



शहराच्या वरचढ होणे ?

शिल्या फडके

अल्बर्टा - कॅनडा येथील वेस्ट एडमंटन मॉल हा गिनीज बुक ऑफ वर्ल्ड रेकॉर्डप्रमाणे जगांतील सर्वात मोठा मॉल आहे. त्याचे क्षेत्रफळ 5.2 दशलक्ष चौ.फूट असून तो उत्तर अमेरिकेतील इतर 28500 मॉल्सवरही वर्चस्व गाजवतो. या इतर मॉल्समधून उत्तर अमेरिका व कॅनडा येथील 53% किरकोळीचा व्यापार चालतो. महिला बंदिस्त मॉल 1956 मध्ये अमेरिकेतील मिनेसोटा राज्यातील मिनिओपॉलिस येथे बांधला गेला. त्याचे डिझाईन प्रसिद्ध व्हिएत्रीज वास्तुविशारद व्हिक्टर ग्रुएन याने केले होते व तो मॉल्सच्या डिझाईनचा पहिला वास्तुविशारद होता. सर्वप्रथम दुकानाची इमारत पूर्णपणे अशा तऱ्हेने बांधली गेली ज्यात दुकानाचे भोवतालाशी असलेले बुद्धिगम्य संबंध तोडून टाकले गेले व किरकोळ विक्री या दुकानाच्या मुख्य कामास मुख्य व्यासपीठ उपलब्ध करून दिले.

आगदी अलिकडेपर्यंत भारताच्या संदर्भात मॉल्स या शब्दाला तीव्र वसाहतीवादी अर्थ होता. मॉल्सचा अर्थ लांबलचक चालायचा व बरोबर दोन्ही बाजूंच्या दुकानांतून खरेदी करण्याचा रस्ता असा होता. अनेकांनी इतरांना दाखवण्यासाठी सिमला

किंवा मसूरी येथील मॉल रोडवर उभे राहून स्वतःचे फोटो काढून घेतलेले आहेत. या मॉलरोडचा उद्देश जरी तसाच असला तरी तेथील दुकाने एकमेकांशी अदलाबदल करू शकत नव्हती कारण प्रत्येकाची काहीतरी वैशिष्ट्ये होती. परंतु अलिकडे मात्र मॉल म्हणजे उत्तर अमेरिकेतल्याप्रमाणे असलेली दुकानांची जागा असा अर्थ घेतला जातो. व ही जागा स्थानिक दुकानांच्या व बाजाराच्या वरचढ असते. (मुंबईत या जागा म्हणजे दारिद्र्य, घाण व तिसऱ्या जगातील बकालपणा यांचे साम्राज्य) या जगामध्ये पहिल्या जगातल्या शहराप्रमाणे वास, पोत व अनुभव मिळतो. अॅनी फ्रीडबर्ग (1993) लिहिते. “मॉल्स हा समकालीन स्वप्नदृश्यासारखा असून त्यामुळे शहरातील दुःखाचा विसर पडतो. (उदा. गृहहीनता, भिकारी, गुन्हेगारी, वाढती रहदारी, इतकेच नव्हेतर हवा सुद्धा.

भारतात शहरात मॉल्सच्या भरभराटीस आता कुठे सुरुवात होते आहे, 1990च्या उत्तरार्धापासून आमच्या अनिवासी भारतीयांचे (एनआरआयएस) त्यांना परिचित असलेल्या विश्वात स्वागत करण्यास आम्ही उत्सुक आहोत.

त्यांना इथे आपल्या घरी (अमेरिकेतील) आल्यासारखे वाटावे. नुसते लाक्षणिक अर्थाने नव्हे तर खऱ्या अर्थाने अक्षरशः.

सांस्कृतिक अभ्यासाच्या अनेक स्कॉलर्सनी असे सूचित केले आहे की मॉल हे अत्याधुनिक जागेचे उत्कृष्ट उदाहरण आहे. त्यालाच फ्रीडबर्ग महत्त्वाची जागा असे म्हणते. तथापि भारतीय संदर्भात नेहमीच्या भाषेत आधुनिकता हा शब्द खूप वेळा सध्याची परिस्थिती या अर्थी वापरला जातो. आधुनिकता हा शब्द पत्रकारितेत (माध्यमांत) अशा रीतीने वापरला जातो. की त्यामुळे एका विशिष्ट अवस्थेचे वर्णन होते. आधुनिकता मिळवण्याची अधिक जाणीवपूर्वक केलेली इच्छा तयार करण्याची मनीषा ही ती अवस्था होय. ही आधुनिकता काही विशिष्ट वस्तूंच्या वापरांतून व विशिष्ट जागी प्रवेशल्यास निश्चितपणे मिळते. तेव्हा हे मॉल्स किंवा अशा विशिष्ट जागा या आधुनिकतेच्या वा अत्याधुनिकतेच्या प्रतिनिधिक आहेत किंवा कसे? एका दृष्टीने वसाहतोत्तर राज्यात तौलनिक दृष्ट्या कधीच खऱ्या अर्थाने आधुनिकता आलेली नाही. कारण भोज्याचे दगड वरचेवर बदलत राहिले. त्यांना आता अत्याधुनिक म्हणता येईल काय?

शहरासंबंधी बोलताना वापराच्या नव्या जागा आधुनिकता ठरवण्यास महत्त्वाच्या राहणार आहेत. 'पुकार'मधील 'जेंडर अँड स्पेस प्रॉजेक्ट'च्या संशोधनाचा भाग म्हणून आम्ही तीन मॉल्सचा अभ्यास केला.

- ★ हाय स्ट्रीट फिनक्स, परेल : मध्य मुंबईतील जुन्या मिलच्या जागी.
- ★ आर मॉल, मुलुंड : पूर्वेकडील उपनगर, जिथे हिंदू गुजराती लोकांची मोठी वस्ती आहे व जिथे घरांच्या किंमती बरोबरीने वाढत आहेत.
- ★ इन ऑर्बिट मॉल, मालाड लिंक रोड : नवीन संस्कृती दर्शविणारी जागा. त्याचबरोबर प्रामुख्याने जुना ख्रिश्चन भूतकाळ.

या मॉलची ठिकाणे अशातऱ्हेने निश्चित केली आहेत की त्या विभागातील सर्व गृहितके (डाटा) काळजीपूर्वक जमा

केलेली आहेत. उदा. त्या विभागातील किती खरे ग्राहक इथे येतील, त्याची खरेदी क्षमता काय असेल वा इतर ठिकाणाहून इथे येतील

आर मॉल व इन ऑर्बिट मॉल येथे आधीच मल्टिप्लेक्सस आहेत व हायस्ट्रीट फिनक्स असे एक बांधण्याच्या विचारात आहे. मनोरंजन व खरेदीचा उद्योग यांचे एकत्रिकरणाचा तो जागतिक कल आहे तोच यातून दिसून येतो. यातलीही गंमतीची गोष्ट ही की तीनपैकी दोन मॉल्स बिल्डरांच्या मालकीचे आहेत.

या निबंधात मला असा अभ्यास करायचा आहे की हे मॉल्स स्थानिक दुकानदारीपेक्षा कुठवर वरचढ आहेत? हा प्रश्न मॉल्सच्या तुलनात्मक यशाशी संबंधित नाही. पण त्याचे शहरातील स्थानाची ज्यामुळे आधुनिकोत्तर काळात स्वतःला जागतिक आधुनिक शहर म्हणवून घेण्यासाठी - तपासणी करणे हा आहे.

स्थानिक सौंदर्य

भारतीय ग्राहकांचे वर्णन एका मार्केट रीसर्च करणाऱ्याने मला सांगितल्याप्रमाणे "स्पर्श करून अनुभव घ्या" या प्रकारचे आहे. म्हणजे त्याला प्लॅस्टिकच्या पिशव्यात उत्तम तऱ्हेने पॅक करून ठेवलेले पदार्थ जे उघडता येत नाहीत ते घ्यायला आवडत नाही. त्याला उघड्यावर ठेवलेल्या वस्तू हाताने स्पर्श करायला व मग घ्यायला आवडतात. ही त्याची इच्छा किराणादुकानदार नक्की पूर्ण करतो. बिगबझार हे सूट देणारे अमेरिकेतील केमार्ट प्रमाणे बाजाराचे सौंदर्य टिकवून आहे. स्टॉलसारख्या पुढच्या बाजूला भाजी व त्याच्या मागे भाजी विक्रेते भाजी विकतात. यामुळे लोकांना आपल्याकडे वैयक्तिक लक्ष पुरवल्याचे समाधान मिळते जसे त्यांच्या नेहमीच्या भाजीवाल्याकडून मिळते, त्याचप्रमाणे माल पाहण्याची संधीही मिळते, त्याचबरोबर मॉलचे आरोग्यपण सांभाळले जाते. तथापि हे गंमतीदार आहे की अशा दुकानांतून आरोग्याची अलंकारिक भाषा उघडपणे केली जात नाही. एका दुकानातून सर्व खरेदी करता येते ही सोय इतर सर्वांहून वरचढ असते.

त्याचप्रमाणे रस्त्यावरील अन्न हे मॉलच्या जागेत येते व ते आरोग्यदायी केले जाते. धान्य, उसाचा रस, गोळासुद्धा या वस्तू ज्या परंपरागत पद्धतीने रस्त्याच्या कडेला हातगाडीवाले विकतात त्या मॉलमध्ये आरोग्यदायक करून विकल्या जातात. मॉलमध्ये स्वच्छ पाणी वापरून विक्रेते हातात प्लॅस्टिकचे हातमोजे घालून या वस्तू विकतात. यामुळे एकाचवेळी खाद्यवस्तू आरोग्यदायी बनवल्या जातात व त्या जागेला एक स्थानिक चव दिली जाते. मानववंशशास्त्रज्ञ अर्जुन अप्पादुराई यांनी सुचवलेल्या निबंधाला यामुळे पुष्टी मिळते. ते म्हणतात जागतिक अपरिहार्यता स्थानिकतेशी तडजोड करते व त्यातून एक प्रकारची नव्हे तर अनेक प्रकारच्या मार्गाने जागतिकता किंवा आधुनिकता व्यक्त होते.

स्थानिक सभोवताल

तिन्ही मॉलमधील माल जरी बहुतेक अगदी सारखा असला तरी मॉलचे शहरातील स्थान, त्याचे वास्तुसौंदर्य आणि परिसर यांच्याशी केलेली तडजोड यामुळे वेगवेगळा अनुभव मिळण्याची शक्यता आहे.

हाय स्ट्रीट फिनिक्स मॉल जुन्या टेक्सटाईल मिलच्याच कामाभोवती उभारल्यामुळे तो पूर्वीच्या वरचढ होऊ शकत नाही. तसेच भोवताली असलेल्या भरपूर रहिवासी चाळी तो नष्ट करू शकत नाही. त्या चाळी पूर्वीच्या शहराची कायम आठवण करून देत राहणार.

त्याविरुद्ध कबुली देऊनसुद्धा खालच्या वर्गाच्या लोकांचे नाममात्र किंवा खरे लक्ष त्यांच्याकडे असणार याची जाणीव पूर्णपणे खोडून टाकता येणार नाही. फायर अँड आईस या उच्चभ्रूंना क्लब वरवर पाहता यामुळेच बंद पडला असावा कारण त्यांना वाटते की आमच्या स्त्री ग्राहकांकडे यांची अवाञ्छित दृष्टी पडेल.

आर मॉलला हिंदू गुजराथी व कच्छी उपनगरात असलेल्या आपल्या स्थानाची पुरेपूर कल्पना आहे. व ते त्यांच्या वेबसाईटवर स्पष्टपणे नमूद केलेले आहे. हे लक्षात

ठेवणे मनोरंजक ठरेल की मॉलमधील ग्राहकांसाठीच्या घोषणा या गुजराती व इंग्लीशमध्ये केल्या जातात पण स्टाफसाठीच्या घोषणा फक्त इंग्रजीत केल्या जातात. माझ्या मते याचे कारण त्यांच्या गुजराती बोलणाऱ्या ग्राहकांपर्यंत व त्यांच्या क्रयशक्तीपर्यंत पोहचणे हाच त्यांचा हेतू असावा. त्याचबरोबर एकमेकांशी संपर्क भाषा इंग्लिश ठेवून मॉलचे स्वरूप जागतिक आधुनिक असेच ठेवावे.

इतर दोन मॉलप्रमाणे आर मॉलमध्येही सामानासाठीच्या रोलिंग ट्रॉल्लिज मुख्य रस्त्यापर्यंत आणण्याची सोय आहे. कारण तेथे सार्वजनिक वाहने येऊ शकतात. इतर दोन मॉल्स मात्र ज्यांच्याकडे खासगी गाड्या नाहीत त्यांच्या मित्रत्वाने वागत नाहीत. बुधवारी (जो स्त्रियांसाठी आर मॉलमधील महिला दिवस असतो) जर ग्राहकांनी रु. 500/- पेक्षा जास्त खरेदी केली तर ते त्यांचे रिश्काचे भाडे त्यांना देतात.

इन ऑर्बिट मॉल हा पूर्वी कचऱ्याचा ढोंग (महापालिकेचा) होता त्याच्या भोवती बांधलेला आहे. माईडस्पेस नावाच्या मोठ्या संकुलामध्ये तो बांधला आहे, त्याच कंपनीने. माईडस्पेस मधली घरे मुख्यत्वेकरून बीपीओ उद्योगातल्या लोकांनी व्यापलेली आहेत. वर येत असलेले एक बहुरंगी उपनगर जिथे वेगवेगळ्या प्रकारची लोकवस्ती येत आहे, जी वस्ती तरुण, भरभराटणाऱ्या व्यावसायिकांसाठी योग्य आहे, अशाठिकाणी अक्षरशः काहीही नसलेल्या ठिकाणी बांधलेला हा मॉल कदाचित सर्वांत वरचढ होऊ शकेल.

आधुनिकतेवर नवीन आधुनिक मॉल्स हे मिल्सच्या जागी तयार होत आहेत. आधुनिकता जी औद्योगिकरण व पोलादामुळे व्यक्त होत होती, ती आता वस्तूंचा वापर व सॉफ्टवेअर वरून मोजली जात आहे. मॉल हा एका अर्थाने हकिकत वास्तुशास्त्रीय बांधकाम आहे. वस्तूंच्या वापरांच्या आधुनिकतेचे प्रदर्शन आहे. ज्याप्रमाणे मिल्स या देखील शास्त्र, तंत्रज्ञान व उद्योग यांच्या आधुनिकतेचे प्रदर्शन होत्या.

व्यापारी व आर्थिक वृत्तपत्रासहित किंवा वृत्तपत्रांच्या काही विभागांतील वेगवेगळ्या लेखांतून घरातली खरेदी करणारे व

वस्तूंचा वापर करणारे मॉल्सच्या फायद्यांची भरपूर स्तुती करतात, असे लिहिले आहे. हे लोक म्हणतात की मॉल्स त्यांच्या जागतिक वाटणाऱ्या विशिष्ट जीवनशैलीची इच्छा पूर्ण करतात.

मायकेल सोरोकिन (1992) त्याला वाटणारी प्रचंड भीती स्पष्ट शब्दात व्यक्त करतो. तो म्हणतो, “नवीन शहरांच्या ठिकाणी पुरेशी शक्ती आहे की ज्यांमुळे ती पारंपरिक शहरीकरणाच्या देखाव्यांना केवळ मागेच (बाजूला) टाकणार नाही तर त्यांच्याशी सहकार्य करून त्यांना जागतिक जाळीच्या उभ्या आडव्या धाग्यांशी जोडून टाकेल. यासाठी वेळ व जागा या कालबाह्य झाल्या आहेत. मुंबई ज्या गतीने पार्कस्न बांधता मॉल्स बांधत आहे हे पाहून सोरोकिनचे मत हे अतिशयोक्तीपूर्ण आहे असे वाटत नाही.

टीपा :

- 1) मागरिट क्रॉफर्ड 'द वर्ल्ड ए शॉपिंग मॉल' इन मायकेल सोरोकिन variation in theme park - New American city and end of public space. New York : Hill and wang 1992
- 2) Window shopping - cinema and post modern : Berkley university of california Press 1993

- 3) मुलुंडमधील घरांच्या किंमती 75% नी वाढल्या व रु. 2600 दर चौ.फूट पर्यंत दोन वर्षात 2002 ते 2004 दरम्यान (मथुकुमार व अमिन भंडारी. इकॉनॉमिक टाइम्स 22 नोव्हेंबर, 2004)
 - 4) उदाहरण म्हणून आनंद सुंदरमयांची मुलाखत. आ. सुं. जेंडर मॅनेजर इनॉर्बिट मॉल - मॉलमधीर ग्राहक कसे मोजले, त्यांची क्रयशक्ती वागैरे (<http://www.ndianinfolite.com/view/170704.html>)
 - 5) आर मॉल व इन ऑर्बिट मॉल हे अनुक्रमे रुणवाल बिल्डर व के रहेजा यांच्या मालकीचे आहेत. हाय स्ट्रीट फिनिक्सचे मालक रुईया टेक्सटाईल इंडस्ट्रीयॅलिस्ट्स
 - 6) मॉडर्निटी अँट लार्ज. मिनिसोटा. ड्युक युनिव्हर्सिटी प्रेस. 1996
 - 7) त्यांच्या बेवसाईटवरील त्यांची माहिती पाहा.
 - 8) www.rmall.org
 - 9) Introduction, The world in a shopping mall in Michael Sorokin (ed). Variations as Theme Park. The New American City the end of public space New York - Hill and Wang 1992
- अनुवादक : एस. एन. निबंधे**



