

iPhone 17 frenzy hits India: Buyers queue overnight, scuffles break out at Apple Stores



भारत में iPhone 17 की दीवानगी का सामाजिक विश्लेषण

पेपर 1 संबंध (सैद्धांतिक और वैचारिक)

1. उपभोक्तावाद और आधुनिकता

- बोधिलार (चिन्ह मूल्य और अतिवास्तविकता):** iPhone सिर्फ एक फोन नहीं, बल्कि एक प्रतिष्ठा का प्रतीक है। लोग केवल उपयोगिता के लिए नहीं, बल्कि इसके प्रतीकात्मक मूल्य (प्रतिष्ठा, पहचान) के लिए कतार में खड़े होते हैं।
- वेबलेन (दिखावे की खपत):** खरीदार नवीनतम iPhone खरीदने की क्षमता का प्रदर्शन करके अपनी संपन्नता दिखाते हैं। रातभर लगी कतारें और हाथापाई सामाजिक स्थिति के प्रतिस्पर्धी प्रदर्शन को दर्शाती हैं।
- दुर्खाइम (सामूहिक उत्साह):** एप्पल स्टोर्स के बाहर की इस उन्माद ने एक रीति-रिवाज जैसी एकजुटता की भावना पैदा की है, जहां व्यक्ति स्वयं को एक सामूहिक जुनून का हिस्सा महसूस करते हैं।

2. वर्ग, स्तरीकरण और पहचान

- बोर्डियो (सांस्कृतिक पूँजी):** नवीनतम iPhone का मालिक होना = प्रतीकात्मक पूँजी का एक रूप जो किसी की वर्ग स्थिति, रुचि और वैश्विक आधुनिकता तक पहुंच का संकेत देता है।

- **वेबर (स्थिति जन्य उपभोग):** समूहों के बीच अंतर → प्रारंभिक खरीदार "फर्स्ट मूवर्स" बनकर उच्च स्थिति का दावा करते हैं।
- **मार्क्सवादी दृष्टिकोण:** वस्तु पूजा → लोग वस्तुओं (iPhone) में जादुई मूल्य का आरोपण करते हैं, जो उत्पादन के पीछे के शोषणकारी श्रम और लाभ संबंधों को छिपा देता है।

3. वैश्वीकरण और सांस्कृतिक एकरूपता

- **रिट्रॉर की मैकडॉनल्डाइजेशन:** एप्पल लॉन्च मानकीकृत होते हैं, जो पूर्वानुमेय वैश्विक उपभोक्ता रीति-रिवाज बनाते हैं।
- **अप्पादुरई का वैश्विक सांस्कृतिक प्रवाह:** iPhone = एक वैश्विक सांस्कृतिक कलाकृति जो भारत में आकांक्षाओं को आकार देती है, और वैश्विक संपर्कता एवं आधुनिक जीवनशैली का संकेत देती है।
- **जोखिम समाज (उलरिच बेक)**
आधुनिकता उपभोग में निहित नए वैश्विक जोखिम पैदा करती है:
 - **स्वास्थ्य जोखिम:** रातभर कतार में लगे रहने के कारण नींद में कमी, हाथापाई, चोटें।
 - **आर्थिक जोखिम:** अत्यधिक खर्च, कर्ज (आकांक्षात्मक खरीद के लिए ईएमआई/ऋण)।
 - **मनोवैज्ञानिक जोखिम:** चिंता, बहिष्कार का भाव, FOMO (पिछङ्ग जाने का डर)।
 - **पारिस्थितिक जोखिम:** ई-कचरा, संसाधनों की कमी, निरंतर उन्नयन से कार्बन फुटप्रिंट।
 - **बेक दिखाते हैं कि कैसे "निर्मित जोखिम" आधुनिक उपभोक्ता संस्कृति के उप-उत्पाद हैं — यहां, एप्पल की मार्केटिंग कृत्रिम आवश्यकता पैदा करती है, जो प्रतिष्ठा की खोज में जोखिम भरे व्यवहार को बढ़ावा देती है।**

पैपर 2 संबंध (भारतीय समाज और समकालीन मुद्दे)

1. मध्यम वर्ग की आकांक्षाएं

- भारत के शहरी मध्यम वर्ग के विस्तार ने लक्जरी टेक की मांग को बढ़ावा दिया है। iPhone का मालिक होना = उपभोक्ता समाज में "पहुंच" का आकांक्षात्मक मार्कर।

- आंद्रे बेतेइल की 'असमानता इन इंडिया': भले ही असमानता बनी हुई है, मध्यम वर्ग स्वयं को अलग करने के लिए उपभोग के प्रतीकों को अपनाता है।

2. युवा संस्कृति और आधुनिकीकरण

- भारतीय युवा iPhone स्वामित्व को आधुनिक, वैश्विक और फैशनेबल होने के समान मानते हैं।
- एम.एन. श्रीनिवास का पश्चिमीकरण: एप्पल जैसे वैश्विक ब्रांड भारतीय उपभोग पैटर्न और सामाजिक प्रतिष्ठा को आकार देते हैं।

3. सामाजिक तनाव

- स्टोर्स पर हाथापाई → अनोमी (दुर्खाइम): इस उन्माद में मानदंडों का टूटना भौतिक इच्छा की सामाजिक व्यवस्था पर विजय को दर्शाता है।
- बहिष्कार की प्रकृति: उच्च कीमत प्रतीकात्मक सीमाएं बनाती हैं → जो खरीद नहीं सकते, वे "आधुनिकता क्लब" से बाहर महसूस करते हैं।

निष्कर्ष

iPhone 17 की दीवानगी एक सजीव उदाहरण है कि कैसे उपभोक्तावाद, स्थिति प्रदर्शन और वैश्वीकरण आधुनिक जोखिमों के साथ मिलते हैं। जबकि यह आकांक्षा और सांस्कृतिक पूँजी का प्रतीक है, यह नई कमजोरियाँ — कर्ज, बहिष्कार, तनाव और पारिस्थितिक चिंताएं — भी पैदा करता है, जो बेक के जोखिम समाज की अवधारणा की गूंज है, जहां आधुनिक प्रगति अपने स्वयं के खतरे पैदा करती है। इस प्रकार, जो प्रौद्योगिकी का उत्सव प्रतीत होता है, वह भारत में उत्तर-आधुनिक उपभोक्ता संस्कृति के विरोधाभासों को भी दर्शाता है।

"YOUR SUCCESS, OUR COMMITMENT"