

फैशन पर सोशल मीडिया का प्रभाव- एक अध्ययन

प्राची, विधार्थी, ललित कला विभाग

श्री मनोज धीमान डीन, ललित कला विभाग

रीना त्यागी, सहायक प्राध्यापक, ललित कला विभाग

मयंक सैनी, सहायक प्राध्यापक, ललित कला विभाग

श्री राम कॉलेज, मुजफ्फरनगर

सारांश

यह शोध पत्र सोशल मीडिया के प्रभाव में फैशन की बदलती दुनिया का विश्लेषण प्रस्तुत करता है। डिजिटल युग में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे इंस्टाग्राम, यूट्यूब, TikTok और Pinterest ने फैशन ट्रेंड्स के निर्माण, प्रचार और उपभोक्ता व्यवहार को गहराई से प्रभावित किया है। पारंपरिक फैशन उद्योग के मॉडल में हुए इस परिवर्तन ने उपभोक्ताओं को केवल ट्रेंड फॉलोअर से ट्रेंड मेकर की भूमिका प्रदान की है। सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स की भूमिका, फास्ट फैशन की प्रवृत्ति, और डिजिटल माध्यमों द्वारा फैशन की लोकतंत्रीकरण की प्रक्रिया इस अध्ययन के मुख्य विषय हैं। इसके साथ ही पर्यावरणीय और सामाजिक चुनौतियाँ भी उठाई गई हैं, जिनके लिए टिकाऊ और ज़िम्मेदार दृष्टिकोण आवश्यक है। यह अध्ययन विशेष रूप से भारत के संदर्भ में सोशल मीडिया के फैशन उद्योग पर प्रभाव का मूल्यांकन करता है और उपभोक्ता व्यवहार में आए परिवर्तनों को दर्शाता है।

मुख्य शब्द (Keywords):

सोशल मीडिया, फैशन ट्रेंड्स, उपभोक्ता व्यवहार, सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स, फास्ट फैशन, डिजिटल युग, टिकाऊ फैशन, भारत, डिजिटल लोकतंत्रीकरण।



