‘બેટલ ઓફ ગલવાન’માં સલમાને નિષ્ફળતા સામે પણ જંગ લડવાનો છે!

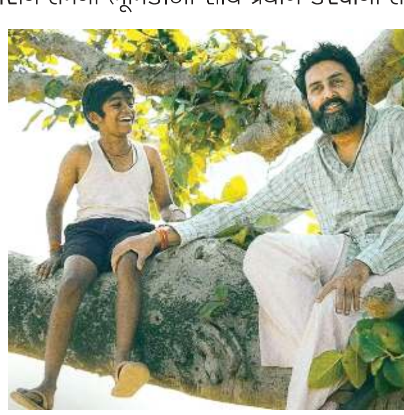
નિર્દેશક અપૂર્વ લાખિયા સાથેની ફિલ્મ ‘બેટલ ઓફ ગલવાન’નો સલમાન ખાનનો પહેલો માત્ર ચહેરાનો લુક આવ્યો છે અને એણે ચર્ચા જગાવી દીધી છે. એમ કહી શકાય કે તાજેતરના સમયમાં સલમાનનું આટલું મજબૂત અને શક્તિશાળી પોસ્ટર બીજું કોઈ આવ્યું નથી. સલમાન આ ફિલ્મમાં ગંભીર ભૂમિકામાં હશે અને મજબૂત પુનરાગમન કરી શકે છે. એક મોશન પોસ્ટરમાં સલમાનની આંખમાં આગ જોઈને કહી શકાય કે એની પ્રતિભાને ઓછી અંદાજી શકાય એમ નથી. આ એવું પોસ્ટર છે જેમાં ફિલ્મનો વિષય સલમાનના સ્ટારડમ કરતાં મોટો લાગે છે. લખાયું છે કે,‘સલમાન ખાન આધુનિક યુગની સૌથી શક્તિશાળી વાર્તા માટે તૈયાર છે.’ ફિલ્મમાં વાસ્તવિક જીવનના સૈનિકની વાર્તા છે એને આખા દેશ સુધી પહોંચાડવા સિનેમાથી બીજો કોઈ સારો રસ્તો નથી. ગલવાન ખીણના વિષય પર થોડું સંશોધન કરવામાં આવે તો રૂંવાડાં ઊભાં કરી દે તેવી વાર્તા મળશે. ખબર છે કે સલમાન ખાન ફિલ્મમાં કર્નલ સંતોષ બાબુનું પાત્ર ભજવશે. જેમણે 2020 માં ચીની સેનાના કેમ્પમાં જઈને ડર્યા વિના તેમનો સામનો કર્યો હતો. ચીની સેનાએ કર્નલ પર સલમાનના પોસ્ટરની બાજુમાં બતાવાયેલી વાયરમાં લપેટાયેલી લાકડી જેવા જ હથિયારથી હુમલો કર્યો હતો. સલમાનના ચહેરા પર દેખાતું લોહી વાસ્તવિક જીવનમાં કર્નલની શહાદતનું કારણ છે. આમ તો ‘સિકંદર’ પછી દર્શકો એની ‘બજરંગી ભાઈજાન 2’ની માંગ કરી રહ્યા હતા પરંતુ અત્યારે ભારત-પાકિસ્તાન ફોર્મ્યુલા ફિલ્મ બનાવવામાં આવે તો દર્શકોને આકર્ષી શકે નહીં. ‘સિકંદર’ પછી એવી સલાહ આપવામાં આવી હતી કે સલમાન ખાને થોડા મહિનાનો લાંબો બ્રેક લેવો જોઈએ. ‘સિકંદર’ની નિષ્ફળતા હજુ ઠંડી પડી નથી અને સલમાને બોક્સ ઓફિસને ફરીથી ગરમ કરવાનો રસ્તો શોધી કાઢ્યો છે. આમ તો 2016 થી એના સ્ટારડમને ગ્રહણ લાગેલું છે કેમ કે તે બેરોજગાર યોજના ચલાવે છે. દરેક ફિલ્મ તેના સંબંધીઓની કારકિર્દી માટે બનાવે છે. પછી ભલે એ માટે પોતાની કારકિર્દીનું બલિદાન આપવું પડે. જો આ ફિલ્મમાં અગાઉના બધા ચહેરા પાછા ફરે તો સમજવું કે ચાહકોને ફરીથી છેતરવામાં આવ્યા છે. આ ફિલ્મથી એકમાત્ર સલમાન કમબેક કરવાનો નથી. એમાં હિમેશ રેશમિયાનું નામ પણ છે. મતલબ કે તમે ફિલ્મ પર શંકા કરી શકો છો પરંતુ સંગીત આલબમ નિરાશ કરશે નહીં. ફિલ્મના ફર્સ્ટ લુકના વિડિયોમાં ‘જયહિન્દ’ની ધૂન જોશ ભરી દે એવી છે. જય માતા દી.

ફિલ્મ ટી.વી

રાકેશ ઠક્કર

ફિલ્મ ‘કાલીધર લાપતા’ અભિષેકને ગુમ થતો અટકાવશે!

અભિષેક બચ્ચનનો OTT પર એક અભિનેતા તરીકે બીજો જન્મ થયો છે એમ કહેવામાં કશું ખોટું નહીં ગણાય. તે પોતાને સારો અભિનેતા સાબિત કરીને જ બતાવશે અને આ ક્ષેત્રમાંથી જલદી ગુમ નહીં થાય એનું વધુ એક ઉદાહરણ OTT પરની ફિલ્મ ‘કાલીધર લાપતા’ છે. બધા જ જાણે છે કે OTT એ નવી પ્રતિભાઓને જ નહીં પરંતુ ઘણા જાણીતા કલાકારોને તેમની ભૂમિકાઓ સાથે પ્રયોગ કરવાની તક પણ આપી છે. જે કામ તે કદાચ મોટા પડદા પર કરી શક્યા ન હોત. એવા કલાકારોમાં એક અભિષેક બચ્ચનનું નામ હવે સૌથી આગળ આવી રહ્યું છે. તે OTT પર પોતાનાં પાત્રોમાં સતત કંઈક અલગ આપી રહ્યો છે. એની ‘બોબ બિસ્વાસ’, ‘દસવી’,‘બી હેપ્પી’ અને ‘આઈ વોન્ટ ટુ ટોક’ પછી ‘કાલીધર લાપતા’ પણ હૃદયસ્પર્શી અભિનય માટે યાદ કરવામાં આવશે. ફિલ્મના વિષયના દમ પર અભિષેક પોતાના ચાહકો વધારી રહ્યો છે. વચ્ચે અભિષેક ‘હાઉસફુલ 5’ જેવી કોમેડી અને મસાલા ફિલ્મમાં આવી ગયો હોય તો એ જરૂરી એટલા માટે ગણાય કે જે લોકો કલાકારને બોક્સ ઓફિસ અને હિટ-ફ્લોપના ગણિતથી માપતા રહે છે એમને ખ્યાલ રહે કે તે બીજું નવું પણ કરી રહ્યો છે. સોશ્યલ મીડિયા પર લોકો જ્યારે એમ કહે કે ‘કાલીધર લાપતા’માં અભિષેક બચ્ચન સિવાય આટલો શાનદાર અભિનય કોઈ કરી શકે નહીં અને તે આટલા સુંદર પાત્ર માટે જ બન્યો છે તો એ એનો પુરસ્કાર છે. નિર્દેશિકા મધુમિતાએ એક આધેડ વયના પુરુષ અને બાળક વચ્ચેના બંધનને દર્શાવ્યું છે. પહેલો ભાગ ધીમી ગતિએ આગળ વધે છે પણ જ્યારે બાળ કલાકાર દૈવિક એના જીવનમાં પ્રવેશ કરે છે ત્યારે ફિલ્મમાં મનોરંજનનું તત્ત્વ ઉમેરાય છે. બંને વચ્ચેની કેમેસ્ટ્રી ફિલ્મનો આત્મા છે. બધા કલાકારોમાં સૌથી મોટું આશ્ચર્યજનક પેકેજ દૈવિક છે. તે તેની બુદ્ધિ અને તોફાન સાથે બાળક જેવા અભિનયથી દિલ જીતી લે છે. એ બાળ કલાકારનો શાનદાર અભિનય જોઈને એમ પણ થશે કે અભિષેક એની સામે બાળક છે! અલબત્ત અભિષેક અભિનયથી પ્રભાવિત કરવામાં નિષ્ફળ રહ્યો નથી. અલ્ઝાઇમરની બીમારીથી પીડિત ઉદાસ અને મૂંઝાયેલા પાત્રને જીવી બતાવ્યું છે. આ અસલ ફિલ્મ નહીં પણ તમિલ ફિલ્મ ‘KD’ની રિમેક છે. જેમાં એક વૃદ્ધ માણસ હોય છે. ફિલ્મને કોમેડી-ડ્રામા તરીકે રજૂ કરવામાં આવી હતી. અહીં ફિલ્મ ઉદાસ સ્વભાવની લાગે છે. અભિષેક અને દૈવિક વચ્ચેનાં દ્રશ્યો ટુકડાઓમાં મનોરંજન પૂરું પાડે છે. ગર્લફ્રેન્ડ મીરાંની ભૂમિકામાં નિમરત કૌરનો ટ્રેક પણ સ્પષ્ટ નથી. સંગીતકાર અમિત ત્રિવેદી જાદુ કરવામાં નિષ્ફળ રહ્યા છે.



જૂતામાં શું છે ખાસ?

એક સ્નીકરની કિંમત 66 કરોડ!

સ્નીકર્સ... એ જ જૂતા, જે એક સમયે ફક્ત જીમમાં કૂદવા અથવા શેરીમાં સ્ટાઈલ બતાવવા માટે હતા. આજે તે હરાજીમાં હીરા અને ઝવેરાત સાથે સ્પર્ધા કરી રહ્યા છે. પરંતુ તેમાં એવું શું ખાસ છે કે લોકો તેના માટે આખી રાત લાઈનમાં ઊભા રહે છે. તેઓ લાખો રૂપિયા ખર્ચ કરે છે અને કેટલાક તેમને પહેરતા પણ નથી, ફક્ત તેને તેમના જૂતાના બોક્સમાં સજાવી રહ્યાં છે. આજકાલ સ્નીકર્સનો ક્રેઝ એવો છે કે તે ફક્ત પગને જ શણગારતા નથી, પરંતુ સ્ટેટસ, સ્ટાઈલ અને કલ્ચરનો બેઝ પણ બની ગયા છે. શું છે આ સ્નીકર્સનો ઈતિહાસ?

19મી સદીમાં જ્યારે રબરના તળિયાવાળા જૂતા પહેલી વાર બનાવવામાં આવ્યા હતા, ત્યારે સ્નીકર્સનો પ્રારંભ થયો હતો. આ જૂતા શરૂઆતમાં રમતગમત માટે હતા. ખાસ કરીને ટેનિસ અને ક્રિકેટ જેવી રમતો માટે. પરંતુ વાસ્તવિક રમત ત્યારે શરૂ થઈ જ્યારે કન્વર્સે 20મી સદીમાં ચક ટેલર ઓલ-સ્ટાર્સ લોન્ચ કર્યા. આ બાસ્કેટબોલ માટે બનાવવામાં આવ્યા હતા. પરંતુ ધીમે ધીમે તેમનો સ્વેગ વધ્યો અને તે શેરીઓમાં લોકપ્રિય બન્યા હતા, પછી 1985માં નાઈકીએ માઈકલ જોર્ડન સાથે એર જોર્ડન લોન્ચ કર્યું અને બસ, સ્નીકરની દુનિયાની રમત બદલાઈ ગઈ હતી.

આ જૂતા ફક્ત સ્પોર્ટસવેર નહોતા, પરંતુ પોપ-કલ્ચરનો ભાગ બન્યા. માઈકલ જોર્ડનના જૂતા જોઈને લોકો કહેતા, ‘યે તો સ્ટાઈલ કા બાપ હૈ!’

ફક્ત રમતગમતના સ્ટાર્સે જ સ્નીકરનો ક્રેઝ વધાર્યો નહીં. 1970 અને 80નો દાયકા આવ્યો. આ સમય સુધીમાં હિપ-હોપ સંસ્કૃતિ તેની ટોચ પર હતી. રન-DMCએ ‘માય એડિડાસ’ ગીત ગાયું હતું. 1985માં એડિડાસ અને DMCએ સહયોગ કરીને એડિડાસ સુપરસ્ટાર સ્નીકર્સ લોન્ચ કર્યા. આ જૂતા એક સ્ટાઈલ સ્ટેટમેન્ટ બની ગયા. આ જૂતા હવે ફક્ત જૂતા રહ્યા નહીં, તે બળવો, સ્વતંત્રતા અને વ્યક્તિગત અભિવ્યક્તિનું પ્રતીક બની ગયા. હિપ-હોપ, સ્કેટબોર્ડિંગ અને પછીથી રેપ અને રોક સ્ટાર્સે તેમના સ્ટાઈલ સ્ટેટમેન્ટમાં સ્નીકર્સ ઉમેર્યા. કર્ટ કોબેઈન જેવા રોકસ્ટારે સ્ટેજ પર કન્વર્ઝ પહેર્યું. તેથી કાન્યે વેસ્ટે યીઝી લોન્ચ કરીને સ્નીકર્સને લક્ઝરી ફેશનનો ભાગ બનાવ્યા હતા. માર્કેટિંગ અને બ્રાન્ડ્સની ચાલાકી પણ સ્નીકર્સનો ક્રેઝ વધારવામાં મોટી ભૂમિકા ભજવી હતી. નાઈકી, એડિડાસ, પુમા જેવી બ્રેન્ડ્સ લિમિટેડ એડિશન સ્નીકર્સ લોન્ચ કરે છે. મતલબ કે સપ્લાય ઓછી અને માંગ આસમાને. આ એટલા લોકપ્રિય છે કે લોકો આખી રાત દુકાનોની બહાર કતારોમાં ઊભા રહે છે. કેટલાક તો ઓનલાઈન બોટ્સનો ઉપયોગ કરીને વેબસાઈટ્સ પરથી સ્ટોક મેળવવાનો પ્રયાસ પણ કરે છે. આ પછી પણ, જેઓ આ શૂઝ મેળવી શકતા નથી તેઓ તેમને મેળવવા માટે રાહ જુએ છે. eBay, StockX જેવા પ્લેટફોર્મ પર, તેઓ તેમને 2 થી 10 ગણા ભાવે રિસેલમાં ખરીદે છે. ઉદાહરણ તરીકે, નાઈકી યીઝી બૂસ્ટની છૂટક કિંમત $350 (30 હજાર રૂપિયા) હતી, પરંતુ તે રિસેલમાં $1,000 (લગભગ 86 હજાર રૂપિયા) સુધી વેચાયા હતા. સોશિયલ મીડિયાએ પણ આ ક્રેઝને રોકેટ ગતિ આપી છે. ઈન્સ્ટાગ્રામ પર »sneakerheads હેશટેગ સાથે દસ લાખથી વધુ પોસ્ટ્સ છે.

આજે સ્નીકર્સ ફક્ત જૂતા નથી, તે રોકાણ છે. લોકો તેમને શેર અથવા કલાની જેમ ખરીદે છે અને વર્ષો પછી તેઓ મોટો નફો કમાય છે. હા, નફો ફક્ત શેરબજારમાં જ થતો નથી! સ્નીકર માર્કેટ પણ ખૂબ મોટું બજાર છે

સેલિબ્રિટી, ઈન્ફ્લૂએન્સર અને સ્નીકરહેડ્સ તેમના કલેક્શનના ફોટો પોસ્ટ કરે છે. તેથી, આ તેમનો પ્રચાર વધારવા માટે પૂરતું છે.

લોકોમાં તેમની ચર્ચા વધે છે. 2023માં વૈશ્વિક સ્નીકર માર્કેટની આવક $75.7 બિલિયન (રૂ. 6 લાખ કરોડથી વધુ) હતી. એવો અંદાજ છે કે 2026 સુધીમાં તે $100 બિલિયન (રૂ. 8 લાખ કરોડથી વધુ) સુધી પહોંચી શકે છે. 1972માં જ્યારે નાઈકી શરૂઆત કરી રહી હતી, ત્યારે તેના સહ-સ્થાપક બિલ બોવરમેને ‘મૂન શૂઝ’ બનાવ્યા.

તેમના વેફલ-ટ્રેડ શૂઝ ચંદ્ર પર પગના નિશાન જેવા દેખાતા હતા, તેથી તેનું નામ મૂન શૂઝ રાખવામાં આવ્યું. આ શૂઝની માત્ર થોડીક જોડી જ બનાવવામાં આવી હતી. તે US ટ્રેક એન્ડ ફિલ્ડ ઓલિમ્પિક ટ્રાયલ્સમાં રમતવીરોને આપવામાં આવી હતી.

લાઈફ-ઓન

★ ફાલ્ગુની આશર

1974માં, આ શૂઝથી પ્રેરિત થઈને, નાઈકીએ વેફલ ટ્રેનર લોન્ચ કર્યું. જેણે કંપનીનું નસીબ બદલી નાખ્યું હતું.

2019માં આ મૂન શૂઝ ક્રિસ્ટીની હરાજીમાં $437,500માં વેચાયા હતા.

જે અંદાજિત $160,000 કરતા લગભગ ત્રણ ગણા હતા. કેનેડિયન ઉદ્યોગપતિ માઈલ્સ નડાલે તેમને ખરીદ્યા અને કહ્યું, ‘આ રમતગમત અને પોપ સંસ્કૃતિના ઐતિહાસિક જૂતા છે.’ આ હરાજીએ સ્નીકર બજારને એક નવો રંગ આપ્યો, જે આજે પણ ચમકી રહ્યું છે.

હવામાનની આગાહી કેટલી સાચી, કેટલી ખોટી?

આ હવામાનની આગાહીઓ વરસાદની જેમ જ બહુ અણધારી હોય છે. જ્યારે આગાહી હોય ત્યારે વરસાદ ન આવે ને જ્યારે વગર રેઈનકોટ બહાર નીકળો ત્યારે વરસાદ તમને ભીંજવી જાય! તો આ હવામાન વિશેની આગાહીઓ ખોટી કેમ પડે છે? તેના પર કેટલો વિશ્વાસ કરવો? એમ તો ભારતીય હવામાન કેન્દ્ર સમગ્ર વિશ્વમાં સચોટ આગાહીઓ માટે જાણીતું છે, પરંતુ વરસાદ બાબતની આગાહીઓ પર નજર કરીએ તો એવું લાગે છે કે ‘આગાહી કરતી છત્રીઓ(રડાર) થોડી હલી ગઈ છે. હવામાન વિભાગની આવી આગાહીઓ પર લોકોને સવાલ ઉભા થાય તે સ્વાભાવિક છે કે શું આગાહીઓ ખોટી થાય છે? જો ખોટી પડે છે તો શા માટે? સિસ્ટમમાં કંઈક સમસ્યા હશે? આ બધા પ્રશ્નોના જવાબ IMD પુણેના વડા કે.એસ. હોસાલીકર દ્વારા આપવામાં આવ્યા. તે કહે છે કે હવામાન વિભાગ ખોટી આગાહીઓ કરતું નથી પણ લોકો આગાહીઓને યોગ્ય રીતે સમજવામાં ખોટા પડે છે અને તેને હવામાન વિભાગની ભૂલ કાઢે છે! હોસાલીકર સમજાવે છે - ધારો કે હવામાન વિભાગ એક આગાહી જાહેર કરે છે, જે અલગ અલગ સમયે અલગ અલગ સ્થળોએ વરસાદની સંભાવના દર્શાવે છે. આ આગાહી એટલી જટિલ બાબત બની જાય છે કે સામાન્ય લોકો માટે તે સમજવી મુશ્કેલ બની જાય છે. તેથી, જ્યારે હવામાન વિભાગ આગાહી જારી કરે છે ત્યારે તે સ્પષ્ટ શબ્દોમાં કહે છે કે ચોક્કસ સમયે ચોક્કસ જગ્યાએ વરસાદની ‘સંભવના’ છે. આમાં, ‘સંભવના’ શબ્દ પર વધુ ભાર મૂકવામાં આવે છે. આગાહી ક્યારેય 100 ટકા સાચી હોતી નથી. આ આકાશમાંથી થતી જાહેરાત નથી, આ આગાહી છે. આગાહી- તેનો અર્થ ‘ઘટના બનવાની સંભવના’ છે. આ વિભાગ ક્યારેય કહેતો નથી કે આવું હવામાન ‘થવાનું’ જ છે. તે કહે છે કે આવા હવામાન (ઘટનાની સંભાવના) ની શક્યતા છે. એટલે દરેક આગાહીમાં કુદરતી ભૂલનો અવકાશ હોય છે, જે સિસ્ટમની મર્યાદાઓને કારણે પણ હોય છે. તો આપણે આગાહીઓ પર ક્યારે ભરોસો કરવો? તે માટે હોસાલીકર સમજાવે છે, જો કોઈપણ વરસાદની આગાહીમાં સંભાવના 70 % થી વધુ હોય, તો આપણે માની લઈએ કે ચોક્કસપણે વરસાદ પડશે. જો તે 50 થી 75% હોય તો તે કેટલીક જગ્યાએ થશે અને કેટલીક જગ્યાએ નહીં પણ જો તે 50% થી ઓછો હોય તો આપણે તૈયાર રહી હવામાન પર નજર રાખવી જોઈએ.

મોટાભાગે વરસાદ અંગે આગાહી ‘ખોટી’ થાય છે કારણ કે વરસાદ એક જ સમયે સમગ્ર વિસ્તારમાં એકસરખો થતો નથી

મોટાભાગે વરસાદ અંગે આગાહી ‘ખોટી’ થાય છે કારણ કે વરસાદ એક જ સમયે સમગ્ર વિસ્તારમાં એકસરખો થતો નથી. જો ગુજરાતમાં વરસાદ પડી રહ્યો છે, તો તે જરૂરી નથી કે બિહારમાં પણ વરસાદ પડે. ગુજરાતમાં પણ એક જિલ્લામાં વરસાદ હોય અને બીજામાં નહીં, અને તે જ જિલ્લામાં પણ એક ગામ કે વિસ્તારમાં વરસાદ હોય જ્યારે થોડા કિલોમીટર વરસાદ પડતો નથી. એટલે જ્યારે હવામાન વિભાગ કોઈ ચોક્કસ વિસ્તાર માટે વરસાદની આગાહી આપે છે, ત્યારે શક્ય છે કે તે વિસ્તારના કેટલાક દૂરના ભાગોમાં વરસાદ પડી શકે છે અને વસ્તીવાળા વિસ્તારોમાં નહીં પણ હોય!

એક અહેવાલ મુજબ, અમેરિકા અને બ્રિટન જેવા દેશોમાં પહેલાથી જ ખૂબ જ મજબૂત હવામાન પ્રણાલી છે. ત્યાં હજારો હવામાન મથકો છે. ઝડપી ડેટા ટ્રાન્સમિશન અને આધુનિક કમ્પ્યુટર્સની વ્યવસ્થા છે. ભારત તે સ્તર સુધી પહોંચવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યું છે. ભારત સરકારના ‘મિશન મૌસમ’ હેઠળ, ભારત તેની રડાર ક્ષમતા વધારવામાં રોકાયેલું છે. પહેલા દેશમાં ફક્ત 26 રડાર હતા. હવે તે વધીને 39-40 થઈ ગયા છે. આગામી સમયમાં 126 રડાર સ્થાપિત કરવાની યોજના છે. એટલે આ યોજના પૂરી થાય પછી તમને જાણ થઈ જશે કે રેઈનકોટ સાથે રાખવો કે નહીં?

પોતાની ત્વચાના રંગ માટેની કડવાશ

ઈશ્વર તરફથી જે મળ્યું છે તેને પ્રસાદ માનવો જોઈએ. માતા-પિતા તરફથી જે મળે તેને કૃપા ગણવી જોઈએ. જૈવિક પરંપરાથી જે મળે તેને વાસ્તવિકતા ગણી સ્વીકારી લેવી જોઈએ. પરિસ્થિતિ પ્રમાણે જે પ્રાપ્ત થાય તેને વિરોધ કર્યા વગર હકારાત્મકતાથી અપનાવી લેવી જોઈએ. જીવનનો આ સિદ્ધાંત છે છતાં પણ ઘણી વ્યક્તિઓને પોતાના શારીરિક બંધારણ તથા કેટલીક ખાસિયત માટે ફરિયાદ હોય છે. આ પ્રકારની મોટાભાગની ફરિયાદ ત્વચાના રંગ માટેની હોય છે.

પોતાની ચામડીનો રંગ, પોતાનો વાન, વધુ ઉજળો બનાવવાની જાણે પ્રતિસ્પર્ધા ચાલે છે. જાતજાતના સાબુ, જાતજાતનું ક્રીમ, જાતજાતના ઓસડિયા, કેટલાય પ્રકારનાં મલમ, ભલી ભલી ‘કહેવાતી’ યોગિક ક્રિયાઓ - બજારમાં બધું જ મળે છે. ચામડીને ગોરી બનાવવા માટે શું શું ખાવું જોઈએ કે ન ખાવું જોઈએ, ક્યારે શું ખાવું જોઈએ કે ન ખાવું જોઈએ, જેવી શિખામણો આપવા લોકો તૈયાર જ છે, કારણ કે તે શિખામણ સાંભળવા પણ લોકો તૈયાર છે. આ તો પોતાના અસ્તિત્વ સાથેનું યુદ્ધ થયું. જન્મની સાથે કેટલીક બાબતો જોડાયેલી હોય છે. જન્મ વિશેની કોઈ પણ વાત વ્યક્તિના હાથમાં નથી હોતી. જન્મની ઘટના ચોક્કસ નિયમોને આધારે અસ્તિત્વમાં આવે છે. જન્મની સાથે જે શરીર મળે તેમાં કોઈ પસંદગી નથી હોતી. જે છે તેની સ્વીકૃતિ રાખવી પડે. હા, અપંગતા જેવી બાબત સામે લડત જરૂરી છે પરંતુ ચામડીના રંગ બાબતે અસ્વીકૃતિ હોય તે વાત યોગ્ય નથી. અપંગતાને લીધે ક્ષમતામાં ઘટાડો થઈ શકે, ચામડીના રંગ બાબતે તેમ ન કહી શકાય. લગ્ન-વિષયક જાહેરાતનો અભ્યાસ કરવામાં આવે તો જોવા મળે છે કે મોટાભાગના પરણવાલાયક યુવકોની પસંદગીની એક મહત્ત્વની માંગ ‘ગોરી કન્યા’ હોય છે. ચામડીનો ઉજળો રંગ એ લગ્નજીવનની સફળતાની કોઈ ખાતરી નથી. ગોરી કન્યાને પરણવાથી જીવન આનંદ આનંદ બની જાય તેમ ઈતિહાસમાં સ્થાપિત નથી થયું. કૌટુંબિક જવાબદારી, સામાજિક ઉત્તરદાયીત્વ, યુગલમાં જરૂરી સમરસતા, વિપરીત પરિસ્થિતિમાં હકારાત્મકતા જાળવી રાખવાની ક્ષમતા, ધાર્મિક તેમ જ સાંસ્કૃતિક પરંપરાનું નિર્વહન, ઘરની જરૂરી સુનિયોજિત વ્યવસ્થા માટેનો અભિગમ - આવી કોઈ પણ અગત્યની અને જરૂરી બાબત માટે ગોરી કન્યા જ વધુ લાયક હોય છે તેમ કહી ન શકાય. ત્વચા કરતાં લગ્નજીવનની સફળતા માટે આ બધી બાબતો વધુ મહત્ત્વની ગણાય. વિજ્ઞાનની ભાષામાં કહીએ તો ચામડીના રંગના પ્રકાર મુખ્યત્વે ‘મેલાનિન’ના સ્તર અને તેની ગુણવત્તા પર આધાર રાખે છે. તેના દ્વારા ત્વચાનો રંગ નિર્ધારિત થાય છે. મેલાનિનના પ્રકારને લીધે જ ત્વચાના રંગનું વર્ગીકરણ થાય છે.

આંખની અટારી

★ હેમુ ભીખુ

ઉજળી ત્વચામાં મેલાનિનનું સ્તર ઘણું ઓછું હોય. આ ત્વચા ગોરી અર્થાત લગભગ સફેદ જેવી દેખાય. બર્ફીલા પ્રદેશમાં સૂર્યપ્રકાશની હાજરી ઓછી રહેતી હોવાથી ત્યાંના લોકો આ પ્રકારની ત્વચાવાળા હોય. યુરોપ તથા મધ્ય એશિયાના કેટલાક વિસ્તારમાં સૂર્યપ્રકાશ ઓછો હોય પણ હોય ખરો. ત્યાંના લોકોની ત્વચા હલકા રંગની હોય. કેટલાંક એમ પણ માનતાં હોય છે કે આ વિસ્તારના લોકોની ત્વચા થોડી ચીકણી - ગુંદરિયા શેડવાળી પણ કહેવાય. ઘઉંવર્ણી ત્વચા સૂર્યપ્રકાશથી કંઈક રક્ષણ આપી શકે. તેથી આ પ્રકારની ત્વચા ઉત્તર ભારત જેવા વિસ્તારમાં વધુ જોવા મળે. આમાં મેલાનિનનું પ્રમાણ મધ્યમ હોય. કહેવાય છે કે શ્રીકૃષ્ણની ત્વચા લીલાશ પડતાં ભૂરા રંગની હતી. આ શક્ય છે. આ પ્રકારની ત્વચા અલ્ટ્રા વાયોલેટ કિરણ પ્રત્યે ઓછી સંવેદનશીલ હોય. અમુક ત્વચાનો રંગ ઘાટો રહેતો હોય. આ પ્રકારની ત્વચામાં મેલાનિનનું પ્રમાણ થોડું ઊંચું રહેવાનું. સૂર્યપ્રકાશ સામે તે વધુ સારું રક્ષણ આપી શકે. દક્ષિણ અમેરિકા જેવા વિસ્તારના લોકોની ત્વચાનો રંગ લગભગ આવો હોય છે. ત્વચાનો રંગ શ્યામ પણ હોય જેમાં મેલાનિનનું પ્રમાણ ઘણું ઊંચું રહેવાનું. આ પ્રકારની ત્વચા મોટેભાગે આફ્રિકા તેમ જ દક્ષિણ એશિયાના વિસ્તારના લોકોમાં જોવા મળે છે.

અહીં આ બાબતનો ઉલ્લેખ કરવાનો આશય એમ જણાવવાનો છે કે ત્વચાના રંગને પ્રભાવિત કરનારાં વિવિધ પરિબળો છે. વ્યક્તિના હાથમાં આ બાબત નથી. ત્વચાનો રંગ નિર્ધારિત કરતી બાબતોમાં વંશ-પરંપરાગત જિનેટિક્સ, ભૌગોલિક તેમ જ આબોહવાને લગતી બાબતોને કારણે નિર્ધારિત થતાં સૂર્યપ્રકાશનો પ્રકાર તેમ જ માત્રા અને પર્યાવરણની ગુણવત્તા જેવી બાબત પર અવલંબે છે. આ બધી બાબતો વ્યક્તિગત પસંદગીનો વિષય નથી. આ તો એ વાસ્તવિકતા છે, આ તો એ હકીકત છે કે જે સ્વીકારવી પડે. બની શકે કે જિનેટિકલી ઘઉંવર્ણી વ્યક્તિ બર્ફીલા વિસ્તારમાં જતી રહે તો અમુક સમય પછી તેના રંગમાં શ્વેતપણું ઘટી શકે. પરંતુ આ બદલાવ હંગામી રહે. આરોગ્યની દ્રષ્ટિએ ત્વચાના રંગનું મહત્ત્વ છે. તેનાથી સૂર્યપ્રકાશ સામે રક્ષણ મળી શકે અને વિટામિન-Dનું સર્જન પણ થઈ શકે.

સુંદરતાની પરિભાષામાં ત્વચાના રંગનો સમાવેશ થાય છે પરંતુ આ માન્યતા સંપૂર્ણતામાં યોગ્ય નથી અને સ્વીકૃત પણ નથી. આધુનિક સમયમાં યોજાતી સૌંદર્ય-સ્પર્ધામાં ત્વચાના વર્ણને મહત્ત્વ નથી અપાતું. આ એક આવકારદાયક અને પ્રશંસનીય નિર્ણય છે. આનાથી એ વાત તો સિદ્ધ થાય છે જ કે સૌંદર્ય અને ત્વચાના રંગનું સમીકરણ એવું સ્વીકાર્ય નથી. ત્વચાના રંગનો એક ફાયદો છે. જો આ રંગ સમાન હોય તો સમાજમાં એક પ્રકારની સમાનતાનો ભાવ પ્રમાણમાં સરળતાથી સ્થાપિત થતો હોય છે. એક જ વર્ણની વ્યક્તિ પરસ્પર વધુ સરળતાથી સંવાદ સ્થાપી શકે છે, સહજતાથી સંવાદ સ્થાપવા પ્રેરાય છે પણ આનાથી એ સિદ્ધ નથી થતું કે ત્વચાનો અમુક રંગ એટલે કે માનવી અમુક કક્ષાનો. શરીરનો રંગ વ્યક્તિની અંદર રહેલી ક્ષમતા, ગુણવત્તા, અને માનવીય મૂલ્યને નક્કી કરતો નથી. તે એક જૈવિક લક્ષણ છે અને તેને ગૌણ માનવું જોઈએ. આ વાત યુવાનોએ ખાસ સમજવાની છે.

શરીરનો રંગ વ્યક્તિની અંદર રહેલી ક્ષમતા, ગુણવત્તા અને માનવીય મૂલ્યને નક્કી કરતો નથી. તે એક જૈવિક લક્ષણ છે અને તેને ગૌણ માનવું જોઈએ. ત્વચાના રંગને પ્રભાવિત કરનારાં વિવિધ પરિબળો છે.