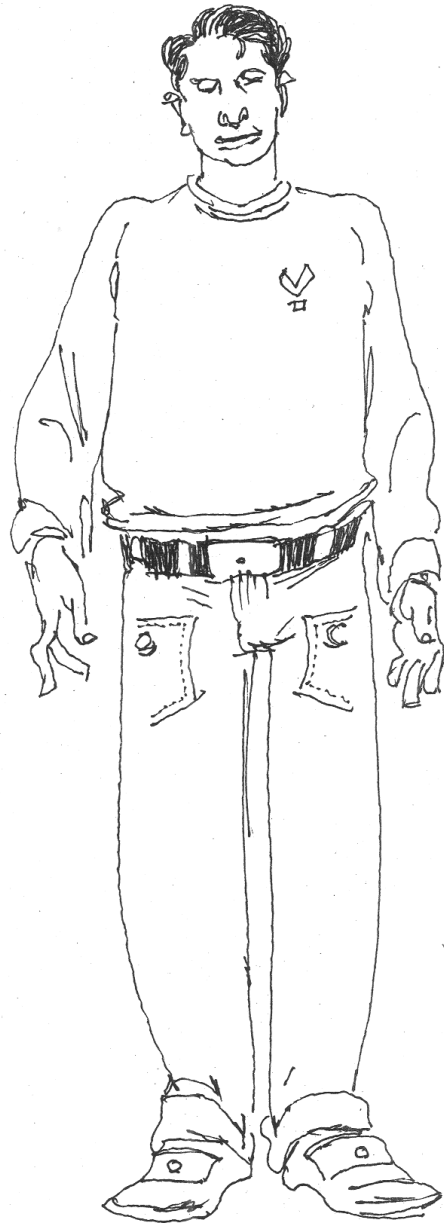
39(a)



39(b)



40



41

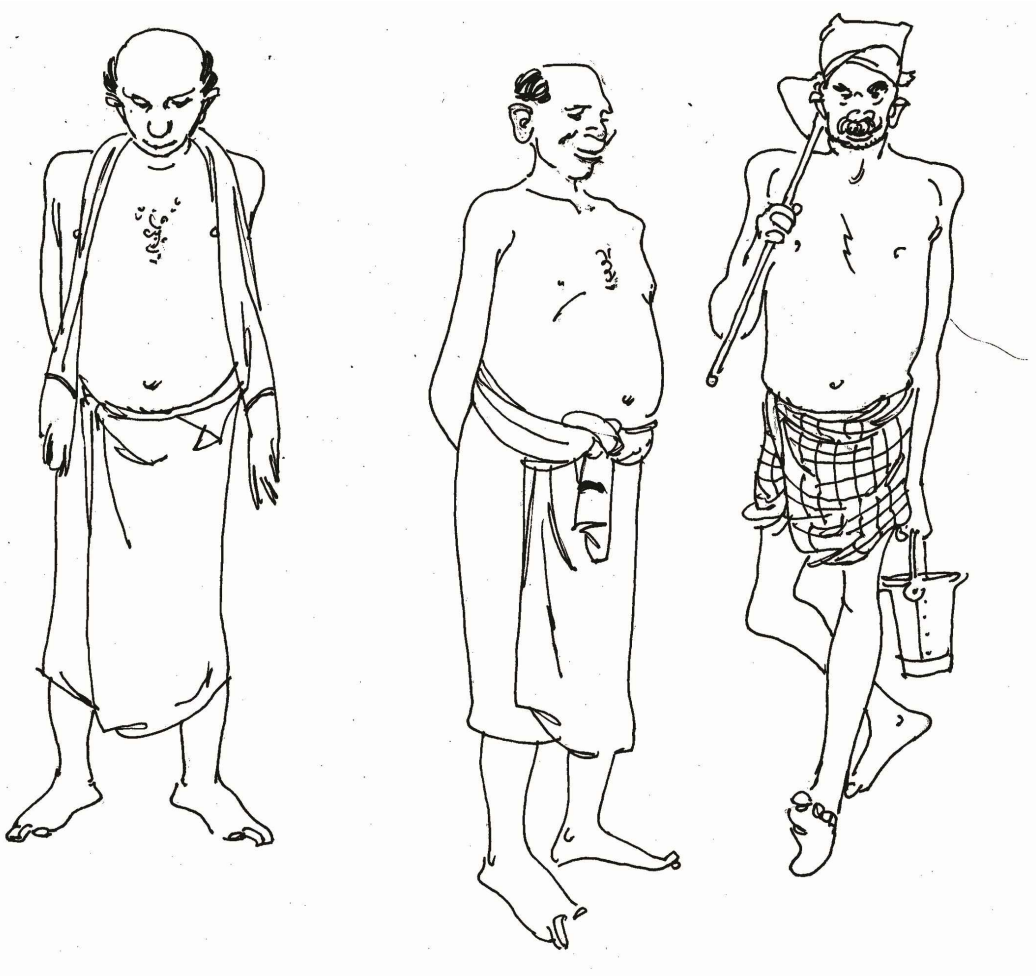


42

323



43 (Q)



43 (b)

43 (c)

43 (d)



43 (e)



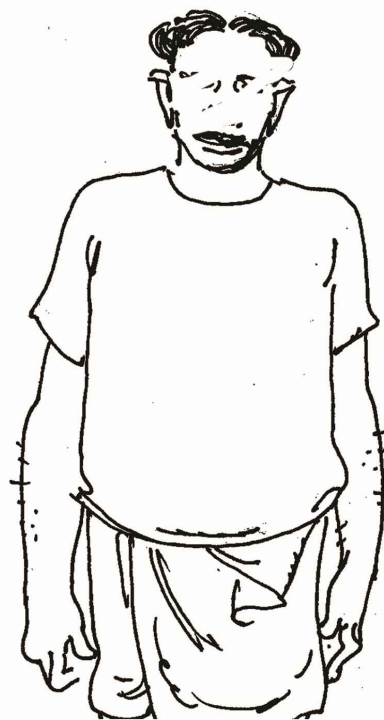
43 (f)



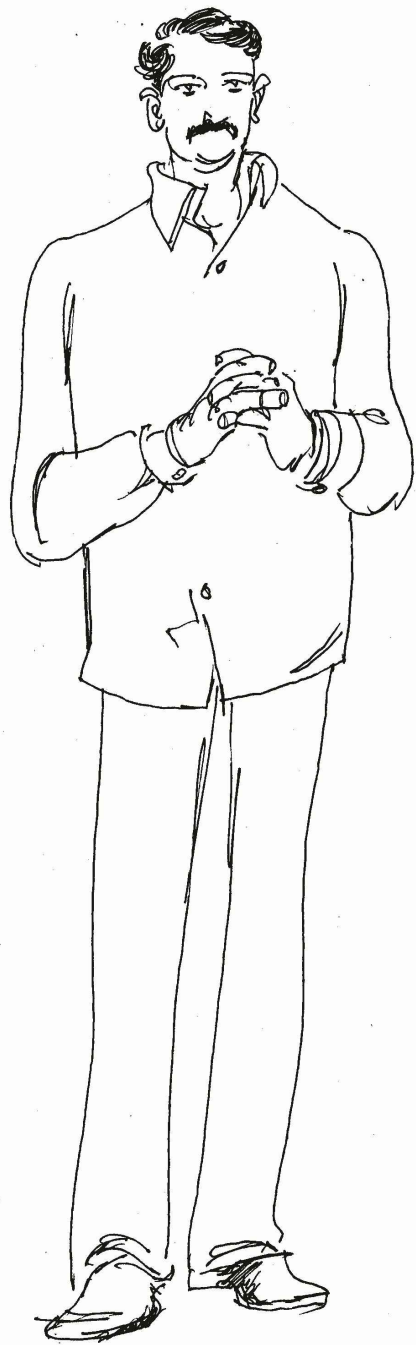
44



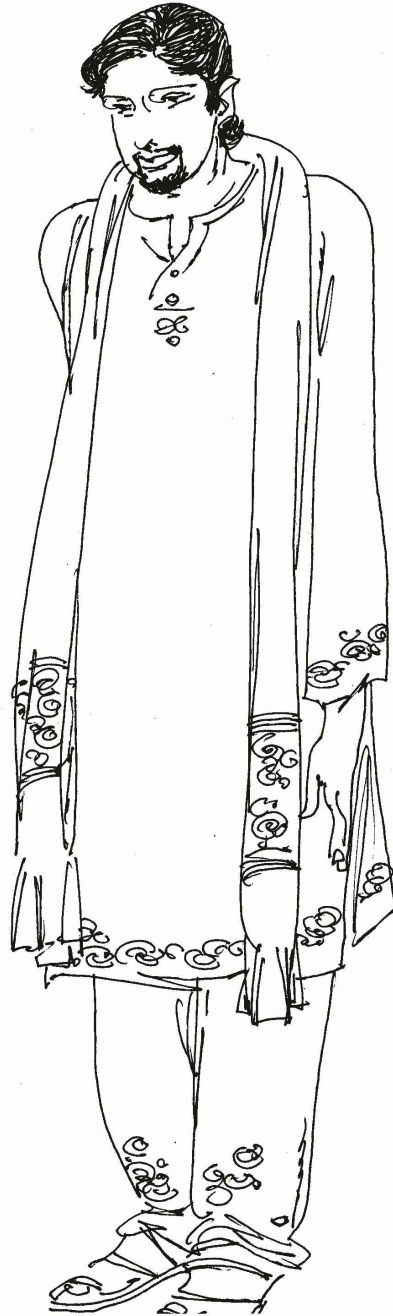
45



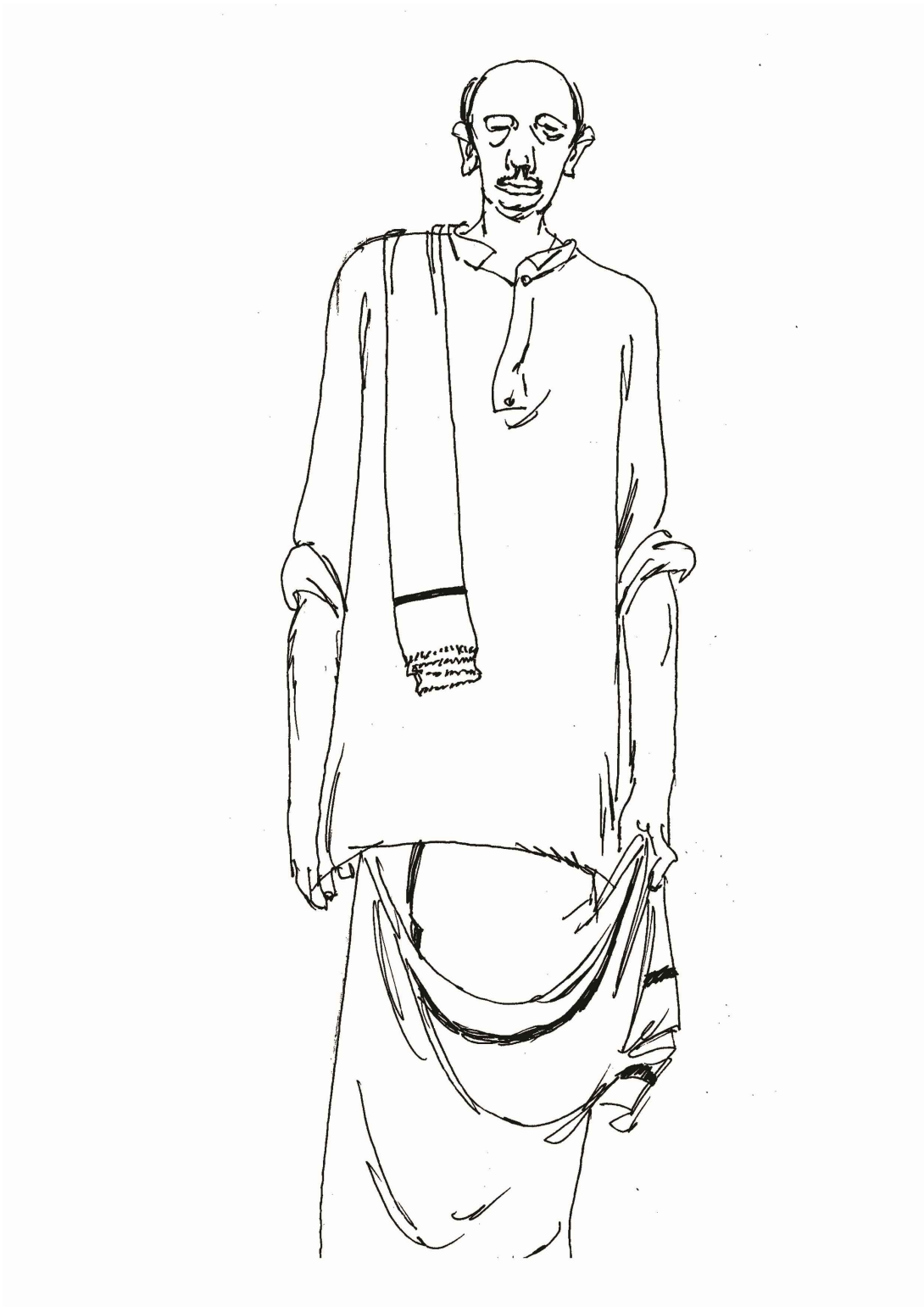
46



47

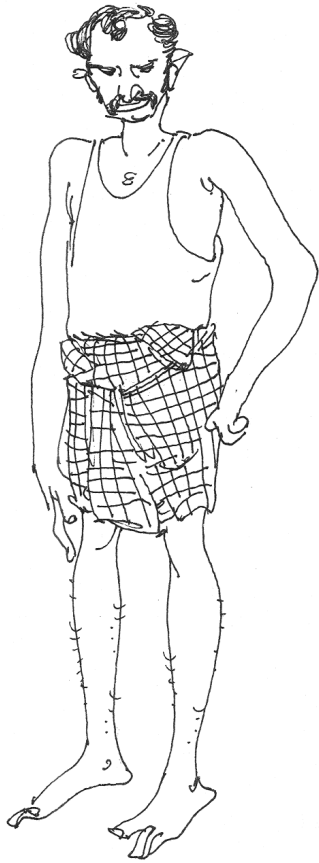


48



49

329



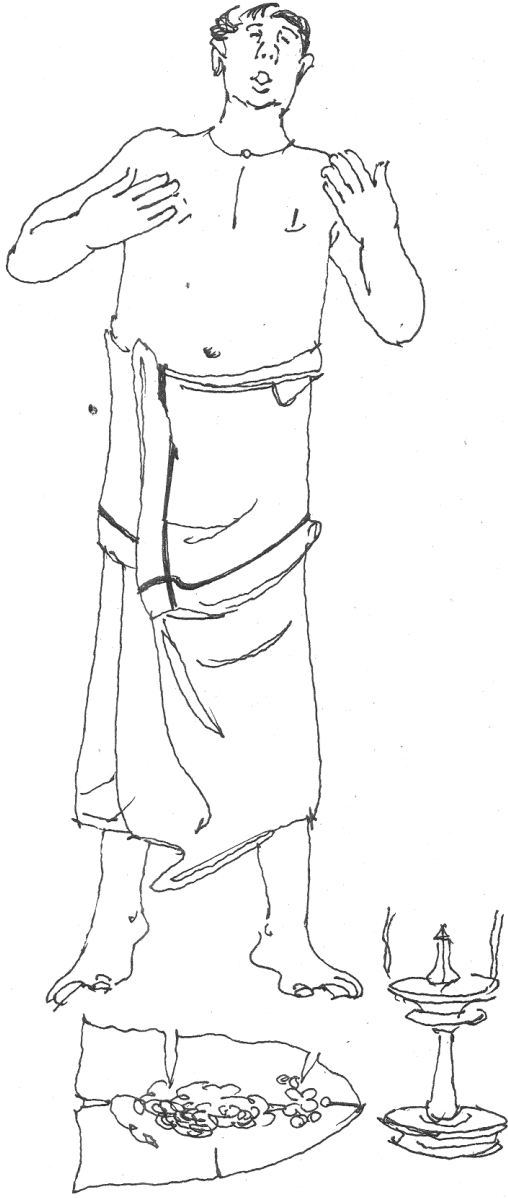
50



51



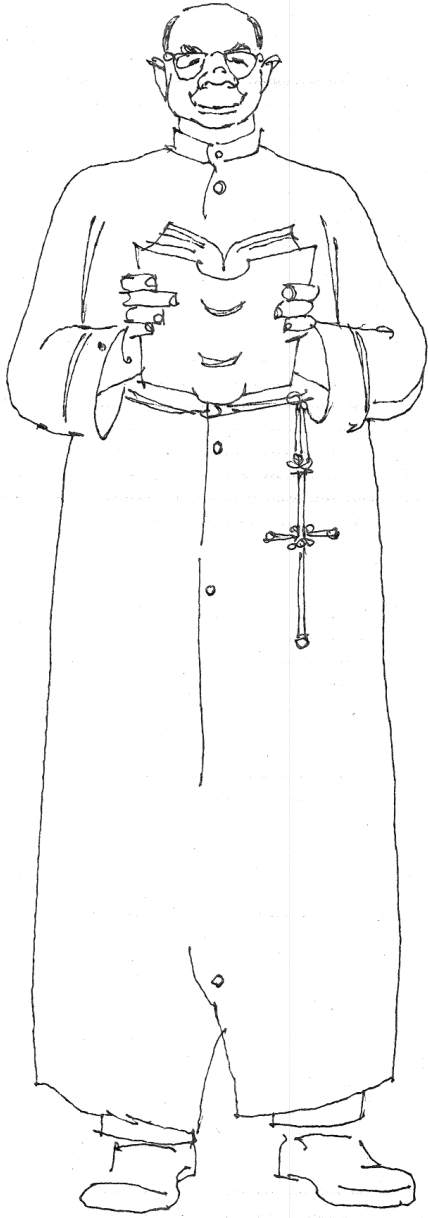
52



53



54



55



56



57



58



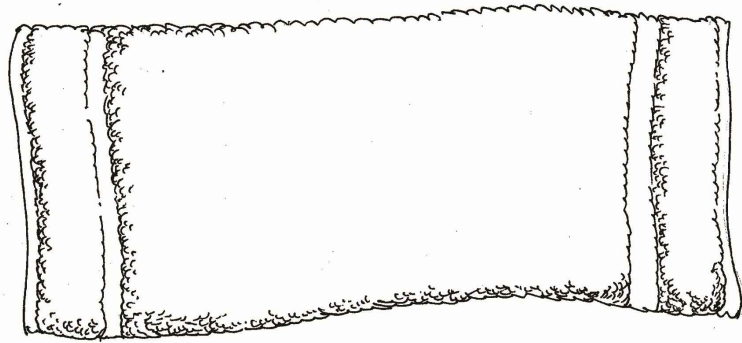
59



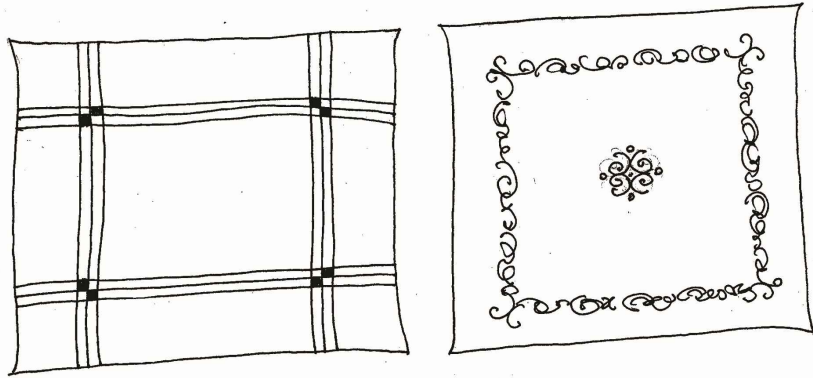
60



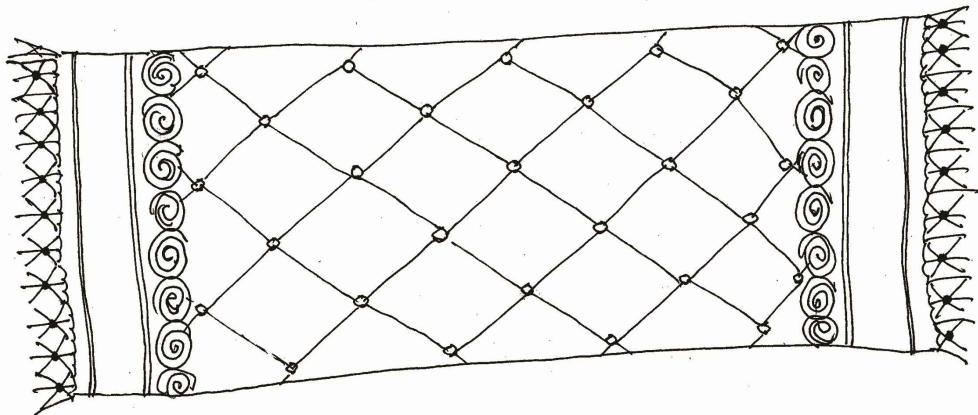
61



62(മ)



62(ന)



62(ര)

൧൧൧൧൧൧൧൧

കൂട്ടായ്മ (ഫോട്ടോ)

കേരളത്തിലെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങളിലുള്ള കൂട്ടായ്മകളുടെ വ്യത്യസ്ത സന്ദർഭങ്ങളിലെ ഫോട്ടോകളാണ് ഈ ഭാഗത്തിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നത്

□□□□□□□□

പരസ്യങ്ങൾ (ഫോട്ടോ)

വനിത, കോസ്മോ പൊളിറ്റൻ, മാത്യൂമി എന്നീ
ആനുകാലികങ്ങളിലും ദ ഹിന്ദു, മാത്യൂമി
എന്നീ ദിനപത്രങ്ങളിലും പ്രസിദ്ധീകരിച്ച പര
സ്യങ്ങളുടെ ഫോട്ടോ പകർപ്പാണ് ഈ ഭാഗത്ത്
കൊടുത്തിരിക്കുന്നത്. ചിത്രങ്ങൾ ഒരുക്കിയത്
വിജേഷ്, സുകുമാരൻ, പ്രകാശ് കുമാർ,
ഓംപ്രകാശ് എന്നിവരാണ്.

൧൧൧൧൧൧൧൧

പദകോശം

1. അച്ചിപ്പുടവ - നായർ സ്ത്രീകൾക്കായി ഈഴവർ നെയ്ത്ത് ഉണ്ടാക്കിയിരുന്ന വസ്ത്രം. ഇത് ധരിക്കാൻ അവന്റെ സ്ത്രീക്ക് അവകാശം ഉണ്ടായിരുന്നില്ല.
2. അപ്പീൽ - വസ്ത്രധാരണം കൊണ്ട് സൃഷ്ടിക്കുന്ന ആകർഷണീയമായ ക്ഷണങ്ങൾ
3. ആക്ടീവ് - ഊർജസ്വലത
4. ആൾട്ടർ സ്പെഷ്യലിസ്റ്റുകൾ - വിലകൂടിയ വസ്ത്രങ്ങളെ മറിച്ചും തിരിച്ചും ഒക്കെ തയ്ക്കുകയും കുറവുകൾ തീർത്തു കൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന വിദഗ്ദ്ധർ.
5. ഇക്കോ ഫ്രണ്ട്ലി - അടുത്ത കാലത്ത് പരിസ്ഥിതിയെ ദോഷപ്പെടുത്താത്തത് എന്ന പേരിൽ പുറത്തിറക്കിയ വസ്ത്രം (ബാലരാമപുരത്ത്). ഇത് വ്യാജവാദം ആണെന്ന് പറയുന്നത്.
6. ഈഗർ - ആവേശം
7. എക്സിക്യൂട്ടീവ് - വിപണി കേന്ദ്രീകൃത വ്യവസ്ഥയിൽ ബിസിനസ് രംഗത്തെ മേധാവികളെ വിശേഷിപ്പിക്കുന്ന പേരാണ്. അവർ ധരിക്കുന്ന കമ്പനി വസ്ത്രങ്ങൾ മാതൃകയായി വിപണി അവതരിപ്പിക്കുന്നു.
8. എംബോയി ഡറി - വസ്ത്രത്തിന്റെ പുറംഭാഗത്ത് വ്യത്യസ്തമായ തൂണിയും നൂലും ചെയ്യുന്ന ചിത്രപ്പണി.
9. കൺട്രിയാം - ജീൻസ് മെറ്റീരിയലിലുള്ളതും മുദ്രണം ചെയ്ത തുമായ ഡിസൈൻമാർ തയ്യാറാക്കിയ പാന്റ്സ് തരം തിരിച്ച് പേര് പതിപ്പിച്ച് കമ്പനി വസ്ത്രമായി തീർന്നത് ആണ്. (കാഞ്ചീപുരം സാരി എന്നു പറയുന്നതുപോലെ)
10. കൺസ്ട്രക്ടിങ് പ്രോസസ് - ഉത്പാദന പ്രക്രിയ
11. കയ്യാപ്പ് - ഒരാളിൽ 'തനത്' എന്ന് നാണയപ്പെട്ട കാര്യത്തെ വിശേഷിപ്പിക്കുന്ന വാക്ക്
12. കാക്കാൻ കളർ - മുസ്ലീങ്ങളെ സൂചിപ്പിക്കുന്ന നിറം ആണ് പച്ച എന്നൊരു പറച്ചിൽ ഉണ്ട്. അതിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്ന വാക്ക്.
13. കാഷ്വൽ ചിക്ക് - 9 നോക്കുക
14. ക്ലാസിക് നിറം - അടിസ്ഥാന വർണങ്ങളെ ക്ലാസിക് നിറങ്ങൾ എന്നു പറയുന്നു.
15. കെയർലെസ് - അലസമായി വസ്ത്രം ധരിച്ചു എന്നു വരുത്തുന്ന രീതി.
16. ക്രഷ്ഡ് ഷാൾ - ഉടഞ്ഞ് ഉതിർന്നു കിടക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള തൂണികൊണ്ട് തീർത്ത ഷാൾ.
16. ക്രോസ് - വസ്ത്രത്തിന്റെ മുകൾഭാഗവും താഴ്ഭാഗവും

- മാച്ചിങ് വിരുദ്ധനിറങ്ങളിലുള്ള രീതി.
17. കംഫെർട്ട് - വസ്ത്രധാരണത്തിൽ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്ന സുരക്ഷിതത്വബോധം.
 18. ഗ്ലാം ഗോഡസ് - 9 നോക്കുക
 19. ചെക്ക് - വരകൾകൊണ്ട് തീർക്കുന്ന ചതുരമാനം. ഉടുപ്പികളിലാണ് ഇത്തരം വരകൾ കൊണ്ടുള്ള ഭംഗി തീർക്കുന്നത്.
 20. ടക് - വസ്ത്രത്തിന്റെ ഇറക്കം, വണ്ണം ഇവ കുറയ്ക്കുകയാണ് 'ടക്' കൊണ്ടുള്ള പ്രയോജനം. നീണ്ട് ചെറുവരകൾ പോലെ തുണി മടക്കി തയ്ച്ച് ഒരുക്കുന്ന രീതിയാണ് കണ്ടു വരുന്നത്. 'ടക് അടിക്കുക' എന്ന ഗ്രാമങ്ങളിൽ പ്രയോഗിക്കാറുണ്ട്.
 21. ടുരൈബു - ബ്ലൂസിനായി ഏതെങ്കിലും 2തരം നൂലുകൾ തുല്യ അനുപാതത്തിൽ ചേർത്ത് ഉണ്ടാക്കിയ വസ്ത്രം. കോട്ടണും സിന്തറ്റിക് നൂലും ചേർത്ത് ഉണ്ടാക്കുന്ന സുതാര്യമായ തുണിയാണ്.
 22. ട്രെൻറ് - ഒരു നിശ്ചിത കാലം വരെ മാത്രം നിൽക്കുന്ന, വസ്ത്രത്തിന്റെ വിപണനത്തിന് പ്രേരണ കൊടുക്കുന്ന പ്രക്രിയ.
 23. ടൈറ്റ് ഫിറ്റ് - വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പിന്റെ അഭിമുഖ്യത്തിൽ നിർദ്ദിഷ്ട കേന്ദ്രങ്ങളിൽ എല്ലാ കച്ചവടവസ്തുക്കളെയും ഉൾക്കൊള്ളിച്ച് നടത്തുന്ന വിപണനമേള. മിക്കവാറും വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെ ഉദ്ദേശിച്ചാണ് ഇത് സംഘടിപ്പിക്കുന്നത്.
 24. ടോപ്പ്, ബോട്ടം - സ്ത്രീകളുടെ സാരി അല്ലാത്ത വസ്ത്രങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് ഈ പേരുകൾ നാണയപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. മേൽവസ്ത്രവും കീഴ് വസ്ത്രവും ആണ്. നിശ്ചിത വസ്ത്രത്തിന് തീർച്ചപ്പെടുത്തിയ രൂപത്തോടുകൂടിയ മേൽഭാഗവും കീഴ്ഭാഗവും ഉണ്ട് എന്ന ധാരണ ഇല്ലാതാക്കാൻ ഈ സർവനാമങ്ങൾ കൊണ്ടു സാധിച്ചു.
 25. ഡയറ്റീഷ്യൻ - നിശ്ചിത അനുപാതത്തിൽ ആഹാരം നൽകി ശരീരത്തിന്റെ ആരോഗ്യവും സൗന്ദര്യവും നിലനിർത്താൻ വേണ്ട ഭക്ഷണ മാതൃകകളും മരുന്നും നിർദ്ദേശിക്കുന്ന വിദഗ്ദ്ധർ.
 26. ഡാർട്ട് - ഒരു പ്രത്യേക അവയവഭാഗത്തേക്ക് ചൂണ്ടുന്ന കണക്കിൽ ശരീരവടിവിന് ഒത്ത വണ്ണം തുണി വെട്ടി തയ്ക്കുന്ന രീതിയാണിത്.
 27. ഡിജിറ്റൽ പ്രിന്റ് - രേഖയുടെ സൂക്ഷ്മതലങ്ങളെ അകർഷകമായും വർണാഭമായുമുള്ള രീതിയിൽ ലഭ്യമാക്കുന്നു.
 28. ഡിസൈഡിങ് ഫാക്ടർ - നിർണായക ശക്തി
 29. ഡിസൈൻ - വസ്ത്രത്തിന്റെ ആകൃതിയും പ്രകൃതിയും,

നിശ്ചിത നിർദ്ദേശത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ കലാപരമായി ആവിഷ്കരിച്ച് ഒരുക്കുന്ന സമ്പ്രദായം

- 30. ഡിസൈനർ - വസ്ത്രത്തെ രൂപകല്പന ചെയ്യുന്ന സാങ്കേതിക വിദഗ്ദ്ധൻ, അങ്ങനെ തയ്യാറാക്കുന്ന ഷർട്ടിന് 'ഡിസൈൻഷർട്ട്' എന്നു പറയുന്നു.
- 31. ഡെനിം ഡ്രീ - 9 നോക്കുക
- 32. ഡ്രസ് ഫോർ അതേഴ്സ് - വസ്ത്രം മറ്റുള്ളവർക്കുവേണ്ടി ധരിക്കുന്ന ഒന്നാണ് എന്ന് ഗാന്ധിജി അഭിപ്രായപ്പെട്ടിരുന്നു. മാനം കാക്കൽ എന്ന ധർമ്മ മാത്രം നിർവഹിക്കേണ്ടതാണ് വസ്ത്രം എന്നും സ്വയം ആനന്ദിച്ച് മറ്റുള്ളവരെ ആകർഷിക്കാൻ ഉള്ളത് ആകരുത് എന്നാണ് ഇതിലെ ആശയം.
- 33. ത്രെഡ് - വസ്ത്രത്തിന്റെ പുറംഭാഗത്ത് ഭംഗി വരുത്താൻ ചെറിയ രൂപങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന നൂല്.
- 34. ത്രെഡ് പേൾ സീക്വൻസ് - മുത്തുകൾ നിശ്ചിത നിരകളിലായി വസ്ത്രത്തിന്റെ പുറംഭാഗത്ത് നൂലുകൊണ്ട് തയ്ച്ചെടുക്കുന്ന രീതി.
- 35. റൂപ്പട്ട - കമനീയമായ തയ്യാറാക്കുന്ന ഷാൾ.
- 35. നെഗറ്റീവ് - പുരോഗമന വിരുദ്ധ മനോഭാവം.
- 35. നാപ്കിൻ - ശിശുക്കളും പ്രായപൂർത്തിയായ സ്ത്രീകളും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു തരം അടിവസ്ത്രമാണ്. മലമുത്രാദികളെ സ്വയം നിയന്ത്രിക്കാൻ ആകാത്ത പ്രായത്തിലുള്ള ശിശുക്കൾക്ക് അടിവസ്ത്രമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. പ്രായപൂർത്തിയായ സ്ത്രീകൾ മാസമുറവേളയിൽ ഈ വസ്ത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നു. അടിവസ്ത്രത്തിന് ഡയാപ്പർ എന്നും പേരുണ്ട്.
- 36. നേര്യത് - കസവുസാരി
- 37. പാനൽ - വസ്ത്രത്തിൽ ചേർത്തു തയ്ക്കുന്ന അരികുപാളി. തുണിയിൽ വെച്ചുപിടിപ്പിക്കുന്ന രീതി.
- 38. പാസീവ് - പതിഞ്ഞ മട്ട്
- 39. പാറ്റേൺ - വസ്ത്രത്തിന്റെ നിർദ്ദിഷ്ട മാതൃക. ഡിസൈൻ പ്രകാരം തീർക്കുന്നത്
- 40. പാർട്ടിവെയർ - വിരുന്നുവേളകളിൽ ധരിക്കാൻ പ്രത്യേകമായി വസ്ത്രവിപണനശാലകളിൽ തയ്യാറാക്കുന്ന ആഡംബര വസ്ത്രങ്ങൾ
- 41. പീസ് വർക്ക് - തൊഴിൽ വിഭജന പ്രകാരം നിർദ്ദിഷ്ടഭാഗം മാത്രം ഓരോ തൊഴിലാളികളും തയ്ച്ചെടുക്കുന്ന രീതി.
- 42. പെയിന്റിങ് ബിഡ് - ചെറുമുത്തുകൾ പതിച്ച് പെയിന്റ് ചെയ്ത് വസ്ത്രം മനോഹരമാക്കുന്ന രീതി.
- 43. പൈപ്പിങ് - സ്ത്രീകളുടെ മേൽവസ്ത്രങ്ങളിലും ഫ്രോക്കിലും

ഒക്കെ അരികുഭാഗത്ത് വ്യത്യസ്ത നിറത്തിലും രീതിയിലുമുള്ള തൂണികൾ ചെറു വീതിയിൽ മടക്കി തയ്ച്ച് ചേർക്കുന്നതിനെ പൈപ്പിങ് എന്നു പറയുന്നു. വസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രത്യേകമായ അരികുഭാഗങ്ങളിൽ ആണ് പൈപ്പിങ് തൂണി പിടിപ്പിക്കുന്നത്.

- 44. പൊക്കാലസാരി - ആറ്റുകാൽ പൊക്കാലക്ക് സ്ത്രീകൾ ഉടുത്തുപോരുന്നത്. കുറഞ്ഞവിലയ്ക്ക് ഇളം നിറത്തിലുള്ള, വിലകുറഞ്ഞ ഡിസൈനുകളുള്ള സാരി. ആറ്റുകാൽ പൊക്കാലയോട് അനുബന്ധിച്ച് കച്ചവടക്കാർ കമ്പോളത്തിൽ പ്രചരിപ്പിക്കുന്നു. 100രൂപ വിലവരുന്ന സാരി ആണ്.
- 45. പ്ലാക്കറ്റ് - വസ്ത്രങ്ങളുടെ തുറപ്പിഭാഗത്ത് (ബട്ടൺ കോർക്കുന്ന ഭാഗം) പ്രധാനമായും ഷർട്ടിന്റെ കട്ടിക്ക് തയ്ച്ചുതീർക്കുന്ന ഭാഗത്തെ പ്ലാക്കറ്റ് എന്നു പറയുന്നു.
- 46. പ്ലീറ്റ് - അധികമായും പാവടയിലും ഫ്രോക്കിലും തീർക്കുന്ന മടക്ക് അല്ലെങ്കിൽ ഞൊറി. ഇതുകൊണ്ട് വസ്ത്രത്തിന്റെ ആകൃതി നിജപ്പെടുത്തി ഇതിലേക്ക് ആകർഷണം ഉണ്ടാക്കുന്നു. നീളം കൂടുതലാക്കി ലംബമായിട്ടാണ് ഇത് തീർക്കുന്നത്. സാരി ഉടുക്കുമ്പോൾ ഇതേ ആകൃതിയിൽ ഞൊറി തീർക്കാറുണ്ട്.
- 47. പ്ലെയിൻ - പ്രത്യേക ചിത്രപ്പണി ഒന്നും ചെയ്യാത്ത ഒറ്റ നിറത്തിലുള്ള വസ്ത്രം.
- 48. പ്രിൻ്റ്ഡ് - വസ്ത്രത്തിൽ ചിത്രപ്പണി മുദ്രണം ചെയ്തുവരുന്ന സമ്പ്രദായം
- 48. ഫങ്ഷൻ - നഗരസമൂഹം വിവിധ സന്ദർഭങ്ങളിൽ നടത്തുന്ന വിരുന്നു സല്ക്കാരം
- 49. ഫാഷൻ ഷോ - ഡിസൈൻ ചെയ്ത വസ്ത്രങ്ങളുടെ പരസ്യത്തിനായി മോഡലുകളെ ഉപയോഗിച്ചു നടത്തുന്ന പ്രദർശനം.
- 50. ഫേക് ഖദർ - ഖദർ എന്ന് പറഞ്ഞ് കമ്പോളത്തിൽ എത്തിക്കുന്ന വ്യാജ ഖദർ വസ്ത്രം.
- 50. ബെൽബോട്ടം - പാന്റ്സിന്റെ താഴത്തെ ഭാഗം മാത്രം വീതി കൂടിയും മറ്റുഭാഗം വീതി കുറഞ്ഞതും ഇരിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള തയ്യൽ രീതി.
- 50. ഫോക്സിഫെം - 9 നോക്കുക
- 50. ഫുൾ ഫിൽ - പ്രത്യേകിച്ച് ധർമ്മം ഇല്ലാതെ നിറവ് എന്ന തരത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതി.
- 51. ഫാൻസി - അലങ്കരിച്ച് മറ്റൊന്നായി തീർക്കുന്ന രീതി.
- 52. ഫ്ളെയേഡ് - 9 നോക്കുക
- 53. ഫ്രീൽ - തൊണ്ടൽ, ഫ്രോക്കിലും പ്രിൻസസ് പെറ്റിക്കോട്ടിലും ഒക്കെ വസ്ത്രത്തിന്റെ ചുറ്റിലേക്ക് നീളുന്ന

- തരത്തിൽ തൊങ്ങൽ വെച്ചുപിടിപ്പിക്കുന്ന രീതി സാധാരണഗതിയിൽ കണ്ടുവരുന്നുണ്ട്.
- 54. ബാക്ക് ഓപ്പൺ - ബ്ലൂസിന്റെ പുറകുവശത്ത് തുറപ്പുള്ള ഫാഷൻ, ഇത് പണ്ട് ഉണ്ടായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ വീണ്ടും പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു.
 - 54. ബാന്റ് - നേർത്തതും ചെറുതരവുമായ നാട. കഴുത്തു പട്ടക്കും ഈ പേരു പറയാറുണ്ട്.
 - 55. ബിസിനസ് സ്യൂട്ട് - ബിസിനസ് രംഗത്തെ എക്സിക്യൂട്ടീവുകൾ ധരിക്കുന്ന പാന്റ്സും ഷർട്ടും അടങ്ങുന്ന വസ്ത്രക്കൂട്ടമാണ്.
 - 55. ബെൽറ്റ് - ഭംഗിക്കുവേണ്ടി തുന്നിപ്പിടിപ്പിക്കുന്ന നാട
 - 56. ബ്യൂട്ടി കട്ട് - 9 നോക്കുക
 - 56. ബോയ്ഫ്രണ്ട് ഫാഷൻ - ആൺ പെൺ സൗഹൃദങ്ങളുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ വിപണി പരസ്യപ്പെടുത്തുന്ന വസ്ത്രമാതൃകകൾ
 - 57. ബോയി ഷെയ്പ്പ് - ശരീര വടിവ്. പൊതുവെ വസ്ത്രം തുന്നിക്കുമ്പോൾ ശരീരവടിവിന് ഒത്തവണ്ണം തയ്യിക്കാറുണ്ട്.
 - 58. ബെക്കർബേബി - 9 നോക്കുക
 - 59. സ്ലാക്ക് ഷർട്ട് - അരക്കയ്യാൻ ഉടുപ്പ്
 - 60. ബ്ലൂ കോളർ - അടിസ്ഥാനവർഗത്തിൽപെടുന്ന തൊഴിലാളികൾ, അവർക്ക് സാമാന്യേന നീലവസ്ത്രം ആണ്. ആഗോളീകരണത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ വൈറ്റ് കോളറിൽ നിന്ന് ബ്ലൂ കോളറിലേക്കുള്ള മാറ്റം സാധാരണ സംഭവിക്കുന്നുണ്ട്.
 - 61. ബ്ലൗസ് ഷർട്ട് - പെൺകുട്ടികൾ ധരിക്കുന്ന ഷർട്ട് മോഡലിലുള്ള ബ്ലൗസിനെയാണ് ഇങ്ങനെ വിളിക്കുന്നത്
 - 62. ബ്രെക്ക് - വസ്ത്രത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ നിശ്ചയിക്കപ്പെട്ട സാമ്പ്രദായികധാരണകളെ മറി കടക്കുക.
 - 63. മാനുഫാക്ചറിങ് ഡിവൈസ് - ഉപഭോഗത്തിനുള്ള ഉത്പന്നം
 - 64. മേശമര്യാദ - മയഹല മീലൂ എന്ന് അറിയപ്പെടുന്ന, യൂറോപ്യൻ നാടുകളിൽ ഭക്ഷണം കഴിക്കുന്ന സന്ദർഭങ്ങളിൽ പാലിക്കുന്ന, ഔപചാരികമായ പെരുമാറ്റവഴക്കങ്ങൾ. അത്തരം വഴക്കങ്ങൾ നമ്മുടെ നഗരങ്ങളിലും പാലിച്ചു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്.
 - 65. മോഡേൺ - നവലോകത്തിന് യോജിച്ച തരത്തിലുള്ള നിർമ്മിതി
 - 66. യാർഡ് - മൂന്നടി കോൽ അളവ് - 0.9144 മീറ്റർ നീളം. മുമ്പ് നിലവിൽ ഉണ്ടായിരുന്ന തൂണി അളവ് വീതി.
 - 67. ലോ കട്ട് - 9 നോക്കുക
 - 68. ലോഗോ - ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റേതെന്നു തെളിയിക്കുന്നു

- മുദ്ര.
- 69. വസീത്ര മര്യാദ ((ഡസ് കോഡ്) - സ്കൂൾ, കോളേജ്, ഫാക്ടറികൾ തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ അധികാരികൾ അവിടത്തെ ആശ്രിതർക്ക് നിർദ്ദേശിക്കുന്ന വസീത്രവും വസീത്രധാരണരീതിയും അടങ്ങുന്ന പ്രവർത്തന സംഹിത
 - 70. വെസ്റ്റേൺ ട്രെന്റ് - പടിഞ്ഞാറൻ രീതിയിൽ ഉള്ള വസീത്രമാതൃകയുടെ നിശ്ചിത കാലയളവിലെ സ്വാധീനം.
 - 71. വേഷ്ടി - മുണ്ട് / രണ്ടാംമുണ്ട്
 - 71. വൈറ്റ് മാജിക് - ഫ്രോക്ക് രീതിയിൽ ടോപ്പും പാട്രയാല ബോട്ടവുമുള്ള വെള്ള നിറത്തിലുള്ള സാൽവാർകമ്മീസിൽ തിളങ്ങുന്ന എംബ്രോയ്ഡറി വർക്കു ചെയ്ത ഡിസൈൻഡ് വസീത്രത്തിന്റെ പേര്
 - 73. വൈറ്റ് കോളർ - മധ്യവർഗത്തിലുള്ളവരുമായ അതിനു മുകളിലുള്ളവരുമായ ജീവനക്കാർ, അവർ ശുഭവസീത്രധാരികൾ എന്നാണ് വിവക്ഷ.
 - 74. ഷാർപ്പ് പെനി ട്രേറ്റിങ്ങ് സിട്രക്ചർ - മുർച്ചയുള്ള, തുളച്ചുകയറുന്ന ശരീരഘടന.
 - 75. ഷിഫ്റ്റ് - ജനതയുടെ ബോധതലത്തിലും ആശയതലത്തിലും ബാഹ്യശക്തികളുടെ ഇടപെടൽ കൊണ്ടുണ്ടാകുന്ന പഠിച്ചുനടലിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.
 - 76. ഷെയ്ഡ് - വസീത്രത്തിൽ നിർദ്ദിഷ്ട വർണത്തെ കുറുപ്പുകൊണ്ട് കടുപ്പിച്ച് തീർക്കുന്ന ഭംഗി.
 - 77. ഷോപ്പിങ്ങ് ഫെസ്റ്റിവൽ - വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പിന്റെ ആഭിമുഖ്യത്തിൽ നിർദ്ദിഷ്ട കേന്ദ്രങ്ങളിൽ എല്ലാ കച്ചവടവസ്തുക്കളെയും ഉൾക്കൊള്ളിച്ച് നടത്തുന്ന വിപണനമേള. മിക്കവാറും വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെ ഉദ്ദേശിച്ചാണ് ഇത് സംഘടിപ്പിക്കുന്നത്.
 - 78. ഷോപ്പിങ്ങ് - പടിഞ്ഞാറൻ വാങ്ങൽ രീതി. ആവശ്യത്തിനു മാത്രം വാങ്ങുന്ന രീതിയായിരുന്നു നമ്മുടെ പാരമ്പര്യപ്രകാരം ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഉപഭോക്തൃവൽക്കരണത്തിന്റെ പ്രധാന സ്വഭാവം, വാങ്ങൽ ശീലമാക്കി മാറ്റുക എന്നതാണ്.
 - 79. സാരിസൂട്ട് - റെഡിമെയ്ഡ് സാരി. പിന്നുകളും ഇലാസ്റ്റിക്കും ഒക്കെ ചേർത്തു തയ്യാറാക്കി വെച്ചിരിക്കുന്ന ഇത്തരം സാരിയിൽ. ഞൊറി ഉൾപ്പെടെ എല്ലാം മുൻകൂട്ടി ഒരുക്കി വെച്ചിട്ടുണ്ടാവും.
 - 80. സീം - തുണിയുടെ രണ്ട് അരികുകൾ ഒരുമിച്ച് ചേർത്ത് തയ്ച്ചുണ്ടാകുന്നതിനെ സീം എന്നു പറയുന്നു. തയ്ച്ചുകഴിയുമ്പോൾ വസീത്രത്തിന്റെ അകവശത്ത് ആയിരിക്കും സീം.
 - 80. ഓറിയന്റൽ - 9 നോക്കുക

ഫിളർട്ട്

- 81. സീക്വൻസ് - പ്രത്യേകമായ അനുപതാത്തിൽ മുത്തുകളോ നൂലോ കൊണ്ട് ഒരു ക്രമം തോന്നിക്കുന്ന അലങ്കാരരീതിയാണ് ഇത്.
- 82. സെക്ടേറിയൻ - സങ്കുചിതമായി ചിഹ്നവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട വസ്ത്രരീതി.
- 83. സെക്കുലർ - മത ചിഹ്നങ്ങൾ ഒന്നും പ്രദർശിപ്പിക്കാത്ത വസ്ത്രമാതൃക (മതനിരപേക്ഷ വസ്ത്രരീതി).
- 84. സെലിബറേഷൻ - ആനന്ദനിർഭരമായ കൊണ്ടാടൽ
- 85. സൈൻ - ചിഹ്നം
- 86. സൈക്ലിക് - ചാക്രികം
- 87. സ്വെഡയിറ്റ് കട്ട് - 9 നോക്കുക
- 88. സ്വീഡിംഗ് - നീണ്ടവരയുള്ള തുണിത്തുണ്ട്
- 89. സ്റ്റൈൽ - ശൈലി, വസ്ത്രം നിർമ്മിക്കുന്നതിനുള്ള ഡിസൈനർമാരുടെ തനത് രീതി.
- 90. സ്റ്റോൺ വാഷിംഗ് - 9 നോക്കുക
- 91. സ്റ്റിം ബ്യൂട്ടി - ശരീരം മെലിയിച്ച് ഉണ്ടാക്കുന്ന പാശ്ചാത്യരീതിയിൽ ഉള്ള സ്ത്രീ സൗന്ദര്യ മാതൃക.
- 92. സ്റ്റിററ് - തുറപ്പ്. പ്രധാനമായും ചുരിദാറിന്റെ വശങ്ങളിലെ തുറപ്പുഭാഗത്തെ ആണ് സ്റ്റിറ്റ് എന്നു പറയുന്നു.
- 93. സ്റ്റീവ് - ഉടുപ്പിന്റെ കൈ ഭാഗം പ്രധാനമായും ഷർട്ടിന്റെ കൈഭാഗത്തെ ആണ് ഇങ്ങനെ വിളിക്കുന്നത്.
- 95. ഹുക്ക് - തുറപ്പുഭാഗം ഉറപ്പിക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന വിവിധതരം കൊളുത്തുകൾ.
- 95. ഹെം - ഒരു തരം മടക്കിത്തയ്യാലാണ്. വസ്ത്രങ്ങളുടെ അടിഭാഗം, കഴുത്ത് തുടങ്ങിയ ഇടങ്ങളിൽ നൂലും ഇഴയും ഊരി വരാതെ ഭംഗിയിൽ മടക്കി തയ്ക്കുന്ന സമ്പ്രദായമാണ്. ഇതിന്റെ തയ്യാൽ രീതിയ്ക്ക് നൂലോടിക്കുക എന്നാണ് പറയുക. പക്ഷേ ഇത് വളരെ ആലങ്കാരികമായി ചെയ്തുവരുന്നു.
- 96. ഹയർക്ലാസ് - സമ്പന്ന വിഭാഗം
- 97. റെഡിമെയ്ഡ് ബ്ലൗസ് - തയ്ച്ചു വെച്ചിട്ടുള്ള ബ്ലൗസ്. മുൻപ് കടകളിൽ കച്ചവടത്തിനായി ഇത് വന്നു. പക്ഷേ നിലനിന്നില്ല.
- 98. റേന്ത - വസ്ത്രങ്ങളുടെ അറ്റത്ത് തുന്നിപ്പിടിപ്പിക്കുന്ന നേർത്ത തുണി

ആവേദകസൂചി

1. സന്ധ്യ ജി.എസ്. (24), സന്ധ്യാഭവൻ, ചെറുപാലോട്, മണിക്കണ്ഠോ ശ്വരം, തിരുവനന്തപുരം 695 013.
2. വിഹിത എസ്. (22), വിനീത് ഭവൻ, കല്ലാമം, പന്നിയോട്, പൂവച്ചൽ
3. ദിവ്യ ശശി പി. (18), കിഴക്കേകോണം തെക്കുംകരവീട്, വഞ്ചം കോട് പി.ഒ., ആര്യകോട്
4. ജീന ജെ.ബി. (19), ജീനഭവൻ, ചന്ദ്രമംഗലം, ആമച്ചൽ പി.ഒ.
5. ഷിവി ആൽബർട്ട് (12), ഫീൻ ഭവൻ, മുതിയാവിള, കാട്ടാക്കട പി.ഒ.
6. ഷീജ ആർ. (19), മേലേച്ചിറതെക്കത്തട്ട് പുത്തൻവീട്, ആമച്ചൽ പി.ഒ., കാട്ടാക്കട
7. ഷിജിമോൾ എഫ്. (19), ഷിജിഭവൻ, മണലി പി.ഒ., വെള്ളൂട - 695 505
8. ശ്യാമ എസ്.ഡി. (19), ശ്യാമനിവാസ്, കുഴിവിള, അഞ്ചുമരംകോലൂം, വെള്ളൂട പി.ഒ.
9. റീന എൻ. (18), ഇലവിൻമുട്ടിൽ വീട്, പാതിരിയോട്, വെള്ളൂർക്കോണം, മഞ്ച പി.ഒ.
10. അമല എൽ. (20), അമൽ ഭവൻ, വലിയപുക്കറത്തല, ചെമ്പൂർ, ഒറ്റശേഖരമംഗലം പി.ഒ., ആര്യൻകോട്
11. ഷെർളി എസ്.റ്റി. (18), മൺകുഴി വീട്, കടമ്പറ പുഴനാട് പി.ഒ.
12. നിഷ ജി. (18), തടത്തരികത്ത് വീട്, തൂങ്ങാപാറ, കാട്ടാക്കട പി.ഒ.
13. രമ്യരാജ് (18), രാജ്ഭവൻ, പച്ചക്കാട്, പുനലാൽ പി.ഒ.
14. പ്രിയ പി. (20), സന്തോഷ്ഭവൻ, പാക്കാട്, പന്ത പി.ഒ.
15. ജെസി. എം. (21), പൂല്ലച്ചൽകോണം, ഒറ്റശേഖരമംഗലം
16. ലിജി. എസ്.എൽ. (19), എസ്.എൽ. ഭവൻ, അരവൻകോണം, ആമച്ചൽ പി.ഒ.
17. ചിഞ്ചു ജെ.ആർ. (18), ജെ.ആർ. ഭവൻ, അയ്യപ്പൻകുഴി, പരുത്തിക്കുഴി പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട്
18. ആശ. വി. (19), അജീഭവൻ, മുളൻകല്ല്, പറണ്ടോട്, ആര്യനാട്
19. ഹീബ കെ.എ. (17), ആശഭവൻ, ബദനിപുരം, കാട്ടാക്കട

20. ഗൗതംവ്യാസ് പി.വൈ. (13), തുളസീമന്ദിരം, കോതകുളങ്ങര, പനയമുട്ടം പി.ഒ. നെടുമങ്ങാട്
21. മാളവിക പി.വൈ. (16), തുളസീമന്ദിരം, കോതകുളങ്ങര, പനയമുട്ടം പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട്
22. മനു ഡി.എസ്. (18), മനു നിവാസ്, കുഴലാർ, കാട്ടാക്കട
23. ആന്റോ റി. (24), തെമ്പാച്ചി വീട്, മൊട്ടുരിമട്, മാനാങ്കോണം പി.ഒ.
24. അഭിനു ബാലചന്ദ്രൻ (12), അംബികാവേൻ, ഉളിയൂർ, പഴങ്കുറ്റി പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട്
25. ശാന്തിഭൂഷൺ എസ്.എൽ. (15), ശാന്തിനിവാസ്, മേലാങ്കോട്, നെടുമങ്ങാട് പി.ഒ.
26. അരുൺശേഖർ (25), ഗോപാലമന്ദിരം, വഴുതക്കാട്, തിരുവനന്തപുരം
27. സുധീന ജെ.എ. (18), സുധീർ മൻസിൽ, കുളപ്പട പി.ഒ., ആര്യനാട്
28. നുഷ്റുത്ത് എസ്., കുന്ദുപുരത്ത് വീട്, ഒളപ്പട പി.ഒ.
29. റീജ എസ്.എസ്. (18), ഫെമിനമൻസിൽ, ടി.സി.8815, തിരുമല, തിരുവനന്തപുരം
30. സജിത എസ്. (19), മഞ്ചുവേൻ, ഷെഡുനട, കുട്ടമല പി.ഒ.
31. സോണി എസ്. റോബിൻ (21), വിമൽ ഹൗസ്, സത്യൻ നഗർ എസ്റ്റേറ്റ് പി.ഒ., തിരുവനന്തപുരം 19
32. ശ്രീവിദ്യ എൽ.കെ. (32), ടി.സി.40/382 ടജടത്ത119 രണ്ടാംപുത്തൻ തെരുവ്, മണക്കാട് പി.ഒ., തിരുവനന്തപുരം.
33. രമാദേവി റ്റി.എൻ. (54), ഉദയഗിരി, പൂലിപ്പാറ, നെടുമങ്ങാട്
34. ഒ.ബി. ഗിരിജ (51), ഗോപാലമന്ദിരം, ടി.സി. 15/1548, ഹൗസ് നമ്പർ 44, വഴുതക്കാട്, തിരുവനന്തപുരം
35. ഒ.ബി. ശ്രീദേവി (42), ദേവകിവിലാസം, ജെ.പി.എൻ. നഗർ, ജഗതി, തിരുവനന്തപുരം
36. ആശ ആർ.പി. (23), വിളയിൽ വിളാകത്ത് വീട്, കരുപ്പൂർ പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട്
37. യമുനാദേവി എസ്. (44), തുളസീമന്ദിരം, കോതകുളങ്ങര, പനയമുട്ടം പി.ഒ.
38. വിനീഷ് കളത്തറ (34), മുണ്ടേല പി.ഒ., അരുവിക്കര, തിരുവനന്തപുരം - 695 543
39. അജിത്കുമാർ എം.പി. (32), പുഷ്പപഗീത്, ടി.ടി.ഐ., കാട്ടാക്കട.

40. വിനോദ് (23), ഇലഞ്ചിയം, പെരിങ്ങമ്മല
41. കെ. ബാബു (55), വിശ്വമൈത്രി, നെടുമങ്ങാട്
42. വിനീത പി.വി. (22), സോപാനം, വലിയവിള, വട്ടിയൂർക്കാവ്, മണ്ണാറ്ത്തല റോഡ്
43. സുശീൽകുമാർ. എസ്. (27), പി.എസ്.സി. ഓഫീസ്, പട്ടം, തിരുവനന്തപുരം
44. ശ്രുതി എസ്. നായർ (21), 15/549, ഗോപാലമന്ദിരം, എം.പി. അപ്പൻ നഗർ, വഴുതക്കാട്, തിരുവനന്തപുരം
45. രശ്മി വി.എസ്. (21), രശ്മിഭവൻ, ഉളിയൂർ പഴകുറ്റി പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട് - 695 561
46. പത്മകുമാർ (48), തുളസീമന്ദിരം, കോതകുളങ്ങര, പനയമുട്ടം പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട് - 695 561
47. ജി. ഓമനയമ്മ (70), അരുൺനിവാസ്, ഹൗസ് നമ്പർ 44, എം.പി. അപ്പൻനഗർ, വഴുതക്കാട്, തിരുവനന്തപുരം-14.
48. ശ്രീധരൻകാണി (12), ചന്ദ്രികവിലാസം, ഇലഞ്ചിയം, പെരിങ്ങമ്മല
49. തങ്കമ്മ (65), ഇലഞ്ചിയം, പെരിങ്ങമ്മല
50. ദീപ എസ്.ആർ. (18), വേങ്കുവിള, പുത്തൻവീട്, പൂവച്ചൽ
51. ദൃശ്യ ജെ.യു. (18), തെങ്ങുവിലാകത്ത് വീട്, പുനാംകരിക്കയം, പൂവച്ചൽ പി.ഒ.
52. സുമ കെ.വി. (21), കെ.വി. ഭവൻ, കുരുവിക്കോണം, കോട്ടൂർ പി.ഒ.
53. ലിനു വിജയൻ എസ്. (18), ലേഖ ഭവൻ, പന്തടിക്കുളം, പൂവച്ചൽ പി.ഒ.
54. വിജിന എൻ.പി. (19), ഇലങ്കത്ത് വീട്, പുരുത്തിപ്പാറ, കുട്ടമല പി.ഒ.
55. അർച്ചന എസ്. (18), അർച്ചനഭവൻ, കാനക്കോട്, ഒറ്റശേഖരമംഗലം പി.ഒ.
56. മീനു ആർ.പി. (19), രേവതി, ആനക്കോട്, വീരണകാവ്, പൂവച്ചൽ
57. ആതിര എൻ.എം. (18), എം.എൽ. സദനം, മീനാങ്കൽ പി.ഒ.
58. ഫാനി പി.എസ്. (22), അനിഭവൻ, പന്നിയോട് പി.ഒ.
59. അരുണ്യ യു. (22), അനീഷ്ഭവൻ, കുളങ്ങരക്കോണം. മച്ചേൽ പി.ഒ.
60. ദീപ എസ്.എസ്. (29), പ്രിയായിഹാർ, കൊല്ലോട് പി.ഒ.
61. ലീന ആർ.എസ്. (32), ശശീന്ദ്രവിലാസം, പന്നിയോട് പി.ഒ., കാട്ടാ

ക്കട

- 62. ജയലക്ഷ്മി ആർ.എസ്. (24), മൂങ്ങേല പി.ഒ., തിരുവനന്തപുരം 695 543
- 63. മഞ്ജുഷ എം.ജി. (24), ശൈലജഭവൻ, ഒറ്റശേഖരമംഗലം പി.ഒ., തിരുവനന്തപുരം
- 64. സുനിത ജി.എസ്. (23), മങ്ങാട്ടുപാറ, റോഡരികത്ത് വീട്, പനയ്ക്കോട്ട് പി.ഒ., കുര്യാത്തി
- 65. സബിത ബി. (18), തെക്കുംകരപുത്തൻവീട്, കല്ലാമം, പന്നിയോട് പി.ഒ.
- 66. ശ്രീലേഖ ജെ. (21), ഇരണ്ടിൾകിഴക്കുംകരവീട്, പാലൈക്കോണം, ആര്യനാട് പി.ഒ.
- 67. അനു എസ്.എസ്. (18), എസ്.എസ്. ഭവൻ, ഐത്തി, പറങ്ങോട് പി.ഒ.
- 68. ധന്യശ്രീ. എസ്. (19), ശ്രീഭവൻ, അയ്യപ്പൻകുഴി, പരുത്തിക്കുഴി പി.ഒ., നെടുമങ്ങാട്
- 69 സൗമ്യ. എം. ആർ (18), തെക്കുംകര പുത്തൻവീട്, കല്ലാമ നിയോട്, പി.ഒ.
- 70 ശാഖി. എസ്. ബി. (19), ദേവി നിവാസ്, തെക്കേവീട്, നടം കാട്ടാക്കട. പി.ഒ.
- 71 അജ. പി. (19), അനുഭവ് ഭവൻ, കടുവിള വീട്, വലിയ വഴി, മഞ്ചം കോട്, പി.ഒ. ആര്യക്കോട്
- 72 ശ്രീകല (24), രാഹുൽഭവൻ തോരക്കാവ് ഇലണ്ടിയം, പെരിങ്ങാമ്മല
- 73 ഗീതാകുമാരി (27), ഉല്ലാസ് ഭവൻ, ഇലണ്ടിയം പി.ഒ. പെരിങ്ങാമ്മല
- 74 വുമേനയ്യും കുടുംബം (80), നിജൻ നിവാസ്, തയ്യിൽ, കണ്ണൂർ
- 75 നഫീസയ്യും കുടുംബവും (65), തേളപ്പുറത്ത്, മൈതാനപ്പള്ളി, തയ്യിൽ, കണ്ണൂർ
- 76 സീതയ്യും കുടുംബവും (65) ദേവകി നിവാസ്, തയ്യിൽ, കണ്ണൂർ
- 77 ഗായത്രി മോഹനൻ (17), ഗായത്രി നിവാസ്, പുൽപ്പള്ളി, വയനാട്
- 78 അശ്വതി, എസ്, (20), അഞ്ജലി ഹൗസ്, പടിഞ്ഞാറത്തറ. പി.ഒ. പൊഴുതന, വയനാട്.
- 79 സഫിയ (48), കെ.പി. ഹൗസ്, വൈത്തിരി, വയനാട്
- 80 സമീറയ്യും കുടുംബവും (32), കൊയ്ത്തിക്കണ്ടി വീട്, പടിഞ്ഞാറ

ത്തറ, വയനാട്.

- 81 മോളിരാജനും കുടുംബവും (51), ഫാലോം നിവാസ്, പുൽപ്പള്ളി, വയനാട്
- 82 രാമനും കുടുംബവും (44), ആനപ്പാറയിൽ വീട്, പടിഞ്ഞാറത്തറ, വയനാട്.
- 83 കെമ്പിയും കുടുംബവും (42), പടിഞ്ഞാറത്തറ, വയനാട്.
- 84 ജോർജും കുടുംബവും (33), മാവേലിത്തമ്പി, കാട്ടൂർ, മാരാരിക്കുളം, ആലപ്പുഴ
- 85 രാജനും കുടുംബവും (47), വെളിയിൽ വീട്, കാട്ടൂർ, മാരാരിക്കുളം
- 86 കബീറും കുടുംബവും (46), ആയിപ്പുറത്ത് വീട്, വേമ്പനാട്ടുകായൽക്കര ആലപ്പുഴ
- 87 ഷീജി. പി, (28), പടിപ്പുരയ്ക്കൽ, ആലിശ്ശേരി വാർഡ്, ആലപ്പുഴ
- 88 ദിവ്യ ശ്രീനിവാസൻ (30), അശ്വതി, നോർത്തർവാട് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 89 സൗമ്യ ജിജോ (25), കമ്പിയിൽ ഹൗസ്, തത്തംപള്ളി. പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 90 ഫാദിറ, ആർ, (21), വടക്കേകടവിൽ, ചെമ്പത്തറ, സൗത്ത് ആര്യനാട്, അമ്പലക്കുന്ന് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 91 വിധു. വി. (28), വാൽച്ചിറയിൽ ഇണ്ട-17 ചേർത്തല, പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 92 ബിനിത. എസ്. (30), വൊക്കലയിൽ, ആര്യാട് സൗത്ത്, ആലപ്പുഴ
- 93 രശ്മി. എൻ. എസ്. (28), തോങ്ങംതറ, വട്ടനാര്യനാട് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 94 രശ്മി. ആർ, (28), തറയിൽ കാട്ടാശ്ശേരി, അമ്പലക്കുന്ന്, പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 95 രമ്യ. എൻ. (26), നികത്തിൽ, തെക്കനാര്യനാട്, അമ്പലക്കുന്നി. പി.ഒ., ആലപ്പുഴ
- 96 ദിവ്യ (25), ജീപാഭവനം, ആര്യാട് നോർത്ത്, പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 97 സംഗീത, പി. മണിയൻ, (25), വെളിയിൽ, ആര്യാട് സൗത്ത്, ആലപ്പുഴ
- 98 ദിനീഫ്. കെ.കെ. (23), കേളമംഗലത്ത് ഹൗസ്, പള്ളിപ്പുറം, പി.ഒ. ചേർത്തല, ആലപ്പുഴ
- 99 ജയസിംഹൻ പി.വി. (28), പുളിച്ചുവട്ടിൽ വടക്കനാര്യനാട്. പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 100 നസിയ. എം. (22), പടിപ്പുരയ്ക്കൽ വീട്, ആലിശ്ശേരി വാർഡ്,

ആലപ്പുഴ

- 101 അനസ് (26), കല്ലുപുരയ്ക്കൽ ആര്യട്, സൗത്ത് ആലപ്പുഴ
- 102 സജീല, എസ്സ്, (30). പാലച്ചിറയിൽ വീട്, കൊറ്റം കുളങ്ങര വാർഡ്, അവലുക്കുന്ന് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 103 സീമ, എ. (31), പനച്ചിറ, അവലുക്കുന്ന് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 104 പത്മകുമാർ. പി. (25) പണിയ്ക്ക വേലിയ്ക്കകത്ത്, പടകനാ റ്യാട് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 105 കവിത. എ. എസ്സ് (32), കല്ലുങ്കൽ വെളി, വടക്കനാരിയാട്, പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 106 മിനു പുഷ്കരൻ (25), കാളിന്ദിഹൗസ്, ജില്ലാകോർട്ട് വാർഡ്, ആലപ്പുഴ
- 107 ശ്രീകല. വി.പി. (27), ചിറയിൽ ഹൗസ്, ആര്യട് നോർത്ത് പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 108 അബു. എസ്. (24), കോലോത്തുചിറ, നോർത്താരിയാട്, പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 109 ബിധു. ആർ. (30), നെടുമുടി വേളി, നോർത്താരിയാട്, പി.ഒ. ആലപ്പുഴ
- 110 അഞ്ജു. എസ്. എച്ച്. (17), വയലിൽ ഹൗസ്, പുതുപ്പണം വടകര
- 111 ഷീബ, എൻ. (34), ദ്വാരക, പുതുപ്പണം, വടകര
- 112 ശാലിമ, വി. (22), പുതുക്കുടി, കീഴൂർ, പയ്യോളി, കോഴിക്കോട്
- 113 നിഷ, കെ.വി. (38), തയ്യാറമ്പത്ത്, മുടാടി, കൊയിലാണ്ടി, കോഴിക്കോട്
- 114 ജാനകി (59), മുടാടി, വടകര
- 115 ആബിത. കെ. എം. (22), കദീജ മൻസിൽ, പയ്യോളി
- 116 അരുൺ. ടി.വി. (15), താഴെവെൺമണി, പുതുപ്പണം പി.ഒ., വടകര
- 117 അശ്വത്ത്, പി. (14), കൊല്ലന്റെ താഴെ കുനിയിൽ, പുതുപ്പണം, വടകര
- 118 അമൽപ്രകാശ്, എൻ, (12), അക്കാളിന്റെ വീട്, പുതുപ്പണം, വടകര
- 119 അബ്ദുള്ളയ്യം കുടുംബവും (67), അക്കാളിന്റെ വീട്. പുതുപ്പണം, വടകര
- 120 ജിഷ (24), ഗസ്റ്റ് ലക്ചറർ, സെന്റർ ഫോർ ഫോക്ലോർ സ്റ്റഡീസ്, വടകര

- 121 ഷബ്ദന. ബി. (23), പള്ളിക്കൽ, തിക്കോടി, കോഴിക്കോട്
- 122 ലിൻസി വാപ്പുറത്ത് (22), ചേറോട്, വടകര
- 123 സവിത (34), നാരായണ, ഇടച്ചേരി, വടകര
- 124 നാരായണൻ (70), താഴെകുറിയിൽ, പുതുപ്പണം, വടകര
- 125 കല്യാണി (70), അരമുൻകണ്ണി, അനന്യ, മൂടാടി
- 126 കേളപ്പൻ (64), എക്സ് റെയിൽവേഗാർഡ്, മൂടാടി
- 127 ജമീല, (53), പൊയ്യിൻകുനി, മൂടാടി
- 128 ശങ്കരൻ വൈദ്യർ (78), സീമന്ദിനി, മൂടാടി
- 129 കുഞ്ഞുക്കണാരൻ (75), സി.പി.എം. മുൻ എൽ.സി.സി. സെക്രട്ടറി, മൂടാടി
- 130 ജീനിയ (16), സീമന്ദിനി, മൂടാടി
- 131 ശാലിമ (22), പയ്യോളി, വടകര
- 132 രേഷ്മ (22), കൊയിലാണ്ടി
- 133 വിജിഷ (22) വടകര
- 134 സഫീല (22), കൊയിലാണ്ടി
- 135 അർഷാദ് (22), വെട്ടുകാട്ടിൽ, തുറയൂർ, കോഴിക്കോട്
- 136 നാദിയബുസ്താൻ (22), ഒറ്റപ്പാലം, പാലക്കാട്
- 137 കെ. പി. നാരായണിയമ്മ (56), കൊടുമുൽവീട്, കായോൽ, പയ്യന്നൂർ
- 138 കാർത്ത്യായനിയമ്മ (74), വെളിച്ചത്തോട്ടുവീട്, കായോൽ, പയ്യന്നൂർ
- 139 ലക്ഷ്മിയമ്മ (74), വെളിച്ചത്തോട്ടുവീട്, കായോൽ, പയ്യന്നൂർ
- 140 പൂമണി (33), വെളിച്ചത്തോട്ടുവീട്, കായോൽ, പയ്യന്നൂർ
- 141 നാരായണിയമ്മ (74), കായോൽ, പയ്യന്നൂർ
- 142 പ്രസന്നകുമാർ (33), പുത്തൻപുരയിൽ, മാമല, തൃപ്പൂണിത്തുറ, എറണാകുളം
- 143 ഷാജി (39), മുണ്ടക്കൽ വീട്, തൃപ്പൂണിത്തുറ, എറണാകുളം
- 144 ലീലയും കുടുംബവും (60), സൗപർണിക, കോട്ടയ്ക്കൽ, മലപ്പുറം
- 145 താജുദീനും കുടുംബവും (60), കാളിയാടാൻ, കോട്ടയ്ക്കൽ, മലപ്പുറം

- 146 സെലീനറഹിമാൻ (38), പനച്ചൂർ തറയിൽ, വെതൂർ. പി.ഒ. ചങ്ങനാശ്ശേരി, കോട്ടയം
- 147 ലീന (29), നെടുമ്പറമ്പിൽ വീട്, മാടപ്പള്ളി, ചങ്ങനാശ്ശേരി
- 148 സുരേഷ്കുമാർ. ജി. (39), നെടുമ്പറമ്പിൽ, മാടപ്പള്ളി, ചങ്ങനാശ്ശേരി
- 149 സവിത. സുധി (25), മാമല, തിരുവാണിയൂർ, തൃപ്പൂണിത്തുറ, എറണാകുളം
- 150 മേരിയേശുദാസനും കുടുംബവും (42), പള്ളിപ്പുറം പോക്ക്, നീണ്ടകര, കൊല്ലം
- 151 റ്റി. എസ്. ഗിരിജാകുമാരി (45), തടിഫീലാക്കൽ ഹൗസ്, കട്ടപ്പന സൗത്ത്, പി.ഒ. ഇടുക്കി

പട്ടികയിലെ ക്രമനമ്പർ 120-141 വരെയുള്ള 22 ആവേദകരെ പ്രത്യേകമായി അഭിമുഖം നടത്തിയിട്ടുണ്ട്.

ഗ്രന്ഥസൂചി

BOOKS

മലയാളം

ഉമ്മൻ, എം.എ. 2000. *അർഥം വ്യാപ്തി സിദ്ധാന്തം*. തിരുവനന്തപുരം: കേരളഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്.

കുഞ്ഞൻപിള്ള, ശൂരനാട്. വ്യാഖ്യാ. 1996. *ഉണ്ണുമീലി സന്ദേശം*. തിരുവനന്തപുരം: കേരളഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്.

കുമാരനാശാൻ, എൻ. 1911. *നളിനി*. തോന്നക്കൽ: ശാരദാവിലാസം ബുക്ക് ഡിപ്പോ.

കൃഷ്ണപിള്ള, കുറ്റിപ്പുഴ. 2008. *വീണപൂവ് ഒരു പഠനം*. തിരുവനന്തപുരം: കേരളസർക്കാർ, വിദ്യാഭ്യാസവകുപ്പ്.

കേശവമേനോൻ, പി. 1999: *കാശ്മാർകീസിന്റെ മൂലധന വിവർത്തനം*. തിരുവനന്തപുരം: പ്രഭാത് ബുക്ക് ഹൗസ്.

കോക്കോകൻ. 2004. *കൊക്കോകശാസ്ത്രം*. നാരായണൻ സൈത്താലി. വിവ. കൊടുങ്ങല്ലൂർ: ദേവി ബുക്സ്റ്റാൾ.

ഗാന്ധി, എം.കെ. 2006. *ആത്മകഥ അഥവാ എന്റെ സത്യാന്വേഷണ പരീക്ഷണകഥ*. അഹമ്മദാബാദ്: നവജീവൻ മുദ്രണാലയം.

ഗീത. 2002. *ആധുനികമലയാളകവിതയിലെ സിന്തീറ്റിക് സമീപനങ്ങൾ*. കോഴിക്കോട്: ലിപി പബ്ലിക്കേഷൻസ്.

ചക്രവർത്തി, ഉമ. 2008. *ജാതിയെ ലിംഗവൽക്കരിക്കുമ്പോൾ*. കോഴിക്കോട്: മാത്യുഭൂമി ബുക്സ്.

ചാക്കോ, എലിസബത്ത്. 1999. *വസീത്രനിർമ്മാണകല*. തിരുവനന്തപുരം: കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്.

- ചേന്നമംഗലൂർ, ഹമീദ്. 2002. പർവ്വതയുടെ മന:ശാസ്ത്രം, തിരുവനന്തപുരം : മെലിൻഡ ബുക്സ്.
- ജെയിംസ്, ജാൻസി (എഡി). 2000. ഫെമിനിസം (2). തിരുവനന്തപുരം: കേരളഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്.
- ജോസഫ്, സാനാ. 2000. ഭഗവദ്ഗീതയുടെ അടുക്കളയിൽ എഴുത്തുകാർ വേവിക്കുന്നത്. കോഴിക്കോട്: സെക്കുലർ ബുക്സ്.
- ദേവിക, ജെ. (എഡി). 2006. കേരളശാസ്ത്രഗവേഷണത്തിൽ ആണരശൂനാ ട്രിബല കാഴ്ചകൾ, തിരുവനന്തപുരം: വിമൻസ് ഇംപിന്റ.
- പത്മനാഭ്, രാഘവൻ. (എഡി). 1997. കേരള ഫോക്ലോർ. പത്മനൂർ: എഫ്.എഫ്.എം. പബ്ലിക്കേഷൻസ്.
- പത്മനാഭ്, രാഘവൻ. 2003. നേരിന്റെ മൊഴി. പത്മനൂർ : ഫോക്ലോർ ഫെല്ലോസ് ഓഫ് മലബാർ ട്രസ്റ്റ്.
- പത്മനാഭ്, രാഘവൻ. 1992. ഫോക്ലോർ. തിരുവനന്തപുരം: കേരളഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്.
- പത്മനാഭ്, രാഘവൻ. 1998. ഫോക്ലോർ പ്രഭാഷണങ്ങൾ. പഴകുറ്റി : ആദി കല എഴുത്തുകാഴ്ച.
- പത്മനാഭ്, രാഘവൻ. (എഡി). 2000. വടക്കൻപാട്ടുപഠനങ്ങൾ. കോഴിക്കോട് : യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഓഫ് കാലിക്കറ്റ്.
- പിയേഴ്സൺ, എൻ.എം. 2003. ഇക്കോ ഫെമിനിസം ഇക്കോ ടൂറിസം മാർക്ക്സിസം. കോട്ടയം: കറന്റ് ബുക്സ്.
- പോൾ, എം.പി. 1962. കാവ്യദർശനം (?).
- ബാലകൃഷ്ണൻ. പി.കെ. 1992. ജാതിവ്യവസ്ഥിതിയും കേരളചരിത്രവും. കോട്ടയം: എസ്.പി.സി.എസ്.
- ബുച്ചർ, റ്റ, സിമോണ്ട്. 1986. സ്ത്രീസ്വഭാവം, സേവ്യർപോൾ (വിവ). കോഴിക്കോട്: മൾബറി ബുക്സ്.
- ഭാസ്കരനുണ്ണി, പി. 2005: പത്തൊമ്പതാം നൂറ്റാണ്ടിലെ കേരളം. തൃശ്ശൂർ: കേരളസാഹിത്യ അക്കാദമി.

രാജഗോപാലൻ, സി. ആർ. (ജന. എഡി). 2008. നാടോടിവർണനലോകം, കോട്ടയം: ഡി.സി. ബുക്സ്.

രാജഗോപാലൻ, സി.ആർ. (ജന. എഡി). 2008. സൗന്ദര്യത്തിന്റെ നാട്ടറിവുകൾ. കോട്ടയം: ഡി.സി. ബുക്സ്.

രാജരാജവർമ്മ, എ.ആർ. 1997. കേരളപാണിനീയം. കോട്ടയം: ഡി.സി. ബുക്സ്.

വരൂർ, ആമിന. 2008. മുൻതൂക്കം ഒരു പെൺ വായന. കോഴിക്കോട്: അദർ ബുക്സ്.

വനനശിവ, 2007. ആഗോളവൽക്കരണം സിംഗിൾ പ്രക്രിയ. ആലപ്പുഴ: ഫേബിയൻ ബുക്സ്,

വള്ളത്തോൾ, 1974/75. വള്ളത്തോളിന്റെ പദ്യകൃതികൾ. കോട്ടയം: സാഹിത്യ പ്രവർത്തകസഹകരണസംഘം.

വിഷ്ണുനമ്പൂതിരി, എം.വി. (എഡി). 2004. ക്രിസ്ത്യൻ ഫോക്ലോർ (വാ. ക) കണ്ണൂർ: കേരള ഫോക്ലോർ അക്കാദമി.

വിളമ്പിലം, ജെ.വി. 2005. മാധ്യമങ്ങളും ആനുകാലിക സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങളും ചരിത്രപരമായ ഒരു സമീപനം. തിരുവനന്തപുരം: കേരള ട്രോഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്.

ശങ്കരാചാര്യർ, 2009. സൗന്ദര്യലഹരി, കണ്ടിലൂർ മഹാദേവശാസ്ത്രീകൾ (വിവ), കൊടുങ്ങല്ലൂർ: ദേവിബുക്സ്റ്റാൾ.

ശ്രീകുമാർ, ടി.ടി. 2001. ചരിത്രവും ആധുനികതയും. കോട്ടയം: ഡി.സി. ബുക്സ്.

ശ്രീജൻ, വി.സി. 2000. ചിന്തയിലെ രൂപകങ്ങൾ. കോട്ടയം: ഡി.സി. ബുക്സ്.

സമീർ, അമീൻ. 2006: മുതലാളിത്തഭൂതം. തൃശ്ശൂർ: കൗണ്ടർ പോയിന്റ് പബ്ലിഷേഴ്സ്.

സോമശേഖരൻ, എം.എം. 2005. കേരളത്തിലെ പ്രത്യുല്പാദന ബന്ധങ്ങൾ ചില ചരിത്രാനുഭവങ്ങൾ. സൈൻ ബുക്സ്.

English

Baker, Chris. 2004. *Cultural Studies. Theory and Practice*, New Delhi.

Bernard Malcolm, 2002. *Fashion as Communication* (2nd ed). London: Macmillan Press Ltd.

Bill, Gray, Beth & Arthur, B. Linda. 2000. *The Social control of women's bodies in two Mennonite Communities*. London.

Constantine, Marito. 1998. *Fashion Files*. Fashion Marketing and PR. London: Oxford University Press.

Doresen, M. Richard. 1972. *Folklore and Folk life An Introduction*. London: The University of Chicago Press.

Dundes, Alan. 1978. *Essays in Folkloristics*. New Delhi: Folklore Institute.

Dwakins, Richard. 2007. *The Selfish Gene*. New Delhi : Oxford University Press.

Falk. D, 1994. *The Consuming Body*. London.

Flugel, J.C. 1930. *Psychology of Clothes*. London.

Freud, Sigmund. 1991. *Introductory Lectures on Psychoanalysis*. England: Penguin Books.

Gay, Du, Paul (ed.). 1997. *Production of Culture, Cultures of Production*. London: Sage Publications.

Gogswell, David, 2001. *Chomsky for Beginners*. Chennai: Orient Longman Ltd.

- Govan, Mc, Tod. 2007. *Jacques Lacan and Emerging Society*. London:
- Gramsci, Antonio. 1998. *Selection from the Prison Note Books*. Chennai: Orient Longman Ltd.
- Grogan, Sarah. 1999. *Body Image*. London: Oxford University Press.
- Halve, Bhasker, Anand. 2005. *Planning for power Advertising*. New Delhi :
- Iam Buchanan & Claire Cole Brooke. 2000. *Deleuze and Feminist Theory*. New York : Oxford University Press.
- Jhonson, K.P., Kim & Lennon. (ed). 1999. *Press Body Culture. Appearance and Power (?)*.
- Keller, Lane, Philip & Keller, Lane Kevin. 2007. *Marketing Management 12e*. New Delhi: Prentice Hall of India Pvt. Ltd.
- Kundu, Adhijith, Nayar, K. Pramod & Swewtha. 2009. *The humanities, Methodology and Perspectives*. New Delhi: Dorling Kindersley India Pvt. Ltd.
- Lury, Karen. 2005. *Interpreting Television*. London.
- Martin, Richard. 1988. *Addressing the Dress*. London.
- Mateer, Samuel. 1883. *Nature life in Tranvancore*. London.
- Morris, Desmond. 1994. *The naked Ape*. London: Vintage Books.
- Narula, Avinash. 2003. *Implementing Advertising Strategy*. New Delhi.
- Oommen, M.A. 2009. *Globalization in the contemporary world: Towards a Christian understanding*. Mavelikkara: Vichara.

- Pundir, Nirupam. 2007. *Fashion Technology: Today and Tomorrow*, New Delhi.
- Quinn, Bradly. 2002. *Techno Fashion*. London: Oxford University Press.
- Solomon, R. Michael. 2000. *Consumeric Behaviours Buying, Having and Being* (7th Ed.), New Delhi: Prentice Hall of India Pvt. Ltd.
- Stam, J. Henderikus. (ed.). 1994. *The body and psychology*. London : oxford University Press.
- Sturken, Marita & Wright, Cart, Lisa. 2001. *Practices of looking an introduction to visual culture*. New York: Oxford University Press.
- Welters, Linda. 1998. *Folk Dress in Europe and Anatolia*. New York : Oxford University Press.
- Wright, Robert. 1995. *Moral Animal*. New York: Vintage Books.
- Young, J.C, Robert. 2007. *Post Colonialism A very short Introduction*. New Delhi : Oxford University Press.

PERIODICALS

മലയാളം

- ഏലിയാസ്, ആൽബി, 2008 ജനുവരി. 'മുതലാളിത്തത്തിന്റെ മനശ്ശാസ്ത്രം'. *മാതൃഭൂമി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്*, കോഴിക്കോട്.
- ഗിരിജ വി. എം. 2008 മാർച്ച്. 'വസ്ത്രങ്ങളുടെ വൈകാരികത'. *മാതൃഭൂമി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്*, കോഴിക്കോട്.
- തരകൻ, മൈക്കിൾ, മെറീനാ, 2001/ 2. 'നഗ്നത വസ്ത്രം ആരോഗ്യം'. *മൈദ്യ ശാസ്ത്രം മൈത്രമാസിക*.

ദേവിക, ജെ. 2004 മെയ്. 'ചരിത്രത്തിൽ മാറിടം മറയ്ക്കുമ്പോൾ'. *മാതൃഭൂമി*
ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്, കോഴിക്കോട്.

മുന്താസ്, ഖദീജ, 2008. 'അഭിമുഖം'. *മാതൃഭൂമി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്*, കോഴിക്കോ
ട്.

സഞ്ജയ് ഹിങ്കു, 2009 സെപ്തംബർ. 'സ്വാതന്ത്ര്യസമരം വസീത്രങ്ങളിൽ'.
മാതൃഭൂമി നഗരം, കോഴിക്കോട്.

English

Dovel, Nikithia, 2009 November. 'Super woman is a sweet bahu'. *The*
Week.

Himanshu, Supriya, 2009 September. 'Designs on Men (interview)'.
The Hindu Sunday Magazine, Thiruvananthapuram.

Pai, Jamuna, 2009 September. 'How to age beautifully'. *The Hindu*
Sunday Magazine, Thiruvananthapuram.

Sharma, Kalpana, 2009 August. 'Power Dressing'. *The Hindu Sunday*
Magazine, Thiruvananthapuram.

Internet Source

Basheer, M.P. 2002. 'Her World' [online:web] Accessed on 10th Sept.
2008. www.Tribune India.com.