સાહિત્ય વિ. સિનેમા : જુડવે જુડવે નૈના...

સંગત સિતારોં કી

★ સંજય છેલ

કરાના એક ડબ્બા પાસે બે બકરીઓ ચરી રહી હતી. કચરામાં 'દેવદાસ' ફિલ્મની રીલ હતી અને એક કિતાબ હતી. મજાની વાત એ હતી કે જે કિતાબ હતી, એની જ વાર્તા પરથી બનેલી પેલી ફિલ્મની રીલ ત્યાં પડી હતી. એક બકરીએ થોડીક ફિલ્મની રીલ ખાધી અને થોડાંક પુસ્તકનાં પાનાં ખાધાં. બંને ચાખ્યા પછી એણે બીજી બકરીને કહ્યું, "ચોપડી બહેતર હતી, ફિલ્મમાં એવી મજા નહોતી!" સિનેમા અને સાહિત્ય, બેઉ એક જ પ્રેમીની બે સૌતનો. કોણ ચઢે? કોણ વધુ લોકપ્રિય? કોણ શ્રેષ્ઠ? એ ચર્ચા વર્ષોથી થતી રહી છે. એક સિક્કાની બે બાજુ

નથી, પણ બે બાજુવાળા એક જ સિક્કા જેવી વાત છે. વિદ્વાનો કહે છે પુસ્તકો શ્રેષ્ઠ છે, સિનેમાપ્રેમીઓ કહે છે ફિલ્મોમાં જે મજા છે પણ હમણાં 'છાવા' ફિલ્મ, જે બહુ ચર્ચામાં છે, તે પણ શિવાજી સાવંતની મરાઠી નવલકથા પર આધારિત છે.

તો શું ચઢે? સાહિત્ય કે સિનેમા? અમે કહીએ છીએ કે એ ઓઈલ અને પાણીની સરખામણી જેવી બાલિશ વાત છે. સિનેમા 'બીસ્ટ' છે, સાહિત્ય 'બ્યુટી' છે. આ 'બ્યુટી એન્ડ ધ બીસ્ટ' જેવી નેવર-એન્ડિંગ લવસ્ટોરી છે. બંને એકબીજાના પૂરક છે, પણ ખતરનાક શરતો સાથે- 'કન્ડિશન્સ એપ્લાય'ના લટકણિયા સાથે! હોલિવૂડના નિર્માતાઓ પણ આ જ વાત કહેતા હોય છે; ફરક માત્ર દેશ, દુનિયા અને ભાષાનો હોય છે.

માણસનો સો ગણો મોટો ચહેરો એના હાવભાવ સાથે 'ક્લોઝ-અપ'માં પડદા પર દેખાય છે; પુસ્તકમાં નહીં. પુસ્તકમાં તમારા મન અને વિચારોને હલાવી કે સ્પર્શી જતી વાત હોય છે, પણ સંગીત, થ્રીલ અને રોમાંચ નથી. છે તો દૃશ્ય હોય છે, પણ સાઉન્ડ નહીં. જે વાત એક 'શોટ'થી દેખાડી શકાય છે, એ માટે લેખકે બે પાનાંનું વર્ણન કરવું પડે છે. સિનેમાને એક સાથે ૧૦૦૦-૨૦૦૦ લોકો માણે છે, જ્યારે પુસ્તક માણસ એકલો વાંચે છે. પુસ્તકની વાર્તામાં વાચક પોતાની કલ્પનાઓથી દુનિયા રચે છે, જ્યારે સિનેમામાં બધું સામે તરત જ દેખાય છે. ફિલ્મ એ ભાગતી વાર્તાશૈલી છે; ત્યાં વિચારવાનો બહુ મોકો નથી મળતો. એક સેકન્ડમાં ચોવીસ ફ્રેમ દોડતી હોય ત્યારે જ 'મૂવિંગ', એટલે કે હાલતું-ચાલતું ચિત્ર દેખાય છે. સિનેમા એક એવું પોપ-કલ્ચર છે, જેની લોલીપોપ દરેક સાહિત્યકાર ચૂસવા લલચાય છે, અને આખી જિંદગી મોંમાં કડવો સ્વાદ રહી જાય છે. સાહિત્યકારોને હંમેશાં ફરિયાદ હોય છે કે સિનેમાવાળા બહુ ચાલુ હોય છે, લુચ્ચા હોય છે અમારી મહાન રચનાને સમજતા નથી, બગાડી મૂકે છે વગેરે વગેરે. પણ શરદબાબુ, પ્રેમચંદ, મન્ટો, મેઘાણી, ઈસ્મત ચૂગતાઈ, કમલેશ્વર, મધુ રાય, રાહી માસૂમ રઝા જેવા અનેક મહાન લેખકો હિન્દી ફિલ્મોમાં આવી 'અમે નથી રમતાં, જાવ' કહીને, હાથ-પગ અને ઘૂંટણ પર ઘા લઈને રિસાઈને જતા રહ્યા છે. હિન્દી સિનેમા એક જાયન્ટ કેસીનો કે જુગારખાનું છે, જ્યાં સાહિત્યના લેખકો હંમેશાં હારવા માટે જ જાય છે. હોલિવૂડમાં પણ મહાન હેમિંગ્વે હોય કે સ્ટીફન કિંગ જેવા બેસ્ટસેલર હોરર નવલકથાકાર-પોતાની કિતાબ પરથી બનેલી ફિલ્મો જોવાની હિંમત નથી કરતા. બેસ્ટસેલર લેખક જેફ્રી આર્ચરે એક મુલાકાતમાં કહ્યું હતું: "લેખકો બે પ્રકારના હોય છે. એક, જે સારું અને સુંદર લખે છે-એ 'લેખક'; અને બીજો એટલે 'સ્ટોરીટેલર', એટલે કે રસ પડે એવી કથા કહેનારો." છતાં પણ મોટા ભાગના સફેદ કફની પહેરેલા લેખકો આ બેઝિક ફરક સમજતા નથી.

સિનેમા પ્રચંડ ઓરકેસ્ટ્રા છે, જ્યાં સંગીત છે, શોર છે, ગુલ છે જ્યારે સાહિત્ય એકાકી, એકલું ગીત છે. સાહિત્ય

સિનેમા અને સાહિત્ય, બેઉ એક જ પ્રેમીની બે સૌતનો. કોણ ચઢે? કોણ વધુ લોકપ્રિય? કોણ શ્રેષ્ઠ? એ ચર્ચા વર્ષોથી થતી રહી છે

એ શાશ્વત નદી છે, જે સદીઓથી વહે છે અને એમાંથી સિનેમા, રેડિયો, ટી.વી. અને ઈન્ટરનેટવાળા ખોબે-ખોબે પીવે છે, 'નદી'ને ગંદી કરીને જતા રહે છે. એ જ બજાર પાસે બંધુભાવની અપેક્ષા રાખવી એ રાખનારની મૂર્ખતા છે. સાહિત્ય હંમેશાં શુદ્ધ સર્જનની દૃષ્ટિએ એક મુક્કી ઊંચું રહ્યું છે અને ફિલ્મો પોતાની લોકપ્રિયતા તથા પહોંચને કારણે ઉપર રહી છે.

વળી, લેખકો પણ કંઈ દૂધના ધોયેલા નથી હોતા. આખી જિંદગી 'નિર્મોહ', 'લાગણી' અને 'સામ્યવાદ'ની વાતો લખી-બોલીને પછી ફિલ્મ નિર્માતાઓ પાસે બે પેગ વ્હિસ્કી અને બે-પાંચ લાખ રૂપિયા માટે સાવ ઝૂકી જાય છે. એ લોકો પૈસા કમાવવા માટે લૂંટારાઓની અદામાં આવે છે અને પછી જખ્મી થઈને પાછા પોતાની કિતાબોની દુનિયામાં જતા રહે છે. લેખકની પ્રતિભા, એના સન્માન કે એની ગરિમા પર કોઈ જ સવાલ નથી, પણ મોટે ભાગે લેખકો સિનેમાને અને એના ધંધાને સમજી શકતા નથી.શ્રાકડા કહેતા કે દરેક લેખકે બે હાથે કામ કરવાનું હોય છે- એક હાથે લખવાનું અને બીજા હાથે દુનિયાના પ્રહાર ઝીલવાના. પણ ફિલ્મી લેખકે તો દસ હાથથી કામ કરવું પડે છે. એક હાથે લખવાનું, બીજા હાથે નિર્માતા-નિર્દેશક સાથે લખવાનું, ત્રીજા હાથે અભિનેતા સાથે, ચોથા હાથે સેન્સર બોર્ડ અને સરકાર સાથે, પાંચમા હાથે પ્રેક્ષકોના જૂતાં સાથે, છઠ્ઠા હાથે વાંઝણા વિવેચકો સામે અને લિસ્ટ ચાલ્યા જ કરશે. રેડિયો, ટી.વી. અને સિનેમા એ મીડિયા છે. મીડિયા એક મોન્સ્ટર છે-રાક્ષસ. એને રોજ નવો-નવો ચારો જોઈએ છે. પુરાણો, લોકકથાઓ, છાપાંની હેડલાઈનો, નવલકથાઓ અને વાર્તાઓ-એ બધું જ ચાવી જાય છે. સિનેમાને સાહિત્ય વિના નહીં ચાલે; સાહિત્યને કદાચ ચાલી જશે. સાહિત્ય એ નોળવેલ છે, જેને ઘવાયેલો સાપ ચાવીને પાછો તાજોમાજો થઈ જાય છે. કોઈએ સાચું જ કહ્યું છે: "સાહિત્ય એ લક્ઝરી છે, સિનેમા એ

રમત, રેકોર્ડ્સ અને હૃદય જીતનાર નોવાક જોકોવિચ

લાઈફ-ઓન

★ ફાલ્ગુની આશર

રમતના ઈતિહાસમાં એવા કેટલાક ખેલાડીઓ થઈ જાય છે, જેઓ માત્ર ટ્રોફીઓ જીતવા માટે નથી રમતા પરંતુ તેઓ રમતની વ્યાખ્યાઓને જ બદલી નાખે છે. નોવાક જોકોવિચ એવું જ એક અદ્વિતીય નામ છે. વિમ્બલ્ડન ૨૦૨૬ના સેન્ટર કોર્ટ પર રમાયેલા તાજેતરના મુકાબલાઓમાં જ્યારે પ્રેક્ષકોનો કોલાહલ, તાળીઓનો ગડગડાટ અને ફેન્સનો પ્રેમ જોકોવિચ પર વરસતો જોવા મળ્યો ત્યારે એ વાત ફરી એક વાર સાબિત થઈ ગઈ કે જોકોવિચ માત્ર આંકડાઓ કે ગ્રાન્ડ સ્લેમ ટાઈટલ્સનો સરતાજ નથી પરંતુ તે સમય, ઉંમર અને માનસિક ક્ષમતાઓની તમામ મર્યાદાઓને પાર કરી ચૂકેલો એક મહાન રમતવીર છે.

આજના આધુનિક યુગમાં જ્યાં ૨૫ કે ૩૦ વર્ષની ઉંમરે રમતવીરોનું શરીર થાકી જાય છે અને તેઓ નિવૃત્તિનો માર્ગ શોધતા હોય છે, ત્યાં જોકોવિચ આજે પણ ૨૦ વર્ષના યુવાનોને શારીરિક અને માનસિક સ્ટેમિનામાં માત આપી રહ્યો છે. વિમ્બલ્ડનના ઘાસના મેદાન પર તેની દરેક વિજયી ક્ષણ, તેનું સેલિબ્રેશન અને મેચ પછીની તેની સ્પીચ માત્ર ટેનિસના ચાહકો માટે જ નહીં પરંતુ જિંદગીના પડકારો સામે લડતા દરેક માનવી માટે પ્રેરણાનો સ્રોત છે.

જોકોવિચના આજના મહાનત્વને સમજવા માટે તેના ભૂતકાળના પાયાને સમજવો અત્યંત જરૂરી છે. જોકોવિચનો જન્મ બેલગ્રેડ (સર્બિયા)માં થયો હતો. એવો સમય હતો જ્યારે યુગોસ્લાવિયામાં યુદ્ધના બોમ્બમારો થઈ રહ્યો હતો. નાનકડો નોવાક જ્યારે ટેનિસ રેકેટ પકડીને પ્રેક્ટિસ કરતો ત્યારે આકાશમાં યુદ્ધવિમાનોની ગર્જનાઓ અને બોમ્બ ધડાકાઓ સંભળાતા હતા. સાધનોનો અભાવ, પીવાના પાણી અને ખાવાની અછત તથા જીવન અને મરણ વચ્ચેનો સતત ભય, આવા અત્યંત ભયાનક વાતાવરણ વચ્ચે પણ આ બાળકે પોતાની આંખોમાં વિશ્વના શ્રેષ્ઠ ટેનિસ ખેલાડી બનવાનું સપનું સેવ્યું હતું.

બેલગ્રેડના ખાલી પડેલા સ્વિમિંગ પુલ અને તૂટેલા કોર્ટ પર પ્રેક્ટિસ કરીને મોટો થયેલો આ છોકરો જ્યારે ગ્રાન્ડ સ્લેમની દુનિયામાં આવ્યો, ત્યારે ટેનિસ જગત પર બે દિગ્ગજોનું શાસન હતું - રોજર ફેડરર અને રાફેલ નાડાલ. ફેડરરનું એલિગન્સ અને નાડાલની અદભુત શારીરિક તાકાત સામે આ ત્રીજા ખેલાડી તરીકે સ્થાન બનાવવું અશક્ય માનવામાં આવતું હતું. પરંતુ જોકોવિચે પોતાની અદભુત માનસિક સક્ષમતાથી એ વાત સાબિત કરી દીધી કે સંઘર્ષની આગમાં તપીને બહાર આવેલો હીરો ક્યારેય ઝૂકતો નથી. તેણે ફેડરર અને નાડાલના એકહથ્થુ શાસનને તોડીને 'ધ બિગ થ્રી'ની રચના કરી અને અંતે રમત ઈતિહાસના સૌથી વધુ ગ્રાન્ડ સ્લેમ જીતનાર ખેલાડી તરીકે પોતાનું નામ સુવર્ણ અક્ષરે કોતરાવ્યું હતું.

વિમ્બલ્ડન અને જોકોવિચનો સંબંધ હંમેશાં ખાસ રહ્યો છે. ભૂતકાળમાં એવા

જ્યારે તે મેચ જીતીને કોર્ટની ઘાસની પત્તી મોંમાં મૂકે છે અને આકાશ તરફ જોઈને ભગવાનનો આભાર માને છે ત્યારે તે એક ક્ષણમાં પોતાની આખી સફરને જીવી લે છે

પણ દિવસો આવ્યા હતા જ્યારે વિમ્બલ્ડનનું ક્રાઉડ (પ્રેક્ષકો) જોકોવિચના વિરોધી ખેલાડીને વધુ સપોર્ટ કરતાં હતાં. પરંતુ જોકોવિચની ખાસિયત એ રહી છે કે તેણે નકારાત્મકતાને હંમેશાં પોતાની શક્તિ બનાવી છે. જ્યારે આખું સ્ટેડિયમ વિરોધીનું નામ પોકારતું ત્યારે જોકોવિચ પોતાના મનમાં એવું જ સાંભળતો ક[illegible] લોકો 'નોવાક... નોવાક...' પોકારી રહ્યા છે!

પરંતુ વિમ્બલ્ડન ૨૦૨૬ના તાજેતરના વાતાવરણમાં એક મોટો બદલાવ જોવા મળ્યો છે. હવે પ્રેક્ષકો જોકોવિચને માત્ર એક શ્રેષ્ઠ ખેલાડી તરીકે જ નહીં, પરંતુ એક જીવંત દંતકથા તરીકે જોઈ રહ્યા છે. આ વખતે સેન્ટર કોર્ટ પર જે પ્રેમ, સન્માન અને તાળીઓનો ગડગડાટ જોકોવિચને મળ્યો છે, તેણે જોકોવિચના હૃદયને સ્પર્શી લીધું છે. મેચ દરમિયાન અને મેચ પૂરી થયા પછી પ્રેક્ષકો દ્વારા મળેલા આ જબરદસ્ત પ્રતિસાદે સાબિત કર્યું છે કે સમય જતાં રમતપ્રેમીઓને સમજાઈ ગયું છે કે આ ખેલાડી યુગમાં એક જ વાર જન્મે છે.

મજાની વાત તો એ છે કે, જોકોવિચની દરેક મોટી મેચમાં અને તેની કારકિર્દીના આ ઉત્તરાર્ધમાં જો કોઈ સૌથી સુંદર અને લાગણીસભર દ્રશ્ય હોય તો તે તેના પ્લેયર્સ બોક્સમાં બેઠેલો તેનો પરિવાર છે. જોકોવિચની પત્ની જેલેના, તેનો દીકરો સ્ટીફન અને તેની નાની દીકરી તારા દરેક મેચમાં હાજર હોય છે. જુનિયર જોકોવિચ તરીકે ઓળખાતો સ્ટીફન પોતે પણ ચાહક છે અને સાથે પ્રેક્ટિસ કરતો જોવા મળે કોર્ટ પર પોઈન્ટ સ્ટીફનનો ચહેરા પરનો હોય છે. જ્યારે કોર્ટ ટેનિસનો મોટો ઘણી વાર તે પિતા કોર્ટ પર રેકેટ શૂટ છે. પિતા જ્યારે જીતે છે, ત્યારે ઉત્સાહ અને તેના ગર્વ જોવા જેવો આ બાજુ જોકોવિચ પણ જીતે છે ત્યારે તે પર પોતાના ફેવરિટ 'વાયોલિન વાદન'ની એક્ટિંગ કરીને ઉજવણી કરે છે. આ સેલિબ્રેશન તે ખાસ કરીને પોતાની દીકરી તારા માટે કરે છે, જે વાયોલિન શીખી રહી છે.

મેચની કઠીન અને ટેન્શનભરી પળોમાં પણ જ્યારે જોકોવિચ પોતાના બોક્સ તરફ નજર કરે છે અને ત્યાં તેનાં બાળકોનાં નિર્દોષ સ્મિત અને તાળીઓ જુએ છે ત્યારે તેનો તમામ થાક ગાયબ થઈ જાય છે. એક મહાન ખેલાડી હોવાની સાથે સાથે તે એક સંપૂર્ણ અને પ્રેમાળ પિતા છે. બાળકોની હાજરી જોકોવિચને રમત પ્રત્યે વધુ રમૂજી, નમ્ર અને ઉત્સાહી બનાવે છે.

વિમ્બલ્ડનના કોર્ટ પર આપેલી પોતાની એક યાદગાર અને ચર્ચિત સ્પીચમાં જોકોવિચે એક અદ્ભુત વિધાન કહ્યું હતું જે આજે વૈશ્વિક સ્તરે ટ્રેન્ડ કરી રહ્યું છે. તેણે પોતાની ઉંમર વિશે રમૂજી પરંતુ ગંભીર અંદાજમાં કહ્યું હતું, ૩૦ એ નવું ૨૦ છે અને ૪૦ એ હવે નવું ૩૦ છે! આ માત્ર એક ચાર્મિંગ કે રમૂજી સ્પીચ લાઈન નહોતી પરંતુ તેની પાછળ જોકોવિચની વર્ષોની સખત શિસ્ત, ડાયેટિંગ, યોગા અને ફિટનેસની મહેનત છુપાયેલી છે. જોકોવિચે સાબિત કર્યું છે કે યોગ્ય આહાર, દૈનિક ધ્યાન, યોગ અને શરીરની સંભાળ રાખવામાં આવે તો માનવ શરીર અને મગજ ૪૦ વર્ષની ઉંમરે પણ ૩૦ વર્ષના યુવાન જેવી તીવ્રતા સાથે કામ કરી શકે છે. ઉંમર એ માત્ર એક આંકડો છે. જો તમારો ઉત્સાહ અને રમત પ્રત્યેનો પ્રેમ જીવંત હોય તો ઉંમર તમને ક્યારેય રોકી શકતી નથી.

આજે જ્યારે ૨૫ વર્ષના ખેલાડીઓ ફિટનેસ પ્રોબ્લેમ્સથી ઝઝૂમી રહ્યા છે ત્યારે ૪૦ વર્ષની નજીક પહોંચેલો જોકોવિચ ૫-૫ સેટની મેચોમાં યુવાનોને દોડાવી દોડાવીને હરાવે છે. આ સ્પીચ એ વાતનું પ્રતીક છે કે મર્યાદાઓ માત્ર આપણા વિચારોમાં હોય છે, વાસ્તવિકતામાં નહીં.

નોવાક જોકોવિચ માત્ર ટેનિસનો ચેમ્પિયન નથી, તે મનોબળ, સમર્પણ અને નમ્રતાનો એવો જ્વલંત દીપક છે જે આવનારી પેઢીઓને વિપરીત પરિસ્થિતિઓ સામે લડવાની હિંમત આપતો રહેશે. જે વ્યક્તિએ યુદ્ધના બોમ્બમારા વચ્ચે બાળપણ વિતાવ્યું હોય, જેણે પોતાના કરિયરમાં મીડિયા અને પ્રેક્ષકોની ટીકાઓ સહન કરી હોય અને જેણે રમત ઈતિહાસના બે સૌથી લોકપ્રિય ખેલાડીઓ (ફેડરર-નાડાલ) નો સામનો કરીને પોતાનું સામ્રાજ્ય ઊભું કર્યું હોય, તે વ્યક્તિ સામાન્ય હોઈ જ ન શકે. મારું દ્રઢપણે માનવું છે કે જોકોવિચની ખરી તાકાત તેનું રેકેટ કે તેનો ફોરહેન્ડ શૉટ નથી પરંતુ તેનું 'અજેય માનસિક મનોબળ' છે.

આજના યુવાઓએ જોકોવિચ પાસેથી શીખવા જેવા મુખ્ય પાઠ કોઈ હોય તો એ નકારાત્મકતાને શક્તિમાં બદલવી છે. જોકોવિચે આપણને શીખવ્યું છે કે જ્યારે આખી દુનિયા તમારી વિરુદ્ધ હોય ત્યારે ગુસ્સે થવાને બદલે એ વિરોધને તમારી પ્રગતિનું ઈંધણ બનાવો. પોતાના શરીરને મંદિર માનવું, ખાવા-પીવાની આદતો પર કડક નિયંત્રણ રાખવું અને સતત નવું શીખતા રહેવું. આજના યુવાનો માટે આનાથી મોટો કોઈ પાઠ હોઈ શકે નહીં. રમત ક્ષેત્રે ભલે તમે ગમે તેટલી ઊંચાઈ પર પહોંચો પરંતુ તમારો પરિવાર, તમારાં બાળકો અને તમારું ઘર જ તમને જમીન સાથે જોડી રાખે છે.

ઘણા વિવેચકો સતત પ્રશ્ન પૂછે છે કે 'જોકોવિચ ક્યારે નિવૃત્ત થશે?' પરંતુ મારું માનવું છે કે જોકોવિચ જેવા ખેલાડીઓ ઉંમર કે આંકડાઓ જોઈને નિવૃત્ત નથી થતા. જ્યાં સુધી તેના શરીરમાં રમત પ્રત્યેનો અગ્નિ પ્રજ્વલિત છે અને જ્યાં સુધી તેનાં બાળકો સેન્ટર કોર્ટ પર બેસીને તેને ચિયર કરી રહ્યાં છે, ત્યાં સુધી જોકોવિચ રમતો રહેશે. તેનાં બાળકો સ્ટીફન અને તારા માત્ર તેના વિજયના સાક્ષી નથી, પરંતુ તે જોકોવિચના જીવનનું સર્વશ્રેષ્ઠ ઈનામ છે. તેણે '૪૦ એ નવું ૩૦ છે,' કહીને માત્ર ટેનિસ જ નહીં પરંતુ સમગ્ર ખેલ જગત માટે નિવૃત્તિની વ્યાખ્યા બદલી નાખી છે. ભવિષ્યમાં જ્યારે પણ રમતના ઈતિહાસમાં સૌથી મહાન ખેલાડી (GOAT - Greatest of All Time)ની ચર્ચા થશે ત્યારે નોવાક જોકોવિચનું નામ સૌથી ટોચ પર રહેશે, માત્ર તેના ૨૪+ ગ્રાન્ડ સ્લેમ્સ માટે નહીં, પરંતુ તેણે જીવનમાં દર્શાવેલી લડાયકતા અને માનવતા માટે.

જ્યારે સામાન કરતાં પેકિંગ મોંઘુ

આંખની અટારી

★ હેમુ ભીખુ

ઘણી વખત એવું જોવા મળે છે કે મૂળ વસ્તુ કરતાં તેના પેકિંગની કિંમત વધુ હોય. વસ્તુ જ્યારે નાજુક હોય, કિંમતી હોય, તેને લાંબા સમય સુધી સાચવવાની આવશ્યકતા હોય અથવા યોગ્ય કારણસર તેના દેખાવને વધુ આકર્ષક બનાવવો જરૂરી હોય, ત્યારે આવું થાય તો તે યોગ્ય ગણાય. અહીં પણ સમગ્ર પ્રક્રિયામાં પર્યાવરણનું ધ્યાન રાખવું જરૂરી હોય છે. પરંતુ જ્યારે માત્ર માર્કેટિંગના હેતુસર મૂળ વસ્તુ કરતાં પેકિંગ માટે વધુ સંસાધનો વપરાય, ત્યારે પ્રશ્ન તો પૂછાવો જ જોઈએ.

આ પ્રકારનો અભિગમ વસ્તુને વધુ ગ્લેમરસ બતાવવા માટે, તેની વિશેષતાઓને વધુ વિસ્તૃત રીતે રજૂ કરવા માટે, વાસ્તવિકતાને ઢાંકવા માટે, પ્રેઝન્ટેશન દ્વારા એક પ્રકારનો ભ્રમ ઊભો કરવા માટે અથવા બ્રાન્ડ ઈમેજને વધુ પ્રખર બનાવવા માટે અપનાવવામાં આવતો હોય છે. આ સમગ્ર પ્રક્રિયામાં ક્યાંક માનવીય સંવેદનાઓ સાથે પણ રમત રમાતી હોય છે. જ્યારે પર્યાવરણને નુકસાન થાય, ગ્રાહક અને સમાજ પર આર્થિક બોજ વધે, વસ્તુ વિશે ખોટી ધારણા બંધાઈ જાય, વેસ્ટ એટલે કે કચરાનો જથ્થો વધે, વસ્તુનો અંતિમ કાર્બન ફુટપ્રિન્ટ વધી જાય અને ગ્રાહકનું ધ્યાન ખોટી બાબતો તરફ ખેંચાય, ત્યારે આ સમગ્ર પ્રક્રિયા વિશે પુનઃવિચાર કરવાની આવશ્યકતા રહે છે.

જ્યારે વસ્તુ ડેલિકેટ હોય ત્યારે પેકિંગ મજબૂત હોવું જોઈએ. બની શકે કે કાચના કપની કિંમત કરતાં તેના પેકિંગ પર વધુ ખર્ચ થાય. અમુક પ્રકારની ખાદ્ય ચીજવસ્તુઓની ગુણવત્તા જાળવી રાખવા માટે પણ એવા પેકિંગની જરૂર પડે, જેની કિંમત ખાદ્ય ચીજવસ્તુ કરતાં પણ વધુ હોય. આમ દવાઓ માટે પણ કહી શકાય. અમુક ઈલેક્ટ્રોનિક વસ્તુઓ લાવવા-લઈ જવા દરમિયાન સલામત રહે તે માટે પણ વિશેષ પેકિંગની જરૂર પડે છે અને તેના માટે વધુ સંસાધનો ફાળવવા પડે છે. ક્યારેક કાયદાકીય જોગવાઈઓને કારણે પણ પેકિંગની કિંમત વધી જાય છે. પરંતુ જ્યારે પરફ્યુમ, ક્રીમ, લિપસ્ટિક, પાવડર, જ્વેલરી અને મોંઘી ઘડિયાળો જેવી વસ્તુઓ માટે પેકિંગને મોંઘું બનાવવામાં આવે, ત્યારે તેની પાછળ મુખ્યત્વે તેની સાથે જોડાયેલા ગ્લેમરને વધુ પ્રખર રીતે રજૂ કરવાનો આશય હોય છે. અહીં સંયમની જરૂર છે. અંતે તો આ પ્રકારનો બગાડ પર્યાવરણ અને સમાજની આર્થિક સ્થિતિ માટે બોજ સમાન જ ગણાય.

ભેટ કરતાં ભેટની ચારે બાજુ ગોઠવાયેલી વ્યવસ્થા વધુ કિંમતી બની જાય, ત્યારે પ્રશ્ન તો થાય જ. જ્યારે પાણી કરતાં પાણીની બોટલની કિંમત વધુ હોય, મીઠાઈ કરતાં તેના ખોખાની કિંમત વધી જાય, પાવડર કરતાં તેની ડબ્બી મોંઘી થઈ જાય, કોલ્ડ ડ્રિંક કરતાં તેના એલ્યુમિનિયમના કેન માટે વધુ ખર્ચ થતો હોય, જન્મદિવસની કેક કરતાં તેની આજુબાજુની સજાવટ વધુ કિંમતી હોય અથવા સેન્ડવિચ કરતાં તેને જેમાં પીરસવામાં આવે તે પ્લેટ વધુ કિંમતી હોય, ત્યારે પ્રશ્ન સ્વાભાવિક છે. મજાની વાત એ છે કે આ પેકિંગ સાથે જ્યારે બ્રાન્ડ જોડાય, ત્યારે આ અપ્રમાણસરની ઘટનાનો જથ્થો વધે, વસ્તુનો અંતિમ કિસ્સામાં નિરાશા જ હાથ લાગે. અહીં પેકિંગમાં એવી એવી બાબતો એવી રીતે રજૂ કરવામાં આવે છે કે સામેવાળી વ્યક્તિના મનમાં અદભુત જિજ્ઞાસા અને અહોભાવ જાગે. પરંતુ સોશિયલ મીડિયાનો વાસ્તવિક અનુભવ શરૂ થાય ત્યારે સમજાય છે કે પેકિંગ અને તેની અંદરની વાસ્તવિકતા વચ્ચે કેટલો વિશાળ, વિકૃત અને અવાસ્તવિક તફાવત છે. અહીં પેકિંગ માત્ર આકર્ષણ ઊભું કરવા માટે ચટાકેદાર અને ચમકદાર રાખવામાં આવે છે. બજારમાં પણ ઘણી ચીજવસ્તુઓને આ જ રીતે રજૂ કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, વ્યક્તિમાં દમ ન હોય છતાં તેને સૂટ-બૂટ પહેરાવીને પ્રસ્તુત કરવામાં આવે.

આ સમગ્ર પ્રક્રિયાને પ્રતિકાત્મક તેમજ મનોવૈજ્ઞાનિક દૃષ્ટિએ પણ જોવાની જરૂર છે. એમ કહેવાય છે કે

બે-પાંચ રૂપિયાની ચોકલેટ કે બિસ્કિટ માટે જ્યારે વીસ-પચીસ રૂપિયાનું પેકિંગ વાપરવામાં આવે, ત્યારે તેની પાછળ કોઈકનો પ્રપંચ અને કોઈકની મૂર્ખામી બંને જવાબદાર હોય છે

કોઈકનો પ્રપંચ અને કોઈકની મૂર્ખામી બંને જવાબદાર હોય છે. એમ કહેવાય છે કે સો રૂપિયાની વસ્તુને તમે દોઢસો રૂપિયાના બોક્સમાં પેક કરો તો તે વસ્તુ પાંચસો રૂપિયામાં પણ વેચી શકાય.

ભલે એમ કહેવાતું હોય કે પુસ્તકનું પૂઠું જોઈને પુસ્તક ખરીદવાનો નિર્ણય ન લેવો જોઈએ, પરંતુ માર્કેટિંગના ક્ષેત્રમાં આ વિધાન ઘણી વખત ખોટું સાબિત થઈ રહ્યું છે. સારું પેકિંગ અંદરની વસ્તુને સારી બનાવી દેતું નથી. તેમાં પણ જ્યાં પેકિંગ ભ્રામક હોય, ત્યાં તો વાત જ અલગ છે.

ભ્રામક પેકિંગ માટે સોશિયલ મીડિયા એક સચોટ અને વાસ્તવિક ઉદાહરણ છે. જો તમે માત્ર પેકિંગ જોઈને સોશિયલ મીડિયામાં પ્રવેશ કરો, તો મોટાભાગના માનવી મોટાભાગની માહિતી પોતાની દૃષ્ટિ દ્વારા એકત્રિત કરે છે. તેથી જ દર્શનશાસ્ત્રમાં 'પ્રત્યક્ષ'ને સૌથી આધારભૂત પ્રમાણ માનવામાં આવે છે. પરંતુ જ્યારે પ્રત્યક્ષ સાથે ભ્રમ જોડાઈ જાય, ત્યારે વાસ્તવિક પરિસ્થિતિ ઘણી વખત જાણ બહાર રહી જાય છે. વળી, એવું પણ કહેવાય છે કે માનવી પ્રથમ નજરે જ ઘણી ધારણાઓ બાંધી દે છે. મનોવિજ્ઞાનની દૃષ્ટિએ પણ પ્રારંભિક છબીનો પ્રભાવ વધુ રહે તે સ્વાભાવિક છે. આમ પણ બાહ્ય પરિસ્થિતિ પહેલાં નજરે ચડે છે અને પછી આંતરિક સ્થિતિ ધ્યાનમાં આવે છે. શરૂઆતમાં મન પ્રારંભિક સંકેતોને વધુ ગંભીરતાથી સ્વીકારે છે.

એક દૃષ્ટિકોણ પ્રમાણે એવું પણ કહી શકાય કે જ્યારે પેકિંગ માટે વધુ સંસાધનો ફાળવવામાં આવે છે, ત્યારે એક પ્રકારનું અસંતુલન ઊભું થાય છે.

વાસ્તવિકતા અને છબી વચ્ચેનું સમીકરણ અહીં ખોરવાઈ જવાની સંભાવના વધી જાય છે.

જો એકવાર વ્યક્તિનો વિશ્વાસ તૂટે, તો પછી તે વિશ્વાસ ફરી પ્રાપ્ત કરવો અત્યંત મુશ્કેલ બની જાય છે. આ માત્ર વ્યવસાયિક નહીં, પરંતુ ભાવનાત્મક બાબત પણ છે.