

**अंतर्राष्ट्रीय मासिक शोध पत्रिका****नवीन सामाजिक शोध**

संस्थापक प्रधान संपादक  
स्व. डॉ. जी. पी. सक्सेना

● — ●

प्रधान संपादक  
राजेन्द्र सक्सेना

● — ●

प्रबंध सक्सेना  
अभिजीत सक्सेना

● — ●

संपादक  
श्रीमति सविता सक्सेना

● — ●

उप संपादक  
डॉ. संजय अग्रवाल (चिकित्सक)

डॉ. संतोष धुर्वे (समाजशास्त्री)

डॉ. विजय दुबे (वाणिज्य) ग्वा.

● — ●

वरिष्ठ शोध अधिकारी  
डॉ. ममता गावशिन्दे

● — ●

शोध अधिकारी  
डॉ. अनुपमा सुरेश

डॉ. ममता दुबे (ग्वा.)

● — ●

सलाहकार मंडल  
राजेश सक्सेना

● — ●

वर्ष - 9 अंक - 9 (कुल अंक 105) नवम्बर 2017

R.N.I. M.P.HIN/2009/29572

ISSN-0975-4431

संपादकीय कार्यालय: 25, रूप नगर कॉलोनी, जे.के. रोड

भोपाल-462 023 ( म.प्र. ) दूरभाष : 09300279796, 09425704990

E-mail : naveensamajikshodh@yahoo.com

website : www.naveensamajikshodh.com

**विदेशों में क्षेत्रीय कार्यालय : ( विदेशी विषय विशेषज्ञ संपादक )**

1. डॉ. राम भारद्वाज चिकित्सक

पो. बॉ. नं. 161, पोस्टल कोड नं. 119, सहम सुल्तानेट ऑफ ओमान

2. प्रो. डॉ. सुधाकर कोटा अर्थशास्त्री

प्रोफेसर इकोनॉमिक्स एण्ड मार्केटिंग, स्काईलाईन युनिवर्सिटी, शारजाह, यूएई

3. कविता शुक्ला असिस्टेंट प्रोफेसर,

111, शेख रशीद बिल्डिंग, शेख जायेद रोड, यूएई, दुबई

4. डॉ. प्रिंस डेविड दंत चिकित्सक

11, अलब्रेस्ट एवेन्यू, माउंट रास्किल, ओकलेण्ड 1041, न्यूजीलेण्ड

5. श्री सजग चतुर्वेदी

स्टेनफोर्ड, यूनिवर्सिटी, थाईलैण्ड

6. श्रीमति ऋति चतुर्वेदी, कनाडा

7. श्रीमति प्रतिभा, कनाडा

8. डॉ. उमेश रस्तोगी, लंदन

सहयोग राशि : देश में : साधारण अंक 100/- वार्षिक : 1000/-

आजीवन सदस्यता : 10000/-

विदेशों में : साधारण अंक : 18 डॉलर, वार्षिक : 180 डॉलर

सारे भुगतान ( मनीऑर्डर/चेक/ड्राफ्ट ) नवीन सामाजिक शोध के नाम से लिये जायेंगे।

चेक पे भुगतान करने पर रू. 30/- अतिरिक्त भेजें।

स्वत्वाधिकारी, मुद्रक, प्रकाशक : राजेन्द्र सक्सेना द्वारा एम.आई. ऑफसेट वर्क्स

91, रशीदिया स्कूल के पास, बरखेड़ी, भोपाल द्वारा मुद्रित एवं 25, रूप नगर कॉलोनी

जे.के. रोड, भोपाल-462 023 ( म.प्र. ) से प्रकाशित। संपादक - श्रीमति सविता सक्सेना।

सभी लेखों में लेखकों के अपने मौलिक विचार हैं। संपादक अथवा संपादक मंडल का उनसे सहमत होना आवश्यक नहीं है। हमारा संपादक मंडल पूर्णतः अवैतनिक एवं अध्यावसायिक है। विवाद की स्थिति में सभी विवादों का न्यायक्षेत्र भोपाल रहेगा।

# नवीन सामाजिक शोध

इस अंक में .....

1. क्या है साइबर क्राइम ..... डॉ. डी.एन. यादव - 6
2. विज्ञापनों और महिलाओं .....नीलिमा चटर्जी-10
3. गोंड समाज में शिक्षा.....नन्दनी कुमारी -14
4. युवाओं में नशावृत्ति –.....डॉ. सीमा श्रीवास्तव -21
5. विपणन और बहुस्तरीय विपणन.....डॉ. सी. एस. पांडे. -26
6. बौद्ध धर्म में अनुसूचित जाति की .....डॉ. सोनिया नाग 34
7. **ROLE AND EFFECT OF** .....**RAJNISH TIWARI** -49
8. **Technology and Social**.....**Jyoti Kulshreshth** -55
9. **The Reinvention of Love**..... **Shafiq Ahmed** -61
10. **Feminine Crisis in Shashi**.....**Dr.Mrs.Pratima Tyagi** -68

## सलाहकार मंडल

- **प्रो. डॉ. आई.एस. चौहान** पूर्व कुलपति, बरकतुल्लाह एवं भोज विश्वविद्यालय भोपाल-म.प्र. । फोन: 0755-2424777
- **प्रो. डॉ. विनोद पी. सक्सेना**, पूर्व कुलपति, जीवाजी विश्वविद्यालय ग्वालियर म.प्र. । फोन 0755-2628055
- **प्रो. डॉ. संतोष कुमार श्रीवास्तव**  
पूर्व कुलपति डॉ. हरिसिंह गौर विश्वविद्यालय सागर-म.प्र.
- **प्रो. डॉ. राजपाल सिंह** सदस्य सलाहकार यूजीसी (उच्च शिक्षा)  
भारत सरकार मो. 9425028689
- **वरिष्ठ वकील श्री खलीलउल्लाह खान**, पूर्व चेयरमेन, मध्यप्रदेश मानव अधिकार आयोग भोपाल-म.प्र. मो. 9826225266
- **डॉ. ललित श्रीवास्तव नेत्र विशेषज्ञ**, अध्यक्ष मध्यप्रदेश डॉक्टर्स एसोसिएशन भोपाल-म.प्र. । मो. 9827007500

## संपादक मंडल

- प्रो. संजय एस. अग्रवाल, विभागाध्यक्ष, पीपुल्स मेडीकल कालेज
- प्रो. अलका डेविड, विभागाध्यक्ष गृह विज्ञान शा. सरोजनी नायडू कालेज
- प्रो. अरविंद चौहान, बरकतउल्लाह विश्वविद्यालय, भोपाल
- प्रो. आर. शंकर, विभागाध्यक्ष समाजशास्त्र भारतीदर्शन विश्वविद्यालय, तिरुचरापल्ली-तमिलनाडु (620024)
- प्रो. परवेज अहमद अब्बासी, विभागाध्यक्ष समाजशास्त्र विभाग, बी.एन.एस.जी. विश्वविद्यालय, सूरत, गुजरात।
- प्रो. डॉ. कामिनी जैन, प्राचार्य शास. स्नातकोत्तर महाविद्यालय, पिपरिया।
- प्रो. आभा चौहान, विभागाध्यक्ष समाजशास्त्र विभाग जम्बु एण्ड कश्मीर .।
- डॉ. वंदना बक्शी, सहायक प्राध्यापक, अंग्रेजी विभाग एक्सीलेस कालेज, कोलार रोड भोपाल।
- डॉ. दिनेश परमार, अनुवांशिकी विभाग, ब.वि. भोपाल।
- डॉ. आरती श्रीवास्तव, सहायक प्राध्यापक, समाजशास्त्र विभाग शासकीय कॉलेज नरसरुल्लागंज।
- डॉ. जितेन्द्र कुमार, एसोसिएट प्रोफेसर, फैकल्टी आफ कामर्स एंड मैनेजमेंट जी.जी.डी.एस.डी. (पीजी) कालेज पलवल।
- डॉ. अनुपमा सुरेश, सहा. प्राध्यापक, भेल कॉलेज, भोपाल।
- डॉ. कायनात तंवर, विक्रम युनिवर्सिटी, उज्जैन।
- डॉ. विपिन व्यास, व्याख्याता, लिमनोलॉजी ब.वि. भोपाल।
- श्री अजय बिसारिया, व्याख्याता, हिन्दी विभाग, अ.मु.वि. अलीगढ़-उ.प्र.।
- डॉ. विश्वनाथ मिश्रा, पूर्व प्राचार्य (समाजशास्त्र) कालीचरन पी.जी. कालेज, लखनऊ।
- इंजि. रोहन गुप्ता, एम-2/5 बी.डी.ए. कालोनी, लालघाटी, भोपाल।

## संपादकीय

हाल में भारतीय अर्थव्यवस्था को लेकर निराशाजनक माहौल बनाने की कोशिश की गई है। विपक्ष के साथ-साथ सत्ताधारी भाजपा के कुछ असंतुष्ट नेताओं ने भी ऐसा वातावरण बनाने में अपनी पूरी ताकत झोंकी है। चालू वित्त वर्ष की पहली तिमाही में जीडीपी विकास दर के गिरकर 5.7 फीसदी पर पहुंच जाने से ऐसे प्रचार को बल मिला। वस्तु एवं सेवा कर (जीएसटी) लागू करने में आ रही शुरुआती दिक्कतों को भी इस सूत्र से जोड़ने की कोशिश हुई। यह धारणा बनाने का प्रयास हुआ कि अर्थव्यवस्था के सूत्र केंद्र सरकार के हाथ से फिसल गए हैं।

स्पष्टतः ऐसे दुष्प्रचार राजनीतिक उद्देश्यों से किए जाते हैं। लेकिन ऐसा करते वक्त विपक्षी नेता यह भूल जाते हैं कि उनके द्वारा बनाई जा रही निराधार धारणाओं से देश को दीर्घकालिक क्षति पहुंच सकती है। किसी देश की आर्थिक संभावनाओं में निवेशकों या विश्व बाजार का भरोसा लंबे समय में कायम होता है। अफसोसनाक है कि राजनीतिक स्वार्थ से प्रेरित नेता इस बात की अनदेखी कर देते हैं।

अतः यह सरकार का कर्तव्य है कि वह जान-बूझकर फैलाई गई गलतफहमियों का प्रभावी ढंग से निवारण करे। मंगलवार शाम केंद्रीय वित्त मंत्री अरुण जेटली इसी मकसद से वरिष्ठ सरकारी अधिकारियों के साथ मीडिया से रूबरू हुए। अफसरों ने अपनी प्रभावशाली प्रस्तुतियों से भारतीय अर्थव्यवस्था की मूलभूत शक्तियों की तरफ देश का ध्यान खींचा। मसलन, यह बताया गया कि मुद्रास्फीति लगातार नियंत्रण में है, राजकोषीय सेहत बेहतर है और विदेशी मुद्रा भंडार रिकॉर्ड स्तर पर है। निजी निवेश का ना बड़ना और बैंकों के डूबते कर्ज का मसला अर्थव्यवस्था से जुड़ी दो प्रमुख चिंताएं रही हैं। अधिकारियों ने तथ्यों की प्रस्तुति से बताया कि इन दोनों मोर्चों पर सरकार क्या कदम उठा रही है। फिर बुनियादी ढांचे का विकास एवं पुनर्निर्माण सरकार की प्राथमिकता हैं। उनसे जुड़ी परियोजनाओं पर भारी धन खर्च हो रहा है। इसके जरिए आर्थिक गतिविधियों को एक खास स्तर पर बनाए रखा गया है। अब चूंकि निजी निवेश की रफ्तार भी बढ़ने की स्थितियां बन रही हैं, तो यह मानने का ठोस आधार है कि आर्थिक विकास दर अब और नहीं गिरेगी। इसके अब सिर्फ आगे बढ़ने की संभावना है। दरअसल, नोटबंदी और जीएसटी से देश की अर्थव्यवस्था को अधिक पारदर्शी व स्वच्छ बनाने में मदद मिली है। लाजिमी है कि इसका लाभ भी जल्द ही मिलेगा।

## क्या है साइबर क्राइम-एक अध्ययन

डी.एन यादव

असि. प्रोफेसर

समाज शास्त्र विभाग

शा. महाविद्यालय, नसरुल्लागंज

कॉपी-पेस्ट या सामग्री की चोरी इंटरनेट का इस्तेमाल करने वाले करीब-करीब हर शख्स ने कोई न कोई साइबर क्राइम जरूर किया है। कानूनी नहीं तो नैतिक अपराध तो किया ही है। इनमें से ज्यादातर को तो इसका अंदाजा तक नहीं होता। वे कहीं से भी कोई चित्र, लेख या विडियो कॉपी-पेस्ट करते समय जरा भी नहीं झिझकते। इंटरनेट पर ऐसे तमाम काम हैं, जो साइबर क्राइम के तहत आते हैं। हर क्रिएटिव चीज बनाने वाले के पास एक खास हक होता है जो उसे अपनी सामग्री को गैरकानूनी ढंग से नकल किए जाने के खिलाफ सुरक्षा देता है। इसे कॉपीराइट कहते हैं।

आपके लेख, कहानी, कविता, व्यंग्य, फोटो, संगीत की धुन, सॉफ्टवेयर, विडियो, कार्टून, एनिमेशन, किताब, ई-बुक, वेबसाइट वगैरह पर आपको यह खास हक हासिल है। कोई भी शख्स आपकी इजाजत के बिना आपकी रचना की कॉपी नहीं कर सकता और न ही उसे दूसरों को दे सकता है। ऐसा करना कॉपीराइट कानून का उल्लंघन है और आप उसके खिलाफ अदालत जा सकते हैं। - कॉपीराइट लेने की एक कानूनी प्रक्रिया है, लेकिन अगर ऐसा नहीं भी करते, तो भी अपनी रचना पर आपका ही हक है। - इसी तरह अगर आप किसी और का फोटो उसकी लिखित मंजूरी के बिना अपने फेसबुक प्रोफाइल पर पोस्ट करते हैं तो वह साइबर क्राइम है। गूगल इमेज या दूसरी इमेज होस्टिंग वेबसाइटों से अपनी पसंद का कोई फोटो लेकर उसे अपने ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग ठिकाने, वेबसाइट या पत्र-पत्रिका में इस्तेमाल करना भी उसी कैटिगरी में आता है।

गूगल एक सर्च इंजन भर है, वह फ्री डाउनलोड साइट नहीं है। इसीलिए वह किसी भी पिक्चर के साथ उस वेब पेज को भी दिखाता है, जहां से उसे ढूंढा गया है। ऐसा करके वह पिक्चर चुराए जाने के मामले में किसी भी तरह की जिम्मेदारी से आजाद हो जाता है।

**क्या करें** - अगर आपको गूगल इमेज सर्च पर मौजूद कोई फोटो इस्तेमाल करना है, तो कायदे से उस वेब पेज के संचालक से इजाजत लेनी चाहिए। - अगर कोई शख्स अपनी रचना को लेकर ज्यादा ही गंभीर हो, तो यह छोटी सी चोरी आपको भारी पड़ सकती है। जिस गूगल के जरिये आपने वह लेख, फोटो या विडियो ढूंढा है, उसी के जरिये आपकी चोरी भी पकड़ी जा सकती है।

**मजेदार साभार** - कुछ ब्लॉगों पर बड़ी दिलचस्प बातें नजर आती हैं। ब्लॉगर्स ने गूगल इमेजेज से फोटो का इस्तेमाल किया और बतौर सावधानी नीचे साभार गूगल लिख दिया। - गूगल पर दिखने वाले सर्च नतीजों, फोटो वगैरह पर गूगल का कोई मालिकाना हक नहीं है। वे तो महज रेफरेंस के तौर पर दिए गए हैं, जिससे आप सही ठिकाने तक पहुंच सकें। - आभार ही जताना है तो उस वेबसाइट का जताइए, जहां से गूगल ने उसे ढूंढा है।

**चाइल्ड पॉर्नोग्राफी देखना** - अगर आप जाने या अनजाने अपने इंटरनेट कनेक्शन के जरिये चाइल्ड पॉर्नोग्राफी ( बच्चों के अश्लील चित्र, विडियो, लेख आदि) देखते हैं तो वह साइबर क्राइम है। - आपने ऐसी किसी सामग्री को अपने किसी दोस्त को फॉरवर्ड कर दिया तो आप एक और साइबर क्राइम कर चुके हैं। - 18 साल से कम उम्र वालों से संबंधित अश्लील सामग्री देखना, इंटरनेट से भेजना और सहेजना साइबर क्राइम है। - इन्हें न खुद देखें, न किसी को फॉरवर्ड करें।

**लोगो की चोरी** - इंटरनेट पर लोगो, आइकंस, प्रतीक चिह्नों, ट्रेडमार्क वगैरह की चोरी भी आम है। - नया काम खोलना है या नई वेबसाइट बनानी है लोगो के लिए इंटरनेट सर्च से बेहतर जरिया क्या होगा? - अच्छा सा लोगो दिखाई दिया और आपने उसे कॉपी कर इस्तेमाल कर लिया या किसी डिजाइनर की सेवा ली जिसने झटपट इंटरनेट से किसी कंपनी का अच्छा सा लोगो इस्तेमाल कर आपका विजिटिंग कार्ड, ब्रोशर और लेटरहेड तैयार कर दिया। ऐसा करके आपने न सिर्फ कॉपीराइट का उल्लंघन कर चुके हैं बल्कि ऑनलाइन ट्रेडमार्क के उल्लंघन मामले में भी आपको दोषी करार दिया जा सकता है। - ऐसे किसी भी लोगो या आइकन का प्रयोग अपने बिजनेस आदि के लिए न करें।

**वाई-फाई का दुरुपयोग** - जुलाई 2008 में अहमदाबाद बम विस्फोटों के बाद उनकी जिम्मेदारी लेते हुए आतंकवादियों ने जो ईमेल भेजा था, वह आपके-हमारे जैसे ही किसी आम इंटरनेट यूजर के वाई-फाई कनेक्शन का इस्तेमाल करके भेजा था। जांच एजेंसियों ने पता लगाया कि यह ईमेल नवी मुंबई के एक डलैट में लगे वायरलेस इंटरनेट कनेक्शन के जरिये आया था। जाहिर है, उन्होंने यही निष्कर्ष निकाला कि जिस घर से मेल भेजा गया, वह किसी न किसी रूप में हमलावरों से जुड़ा हुआ होगा, लेकिन इस फ्लैट में रहता था मल्टिनैशनल कंपनी में काम करने वाला अमेरिकी नागरिक केनेथ हैवुड।

अब उसे समझ आया कि इंटरनेट कनेक्शन लगाने वाले इंजिनियर ने क्यों कहा था कि उसे अपने वाई-फाई नेटवर्क का पासवर्ड जल्दी ही बदल लेना चाहिए। दरअसल, हैवुड के वाई-फाई कनेक्शन में कोई सिक््युरिटी सेटिंग नहीं की गई थी और आस-पास से गुजरता कोई भी शख्स हैवुड के कनेक्शन का इस्तेमाल कर सकता था। आतंकवादियों ने यही किया और हैवुड एक आतंकवादी मामले में गिरफ्तार होते-होते बचा। - अगर कोई अपराधी आपके इंटरनेट कनेक्शन का इस्तेमाल करते हुए साइबर क्राइम करता है तो पुलिस उसे भले ही न ढूंढ पाए, आप तक जरूर पहुंच जाएगी और नतीजे भुगतने होंगे आपको। - अगर वाई-फाई इंटरनेट कनेक्शन इस्तेमाल करते हैं तो उसे पासवर्ड प्रोटेक्ट करना और एनक्रिप्शन का इस्तेमाल करना न भूलें।

**वायरस, स्पाईवेयर** - अगर आपके कंप्यूटर पर किसी वायरस या स्पाईवेयर ने कब्जा जमा लिया है और वह जोम्बी में तब्दील हो गया है तो समझिए, आप अपने कंप्यूटर और डेटा की असुरक्षा के साथ-साथ साइबर क्राइम में भी फंस सकते हैं। मुमकिन है, आप किसी परोक्ष साइबर क्राइम में हिस्सेदार बन रहे हों। - कुछ वायरस और स्पाईवेयर न सिर्फ आपके कंप्यूटर के डेटा और निजी सूचनाएं चुराकर अपने संचालकों तक भेजते हैं बल्कि आपके संपर्क में मौजूद दूसरे लोगों तक अपनी प्रतियां पहुंचा देते हैं। कभी इंटरनेट के जरिये, कभी ईमेल के जरिये तो कभी लोकल नेटवर्क के जरिये। जिन लोगों के कंप्यूटर में आपके जरिये वायरस या स्पाईवेयर पहुंचा और कोई बड़ा नुकसान हो

गया, उनकी नजर में दोषी कौन होगा? आप। ऐसे मामलों में आप अपनी कानूनी और नैतिक जिम्मेदारी से बच नहीं सकते। - कंप्यूटर में अच्छा एंटीवायरस, एंटीस्पाईवेयर और फायरवॉल जरूर लगवाएं। ये सिर्फ आपकी साइबर सुरक्षा के लिहाज से ही जरूरी नहीं है बल्कि इसलिए भी है कि कहीं आप अनजाने में कोई साइबर अपराध न कर बैठें।

**किसी का अकाउंट खोलना** - कुछ लोग अपने दोस्तों और साथियों के ईमेल अकाउंट, फेसबुक वगैरह का पासवर्ड ढूंढने की कोशिश करते हैं और कभी-कभी सफल भी हो जाते हैं। हो सकता है, आप महज मौज-मस्ती या मजाक के लिए ऐसा कर रहे हों लेकिन अगर आप किसी का पासवर्ड हासिल करने के बाद उसके खाते में लॉग-इन करते हैं तो आप साइबर क्राइम कर रहे हैं। - ऐसा तब भी होता है, जब किसी ने आप पर भरोसा करके आपको अपना पासवर्ड बताया हो। यह खाता ईमेल, सोशल नेटवर्किंग, ब्लॉग, वेबसाइट, ऑनलाइन स्टोरेज सर्विस, ई-कॉमर्स साइट, इंटरनेट-बैंकिंग जैसा हो सकता है। - किसी की प्राइवैसी में सेंध लगाने पर आप डेटा प्रोटेक्शन कानून के साथ-साथ सूचना प्रौद्योगिकी कानून 2000 की धारा 72 के तहत दोषी करार दिए जा सकते हैं। - किसी का पासवर्ड चुराकर उसका अकाउंट खोलने की कोशिश न करें। साथ ही अगर कोई साथी कहे कि मेरा ईमेल खोलकर देख लेना, यह मेरा पासवर्ड यह है, तो उससे माफी मांग लेने में ही भलाई है।

**सॉफ्टवेयर पायरेसी** - भारत के ज्यादातर कंप्यूटर यूजर किसी न किसी सॉफ्टवेयर का पाइरेटेड वर्जन इस्तेमाल कर रहे हैं। चाहे विंडोज ऑपरेटिंग सिस्टम हो, ऑफिस सॉफ्टवेयर सूइट हों या फिर ग्राफिक्स, पेजमेकिंग के सॉफ्टवेयर। - अब सॉफ्टवेयरों के भीतर एडवांस किस्म के पाइरेसी प्रोटेक्शन और मॉनिटरिंग सिस्टम आने लगे हैं और हो सकता है आपके बारे में भी कंपनियों को जानकारी हो। - ऐसे सॉफ्टवेयरों का इस्तेमाल करना साइबर क्राइम के तहत आता है। हमेशा ऑरिजनल सॉफ्टवेयर ही यूज करें।

गूगल क्लिक फ्रॉड - इंटरनेट पर विज्ञापनों के बदले भुगतान की व्यवस्था थोड़ी अलग है। यह विज्ञापनों को क्लिक किए जाने की संख्या पर आधारित है। जैसे दस क्लिक यानी दो डॉलर या करीब 110 रुपये। - ऐसे में कुछ लोग खुद ही अपने ब्लॉगों पर लगे विज्ञापनों को क्लिक करते रहते हैं या फिर कुछ दूसरे लोगों के साथ गठजोड़ कर लेते हैं। उन्हें पता नहीं कि इंटरनेट पर ऐसे फर्जी क्लिक की निगरानी रखी जा सकती है। - इस तरह के क्लिक से बचें। यह बड़ा आर्थिक अपराध है और पता लगने पर आपके विज्ञापन तो बंद हो ही सकते हैं, भारी-भरकम जुर्माना या दूसरी सजा भी मिल सकती है।

**बैंडविड्थ की चोरी** - कुछ लोग अपनी वेबसाइट पर दूसरी जगहों से ली गई भारी-भरकम ग्राफिक फाइलें (कुछ एमबी के फोटो या विडियो आदि) डालने के लिए शॉर्टकट अपनाते हैं। - वे फाइलों को अपनी वेबसाइट पर सीधे नहीं डालते बल्कि ऑरिजनल वेबसाइट से ही उन्हें लिंक कर देते हैं। होता यह है कि विडियो या चित्र दिखता तो आपकी वेबसाइट पर है लेकिन असल में वह अपनी ऑरिजनल वेबसाइट पर ही लगा हुआ है,

**आपके वेब सर्वर पर नहीं है।** - यहां आप दो तरह के साइबर क्राइम कर रहे हैं। पहला कॉपीराइट संबंधी और दूसरा बैंडविड्थ की चोरी। - बैंडविड्थ की चोरी को ऐसे समझ सकते हैं। हर वेबसाइट को डेटा डाउनलोड का एक खास कोटा मिला होता है और इस सीमा से बाहर जाने पर उसके संचालक को अलग से पैसे का भुगतान करना

होता है। जब आप किसी और की साइट पर मौजूद भारी-भरकम विडियो को लिंक करके अपनी साइट पर लगाते हैं तो आपकी साइट पर आने वाले हर विजिटर के लिए वह विडियो ओरिजनल साइट से डाउनलोड होता है। डाउनलोड की इस प्रक्रिया में उसकी बैंडविड्थ खर्च होती है, जबकि आप अपनी बैंडविड्थ बचा लेते हैं। - यह किसी अनजान व्यक्ति की जेब काटने जैसा है। हमेशा अपनी बैंडविड्थ ही खर्च करें, दूसरों की नहीं।

कुछ और साइबर क्राइम साइबर स्कैटिंग = किसी मशहूर ब्रैंड, कंपनी, संगठन, इंसान आदि के नाम से जुड़ा डोमेन नेम अनधिकृत रूप से अपने नाम से बुक करवा लेना। - ऑनलाइन मानहानि = अपने ब्लॉग, वेबसाइट, सोशल नेटवर्किंग ठिकाने या दूसरे इंटरनेट ठिकाने पर किसी के बारे में अपमानजनक या अश्लील टिप्पणी करना। - कारोबारी डेटा = किसी ग्राहक द्वारा मुहैया कराए जाने वाले गोपनीय कारोबारी डेटा की कॉपी बनाकर अपने पास रखना। - वेबसाइट, डोमेन नेम पर कब्जा = भारत में कई वेब डिवेलपमेंट कंपनियां ऐसा करने की दोषी पाई गई हैं।

अपने ग्राहकों के लिए डोमेन नेम बुक कराते, वेब होस्टिंग स्पेस लेते और इंटरनेट सेवा मुहैया कराते समय वे उनका सबसे खास यूजरनेम और पासवर्ड अपने कब्जे में रख लेते हैं और फिर उसी के दम पर ग्राहकों को तंग करते हैं। - डिजाइन की चोरी = किसी वेबसाइट, ब्लॉग, ई-बुक आदि की बिना मंजूरी हू-ब-हू नकल कर लेना। किसी की टेंप्लेट को अनधिकृत रूप से इस्तेमाल कर लेना।

साइबर बुलिंग

फेसबुक जैसी सोशल नेटवर्किंग पर अशोभनीय कमेंट करना, इंटरनेट पर धमकियाँ देना किसी का इस स्तर तक मजाक बनाना कि तंग हो जाये, इंटरनेट पर दूसरों के सामने शर्मिंदा करना, इसे साइबर बुलिंग कहते हैं। अक्सर बच्चे इसका शिकार होते हैं।

पन्दर्भ-:

1. बालेंदु शर्मा दाधीच <https://plus.google.com/109505114753556301908/posts/PfATKyihvHt>
2. नवभारत टाइम्स Updated: Sep 2, 2012, 04:48PM IST
3. साइबरआतंकवाद क्या है?यहां तक की विशेषज्ञ भी सहमत नहीं हैं। हार्वर्ड लॉ रिकार्ड. विक्टोरिया बारानेटस्की. 5 नवम्बर 2009
4. <http://oai.dtic.mil/oai/oai?&verb=getRecord&metadataPrefix=html&identifier=ADAYx-wv>
5. हैकर रिवर्स सीवेज के लिए जेल हुई. दी रजिस्टर. 31 अक्टूबर 2001.
6. एस्टोनिया के पास क्रेमलिन के साइबर हमलों में शामिल होने के कोई सबूत नहीं है
7. Estonia fines man for 'cyber war'. BBC. 2008-01-25. अभिगमन तिथि-2008-02-23.

## विज्ञापनों और महिलाओं की भूमिका

नीलिमा चटर्जी

समाज शास्त्र विभाग सहायक प्राध्यापक

शा. वीर सावरकर महाविद्यालय, औबेदुल्लागंज

### अर्थ एवं परिभाषा

विज्ञापन शब्द वि और ज्ञापन से मिलकर बना है। वि का आभिप्राय विशिष्ट तथा ज्ञापन का आभिप्राय सूचना से है। अतः विज्ञापन का अर्थ विशिष्ट सूचना से है। आधुनिक समाज में विज्ञापन व्यापार को बढ़ाने वाले माध्यम के रूप में जाना जाता है।

टीवी पर विज्ञापनों की भरमार है जिसमें एक खास क्रीम से कुछ ही दिनों में सांवले रंग के गोरे होने या किसी विशेष बेबी फूड से चंद दिनों में अपने बच्चे को तंदरुस्त और सेहतमंद बनाने के दावे किए जाते हैं।

### विज्ञापन का महत्व

आज तकनीकी विकास ने पूरे विश्व के लोगों को एक-दूसरे के नजदीक ला दिया है। दूरियों का कोई मतलब नहीं रह गया है। इन सब कारणों ने मनुष्य को और आधिक महत्वाकांक्षी बना दिया है। वर्तमान समय के बाजार प्रधान समाज में उपभोक्तावादी संस्कृति का बोलबाला बढ़ रहा है। ऐसे में उपभोक्ता, समाज और उत्पादन के बीच संबंध स्थापित करने का कार्य विज्ञापन कर रहा है। उत्पादक के लाभ से उपभोक्ता की इच्छाओं की पूर्ति तथा उत्पादित वस्तु के उपयोग का मार्ग प्रशस्त करने का कार्य विज्ञापन को पहचान प्रदान करता है। ऐसे में विज्ञापन का महत्व सर्वसिद्ध है। विज्ञापन के महत्व को रेखांकित करते हुए ब्रिटेन के पूर्व प्रधानमंत्री विलियम ग्लेडस्टोन ने कभी कहा था - व्यवसाय में विज्ञापन का वही महत्व है जो उद्योगक्षेत्र में बाष्पशक्ति के आविष्कार का। विस्टन चर्चिल ने इसकी आर्थिक उपयोगिता के महत्व को प्रतिपालित करते हुए कहा था - एकसाल के आतिरिक्त कोई भी बिना विज्ञापन के मुद्रा का उत्पादन नहीं कर सकता।

### विज्ञापनों का सामाजिक दायित्व

विज्ञापन की दुनिया काफी मायावी है। बाजारीकरण के मौजूदा दौर में विज्ञापनों का महत्व दिन प्रतिदिन बढ़ता ही जा रहा है। विज्ञापन का पूरा करोबार 'जो दिखता है वही बिकता है' की तर्ज पर चल रहा है। आज तो आलम यह है कि इन विज्ञापनों के माध्यम से मांग को पैदा किया जाता है। आज उत्पादक किसी भी तरह से अपने उत्पाद को बाजार में बेचना चाहता है और इसके लिए वह विज्ञापनों का सहारा लेकर अपने उत्पाद के लिए उपभोक्ताओं को पैदा करता है। परन्तु इस व्यावसायिकता की दौड़ में दौड़ते हुए हमें यह अवश्य ध्यान में रखना चाहिए कि हमारा समाज के प्रति भी कुछ दायित्व बनता है। -यदि विज्ञापन में उत्पाद की सही जानकारी न देकर उपभोक्ताओं को मूर्ख बनाने का प्रयत्न किया गया है या फिर झूठे वादे किये गए हैं, तो कहीं न कहीं इन विज्ञापनों के प्रस्तुतकर्ता समाज को धोखा दे रहे हैं

और इनके घातक परिणाम हो सकते हैं। विशेष रूप से छोटे बच्चों की मानसिकता के साथ खिलवा? कर उन्हें अपने जाल में फंसाना बहुत ही अनैतिक है। अनावश्यक रूप से नारियों का इन विज्ञापनों में प्रयोग भी कहीं न कहीं गलत है। प्रस्तुतकर्ताओं को एक मर्यादा में रह कर ही इन विज्ञापनों का निर्माण करना चाहिए। अंत में मैं यही कहना चाहूँगी कि चूँकि इन विज्ञापनों का समाज पर बहुत गहरा प्रभाव पड़ता है, अतः इनका प्रयोग समाज की भलाई के रूप में किया जाना चाहिए नाकि स्वयं के निजी लाभ के लिए।

### **विज्ञापनों में अब फ़िल्म अभिनेत्रियों की मांग बढ़ी है विज्ञापनों में तो यहां तक दावा किया जाता है कि**

बस एक मोबाइल फ़ोन खरीदकर कोई भी महिला आज़ादी हासिल कर सकती है और लोकप्रियता भी। हो सकता है किसी विज्ञापन में कोई महिला आपको पुरुषों की शेविंग क्रीम या फिर रेज़र की खासियत बताती भी नजर आए। लेकिन सवाल ये है कि जिस तरह विज्ञापनों में महिलाओं को पेश किया जाता है वह कितना सही है? मशहूर अभिनेत्री प्रीति जट्टा ने अपनी करियर की शुरुआत विज्ञापनों से की थी। कौन भूल सकता है लिरिल साबुन के विज्ञापन को जो प्रीति के बॉलिवुड में दाखल होने का रास्ता बना। दरअसल दिलखुश मुस्कान वाली प्रीति को जिस ज़िदादिल तरीके से इस विज्ञापन में पेश किया गया वह लोगों को खूब भाया। इसलिए उन लोगों ने विश्वास भी किया और जानकार इसी बात को इस विज्ञापन की कामयाबी मानते हैं।

महिलाओं के लिए ये समझना बहुत ज़रूरी है कि टीवी या अखबारों में दिए गए विज्ञापनों का क्या मतलब है और उनके जीवन से उनका क्या नाता है। आमतौर पर माना जाता है कि एक महिला की ज़िम्मेदारी अपने पति, बच्चों और घर की देखभाल करना ही है। साथ में एक महिला के साथ खूबसूरती भी अनायास ही जुड़ी है। इसलिए चाहे वॉशिंग पॉवडर हो, बालों के लिए तेल या मसालें या फिर खाना पकाने के लिए प्रेशर कुकर जैसे उपकरण। इस तरह के तमाम विज्ञापनों में खासकर महिलाओं को आकर्षित किया जाता है।

विज्ञापन इंडस्ट्री के लिए महिलाएं उपभोक्ताओं के रूप में बहुत महत्वपूर्ण बन गई हैं। जो इसलिए क्योंकि महिलाएं अब बहुत सारे निर्णय खुद लेने लगीं हैं। साथ ही ग्रामीण और शहरी इलाकों में समाज में महिलाओं की परंपरागत भूमिकाएं बदल रही हैं और यही विज्ञापनों में भी नज़र आता है। महिलाएं अब भारत में भी हर क्षेत्र में शामिल हो रही हैं। विज्ञापन उद्योग को लंबे समय तक पुरुषों की ही दुनिया मानी जाती थी। साथ में ये भी ध्यान में रखना बहुत ज़रूरी है कि महिलाओं या पुरुषों के लिए विज्ञापन बनाने में बहुत बड़ा फ़र्क है। महिलाओं को आकर्षित करने के लिए मूल्यों पर ज़ोर देना, उनके भावनात्मक पक्ष पर ज़ोर देना ज़रूरी है। पुरुषों को लेकर कहा जाता है कि वे ज़्यादा मज़ाकियापन से आकर्षित होते हैं।

वैसे बात सिर्फ़ महिला या उनसे जुड़े उत्पादों के विज्ञापनों की ही नहीं है, बल्कि ऐसी चीजों के विज्ञापनों में महिलाएं नज़र आती हैं जिनका शायद उनसे दूर दूर तक नाता नहीं है। जैसे शेविंग क्रीम, रेज़र या फिर मोटरसाईकलें।

**विज्ञापन के गुण**—विज्ञापन उत्पाद वस्तु के प्रति लोगों का ध्यान आकर्षित करने का कार्य करते हैं। एक अच्छे विज्ञापन में निम्नलिखित गुण/विशेषताएँ होनी चाहिए विज्ञापन में ध्यान आकर्षित करने की क्षमता हो किसी भी विज्ञापन की सबसे बड़ी विशेषता यह होती है कि वह लोगों का (विशेष रूप से जिनसे उसका संबंध हो) ध्यान

आकर्षित करे। विज्ञापन की प्रस्तुति, भाषा और स्थान ऐसा होना चाहिए जिससे लोगों की दृष्टि उस पर अवश्य पड़े। ऐसा न होने पर वह अपने **उद्देश्य में सफल नहीं हो पाएगा।**

### **अभिनव एवं मौलिक साज-सज्जा**

पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित विज्ञापन हों अथवा होर्डिंग आदि के माध्यम से प्रस्तुत, उसकी साज-सज्जा इतनी मौलिक होनी चाहिए डक वह अपनी ओर लोगों की दृष्टि अपने-आप खींच ले। सामान्य से अलग कुछ विशेष आकर्षण होना विज्ञापन की शर्त है।

**विज्ञापित वस्तु की मुख्य विशेषता पर बल हो**-जिस उत्पाद अथवा वस्तु को विज्ञापित किया जा रहा है उसकी मुख्य विशेषता विज्ञापन में होनी चाहिए जिससे लोगों में उसके प्रति धारणा स्थापित करने में रुकावट न पैदा हो। मुख्य बातें या केन्द्रिय बिंदु को आधार बनाकर विज्ञापन आधिक तर्कसंगत तथा प्रभावी बनाया जा सकता है।

### **विज्ञापन में सुबोधता हो**

डवज्ञापन बनाने वाली एजेंसी को चाहिए कि वह ऐसा विज्ञापन तैयार करे जो पढ़े-लिखे तथा अनपढ़, शहरी तथा गाँव, सभी के लिए सुबोध हो। जिस विज्ञापन को समझने में दर्शक को दिमाग लगाना पड़ेगा उसके प्रति वह जुड़ाव महसूस नहीं कर पाएगा। ऐसी स्थिति में जब लोग उसे समझी ही नहीं पाएँगे, उत्पाद को उपयोग में लाने की ओर कदम कैसे बढ़ाएँगे?

### **तथ्यों की तर्कपूर्ण प्रस्तुति**

विज्ञापनदाता को चाहिए कि वह जिस उत्पाद को विज्ञापित करना चाहता है उससे जुड़े तमाम तथ्यों को क्रमवार प्रस्तुत करे। वस्तुतः विज्ञापन को बनाने की आवश्यकता ही इसलिए महसूस की गयी कि जिसे जरूरत न हो वह भी उसके प्रति आकर्षित हो। तथ्यों की तर्कपूर्ण प्रस्तुति से लोग विज्ञापन के प्रति खुलापन महसूस करते हैं। गतिशीलता विज्ञापन में यह गुण होना चाहिए कि वह स्थिर होते हुए भी देखने अथवा पढ़ने वाले की सोच को गति प्रदान करे। इसके लिए उसमें गत्यात्मक संकेत होने आवश्यक हैं, जिससे विज्ञापन जहाँ समाप्त हो, देखने वाला उसके आगे को सोचकर उसके उपयोग के लिए अपना मन बनाए।

**शीर्षक आकर्षक हो**-विज्ञापन का शीर्षक आकर्षक होना चाहिए। वैसे चित्रात्मक विज्ञापन के लिए शीर्षक की आवश्यकता कम होती है फिर भी जहाँ आवश्यकता हो शीर्षक देने से परहेज नहीं करना चाहिए। उदाहरणस्वरूप अतुल्य भारत आदि। इससे विज्ञापन के विषय का ज्ञान हो जाता है।

**रुचिकर तथा मनोहारी**-विज्ञापन के माध्यम से कम से कम समय में उत्पाद की जानकारी दी जाती है। लोगों के व्यस्त समय में से एक क्षण चुराकर विज्ञापन को उनके सामने प्रदर्शित किया जाता है। ऐसे में विज्ञापन यदि रुचिकर नहीं होगा तो अपने अन्य कामों में लगा हुआ व्यक्ति उसकी ओर ध्यान नहीं दे पाएगा। इसलिए यह आवश्यक है कि उत्पाद का उपयोग करने वालों तथा विज्ञापन देखने वाले दोनों की रुचि का ख्याल रखा जाय।

**विज्ञापन और हिन्दी**-विज्ञापन का क्षेत्र पूरी तरह से व्यावसायिक है। उसका कार्य तथा उपयोगिता व्यावसायिक लाभ से ही संबन्धित है। हिन्दी भारत में सबसे ज्यादा लोगों द्वारा बोली तथा समझने वाली भाषा है। इस अर्थ में विज्ञापन के माध्यम के रूप में सबसे महत्वपूर्ण हिन्दी भाषा है। विज्ञापन के विषय अथवा उत्पादित वस्तुओं के गुण तथा उसकी

प्रस्तुति के आधार पर उसकी आन्तरिक एवं बाह्य आवश्यकताओं के अनुरूप भाषा की जरूरत होती है। आज हिन्दी विज्ञापन की आवश्यकता के अनुरूप नया रूप ग्रहण कर रही है। विज्ञापन के अनुसार हिन्दी भाषा में नित-नये प्रयोग हो रहे हैं इससे भाषा का विकास हो रहा है और हिन्दी मात्र पुस्तकों की भाषा न होकर नए समय और समाज की जीवंत भाषा बनती जा रही है।

प्रत्येक भाषा की अपनी भाषा संस्कृति होती है। उसकी शब्दावली, वाक्य रचना, मुहावरे आदि विशेष होते हैं। हिन्दी का भी अपना भाषा संस्कार है। विज्ञापन के वर्तमान रूप में पारंपारिकता के त्याग तथा आधुनिकता के स्वीकार की स्थिति देखी जा सकती है। उसमें केवल उत्पादक, उत्पादित वस्तु और उपभोक्ता ही नहीं आता, बल्कि जनसंचार के सभी माध्यम और यातायात के साधन भी आते हैं, ये सभी विज्ञापन के प्रसार में सहायक होते हैं।

हिन्दी के क्रियापदों के प्रयोग से विज्ञापनों में अधिक कह देने की क्षमता पैदा होती है। बिकाऊ है, जरूरत है, चाहते हो, आते हैं, जाते हैं, आइए जैसे शब्दों के प्रयोग से विज्ञापनों की अर्थवत्ता बढ़ती है। पत्र-पत्रिकाओं जैसे मुद्रित विज्ञापनों में प्रयोग की जानेवाली हिन्दी-शब्दावली माध्यम के परिवर्तन के साथ बदल जाती है। रेडियों में जहाँ ध्वन्यात्मक शब्दों का महत्व होता है वहीं टेलिविजन तथा सिनेमा में दृश्यात्मक क्रियापदों का प्रयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए यदि मुद्रित रूप में ठंडी के दिनों में त्वचा को मुलायम रखने के लिए 'बोरोलीन लगाइए' जैसा विज्ञापन छपता है तो रेडियो के लिए-ठंडी की खुशकी दूर करे बोरोलीन जैसे शब्द प्रयोग किए जाएँगे, लेकिन दूरदर्शन और दृक्-श्रव्य माध्यमों में दृश्यात्मक पदों जैसे 'देखा आपने? जाना आपने? आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

### सन्दर्भ-:

1. [In 2015, the world will spend about US\\$529 billion on advertising.](#) Carat. 2015-09 Retrieved 2015-09-30.
2. <https://hi.wikipedia.org/wiki/>
3. <http://www.dw.com/hi/>
4. [http://www.rachanakar.org/2015/08/blog-post\\_580.html](http://www.rachanakar.org/2015/08/blog-post_580.html)

## गोंड समाज में शिक्षा एवं सामाजिक विकास

नन्दनी कुमारी

शोध क्षात्रा

समाज शास्त्र विभाग बरकतउल्लाह विश्वविद्यालय, भोपाल

### परीचय

बड़ादेव (सृजन करने वाली शक्ति), दुल्हा दुल्ही देव (शादी विवाह सूत्र में बाँधने वाला देव), पंडा पंडिन (रोग दोष का निवारण करने वाला देव), बूड़ादेव (बूढाल पेन) कुलदेवता या पुरखा, जिसमे उनके माता पिता को भी सम्मिलित किया जाता है, नारायण देव (सूर्य) और भीवासू गोंडों के मुख्य देवता हैं। इनके अतिरिक्त ग्रामों में ग्राम देवता के रूप में खेरमाई (ग्राम की माता), ठाकुर देव, खीला मुट्वा, नारसेन (ग्राम की सीमा पर पहरा देने वाला देव), ग्राम के लोगों की सुरक्षा, फसलों की सुरक्षा, पशुओं की सुरक्षा, शिकार, बीमारियों और वर्षा आदि के भिन्न भिन्न देवी देवता हैं। इन देवताओं को सूअर, बकरे और मुर्गे आदि की बलि देकर प्रसन्न किया जाता है। गोंडों का भूत प्रेत और जादू टोने में अत्यधिक विश्वास है और इनके जीवन में जादू टोने की भरमार है। किंतु बाहरी जगत् के संपर्क के प्रभावस्वरूप इधर इसमें कुछ कमी हुई है। अनेक गोंड लंबे समय से हिंदू धर्म तथा संस्कृति के प्रभाव में हैं और कितनी ही जातियों तथा कबीलों ने बहुत से हिंदू विश्वासों, देवी देवताओं, रीति रिवाजों तथा वेशभूषा को अपना लिया है। पुरानी प्रथा के अनुसार मृतकों को दफनाया जाता है, किंतु बड़े और धनी लोगों के शव को जलाया जाने लगा है। स्त्रियाँ तथा बच्चे दफनाए जाते हैं।

आस्ट्रोलायड नस्ल की जनजातियों की भाँति विवाह संबंध के लिये गोंड भी सर्वत्र दो या अधिक बड़े समूहों में बंटे रहते हैं। एक समूह के अंदर की सभी शाखाओं के लोग %भाई बंद% कहलाते हैं और सब शाखाएँ मिलकर एक बहिर्विवाही समूह बनाती हैं। कुछ क्षेत्रों से पाँच, छह और सात देवताओं की पूजा करनेवालों के नाम से ऐसे तीन समूह मिलते हैं। विवाह के लिये लड़के द्वारा लड़की को भगाए जाने की प्रथा है। भीतरी भागों में विवाह पूरे ग्राम समुदाय द्वारा संपन्न होता है और वही सब विवाह संबंधी कार्यों के लिये जिम्मेदार होता है। ऐसे अवसर पर कई दिन तक सामूहिक भोज और सामूहिक नृत्यगान चलता है। हर त्यौहार तथा उत्सव का मद्यपान आवश्यक अंग है। वधूमूल्य की प्रथा है और इसके लिए सुअर या बैल तथा कपड़े दिए जाते हैं।

युवकों की मनोरंजन संस्था - गोतुल का गोंडों के जीवन पर बहुत प्रभाव है। बस्ती से दूर गाँव के अविवाहित युवक एक बड़ा घर बनाते हैं। जहाँ वे रात्रि में नाचते, गाते और सोते हैं; एक ऐसा ही घर अविवाहित युवतियाँ भी तैयार करती हैं। बस्ती के भांडिया गोंडों में अविवाहित युवक और युवतियों का एक ही कक्ष होता है जहाँ वे मिलकर नाचगान करते हैं।

गोंड खेतिहर हैं और परंपरा से दहिया खेती करते हैं जो जंगल को जलाकर उसकी राख में की जाती है और जब एक स्थान की उर्वरता तथा जंगल समाप्त हो जाता है तब वहाँ से हटकर दूसरे स्थान को चुन लेते हैं। किंतु सरकारी निषेध के

कारण यह प्रथा बहुत कम हो गई है। समस्त गाँव की भूमि समुदाय की संपत्ति होती है और खेती के लिये व्यक्तिगत परिवारों को आवश्यकतानुसार दी जाती है। दहिया खेती पर रोक लगने से और आबादी के दबाव के कारण अनेक समूहों को बाहरी क्षेत्रों तथा मैदानों की ओर आना पड़ा। किंतु वनप्रिय होने के कारण गोंड समूह शुरू से खेती की उपजाऊ जमीन की ओर आकृष्ट न हो सके और धीरे धीरे बाहरी लोगों ने इनके इलाकों की कृषियोग्य भूमि पर सहमतिपूर्ण अधिकार कर लिया। इस दृष्टि से दो प्रकार के गोंड मिलते हैं = एक तो वे हैं जो सामान्य किसान और भूमिधर हो गए हैं, जैसे राजगोंड, रघुवल, डडवे और कतुल्या गोंड। दूसरे वे हैं जो मिले जुले गाँवों में खेत मजदूरों, भाड़ झोंकने, पशु चराने और पालकी ढोने जैसे सेवक जातियों के काम करते हैं।

गोंडों का प्रदेश गोंडवाना के नाम से भी प्रसिद्ध है जहाँ 15वीं तथा 17वीं शताब्दी के बीच गोंड राजवंशों के शासन स्थापित थे। किंतु गोंडों की छिटपुट आबादी समस्त मध्यप्रदेश में है। उड़ीसा, आंध्र और बिहार राज्यों में से प्रत्येक में दो से लेकर चार लाख तक गोंड हैं। असम के चाय बगीचोंवाले क्षेत्र में 50 हजार से अधिक गोंड आबाद हैं। इनके अतिरिक्त महाराष्ट्र और राजस्थान के कुछ क्षेत्रों में भी गोंड आबाद हैं। गोंडों की कुल आबादी 30 से 40 लाख के बीच आँकी जाती है, यद्यपि सन्- 1941 की जनगणना के अनुसार यह संख्या 25 लाख है। इसका कारण यह है कि अनेक गोंड जातियाँ अपने को हिंदू जातियों में गिनती हैं। बंगाल, बिहार और उत्तर प्रदेश के दक्षिणी भागों में भी कुछ गोंड जातियाँ हैं जो हिंदू समाज का अंग बन गई हैं। गोंड लोग अपने को 12 जातियों में विभक्त मानते हैं। किंतु उनकी 50 से अधिक जातियाँ हैं जिनमें ऊँच नीच का भेदभाव भी है।

वास्तव में गोंडों को शुद्ध रूप में एक जनजाति कहना कठिन है। इनके विभिन्न समूह सभ्यता के विभिन्न स्तरों पर हैं और धर्म, भाषा तथा वेशभूषा संबंधी एकता भी उनमें नहीं है; न कोई ऐसा जनजातीय संगठन है जो सब गोंडों को एकता के सूत्र में बाँधता हो। उदाहरणार्थ राजगोंड अपने को हिंदू और क्षत्रिय कहते हैं तथा उन्हीं की भाँति रहते हैं। अन्य अनेक समूह गोंडी भाषा तथा पुराने जनजातीय धर्म को छोड़ चुके हैं।

### इतिहास

गोंडों का भारत की जनजातियों में महत्वपूर्ण स्थान है जिसका मुख्य कारण उनका इतिहास है। 15वीं से 17वीं शताब्दी के बीच गोंडवाना में अनेक गोंड राजवंशों का दृढ़ और सफल शासन स्थापित था। इन शासकों ने बहुत से दृढ़ दुर्ग, तालाब तथा स्मारक बनवाए और सफल शासकीय नीति तथा दक्षता का परिचय दिया। इनके शासन की परिधि मध्य भारत से पूर्वी उत्तर प्रदेश और बिहार तक पहुँचती थी। 15 वीं शताब्दी में चार महत्वपूर्ण गोंड साम्राज्य थे। जिसमें खेरला, गढ मंडला, देवगढ और चाँदागढ प्रमुख थे। गोंड राजा बख्त बुलंद शाह ने नागपुर शहर की स्थापना कर अपनी राजधानी देवगढ से नागपुर स्थानांतरित किया था। गोंडवाने की प्रसिद्ध रानी दुर्गावती गोंड जाति की ही थी। गोंडों का नाम प्रायः खोंडों के साथ लिया जाता है जैसे भीलों का कोलों के साथ। यह संभवतः उनके भौगोलिक सांनिध्य के कारण है।

आदिवासी गोंड का इतिहास उतना ही पुराना है जितना इस पृथ्वी -ग्रह पर मनुष्य, परन्तु लिखित इतिहास के प्रमाण के अभाव में खोज का विषय है। यहाँ गोंड जनजाति के प्राचीन निवास के क्षेत्र में आदि के शाक्य उपलब्ध है।

गोंड समुदाय द्रविड़वर्ग के माने जाते हैं, जिनमें जाती व्यवस्था नहीं थी। गहरे रंग के ये लोग इस देश में कोई 5-6 हजार वर्ष पूर्व से निवासरत हैं। एक प्रमाण के आधार पर कहा जा सकता है कि गोंड जाती का सम्बन्ध सिन्धु घटी की सभ्यता से भी रहा है।

आदिवासी कौन हैं?

शब्द जनजातीय या आदिवासी आधे नग्न पुरुषों और महिलाओं, तीर और उनके हाथ, उनके सिर में पंख में स्पीयर्स के साथ की एक तस्वीर हमारे मन को लाता है और एक जो बुद्धिशालि नहीं है जो भाषा बोलने वाले, उनके जीवन अक्सर बर्बरता और राक्षसपन के मिथकों के साथ संयुक्त है। जब भी दुनिया में समुदाय का बहुमत उनके जीवन शैली बदल रखा, एक-दूसरे के साथ सम्पूरित और भौतिकवादी विकसित रखने के लिए सहज ज्ञान शक्ति प्रगति की प्दुनिया है, के साथ वहाँ थे अब भी अपने पारंपरिक मूल्यों, सीमा शुल्क और विश्वासों के साथ कतार में रहने वाले समुदायों गति। तथाकथित सभ्य समुदायों के रूप में मुख्यधारा के समाज के मूल्यों और आदर्शों इन समुदायों की न तो समझ सकता है और न ही उनकी जीवन शैली को समझने के लिए धैर्य था मुख्यधारा दुनिया उन्हें मूल निवासी, असभ्य लोगों, के रूप में विभिन्न ब्रांडेड ऑस्ट्रेलियाई आदिवासी, आदिवासियों, आदिवासियों, स्वदेशी लोग आदि। भारत में, हम ज्यादातर उन्हें आदिवासियों धिगिरिजानों के रूप में संदर्भित। षसभ्य पुरुषों और सामाजिक-आर्थिक खतरों पूरी दुनिया में इन समुदायों द्वारा सामना करना पड़ा द्वारा बेरहम उपचार के बावजूद, आदिवासी अफ्रीका, एशिया, उत्तरी और दक्षिण अमेरिका और ऑस्ट्रेलिया के महाद्वीपों में जीने के लिए जारी रखें।

परिभाषा

शब्द अनुसूचित जनजातियों भारत के संविधान में सबसे पहले दिखाई दिया। अनुच्छेद ३६६ अनुसूचित जनजातियों श्रेणी जनजाति या जनजातीय समुदायों या भागों के या समूहों के भीतर ऐसी जनजाति या जनजातीय समुदायों के रूप में ३४२ अनुसूचित जनजातियों इस संविधान के प्रयोजनों के लिए किया जा करने के लिए अनुच्छेद के तहत समझा रहे हैं के रूप में परिभाषित किया। लेख ३४२, जो नीचे फिर से दिखाई दिया है, जो के मामले में अनुसूचित जनजाति का विनिर्देशन का पालन किया जा करने के लिए कार्यविधि का प्रावधान है। के बाद से वे गया है हकीकत पिछड़े और आर्थिक रूप से गरीब, प्रयास सरकार द्वारा उन्हें विकसित करने के लिए किए गए हैं। आज, दुनिया के सभी स्थानों की सरकार यानी आदिवासी, के विकास की ओर विशेष ध्यान दे रहे हैं, एक आदिवासी समाज में प्रेरित या नियोजित परिवर्तन का अस्तित्व पाता है।

भारतीय आदिवासिगण के लक्षण

१ सामाजिक बंधन के एक साधन के रूप में रिश्तेदारी २ पुरुषों और समूहों के बीच अनुक्रम का अभाव ३ मस्यून का सादस्य आधार भूमि के आयोजन की ४ मजबूत, जटिल, औपचारिक संगठन का अभाव ५ राजधानी का उपयोग और व्यापार बाजार पर अधिशेष संचय पर थोड़ा मूल्य ६ के

बीच अंतर के लिए आदमी धर्म के पदार्थ का अभाव ७ जीवन का आनंद ले के लिए एक विशिष्ट मनोवैज्ञानिक तुला

### आदिवासी का शैक्षणिक विकास शिक्षा

शैक्षिक विकास के विभिन्न स्तरों पर आदिवासी आबादी है लेकिन कुल मिलाकर औपचारिक शिक्षा आदिवासी समूहों पर बहुत कम प्रभाव बना दिया है। इससे पहले सरकार ने अपनी शिक्षा के लिए कोई प्रत्यक्ष कार्यक्रम था। लेकिन बाद के वर्षों में कुछ परिवर्तन की आरक्षण नीति बना दिया है। औपचारिक शिक्षा अपने सामाजिक दायित्वों का निर्वहन करने के लिए आवश्यक नहीं माना जाता है। अंधविश्वासों और मिथकों शिक्षा खारिज करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। अधिकांश जनजातियाँ घोर गरीबी में रहते हैं। के रूप में वे विचार कर रहे हैं अतिरिक्त हाथों की मदद यह स्कूलों के लिए, अपने बच्चों को भेजने के लिए उनके लिए आसान नहीं है। औपचारिक विद्यालयों किसी भी विशेष ब्याज बच्चों के लिए पकड़ नहीं है। अधिकांश जनजातियों के जहाँ शिक्षकों होता नहीं की तरह से जाने के लिए आंतरिक और दूरस्थ क्षेत्रों में स्थित हैं के बाहर।

सांस्तिक समस्याओं

अन्य संस्तियों के साथ संपर्क के कारण, आदिवासी संस्ति एक क्रांतिकारी बदलाव के दौर से गुजर रहा है। ईसाई मिशनरियों के प्रभाव के कारण द्विभाषावाद की समस्या जो नेतृत्व में आदिवासी भाषा के प्रति उदासीनता के लिए विकसित की है। आदिवासी लोग अपने सामाजिक जीवन के विभिन्न पहलुओं में पश्चिमी संस्ति की नकल कर रहे हैं और अपनी संस्ति छोड़कर। यह आदिवासी जीवन और आदिवासी कला जैसे नृत्य, संगीत और शिल्प के विभिन्न प्रकार के अधरू पतन के लिए नेतृत्व किया गया।

आदिवासी का समाजिक विकास

मध्य प्रदेश में एक अच्छी खासी जनसंख्या जनजातीय है। इस प्रदेश की जनसंख्या का लगभग २०.२७: जनजातीय लोग हैं। (लगभग १.२२ करोड़, २००१ की जनगणना के अनुसार)। मध्य प्रदेश में ४६ अनुसूचित जनजातियाँ हैं। मध्यप्रदेश 'आसन द्वारा अनुसूचित जनजाति के सदस्यों को वास्तविक लाभ पहुंचाने एवं उनके समुचित विकास के लिये कई योजनाएं लाई गई है। मध्यप्रदेश 'आसन के गरीबी के खिलाफ संघर्ष के अंतर्गत एकीत ग्रामीण विकास कार्यक्रम, जवाहर ग्राम समृद्धि योजना सूखे से अक्सर प्रभावित होने वाले क्षेत्रों से संबंधित योजना लोगों को रोजगार प्रभावी ढंग से मिला सके इसके लिये रोजगार आवासन कार्यक्रम प्रधानमंत्री रोजगार योजना, नेहरू रोजगार योजना, 'हरी गरीबी उन्मूलन कार्यक्रम वृद्धावस्था निराश्रित पेंशन कार्यक्रम तथा गरीबी रेखा के नीचे रहने वाले व्यक्तियों की सामाजिक सुरक्षा एवं समूह बीमा स्कीम जैसे कार्यक्रम प्रारंभ किये है।

इसी प्रकार सिंचाई की सुविधा के बाद भी वर्षा पर निर्भर कृषि का विकास उचित ढंग से हो सके इसके लिये राजीव गांधी जल ग्रहण (वाटर गैड) विकास कार्यक्रम, उद्बहन सिंचाई स्कीम, छोटे तालाब और स्टापडेम के निर्माण, सिंचाई जल के बेहतर उपयोग हेतु फील्ड चौनलों का निर्माण, उन्नत

षि के द्वारा अधिक उत्पादन के प्रयास एवं इसके अंतर्गत राजीव गांधी मत्स्य पालन मिशन व षि अनुदान स्कीम लागू की गई है। ग्रामीण श्रमिकों के लिये विशेष कार्यक्रम के रूप में बंधुआ मजदूरों को मुक्त कराकर उनके पुनर्वास के कार्यक्रम की देखरेख की जा रही है। ग्रामीण और नगरीय क्षेत्रों में पीने का साफ पानी उपलब्ध हो सके इसके लिये भी गंदा प्रयासरत है।

अनुसूचित जनजातियों को पूरा न्याय मिल सके वे देश व प्रदेश के विकास में सहभागी हो और उनकी सभी तरह से उन्नति हो इस दृष्टि से इन वर्गों के लिये सहायता कार्यक्रमों को भी बड़े पैमाने पर हाथ में लिया गया है। गंदी बस्तियों का सुधार हो, लोगों को स्वच्छ वातावरण स्वच्छ वायु व जल उपलब्ध हो इसके लिये गंदी बस्तियों की वृद्धि पर नियंत्रण और उनमें सुधार करके मूलभूत सुविधाओं की व्यवस्था के प्रयास भी गंदा द्वारा किये जा रहे हैं। साथ ही गांव और शहरों में सबको मकान उपलब्ध हो ऐसी आदर्श लक्ष्य रखते हुए इंदिरा योजना के साथ आर्थिक रूप से कमजोर वर्गों को और निम्न आय वर्ग को आवास उपलब्ध कराने हेतु आवास स्थलों की व्यवस्था करके मकान बनाने के लिये ऋण संबंधी

**सहायता देने के कार्यक्रम भी सरकार द्वारा चलाये जा रहे हैं।**

यह भी उल्लेखनीय है कि भारत सरकार द्वारा मान्य तीन विशेष पिछड़ी जनजाति बैगा, भारिया एवं सहरिया मध्यप्रदेश में निवास करती है। इनके विकास के लिये प्रदेश में 10 अभिकरण कार्य कर रहे हैं। सहरिया विकास अभिकरण विपुलपुर तथा गुना कार्यरत है। बैगा

विकास अभिकरण मण्डला, बालाघाट, उमरिया डिंडोरी के लिये गठित किये गया है। साथ ही भारिया इनके विकास हेतु बड़ी संख्या में अलग अलग गालाये, छात्रवास, आश्रम गालाये उच्चतर माध्यमिक विद्यालय आदि संस्थाएं कार्यरत हैं। अनुसूचित जनजातियों वर्ग के प्रतिभावान ऐसे छात्र जिन्होंने 60 प्रतिशत या उससे अधिक अंक प्राप्त कर हायर सेकेण्डरी की परीक्षा उत्तीर्ण की है उनकी उच्च शिक्षा हेतु प्रदेश के सभी जिलों में उत्कृष्ट शिक्षा केन्द्र खोले जाने की योजना है। जिला स्तरीय केन्द्रों में आवास सुविधा के साथ विद्यार्थियों को 500 रु. प्रतिमाह स्कॉलरशिप तथा 2000रु. की स्टेण्डनरी कोचिंग

**सुविधा व खेलकूद सामग्री दी जाती है।**

शिक्षा और समाज में गहरा संबंध है। एक ओर शिक्षा, परम्परा की धरोहर एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक पहुँचाती है और इस तरह संसृति की निरंतरता बनाए रखने में सहायक होती है, दूसरी ओर पारिस्थितिकी परिवर्तन उसे अनुकूलन का साधन बनने की प्रेरणा देते हैं। अपने इस पक्ष में शिक्षा, परिवर्तन का माध्यम बनती है। यह परिवर्तन की दिशा-निर्धारित कर उसके वैकल्पिक प्रतिरूप प्रस्तुत करती है, प्राविधिक साधन जुटाती है और नवाचारों के लिए भावभूमि निर्मित करती है। शिक्षा के ये दोनों प्रकार्य महत्पूर्ण हैं, क्योंकि परंपरा की उपेक्षा यदि समाज को धुरीहीन बनाती है तो परिवर्तन की अस्वीति या मंदगति सांस्कृतिक पक्षाघात प्रमाणित हो सकती है। वैकल्पिक भविष्य की परिकल्पनाओं को साकार करने के लिए इन दोनों प्रकार्यों की भूमिका महत्त्वपूर्ण है।

**आदिवासी छात्रों के लिए छात्रावासों का निर्माण**

निर्माण, रखरखाव व्यय राज्य सरकारों संघ राज्य क्षेत्रों द्वारा वहन किया जा करने के लिए है।

छात्रवासों के निर्माण के लिए दरें तय कर रहे हैं जो मैदानी इलाकों और पहाड़ियों के लिए अलग अलग हैं। यह कि ये दरें नहीं किसी भी अधिक निर्माण सामग्री की कीमतों की वृद्धि को देखते हुए व्यावहारिक और लंबी दूरी पहाड़ी क्षेत्रों के लिए विशेष रूप से शामिल हैं विभिन्न राज्यों द्वारा प्रतिनिधित्व किया गया है। यह इसलिए, मानदंडों को संशोधित करने के लिए और राज्य लोक निर्माण के कार्यक्रम के आश्रम स्कूलों के निर्माण के मामले में दरों को अपनाने के लिए प्रस्ताव है। राशि, के दौरान करोड़ रुपये राज्यों संघ पूरा होने के विभिन्न चरणों के अंतर्गत के लिए जारी किया गया है। योजना के विभिन्न क्षेत्रों के लिए प्रासंगिक पाठ्यक्रम में प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए सेटिंग अप जिला मुख्यालय से दूर इनर आदिवासी क्षेत्रों में व्यावसायिक प्रशिक्षण संस्थानों की परिकल्पना की गई है।

यह एक केंद्रीय क्षेत्र जहां निर्माण और रखरखाव लागत पूरी तरह से केन्द्र सरकार द्वारा वहन कर रहे हैं योजना है। यह राज्य सरकारों के माध्यम से कार्यान्वित किया है। प्रस्तावों से उन्हें मौजूदा बुनियादी ढांचे के विवरण के रूप में अच्छी तरह से प्रस्तावित स्थान की निकटता में रोजगार क्षमता के साथ साथ प्राप्त कर रहे हैं।

राज्य आदिवासी विकास सहकारी निगम और दूसरों के लिए सहायता-अनुदान यह एक केंद्रीय क्षेत्र योजना, 2000: अनुदान के साथ, राज्य आदिवासी विकास सहकारी निगम और अन्य ऐसी ही निगमों के संग्रह में लगे राज्य के लिए उपलब्ध है और व्यापार योजना के अंतर्गत अनुदान आदिवासियों के माध्यम से लघु वन उपज का शेयर पूंजी के निगमों, गोदामों, इंडस्ट्रीज ताकि उन्हें लाभकारी मूल्य के लिए आदिवासियों के लिए भुगतान करने के लिए सक्षम करने के लिए निगम के उच्च लाभप्रदता को सुनिश्चित करने के लिए आदि के प्रसंस्करण की स्थापना के निर्माण को मजबूत करने के लिए प्रदान की जाती हैं।

#### गांव अनाज बैंकों

यह योजना अनुसूचित जनजातियों की मौतों को रोकने के लिए गांव अनाज बैंकों की स्थापना के लिए अनुदान प्रदान करता है विशेष रूप से बच्चों के दूरस्थ और पिछड़े आदिवासी गांवों में या भुखमरी का सामना करने के लिए और भी पोषण संबंधी मानकों में सुधार करने की संभावना का सामना करना पड़। इस योजना भंडारण की सुविधा, प्रापण तौल उपायों की और प्रत्येक परिवार के लिए स्थानीय विभिन्न प्रकार की खाद्य अनाज का एक क्विंटल का प्रारंभिक शेयर की खरीद के लिए निर्माण के लिए धन प्रदान करता है। गांव के अध्यक्षता के तहत एक समिति अनाज बैंक इस प्रकार की स्थापना मुखिया चलाता है।

#### स्वैच्छक संगठनों को अनुदान-सहायता

आदिवासी शिक्षा, साक्षरता, चिकित्सा स्वास्थ्य देखभाल, व्यावसायिक पर ध्यान केंद्रित के साथ परियोजनाओं के रूप में कई के रूप में प्रकार के प्रशिक्षण, षि, बागवानी, आदि, शिल्प कौशल में पंजीत गैर-सरकारी संगठनों के माध्यम से इस योजना के तहत मंत्रालय द्वारा समर्थित किया जा रहा है।

आदिम जनजातीय समूहों के विकास

इस योजना के तहत गैर सरकारी संगठनों और अन्य संस्थाओं पी गी टि एस के विकास पर मुख्य रूप से

उनके खाद्य सुरक्षा साक्षरता, नयन, आदि तक षि तकनीक पर ध्यान केंद्रित गतिविधियों पर लेने के तहत परियोजनाओं के लिए प्रतिशत-प्रतिशत सहायता प्रदान की है।

जनजातीय सलाहकार परिषद

क्षेत्रों, अर्थात्, आंध्र प्रदेश, बिहार, गुजरात, हिमाचल प्रदेश, महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश, उड़ीसा राजस्थान और दो गैर अनुसूचित क्षेत्र राज्यों, अनुसूचित होने के आठ राज्यों अर्थात्, तमिलनाडु और पश्चिम बंगाल पासवान का गठन किया है। टीएसी को अधिक से अधिक नहीं पच्चीस की जिसे राज्य विधान सभा के प्रतिनिधियों के अनुसूचित जनजाति के रूप में कई के रूप में तीन-चौथाई सदस्यों हैं के सदस्यों के होते हैं। राज्य के राज्यपाल मामलों का उल्लेख कर सकते हैं सिफारिशों के लिए टीएसी को आदिवासियों के कल्याण का प्रशासन करने के विषय में। मंत्रालय के दिशा निर्देशों के लिए टीएसी मुद्दों। नवीनतम दिशा निर्देशों के अनुसार टीएसी को एक वर्ष में कम से कम दो बार मिलना चाहिए और आदिवासी हितों के विषय में और आदिवासी के हितों के संरक्षण के लिए उपयुक्त सिफारिश करने के मुद्दों पर चर्चा।

#### निष्कर्ष

वैश्वीकरण और फासीवाद की ताकतों की पहचान और समानता स्वीकार करते हैं करने के लिए एक साथ आने से दलितों के ठेला हैं। विशेष नीति और कार्यक्रमों और भूमंडलीकरण के संदर्भ में विशेष रूप से इन मतभेदों को दूर पता करने के लिए आवश्यक हैं। सांख्यिकी के बावजूद सरकार की पहल, जनजातीय समुदायों की मौजूदा सामाजिक-आर्थिक प्रोफाइल को मुख्यधारा की आबादी की तुलना में कम है कि स्पष्ट रूप से दिखा। विकास और नियोजन के सभी प्रकार के गैर-दलितों द्वारा दलितों के नाम पर किया गया है। यह कभी नहीं या दलितों द्वारा दलितों के साथ की योजना बनाई है। इसलिए एक सामाजिक समस्या के रूप में दलितों की बुनियादी समस्याओं के अभी तक निपटा जा करने के लिए कर रहे हैं। केरल की सरकारों की नीतियों दुर्भाग्य से आदिवासी मुद्दों को हल करने में विफल। इन समूहों है बहुत सीमित कार्य करने की क्षमता में जनजातीय लोगों के लिए के रूप में मजबूत।

संदर्भ :-

<http://www.indiatogether.org/2005/jul/hlt&attappadi-htm#sthash-KSfZYQsK-dpuf> Accessed on 23th January 2013-

<https://hi-wikipedia-org/wiki/>

<Http://www.sociologyguide-com/tribal&society/problems&of&tribal-php>

टादिवासी समाज (aadivasismmaj.com(<http://Aadivasisamaj.com>))

## यफवाओं में नशावृत्ति - कारण व परिणाम

डॉ. सीमा श्रीवास्तव  
सह. प्राध्यापक - समाजशास्त्र  
शास. स्नातकोत्तर महाविद्यालय  
बालाघाट

नशावृत्ति एक विश्वव्यापी सामाजिक समस्या है। चरस, गांजा, अफीम, शराब, हेरोइन, कोकीन, एल.एस.डी., तम्बाकू इत्यादि मादक पदार्थों का सेवन नशावृत्ति कहलाता है। इन नशीले पदार्थों का सेवन प्रायः सभी आयुवर्ग के लोग करते हैं, किन्तु सबसे अधिक युवा ही इसकी गिरफ्त में हैं और इसमें दिन प्रतिदिन वृद्धि हो रही है। परिणाम स्वरूप अनेक प्रकार की सामाजिक, आर्थिक व स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं में वृद्धि होती जा रही है। देश में नशावृत्ति की स्थिति कितनी विकराल है यह विभिन्न अध्ययनों से स्पष्ट होता है— “द इलेस्ट्रेड वीकली ऑफ इंडिया” के वर्ष 1993 के सर्वेक्षण के अनुसार भारत में हिरोइन के लगभग 12 लाख, अफीम के 45 लाख तथा शराब व धूम्रपान करने वालों की संख्या करोड़ में है। राम आहूजा द्वारा वर्ष 1976 व 1986 में जयपुर में किये गये एक सर्वेक्षण के अनुसार राजस्थान विश्वविद्यालय व जयपुर के विभिन्न महाविद्यालयों में अध्ययनरत हर 11 वॉ विद्यार्थी नशावृत्ति का शिकार है। वर्ष 1978 में मोहन, सुंदरम तथा चावला द्वारा दिल्ली के उच्चतर माध्यमिक विद्यालय में अध्ययनरत 2000 विद्यार्थियों के सर्वेक्षण के निष्कर्ष में लगभग 63 प्रतिशत विद्यार्थी नशावृत्ति के शिकार पाये गये। यह निर्विवाद सत्य है कि विभिन्न शिक्षण संस्थाओं में युवाओं में नशावृत्ति पाई जा रही है और इसमें दिन प्रतिदिन वृद्धि होती जा रही है। सबसे भयावह स्थिति पंजाब में है जहाँ के लगभग 70 प्रतिशत युवा इसकी गिरफ्त में हैं।

### युवाओं में नशावृत्ति

- 16 से 25 वर्ष के युवाओं में नशावृत्ति सबसे अधिक पाई जाती है।
- नशाबंदी के लिए संचार माध्यम अधिक प्रभावी हो सकते हैं।
- नशावृत्ति के दो कारक हैं - अनुकरण तथा प्रेरणा।
- नशा मनुष्य की नैसर्गिक प्रवृत्ति को समाप्त करता है। तनाव से मुक्ति के लिए ही नशा किया जाता है।
- वर्ष 2013 की एक शासकीय रिपोर्ट के अनुसार भारत में नशावृत्ति के आदि हर पाँच में से एक व्यक्ति की उम्र 21 वर्ष से कम है।
- साथियों की देखादेखी, साथियों के दबाव और पढ़ाई की चिंता के कारण कई बच्चे 11 वर्ष की उम्र से ही नशे की गिरफ्त में आ जाते हैं।
- रिपोर्ट के अनुसार भारत के लगभग 2 करोड़ बेघर बच्चों में से लगभग 40 से 70 प्रतिशत बच्चे किसी न किसी नशे के आदी हैं।
- पंजाब के सामाजिक सुरक्षा विभाग द्वारा जारी आंकड़ों के अनुसार लगभग 67 प्रतिशत घरों में एक न एक व्यक्ति किसी न किसी नशे का आदी है और जिनकी उम्र 16 से 35 वर्ष के बीच है।
- वर्ष 2013 में जारी भारत सरकार की रिपोर्ट के अनुसार भारत में नशीली दवाओं के कारोबार में पाँच गुना वृद्धि हो गई है।

- वर्ल्ड ड्रग रिपोर्ट 2014 के अनुसार पूरी दुनिया की 15 से 65 वर्ष की आबादी में से 18 प्रतिशत आबादी नशे की आदी है।
- नशीली वस्तुओं के विक्रय से होने वाली असीमित आय को देखते हुए बहुराष्ट्रीय कंपनियों द्वारा भ्रामक व आकर्षक विज्ञापनों के द्वारा युवाओं को नशे के लिये प्रेरित किया जाता है।
- नशाबंदी की दिशा में कठोर कानून बनाना बहुत जरूरी है। इस्लामी देशों का उदाहरण हमारे सामने है जहाँ कठोर कानून होने के कारण नशावृत्ति बहुत कम पाई जाती है।
- नशीली वस्तुओं से विक्रय होने वाली आय के कारण सरकार नशाबंदी पर ध्यान नहीं देती है।
- अच्छे मित्र अच्छा साहित्य स्वविवेक, आत्मविश्वास व सकारात्मक सोच से हम नशाखोरी से बच सकते हैं।

### नशावृत्ति के कारण –

#### ❖ मनोवैज्ञानिक कारण –

नशावृत्ति का मुख्य कारण मनोवैज्ञानिक है। जैसे अत्यधिक तनाव में व्यक्ति तनाव को कम करने के लिये नशे का सहारा लेता है, कभी-कभी अवसाद की स्थिति में व्यक्ति नशा करने लगता है। कभी-कभी कौतुहलवश नशा करना प्रारंभ किया जाता है किन्तु बाद में इसकी आदत पड़ जाती है। कभी-कभी दूसरों जैसे रिश्तेदार अथवा मित्र की देखादेखी इसका सेवन करने की इच्छा जागृत हो जाती है। कुछ परिवारों में परिवार का माहौल कलहपूर्ण होता है ऐसी स्थिति में नशावृत्ति को बढ़ावा मिलता है। परिवार के सदस्यों द्वारा नशा करने पर बच्चों में भी नशे की आदत लग जाती है।

#### ❖ सामाजिक कारण –

कुछ समाजों में मद्यपान करना परंपरा होती है, वहाँ धार्मिक उत्सव, विवाह इत्यादि के अवसर पर मद्यपान करना उनकी संस्कृति का हिस्सा होती है। इसीलिये वहाँ के लोगों द्वारा मद्यपान किया जाता है। यह नुकसानदेह तब हो जाता है जब इसे आदत बना लिया जाता है अथवा अत्यधिक मात्रा में इसका सेवन किया जाता है।

#### ❖ उत्सुकतावश –

कभी-कभी व्यक्ति उत्सुकतावश इसका स्वाद देखने के लिये नशा करता है लेकिन बाद में इसका आदी हो जाता है।

#### ❖ स्वच्छन्दता –

ऐसे युवा जिन पर माता-पिता अथवा बड़ों का नियंत्रण नहीं रहता, वे परिवार से दूर रहकर स्वच्छन्द जीवन बिताते हैं और यहीं नशे के आदी बन जाते हैं।

#### ❖ शारीरिक कारण –

नशावृत्ति शारीरिक कारणों से भी की जाती है। जैसे शारीरिक दर्द को दूर करने के लिये, नींद लाने के लिये अथवा जागते रहने के लिये भी नशा किया जाता है किन्तु यही नशा जब आदत के रूप में अत्यधिक मात्रा में लिया जाता है तो यह नुकसानदेह हो जाता है।

#### ❖ हीन भावना से ग्रसित होने के कारण –

कुछ लोगों में पढ़ाई, सुदंरता, आर्थिक स्थिति के कारण बहुत अधिक हीन भावना होती है जिससे उबरने के लिये वे नशा करने लगते हैं।

#### ❖ प्रेम प्रसंगों में असफलता के कारण –

प्रायः देखा गया है कि जब युवा पीढ़ी के प्रेम संबंध टूट जाते हैं तो वे अवसाद में आ जाते हैं और अवसाद दूर करने के लिये नशे का सहारा लेते हैं।

❖ अन्य कारण –

दूसरों के द्वारा नशे के लिये उकसाने पर भी व्यक्ति थोड़ी मात्रा में नशा करना प्रारंभ कर देता है। अथवा दूसरों की देखादेखी से भी व्यक्ति में नशा करने की इच्छा जागृत हो जाती है।

नशावृत्ति के दुष्प्रभाव – नशावृत्ति एक ऐसा व्यसन है जिसके अनेक सामाजिक, आर्थिक, स्वास्थ्य संबंधी दुष्प्रभाव हैं। जिनका संक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है –

❖ सामाजिक दुष्प्रभाव –

नशावृत्ति के अनेक शारीरिक दुष्प्रभाव तो हैं ही लेकिन साथ ही इसके अनेक सामाजिक दुष्प्रभाव भी हैं। नशे का आदी व्यक्ति अपनी पारिवारिक सामाजिक जिम्मेदारियों से विमुख होते जाता है। परिणाम स्वरूप पारिवारिक तनाव में वृद्धि होती है। कभी-कभी यह तनाव इतना बढ़ जाता है कि परिवार विघटित होने लगता है। ऐसे परिवार में बच्चों पर अस्वस्थ प्रभाव पड़ता है जो अप्रत्यक्ष रूप से समाज को भी प्रभावित करता है। नशे का आदी व्यक्ति घर में ही चोरी करने से भी नहीं कतराता, जिसके कारण पारिवारिक कलह भी होती है जो कभी-कभी हिंसा के रूप में बदल जाती है।

❖ आर्थिक दुष्प्रभाव –

नशे का आदी व्यक्ति अपनी आय का एक बड़ा हिस्सा नशे पर खर्च कर देता है। अतः कभी-कभी परिवार को अपनी अत्यावश्यक जरूरतों से वंचित होना पड़ता है। ऐसे परिवारों में बच्चे अपनी आवश्यकतायें पूरी करने के लिये चोरी, मारपीट करने लगते हैं, जिससे समाज में अपराधों में वृद्धि होती है।

वे युवा जो नशे के आदी होते हैं वे इसे खरीदने के लिये अपनी अधिकांश आय इस पर खर्च कर देते हैं। इसके अलावा उधार लेकर अथवा घर का सामान बेचकर भी अपनी इच्छा पूरी करते हैं।

❖ शारीरिक दुष्प्रभाव –

नशावृत्ति के शारीरिक दुष्प्रभाव घातक होते हैं जो व्यक्ति को मृत्यु की ओर ले जाते हैं। नशीली वस्तुओं का प्रभाव थोड़े समय तक ही रहता है अतः व्यक्ति उनका सेवन बार-बार करता है और धीरे-धीरे नशे का आदी हो जाता है। ऐसे व्यक्ति को नशा न मिलने पर शरीर में कंपन, अनियमित रक्त चाप, अनिद्रा, चिड़चिड़ापन, गुस्सा, बैचेनी, इत्यादि कष्टों का सामना करना पड़ता है। नशे का आदी व्यक्ति धीरे-धीरे अनेक बीमारियों का शिकार हो जाता है जैसे मुँह का कैंसर, फेफड़ों का कैंसर, लीवर खराब होना, सिरोसिस (पेट संबंधी बीमारी) स्नायु तंत्र का कमजोर होना, याददाश्त कमजोर होना, उन्मादी होना इत्यादि।

❖ अन्य दुष्प्रभाव –

- नशावृत्ति के आदी व्यक्ति की कार्यक्षमता कम हो जाती है, वह समय पर काम नहीं कर पाता।
  - दूसरों के साथ झगड़ा व मारपीट करने से नहीं हिचकता।
  - समाज में उसे हेय दृष्टि से देखा जाता है जिससे पूरा परिवार प्रभावित होता है।

तलिका क्रमांक – 1

भारत में नशेवृत्ति से संबंधित आत्महत्यायें

मांक	राज्य	आत्महत्या प्रतिशत में प्रति लाख जनसंख्या पर
01	केरल	14.2
02	महाराष्ट्र	12.2
03	तमिलनाडु	7.7
04	त्रिपुरा	5.2
05	मिजोरम	4.6
06	मध्यप्रदेश	4.2
07	दिल्ली	2
08	आंध्रप्रदेश का	2
09	पंजाब	1.4
10	जम्मू कश्मीर	0.1

स्रोत – सामाजिक न्याय एवं सशक्तिकरण मंत्रालय वर्ष 2014

#### नशावृत्ति रोकने के उपाय –

यद्यपि प्राचीन भारतीय संस्कृति में सुरापान, मदिरापान, प्रचलित थी किन्तु कालांतर में अनेक अलग-अलग मादक पदार्थों के रूप में इसका अत्यधिक सेवन किया जाने लगा जो कि व्यक्ति व समाज दोनों के लिये हानिकारक सिद्ध हुआ है। अतः इसे रोकने के लिये वृहत स्तर पर कार्यवाही किये जाने की आवश्यकता है।

महात्मा गाँधीजी के अनुसार देश के सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक व नैतिक उद्धार के लिये मद्यनिषेध अतिआवश्यक है। संयुक्त राष्ट्रसंघ ने नशे के दुष्प्रभावों को देखते हुये विश्व से नशावृत्ति समाप्त करने के लिये तथा इसके दुष्प्रभावों के प्रति लोगों में जागरूता लाने के लिये प्रतिवर्ष 26 जून को “अंतर्राष्ट्रीय नशा विरोधी दिवस” मनाना प्रारंभ किया।

नशावृत्ति रोकने के लिये मुख्य उपाय इस प्रकार है –

➤ हर व्यक्ति को नशे के दुष्प्रभाव की गहनता को देखते हुए इस दिशा में स्वयं जागरूक होकर दूसरों को भी जागरूक करने की आवश्यकता है। हर व्यक्ति को नशे के स्वास्थ्य पर घातक प्रभाव के बारे

में जानना आवश्यक है ताकि नशावृत्ति को रोका जा सके ।

- नशीले व मादक द्रव्यों के क्रय विक्रय पर कठोरता से प्रतिबंध लगाया जाना चाहिए ।
- मीडिया द्वारा नशीले पदार्थों के विज्ञापन पर रोक लगाकर लोगों के स्वास्थ्य के हित में काम करना चाहिए ।
- नशावृत्ति रोकने तथा इसके भीषण दुष्प्रभाव के बारे में लोगों को जागरूक करने के लिये समय-समय पर कार्यक्रम आयोजित किये जाने चाहिए, जैसे – नुक्कड़ नाटक, आमसभा, प्रदर्शनी, इत्यादि ।
- स्वयं सेवी संस्थाओं को भी इस दिशा में कार्य करने की आवश्यकता है ।
- परिवार के किसी सदस्य को नशे की लत लगने पर उसका बहिष्कार करने की अपेक्षा उसे मानसिक सहारा दिया जाना चाहिए । ताकि वह इस लत से छुटकारा पा सके ।
- आज युवा पीढ़ी सबसे ज्यादा नशावृत्ति में लिप्त है अतः समय-समय पर स्कूल व कॉलेज में विद्यार्थियों को निरंतर इसके दुष्प्रभावों से परिचित करवाना चाहिए ।
- आज की भाग दौड़ भरी जीवनचर्या में माता-पिता बच्चों को समय नहीं दे पाते । अतः वे अकेलापन दूर करने के लिये नशे को अपना लेते हैं अतः यह जरूरी है कि माता-पिता बच्चों को समय व मार्गदर्शन दोनों ही दें ।

### संदर्भ ग्रंथ –

- अखिलेश डॉ. एस, संध्या शुक्ल – भारतीय समाज : मुद्दे एवं समस्यायें, गायत्री पब्लिकेशन्स रीवा, म.प्र. (2013)
- राजोरा डॉ. सुरेश चन्द्र – “समकालीन भारत की सामाजिक समस्यायें, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, जयपुर 2015
- सिंह एम.एन., बी. बहादुर – “युवा वर्ग में ड्रग्स की बढ़ती समस्या” आधुनिक समाजशास्त्रीय निबंध विवेक प्रकाशन, दिल्ली 2012
- शर्मा, जी. एल. – “सामाजिक मुद्दे” – रावत प्रकाशन जयपुर (2015)
- शर्मा, विरेन्द्र प्रकाश – “समकालीन भारत में सामाजिक समस्यायें, पंचशील प्रकाशन जयपुर (2000)

## विपणन और बहुस्तरीय विपणन-एक अध्ययन

डॉ. सी. एस. पांडे ( अतिथी विद्वान )  
वाणिज्य विभाग  
शा. नवीन महाविद्यालय विदिशा म.प्र.

### परिचय

एक बाज़ार केंद्रित या उपभोक्ता केंद्रित संगठन पहले यह तय करता है कि उसका संभावित ग्राहक चाहता क्या है और तब उत्पाद (product) या सेवा की रचना की जाती है। जब ग्राहक किसी उत्पाद या सेवा को ज़रूरत होने पर इस्तेमाल करता है या उसे कोई कथित लाभ हासिल होता है, तो विपणन सिद्धांत और व्यवहार न्यायोचित माना जाता है।

विपणन के दो प्रमुख घटक हैं- नए ग्राहकों को शामिल करना (अधिग्रहण) तथा मौजूदा ग्राहकों को बनाए एवं उनके साथ संबंधों का विस्तार करना (आधार प्रबंधन). एक बार जब विक्रेता (marketer) आने वाले खरीदार को अपना ग्राहक बना लेता है तो आधार प्रबंधन शुरू हो जाता है। आधार प्रबंधन के तहत जो प्रक्रिया आरम्भ होती है उसमें विक्रेता अपने ग्राहक के साथ रिश्ते विकसित करता है, संबंधों को पोषण देता है, दिए जा रहे फायदों में ईजाफा करता है और अपने उत्पाद/सेवा को निरंतर बेहतर बनाता है ताकि उसका व्यापार प्रतिस्पर्धियों से सुरक्षित रहे।

विपणन योजना (marketing plan) की सफलता के लिए 4 Ps (four "Ps") का मिश्रण उपभोक्ताओं (consumer) या लक्षित बाज़ार (target market) की मांगों व ज़रूरतों में प्रतिबिंबित होना चाहिए। एक बाज़ार खंड (market segment) को वह खरीदने के लिए राजी करना जिसकी उन्हें ज़रूरत नहीं, बहुत ही खर्चीला काम है और शायद ही कभी सफल होता है। विपणक, औपचारिक और अनौपचारिक दोनों तरह के विपणन अनुसंधान (marketing research) से प्राप्त जानकारी पर निर्भर करते हैं और यह तय करते हैं कि ग्राहक क्या चाहता है और उसके लिए कितना भुगतान करने का इच्छुक है। विपणक आशा करते हैं कि इस प्रक्रिया से उन्हें एक सतत् प्रतियोगी लाभ (sustainable competitive advantage) हासिल होगा। विपणन प्रबंधन (Marketing management) इस प्रक्रिया हेतु व्यावहारिक अनुप्रयोग है। प्रस्ताव भी 4 ऋद्ध सिद्धांत का एक महत्वपूर्ण अंग है।

अमेरिकी विपणन संघ (American Marketing Association) (AMA) के अनुसार, विपणन एक संगठनात्मक कार्य और प्रक्रियाओं का एक समूह है जिससे ग्राहक बनाये जाते हैं, उनसे संप्रेषण किया जाता है और उन्हें उपयोगिता प्रदान की जाती है तथा उपभोक्ता से रिश्ते बनाये जाते हैं ताकि संगठन एवं उसके हितधारकों को लाभ मिले।

विपणन के तरीकों की सूचना कई सामाजिक विज्ञानों (social science) में दी गयी है खासकर मनोविज्ञान, समाजशास्त्र (sociology) और अर्थशास्त्र में. मानव शास्त्र का प्रभाव भी छोटा लेकिन बढ़ता हुआ है। बाज़ार

अनुसंधान इन गतिविधियों को मजबूती देता है। विज्ञापन (advertising) के माध्यम से विपणन कई रचनात्मक (creative) कलाओं से भी जुड़ता है। विपणन एक विस्तृत एवं कई प्रकाशनों से बड़े स्तर पर परस्पर सम्बद्ध विषय है। यह समय व संस्कृति के अनुसार खुद को और अपनी शब्दावली को नए तरीके से दुबारा गढ़ने के लिए कुख्यात है।

विपणन की अवधारणा विपणन एक जानकारी देने वाला व्यावसायिक कार्य है जो लक्ष्य किए जा रहे बाजार को कंपनी व उसके उत्पादों के प्रतिस्पर्धात्मक लाभ एवं कीमत के बारे सूचित व शिक्षित करता है। विपणन संकल्पना विपणन हे एक माहितीपूर्ण व्यावसायिक कार्य आहे जे कंपनीला लक्षित असलेल्या स्पर्धात्मक लक्ष्य आणि कंपनी आणि उत्पादनांच्या किंमतींना सूचित करते आणि शिकवते. मूल्य (Value) वह कीमत है जो ग्राहक किसी उत्पाद का मालिक बनने या उसको इस्तेमाल करने के लिए चुकाता है। मूल्य ([=इं मूल्य (मार्केटिंग) 7 व्हॅल्यू] ही एक किंमत आहे जी ग्राहकास उत्पादनाचे मालक बनते किंवा त्याचा वापर करते. प्रतिस्पर्धात्मक लाभ (Competitive Advantage) इस बात को दर्शाता है कि कंपनी या उसके उत्पाद दोनों अपने प्रतिद्वंदी से बेहतर ऐसा कुछ कर रहे हैं जिससे उपभोक्ता को फायदा पहुंचे। स्पर्धात्मक अडवांटेज ([स्पर्धात्मक अडवांटेज 7 प्रतिस्पर्धी अडवांटेज] ] दर्शविते की कंपनी किंवा त्याचे उत्पादने त्यांच्या विरोधकांपेक्षा काहीतरी उत्तम कामगिरी करत आहेत, जे उपभोक्त्यांना फायदा देतात विपणन का केंद्र कंपनी तथा उत्पाद संबंधी सूचनाएं निश्चित ग्राहकों तक पहुंचाने पर रहता है। विशिष्ट ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्याच्या मार्केटिंगचे केंद्र कंपनी आणि उत्पादन संबंधित माहिती ठेवते. विपणन कार्य में कई निर्णय (रणनीतियां) किए जाते हैं कि कौन सी सूचना देनी है, कितनी सूचना देनी है, किसको देनी है, कैसे देनी है और कहां देनी है।

**विपणन (marketing)** एक सतत प्रक्रिया है जिसके अंतर्गत मार्केटिंग मिक्स (उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रोत्साहन जिन्हें प्रायः 4 ऋह्य कहा जाता है) की योजना बनाई जाती है एवं कार्यान्वयन किया जाता है। यह प्रक्रिया व्यक्तियों और संगठनों के बीच उत्पादों, सेवाओं या विचारों के विनिमय हेतु की जाती है।

विपणन को एक रचनात्मक उद्योग के रूप में देखा जाता है, जिसमें शामिल हैं विज्ञापन (advertising), वितरण (distribution) और बिक्री (selling) इसका सम्बन्ध ग्राहकों की भावी आवश्यकताओं और आकांक्षाओं का पूर्व विचार करने से भी है, जो प्रायः बाजार शोध के माध्यम से पता लगाई जाती हैं।

मूलतः, विपणन किसी संगठन को बनाने या निर्देशित करने करने की प्रक्रिया है, ताकि लोगों को सफलतापूर्वक वह उत्पाद या सेवा बेची जा सके जिसकी न केवल उन्हें जरूरत है बल्कि वे उसे खरीदने के इच्छुक भी हैं।

इसलिए अच्छा विपणन इस काबिल होना चाहिए कि वह उपभोक्ताओं हेतु एक प्रस्ताव या लाभों का सेट बना सके, ताकि उत्पादों या सेवाओं के माध्यम से ग्राहक को उसके पैसे का मूल्य अदा किया जा सके।

इसके विशेषज्ञ क्षेत्रों में शामिल हैं =

### विपणन के दो स्तर

**रणनीतिक विपणन :** यह निर्धारित करने का प्रयास की एक संगठन बाज़ार में अपने प्रतिद्वंद्वियों से कैसे मुकाबला करे. विशेष रूप से, इसका उद्देश्य अपने प्रतियोगियों के सापेक्ष एक लाभदायक बढ़त लेना है। परिचालन संबंधी विपणन- ग्राहकों को आकर्षित करना व उन्हें बनाये रखना है और उनके लिए अधिक से अधिक उपयोगी होना है। साथ ही तत्पर सेवाओं द्वारा ग्राहक को संतुष्ट करना और उसकी अपेक्षाओं पर खरा उतरना है। परिचालन संबंधी विपणन में शामिल हैं पोर्टर के पाँच बलों का निर्धारण

चार 1960 के दशक के आरम्भ में, प्रोफ़ेसर नील बोर्डेन ने हार्वर्ड बिजनेस स्कूल (Harvard Business School) में कंपनी के ऐसे कार्यों की पहचान की जो उत्पाद या सेवाएं खरीदने के ग्राहक के फैसले को प्रभावित कर सकते हैं। बोर्डेन ने यह सुझाया कि कंपनी द्वारा उठाये जाने वाले वे सभी कदम विपणन मिश्रण हैं। प्रोफ़ेसर ई.जेरोम मैकार्थी, भी हार्वर्ड बिजनेस स्कूल से थे, उन्होंने 1960 के दशक की शुरुआत में सुझाया की विपणन मिश्रण में 4 तत्वों का समावेश है-उत्पाद, मूल्य, स्थान और संवर्धन.

आम चलन में विपणन उत्पाद का प्रचार है, विशेषकर विज्ञापन (advertising) और ब्रांडिंग (brand) किंतु, व्यावसायिक उपयोग में इसका अर्थ विषद है जिसका मतलब है कि विपणन ग्राहक-केंद्रित है। उत्पादों का विकास ग्राहकों के एक समूह या कुछ मामलों में कुछ खास ग्राहकों की आवश्यकताओं की पूर्ती हेतु किया जाता है। ई.जेरोम मैकार्थी (E. Jerome McCarthy) ने विपणन को चार सामान्य गतिविधियों के समूहों में बांटा. उनकी टाईपोलोजी को दुनिया भर में इतनी मान्यता हासिल हुई की उनके चार भाषा का हिस्सा बन गए हैं।

ये चार Ps हैं : Olaf is een lul en houdt van Kaylee

ज उत्पाद (Product): विपणन का उत्पाद संबंधी पहलू वास्तविक माल या सेवाओं के ब्यौरे के बारे में की यह कैसे अन्तिम-उपयोगकर्ता (end-user) की ज़रूरतों एवं मांगों से सम्बंधित है। एक उत्पाद के दायरे में कुछ सहयोगी तत्व भी आते हैं जैसे वारंटी, गारंटी और सपोर्ट

ज मूल्य निर्धारण (Pricing): का आशय किसी उत्पाद का एक मूल्य (price) निर्धारित करने से है, जिसमें छूट भी शामिल होती है। ज़रूरी नहीं की मूल्य, मुद्राओं में ही हो - यह उस उत्पाद या सेवा के बदले में दी जा सकने वाली कोई चीज़ हो सकती है जैसे समय, ऊर्जा, मनोविज्ञान या ध्यान. संवर्धन (Promotion): इसमें शामिल हैं विज्ञापन (advertising), बिक्री संवर्धन (sales promotion), प्रचार (publicity) और व्यक्तिगत बिक्री (personal selling), ब्रांडिंग (branding) और उत्पाद, ब्रांड (brand), या कंपनी के संवर्धन हेतु विभिन्न पद्धतियाँ.

नियोजन (या वितरण (distribution))=से तात्पर्य है कि उत्पाद किस तरह उपभोक्ता तक पहुंचेगा; उदाहरण के लिए बिक्री व्यवस्था का बिन्दु या खुदरा बिक्री (retailing). इस चौथे क्रको कई बार स्थान भी कहा जाता है। इसका तात्पर्य है कि किस चैनल के ज़रिये एक उत्पाद या सेवाओं को बेचा जाएगा (जैसे ऑनलाइन बनाम खुदरा), कौन से भौगोलिक क्षेत्र या उद्योग में, किस खंड को (युवा व्यस्क, परिवार, व्यवसायी लोग) आदि इसके अलावा यह भी की जिस वातावरण में उत्पाद बेचा जाएगा वह कैसे बिक्री को प्रभावित कर सकता है।

ये चार तत्व विपणन मिश्रण (marketing mix), के तौर पर जाने जाते हैंजिनका उपयोग एक विक्रेता विपणन योजना

(marketing plan) बनाने के लिए करता है। कम कीमत के उपभोक्ता उत्पाद के विपणन में चार क्का मॉडल सबसे अधिक काम आता है। औद्योगिक उत्पादों, सेवाओं, उच्च मूल्य के उपभोक्ता उत्पादों के मामले में इस मॉडल में समायोजन करना पड़ता है। सेवा विपणन (Services marketing) बेजोड़ किस्म की सेवाओं के लिए होना चाहिए। औद्योगिक या BwB (BwB) विपणन, उन दीर्घकालीन अनुबंधों के लिए होना चाहिए जो आपूर्ति श्रृंखला (supply chain) के मामलों में विशिष्ट हों। संबंधों का विपणन (Relationship marketing) में विपणन को दीर्घकालीन संबंधों के परिप्रेक्ष्य में देखा जाता है बजाय व्यक्तिगत व्यवहार के।

इसके विरुद्ध मॉर्गन ने राईडिंग द वेक्स ऑफ़ चेंज (जोसे-बास, 1988), में सुझाया कि 4 Ps दृष्टिकोण की एक सबसे बड़ी खामी यह है कि यह अनजाने में ही भीतर की ओर जोर देता है, जबकि विपणन का सार बाहर की ओर होना चाहिए। फिर भी 4 Ps विपणन कार्य की प्रमुख श्रेणियों हेतु एक याद रहने एवं काम करने योग्य मार्गदर्शिका व ढाँचे के तौर पर मददगार हैं जिसके तहत इन्हें इस्तेमाल किया जा सकता है।

(7) सात पहले से मौजूद चार (4) Ps (उत्पाद, मूल्य निर्धारण संवर्धन और स्थान) के अलावा सेवाओं के विपणन में तीन अतिरिक्त शीर्षक जोड़े गए हैं जिन्हें विस्तृत विपणन मिश्रण कहा जाता है। ये हैं-

लोग (People) = कोई भी व्यक्ति जो ग्राहक के संपर्क में आ रहा है वह उसके समग्र संतोष को प्रभावित कर सकता है। चाहे लोग एक उत्पाद की सहयोग सेवा से जुड़े हों या फिर पूर्ण सेवा में शामिल हों, लोग विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं, क्योंकि ग्राहक की नज़र में उन्हें पूरी सेवा से अलग कर के नहीं देखा जाता। इसलिए उन्हें समुचित तौर पर प्रशिक्षित (trained), ठीक तरह से अभिप्रेरित (motivated) और सही किस्म का इंसान होना चाहिए। कई बार ग्राहकों को भी लोग शीर्षक के अंतर्गत ले लिया जाता है क्योंकि वे भी उपभोक्ता के सेवा अनुभव को प्रभावित कर सकते हैं, (उदहारण स्वरूप खेल आयोजन)।

प्रक्रिया (Process) = इसमें वे प्रक्रियाएं शामिल हैं जो सेवा देती हैं तथा लोगों का व्यवहार (behaviour) जो की ग्राहक संतुष्टि (customer satisfaction) में अहम होता है।

भौतिक साक्ष्य (Physical evidence) एक उत्पाद के विपरीत एक सेवा को तब तक अनुभव नहीं किया जा सकता जब तक की वह हासिल न हो जाए, यही बात इसे अमूर्त (intangible) बनाती है। इसलिए इसका मतलब यह है कि एक उपभोक्ता को सेवा के प्रयोग हेतु निर्णय करते वक्त अधिक जोखिम होता है। जोखिम की इस भावना को कम करने के लिए और सफलता की सम्भावना को बढ़ाने हेतु यह महत्वपूर्ण होता है कि सक्षम (potential) ग्राहक को यह देखने का मौका दिया जाए की सेवा कैसी होगी। ऐसा भौतिक साक्ष्य दे कर किया जाता है जैसे मामलों का अध्ययन (case studies), प्रशंसापत्र (testimonials) या प्रदर्शन (demonstrations)।

चार नए निजीकरण यहाँ इसका तात्पर्य उत्पादों और सेवाओं को इन्टरनेट के इस्तेमाल द्वारा अनुकूल बनाने से है।

इसके आरंभिक उदहारण हैं डैल ऑन-लाइन तथा amazon.com, लेकिन यह अवधारणा सामाजिक मीडिया एवं आधुनिक कलनविधि के उभरने से और आगे बढ़ी. उभरती तकनीकें इस विचार को आगे बढ़ाती रहेंगी.

भागीदारी = यह ग्राहक को इन बातों में भागीदार बनाने के लिए है कि ब्रांड किसके लिए होना चाहिए, उत्पाद की दिशाये क्या होनी चाहिए और यहाँ तक की कौन से विज्ञापन चलने चाहिए। यह अवधारणा सूचना के लोकतंत्रीकरण के जरिये विघटनकारी बदलाव की नींव रख रही है।

साथियों से साथियों तक-यह ग्राहक के नेटवर्क एवं समुदाय सम्बंधित है, जिनके बीच सलाह मशविरा चलता है। विपणन के साथ एक ऐतिहासिक दिक्रत यह है कि रुकावटी प्रकृति का होता है, उपभोक्ता पर ब्रांड को थोपना चाहता है। यह टीवी विज्ञापन में सबसे स्पष्ट है। निष्क्रिय ग्राहकों की जमात का स्थान अंतत सक्रिय ग्राहकों के समुदाय ले लेंगे. ब्रांड का काम उन्हीं वार्तालापों के मध्य होता है। क्लकको अब सामाजिक कंप्यूटिंग के रूप में देखा जा रहा है और यह भावी विपणन में सबसे अधिक विघटनकारी शक्ति होगी।

प्रागाक्ति मॉडलिंग इनसे तात्पर्य उन कलनविधियों से है जो विपणन समस्याओं में सफलता पूर्वक लागू की जाती हैं ( प्रतिगमन एवं श्रेणीबद्ध समस्याये दोनों )

### विपणन संचार

विपणन संचार रणनीति के हिसाब से विभिन्न श्रेणियों के लिए विपणन संदेश तैयार करता है और उन्हें तय लक्ष्य की ओर प्रेषित करता है। अजनबियों को ग्राहक में परिवर्तित करने के पृथक चरण होते हैं जो इस्तेमाल किए जाने वाले संचार माध्यम को नियंत्रित करते हैं।

इसका एक उदाहरण है कूपन या एक बिक्री. लोगों को खरीदने के लिए प्रोत्साहन दिया जाता है, पर इससे ग्राहक विश्वास निर्माण नहीं होता और न ही भविष्य में दुबारा खरीदने के लिए प्रोत्साहित होता है। विक्रय वृद्धि की एक बड़ी खामी यह है कि प्रतिद्वंदियों द्वारा इसे आसानी से कॉपी किया जा सकता है। इसका इस्तेमाल करते हुए हमेशा अपने उत्पाद को दूसरो से भिन्न नहीं रखा जा सकता.

विपणन जन संपर्क

उत्पाद के पक्ष में रिपोर्ट देने वाली प्रेस विज्ञप्ति के जरिये मांग को बढ़ावा देना.

उच्च स्तर की विश्वसनीयता

प्रभावी समाचार

उद्यम कि बेहतर छवि

### ग्राहक पर ध्यान

आजकल कई कंपनियां अपने ग्राहकों पर ध्यान केंद्रित करती हैं। इसका मतलब यह है कि कंपनियों कि गतिविधियाँ एवं उत्पाद ग्राहकों कि मांग के अनुसार होते हैं। आम तौर पर यह तीन तरीकों से किया जाता है- ग्राहक चालित दृष्टिकोण, बाजार में परिवर्तन को पहचानने कि समझ और उत्पाद को अभिनव बनाने का दृष्टिकोण.

उपभोक्ता संचालित दृष्टिकोण के तहत उपभोक्ता की मांगों रणनीतिक विपणन फैसलों का निर्धारण करती हैं। कोई भी

रणनीति तब तक नहीं अपनाई जाती जब तक की वह उपभोक्ता अनुसंधान परीक्षण में सफल न हो जाए. एक उत्पाद का हर पहलू जिसमें उत्पाद की प्रकृति भी शामिल है, वह भावी उपभोक्ता की जरूरतों से संचालित होता है। आरंभिक बिन्दु सदैव उपभोक्ता ही होता है। इसके पीछे तार्किक पहलू यह है कि अनुसंधान एवं विकास कोष ऐसे उत्पाद को तैयार करने में नहीं खर्च करना चाहिए जिसे लोग खरीदना न चाहें. इतिहास गवाह है कि कई उत्पाद प्रौद्योगिकी की अनोखी मिसाल होने के बावजूद बाज़ार में नहीं चले.

इस ग्राहक केंद्रित विपणन के औपचारिक दृष्टिकोण को SIV[4] के तौर पर जाना जाता है (समाधान, सूचना, मूल्य, पहुँच). मूलतः इस प्रणाली में ग्राहक पर फोकस करने के लिए चार ढक्को नए नाम और नए शब्द दिए गए हैं।

SIVA मॉडल मांग/ ग्राहक केंद्रित संस्करण प्रदान करता है, जो विपणन प्रबंधन के मशहूर yPs आपूर्ति वाले मॉडल (उत्पाद, मूल्य, स्थान, संवर्धन) का विकल्प है।

उत्पाद -- > समाधान

संवर्धन -- > सूचना

मूल्य -- > मान

स्थान -- > पहुँच

### SIVA मॉडल के चार तत्व हैं-

1. समाधान = ग्राहक की समस्या/ जरूरत का समाधान कितना उपयुक्त है?
2. सूचना = क्या ग्राहक समाधान के बारे में जानता है? यदि हाँ, किस से व कैसे इतनी जानकारी प्राप्त करें की वह खरीद का फैसला कर सके?
3. मूल्य = क्या ग्राहक इस लेन - देन का मूल्य जानता है, यह उसे कितने में पड़ेगा, इसके क्या फायदे हैं, उसको क्या चुकाना होगा, इसके बदले में उसे क्या हासिल होगा?
4. पहुँच = ग्राहक समाधान को कहाँ पा सकता है? कितनी आसानी से/ स्थानीय स्तर पर/ कितनी दूर जा कर वे खरीद सकते हैं और पा सकते हैं?

इस मॉडल का प्रस्ताव चेकिटन देव और डॉन शुल्टज़ ने मार्केटिंग मैनेजमेंट जर्नल ऑफ़ द अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन में दिया था और उन्होंने मार्केट लीडर - द जर्नल ऑफ़ द मार्केटिंग सोसाइटी इन द च में प्रस्तुत किया था।

यह मॉडल प्रमुख तौर पर ग्राहक पर फोकस करता है

### विपणन क्या है?

जैसा कि नाम से पता चल रहा है कि ईमेल मार्केटिंग- मार्केटिंग का वो तरीका जिसमे हम ईमेल का प्रयोग ज्यादा करे उसे email Marketing कहा जाता है। मार्केटिंग का वो तरीका जिसमे आप अपने प्रोडक्ट या सेवाओं के बारे में लोगो को ईमेल के माध्यम से बताएं. अपने आकर्षक ऑफर्स या किसी भी खास जानकारी को जब एक बड़े समूह के साथ ईमेल द्वारा शेयर करते हैं और अपने बिजनेस को बढ़ाते हैं तो इसे ही ईमेल मार्केटिंग कहा जाता है।

उदहारण के लिए हम यहाँ एक ब्लॉगर की बात करते हैं- मान लीजिये कि वो ब्लॉगर ये सीखना चाहता है कि ईमेल मार्केटिंग कैसे करे और ईमेल मार्केटिंग क्या है। यदि उस ब्लॉगर के पास बहुत सारे लोगो के ईमेल एड्रेस इकठ्ठा हैं तो वह अपने किसी भी नए पोस्ट के बारे में लोगो को ईमेल के माध्यम से सूचित कर सकता है। अगर वह blogger जब भी वह अपने १०

पर कोई नया blog post publish करे और उस पोस्ट का दृष्टिकोण उन सभी लोगो को email के द्वारा भेज दें, तो उसके blog पर बहुत सारे विजिटर और बहुत सारा traffic आ सकता है। यह उदहारण email Marketing का

### एक सटीक उदहारण है

आपने बहुत सारे blogs पर देखा भी होगा कि वे आपको अपना email address भरके subscribe करने को प्रेरित करते हैं. दरअसल सब्सक्राइब करने के लिए प्रेरित करना इस बात कि रणनीति होती है कि उस ब्लॉग पर ज्यादा से ज्यादा ईमेल एड्रेस इकठ्ठा किये जाएँ

ईमेल विपणन कैसे करे ईमेल मार्केटिंग के दो पहलू है। पहला तरीका ये है कि आप अपनी पोस्ट के कंटेंट को बेहतर बना कर लोगो को सब्सक्राइब करने के लिए कह सकते हैं। दूसरा तरीका ये है कि आप कहीं से ईमेल एड्रेस कि लिस्ट खरीद ले और उन एड्रेस पर मेल भेजना शुरू कर दे मगर ये तरीका सही नहीं है।

अगर आप ये सोच रहे हैं कि ईमेल मार्केटिंग के लिए ईमेल एड्रेस कहाँ से इकठ्ठा होंगे तो आप अपने पेज या ब्लॉग को सब्सक्राइब करने कि अपील सोशल मीडिया के जरिये कर सकते हैं | Quality Content के जरिये भी आप लोगो को उनके ईमेल एड्रेस द्वारा जोड सकते हैं।

किसी खास ऑफर के लिए 1 हप्ते पहले ही "Notify Me" का ऑप्शन देना वेबसाइट के लिए बेहतर होता है अपने blog पर या website पर email subscription box का widget जरूर लगायें। (या अपनी email list को build करने के लिए अलग-अलग तरीको का use कीजिये जैसे कि social मीडिया का)

पहले दिन से अपने readers या कह लीजिये की subscribers को email updates भेजना शुरू कीजिये, पर ध्यान रखें कि वे emails annoying न हो।

जैसे ही आपको लगे कि email marketing आपके लिए बढ़िया work कर रही है तो किसी premium email tool या service को अपने email marketing के लिए use कीजिये-

शेयर करने कि भी अपाल लोगो से करें

आज का पूरा दौर ही धीरे धीरे डिजिटल मार्केटिंग के तरफ बढ़ता जा रहा है। इसके पीछे कारण ये है कि आज आपको

सबसे अधिक लोग ऑनलाइन ही मिलेंगे अब अगर ऐसा है तो अपने ब्रांड या बिजनेस के बारे में ऑफ लाइन प्रचार या मार्केटिंग करने से ज्यादा बेहतर है ऑनलाइन मार्केटिंग या प्रचार करना और ईमेल मार्केटिंग उसी प्रचार का या उसी मार्केटिंग का एक अहम् हिस्सा है और ये बहुत आसान काफी काफी कम लागत वाला मार्केटिंग का तरीका है एक अच्छी खासी ईमेल एड्रेस की लिस्ट के माध्यम से आप बड़े आसानी से एक बहुत बड़े उपभोक्ता ग्रुप तक पहुंच सकते हैं और ऑनलाइन बिजनेस या ब्लॉगिंग कि दुनिया में अपना नाम कमा सकते हैं।

तो दोस्तों ये थी जानकारी कि ईमेल मार्केटिंग क्या है और ईमेल मार्केटिंग कैसे करे हिंदी में और हम आशा करते हैं कि आप को ईमेल मार्केटिंग से सम्बंधित जानकारियां मिल गयी होंगी। अगर आपको पोस्ट पसंद आई हो तो इसे अपने मित्रों के साथ शेयर जरूर करे। और अगर आप का कोई भी सवाल या सुझाव है तो कमेंट बॉक्स में जरूर लिखे।

#### सन्दर्भ:-

1. विपणन क्या है ?, क्रिस न्यूटन, विपणन सहायता ऑनलाइन, 2008 .
2. विपणन मिश्रण की अवधारणा जर्नल ऑफ़ एड्वरटाईजिंग रिसर्च, जून 1964 पृष्ठ 2 से 7
3. विपणन प्रबंधन रणनीतियाँ और कार्यक्रम , गिल्टीनन एट अल, मैक ग्रा हिल / इरविन, 1996
4. मिश्रण में-एक ग्राहक केंद्रित दृष्टिकोण मौजूदा विपणन मिश्रण को 21वीं सदी में ले जा सकता ।  
चेकिटन एस. देव और डॉन ई. शुल्टज़, मार्केटिंग मैनेजमेंट 1.14दु.1 जनवरी/फरवरी 2005
5. Pratt,, Michael G.; Rosa, José Antonio (2003). "Transforming work-family conflict into commitment in network marketing organizations". *The Academy of Management Journal (Academy of Management)* 46 (4): 395–418. W.
6. Vander Nat, Peter J.; Keep, William W. (w@w). "Marketing Fraud: An Approach for Differentiating Multilevel Marketing from Pyramid Schemes". *Journal of Public Policy & Marketing* 21 (v): 139–15. Doi:10.1509/jppm.21.1.139.1760X.
7. Merrilees, Bill; Miller, Dale (1999). "Direct Selling in the West and East: The Relative Roles of Product and Relationship (Guan&i) Drivers". *Journal of Business Research* 43 (3)=267–273. doi:10.1016/S0148-2963(97)00238-5.
8. Cahn, Peter S. (2006). "Building down and Dreaming up: Finding Faith in a Mexican Multilevel Marketer". *American Ethnologist* 33 (1): 126–142.
9. Marcason, Wend 4 (2006). "What Are the Facts and Myths about Mangosteen?". *Journal of the American Dietetic Association* 106 (6): 986.

## बौद्ध धर्म में अनुसूचित जाति की महिलाओं की सामाजिक प्रस्थिति: एक समाजशास्त्रीय अध्ययन

डॉ. सोनिया नाग  
 यॅ.जी.सी. पोष्टडॉक्टोरेट फैलो,  
 समाज शास्त्र विभाग, बरकतउल्लाह विश्वविद्यालय, भोपाल (म.प्र.)

सारांश

स्वतंत्रता के पश्चात आधुनिक भारत में डॉ. भीमराव अम्बेडकर के नेतृत्व में अनुसूचित जातियों ने बौद्ध धर्म को इसलिये अपनाया था की उन्हें समाज में समानता के साथ-साथ सम्मान भी प्राप्त होगा, किन्तु स्वतंत्रता के लगभग 70 वर्षों में भी राजनैतिक एवं संवैधानिक संरक्षण प्राप्त होने के पश्चात भी अनुसूचित जाति की महिलाओं के विकास में सामाजिक गतिशीलता की गति मंद ही है। भारतीय अनुसूचित जातियों द्वारा बौद्ध धर्म स्वीकार करने एवं आरक्षण की सुविधाओं के पश्चात उनकी सामाजिक आर्थिक राजनैतिक प्रतिष्ठा में वृद्धि हुई है और वे बौद्ध धर्म को अपनाकर गौरवान्वित महसूस करते हैं। अनुसूचित जाति की महिलाओं को बौद्ध धर्म में आत्मसम्मान मिला जिसका सकारात्मक प्रभाव उनके समग्र व्यक्तित्व पर परिलक्षित हो रहा है।

प्रस्तुत शोध पत्र सम्बंधित साहित्य की समीक्षा पर आधारित है। जिसमें विभिन्न विद्वानों की रचनाओं पर आधारित अनुसंधानों के महत्व तथा उसके विश्लेषण को प्रस्तुत किया गया है।

भारतीय समाज विभिन्न धर्म एवं सम्प्रदायों का एक संगठन है। भारतीय समाज में आज भी जातिगत स्तरीकरण मानस मन में अन्तःकरण तक स्थापित है। इसी कारण एक वर्ग विशेष, उच्च वर्णों द्वारा लगातार शोषित व प्रताडित होते आ रहा है। भारत में बौद्ध धर्म का इतिहास लगभग 2800 वर्षों पूर्व से चला आ रहा है। जिससे भारतीय समाज प्रभावित हुये बिना नहीं रह सका। आई बी हॉरनर (1930) ने अपनी पुस्तक में प्रकाश डालते हुये लिखा है कि एशिया के बौद्ध समाज में महिलाओं की स्थिति गैर बौद्ध समाज की अपेक्षा अधिक अच्छी है। इनके अनुसार बौद्ध काल के पूर्व एवं बौद्ध काल में महिलाओं को उच्च स्थान समाज में प्राप्त था। महिलाएं स्वतंत्र रूप से कई महत्वपूर्ण पदों एवं जिम्मेदारियों का निर्वहन करती थी पुत्री, पत्नी एवं विधवाओं के रूप में भी उन्हें समाज में आदर एवं सम्मान प्राप्त था, उन्हें महत्वपूर्ण जिम्मेदारियां भी प्राप्त थी एवं समाज में उनका उच्च स्थान था। जबकि भारतीय बौद्ध महिलाओं में वर्तमान समय में भी स्तरीकरण परिलक्षित हो रहा है। भारतीय समाज जातिगत आधारों में आज भी बंटा हुआ है। बौद्ध धर्म में समानता और सम्मान प्राप्ति के कारण स्वतंत्रता के पश्चात् वर्ष 1956 में डॉ. भीमराव अंबेडकर के नेतृत्व में अनुसूचित जातियों ने बौद्ध धर्म को अपनाया।

फलस्वरूप उनकी सामाजिक स्थिति में अब तक क्या परिवर्तन आया है जिसके संबंध में संदर्भ साहित्य का अध्ययन किया गया। इस विषय पर समाजशास्त्रियों ने काफी कुछ शोध अध्ययन कर लिखा है।

बौद्ध काल में महिलाओं को पुरुषों के ही समान स्वतंत्रता एवं समानता का अधिकार प्राप्त था। बौद्ध धर्म के अनुसार, बौद्ध धर्म में लिंग भेद नहीं है इसी को बौद्ध धर्म में आठवा रास्ता कहा गया है जो कि तीन समूह में बाँटा गया है: पाना (विज्जम) बुद्धिमान, शिल (चरित्र), भावना (मानसिक विकास) इन तीनों में से प्रथम और तीसरे में किसी भी तरह का भेद महिला और पुरुष में नहीं किया जाता है, यद्यपि शिल (चरित्र) पुरुष और महिला के आचरण में कहीं न कहीं चारित्रिक यौन सम्बन्धि चरित्र में कम आदर की दृष्टि से देखा गया है, परन्तु धर्मानुसार इससे लिंग का कोई सम्बन्ध नहीं है। स्त्री और पुरुष दोनों को बराबर का अधिकार प्राप्त है।

विक्टर गुनाशिकारा (2017) के अनुसार कई बौद्ध देशों में बुद्ध के समय से ही महिलाओं की स्थिति में कुछ-कुछ परिवर्तन परिलक्षित होने लगे थे महिला सशक्त होकर समाज में उन्हे आदर एवं सम्मान प्राप्त होने लगा था। नंदसेना रत्नपाला (2017) ने बौद्ध काल के पूर्ववर्ती समाज में महिलाओं की स्थिति के अध्ययन में पाया की पुरुषों की अपेक्षा महिलाओं को कमतर आंका जाता था। उस काल में स्त्री लिंग के जन्म को एक सामाजिक बुराई के रूप में देखा जाता था जबकि भगवान बौद्ध ने स्वयं महिलाओं की स्थिति का सम्मान व आदर देने की बात कही थी। पी.एन. परेरा, (1992-93) बौद्ध धर्म के नियमानुसार (कर्म का नियम) महिला और पुरुष समान है कोई भी महिला या पुरुष किसी के ऊपर निर्भर नहीं रहेगा तात्पर्य यह है की दोनो अपने आप आत्मनिर्भर होंगे। ज्योतिआ धीरसेकरा (1991) इन्होंने भी अपने अध्ययन में पाया की महिलाओं को पुरुषों के समकक्ष स्थान प्राप्त था। और उन्हें समाज में उनके द्वारा किये गये कार्यों को देखते हुये उन्हें आदर व सम्मान की दृष्टि से देखा जाता था। लिंग का कोई महत्व नहीं पाया गया विधवा महिलाओं को भी समाज में आदर एवं सम्मान की दृष्टि से देखा जाता था।

प्राचीन काल से ही एक धर्म से दूसरे धर्म में जाने की या धर्म परिवर्तन की प्रक्रिया भारत में बार-बार होते रही है। इस तथ्य को नकारा नहीं जा सकता। भारत में हिन्दू से ईसाई बनना बड़े पैमाने पर निम्न जातियों समुदाय एवं आदिवासी समुदाय में देखा गया। इनमें सामाजिक आर्थिक एवं सांस्कृतिक परिवर्तन भी बड़े पैमाने पर हुये (लेन्सीलोबो 1994)।

प्रदीप आगलावे (2010) अछूतों को हिन्दू धर्म का त्याग करने के बाद कौन सा धर्म ग्रहण करना चाहिये? यह प्रत्येक व्यक्ति की इच्छा पर निर्भर करता है। केवल हमें जिस धर्म में समानता के अधिकार मिलेंगे ऐसा ही धर्म स्वीकार करना होगा। कुलकर्णी (2008) इन्होंने

अपने अध्ययन में पाया कि भारतीय समाज जातिय एवं लिंग के आधार पर भेदभाव का शिकार होते रहा है जिसके कारण शिक्षा, रोजगार एवं आमदानी के आधार पर अत्यधिक असमानता एवं भेद-भाव देखने को मिलती है। यह असमानता अल्पसंख्यक समुदाय में और भी ज्यादा पाई गई। भारतीय कंवल (1983) ने अपनी पुस्तक डॉ. अम्बेडकर बौद्ध क्यों बने?में उल्लेखित किया की बौद्ध धर्म में समाज की सामाजिक आर्थिक विषमताओं, रूढ़ियां एवं अन्याय के विरुद्ध समता, स्वतंत्रता एवं बन्धुत्व की राह प्रशस्त होती है जिससे प्रभावित होकर ही अम्बेडकर जी ने बौद्ध धर्म को ग्रहण किया।

विनोद काम्बले (2016) भारतीय समुदाय सांस्कृतिक, सामाजिक एवं राजनैतिक मूल्यों में तीव्रता से परिवर्तित हो रहा है। भारत विश्व में द्वितीय सबसे बड़ा लोकतांत्रिक देश है। भारतीय समाज में लोकतंत्र की जड़ें बड़ी गहराई से स्थापित है। सामाजिक-राजनैतिक परिवर्तन पिछले दशकों से परिवर्तन की ओर अग्रसर है, इसी पृष्ठ भूमि में सामाजिक परिवर्तन में धर्म निरपेक्षता के ब्यवहार में नकारात्मक परिवर्तन भी देखने को मिल रहा है।

बसंत मून (2016) ने डॉ. अम्बेडकर द्वारा किये समाज के प्रति विभिन्न कार्यों को उनका संघर्ष बताया। डॉ. अम्बेडकर द्वारा दिया गया उपदेशात्मक भाषण में कहा गया कि स्त्री समाज की प्रगति पर ही, दलित समाज की प्रगति का मापदंड रखा है। महिलाओं का संगठन आवश्यक है। महिलायें स्वच्छ रहें, अपने आपको दुर्गणों से दूर रखे उन्हें लिखाइये, पढाइये इनके मन में महत्वकांक्षायें पैदा होने दीजिये उनकी शादी जल्दी करने की कोशिश मत कीजियें। सुनील धावने और रेखा धावने, (2015) ने अपने अध्ययन में पाया कि भारतीय संविधान की प्रस्तावना में स्पष्ट लिखा है कि यहाँ पर सभी नागरिकों को आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक न्याय प्राप्त होगा और सभी लोगों का व्यवहार लोक तन्त्र के स्तम्भ, समानता स्वतंत्रता, बन्धुत्व और न्याय के अनुसार निर्देशित होगा। लेकिन सर्वण हिन्दुओं ने अपनी मनोवृत्ति में अनुसूचित जातिओं के प्रति अपेक्षित परिवर्तन नहीं किया है। सर्वण हिन्दु अपने धार्मिक सार्वजनिक स्थलों आदि पर आज भी दलितों का प्रवेश अपवित्र मानते हैं। अनेक अवसरों पर न्यायधीश स्तर के लोगों ने अपनी कुर्सी तक को गाय के मूत्र से धोकर पवित्र किया है। इनके शोध के अनुसार 45 प्रतिशत झगड़े सर्वण दलितों के मध्य सांप्रदायिक स्थलों पर प्रवेश को लेकर हुये थे। विवेक कुमार (2007) दलित पैथर आन्दोलन (वर्ष 1970) ने अस्पृश्यों को दलित नाम से नई पहचान दी देश में दलित आन्दोलन के विकास से यह पहचान आज दलितों को सामाजिक, राजनैतिक अस्मिता। पहचान के रूप में अखिल भारतीय स्तर पर स्वीकृत और प्रचारित हुई है। आज का जागरूक दलित यह मानता है कि दलित अस्मिता पहचान उसके लिये सम्मान सूचक है क्योंकि यह उसने स्वयं गढ़ा है। इस

पहचान को हिन्दु समाज ने उन पर थोपा नहीं है। दलितों को चण्डाल, हीन जाति, अवर्ण अन्यज, अछूत, अस्पृश्य, परियाह नामशूद, पंचम, दास आदि नामों से सम्बोधित किया जाता था। इतना ही नहीं दलितों को उनके जाति नामों जैसे चमार, पासी, धोबी, कोरी, खटीक आदि से भी बुलाया जाता था। आज भी अपमान का प्रतीक मानें जाने वाले ये जाति सूचक शब्द पूरी तरह से प्रयोग से बाहर नहीं है। धनंजय कीर (2006) अम्बेडकर के विचारों द्वारा यह स्पष्ट किया गया की पद दलित समाज को मनुष्य का दर्जा दिलाना उनके आत्मसम्मान की वृद्धि करना और उन्हें आत्मोद्धार करने के लिये शक्तिशाली बनना, संक्षेप में कहा जायें तों उन्हें सच्चा इन्सान बनना उनका मुख्य लक्ष्य था।

सी.बी. जॉन (2001) ने अध्ययन में पाया कि दलित शब्द मुख्यतः तीन कारणों से रखा है: प्रथम दलित शब्द यह इंगित करता है कि वर्तमान में जो इनकी सामाजिक आर्थिक स्थिति है यह स्थिति उन्होने स्वयं नहीं चुनी है बल्कि यह उन पर थोपी गई है। द्वितीय, दलित शब्द आक्रमकता का संचार करता है एवं उन्हें प्रेरित करता है कि जो सामाजिक बाध्यतायें एवं अन्याय उन पर थोपे गये हैं उनका प्रतिकार कर सके एवं समाज में सम्मान एवं समानता पर आधारित अधिकार प्राप्त कर सकें, जिसकी अभी तक उपेक्षा कि गई थी एवं तीसरा दलित शब्द यह भी इंगित करता है कि वे सभी जातियां जैसे परिहार चमार, महार, भंगी आदि आपस में एक समान सामाजिक स्थिति को साझा करती हैं इसलिए इन सभी जातियों को एकजुट होकर संघर्ष करना चाहिये अपने सम्मान, एकता न्याय के लिये एक सामान्य सामूहिक नाम के अर्न्तगत कार्य करना चाहियें। संतोष शर्मा (2008) द्वारा लिखे लेख में यह उल्लेख किया गया है की दलित कौन सा धर्म अपनाये? किस धर्म में उनके स्वाभिमान और स्वतंत्रता के लिये आर्थिक अनुकूल वातावरण है। किस धर्म में छूआ-छूत (भेदभाव) नहीं है। कौन सा धर्म उन्हें स्वेच्छा और सम्मान से स्वीकार करने के लिये हृदयों से उल्लास प्रकट करता है। इन प्रश्नों के प्रति उत्तर में उन्होने पाया कि बौद्ध धर्म उनके वर्ग के लिये अधिक उपयोगी है। डॉ. अंबेडकर ने 25 मई 1950 में कोलम्बों में एक बौद्ध सभा में यह स्पष्ट कर दिया था कि वे बौद्ध धर्म अपनाने पर उनके वर्ग को सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक प्रतिष्ठा मिल सकेगी। डॉ. अम्बेडकर (1996) ने सम्पूर्ण वाडमय, खंड 10, में उल्लेख किया है कि धर्म परिवर्तन से कौन सा लाभ प्राप्त होगा, वह चुने गये धर्म और उस धर्म के अनुयायियों की सामाजिक स्थिति पर निर्भर करेगा हो सकता है कि एक धर्म उन्हें धर्म परिवर्तन के तीनों के तीनों लाभ दें (सामाजिक अलगाव का खात्मा, हीन भावना का अंत सामाजिक स्थिति में सुधार) दूसरा केवल दो ही लाभ दे और तीसरा केवल एक ही लाभ दे। आनंद सुगन्धि एवं विनोद सेन

(2015) के अनुसार दलितों के प्रति भेदभाव महाराष्ट्र राज्य में सर्वाधिक पाया गया। धर्मान्तरित बौद्ध (महार) और मतंग जाति ही अन्य उच्च वर्ग की जातियों के निशाने पर रही है। ये जातियां मुख्यतः परम्परागत रूप से अकुशल एवं खेतिहर बन्धुआ मजदूर के रूप में कार्य करती रही है। किन्तु वर्तमान में परिवर्तन देखने को मिला। इसके अलावा इनके अध्ययन में यह भी स्पष्ट किया गया है कि महार समुदाय मुख्य रूप से अन्य अनुसूचित जातियों में कुछ उच्च समझा जाने लगा है क्योंकि इन पर सामाजिक रूप से बौद्ध एवं अम्बेडकर विचारधारा का प्रभाव पड़ा है। जिसके कारण इनकी सामाजिक चेतना साक्षरता, स्वयं निर्णय लेने की क्षमता में काफी वृद्धि हुई है। धर्मान्तरण के पश्चात जीवन स्तर एवं आत्मसम्मान में भी काफी वृद्धि हुई है। जय प्रकाश यादव (2013) ने स्पष्ट किया है की धार्मिक मान्यतायें आस्तिक मनुष्य में कुछ विशेष मानवीय आशाओं, आकांक्षाओं और भृन्तियों को जन्म देती है। धर्म के द्वारा पैदा की गई इन भावनाओं की समष्टि धर्म को बहुत ही जीवन सक्षम और मजबूत जड़ों वाला बनाती है। हेल्स ए. एच. हिथ ए, रिज जे एम, (1980) इन्होंने अपने अध्ययन में पाया कि विभिन्न सामाजिक स्तरों पर वर्तमान में भी शिक्षा, शैक्षणिक स्तरिकरण में असमानता लगातातर चली आ रही है। यह कभी-कभी अत्यधिक बढ़ भी जाती है। डायना पॉल, (1969) ने बौद्ध धर्म ने महिला मुक्ति और महिला समानता के आदर्श को समाज के सामने रखा। बौद्ध धर्म में जिस विहार व्यवस्था की स्थापना की गई वह भी महिला-पुरुष समानता का आदर्श प्रस्तुत करता था। प्रायः महिलाओं के लिये उनका विहार जीवन पुरुषों के लिये उपलब्ध आत्मनिर्णय और प्रतिष्ठा के लगभग बराबर था।

गौरव स्मृति (2014) अनुसूचित जाति के परिवारों में शिक्षा के बारे में प्राथमिक स्तर तक का ज्ञान था, आज भी ज्यादातर परिवार मजदूरी से ही अपना जीवन यापन कर रहे हैं, कुछ लोग चिकित्सिक सुविधाओं का लाभ भी नहीं ले पाते हैं। लोग बीमार पड़ने पर चिकित्सिक के पास जाने के बजाय झाड़-फूंक पर विश्वास करते हैं, परन्तु जागरूकता के कारण अधिकांश लोग चिकित्सिक से ईलाज कराते हैं। अहमद शकिल (2014) इन्होंने अपने अध्ययन अनुसूचित जाति महिला नेतृत्व की राजनैतिक अभिरुचि एवं सजकता का समाजशास्त्रिय अध्ययन में पाया की नवीन पंचायती राज द्वारा प्रदत्त आरक्षण के प्रावधन से अनुसूचित जातिय महिलाओं को प्रथम राजनैतिक भर्ती का अवसर प्राप्त हुआ। राजनीति के प्रति पूर्व में ये लोग तटस्थ रहा करते थे। आरक्षण के पश्चात् राजनीति के प्रति लोगों में जागरूकता एवं अभिरुचि का विकास हुआ फलस्वरूप राजनैतिक प्रतिस्पर्धा में वृद्धि हुई है। उन्होने अपने अध्ययन में पाया की केवल 20.21 प्रतिशत परिवारों की राजनीति में सक्रिय भागीदारी पाई गई। भावना खरे (2013) इन्होंने अपने अध्ययन में पाया कि दलित समाज की शिक्षा में बहुत

सुधार आया है। भारतीय संविधान में सभी नागरिकों को समान अधिकार प्रदान किये हैं एवं वंचित वर्ग को समाज की मुख्य धारा में जोड़ने के लिये आरक्षण प्रदान किया गया है। शिक्षा के क्षेत्र में दलित वर्ग के लोग बहुत अधिक जागरूक हुये हैं।

मनोज कुमार (2013) अनुसूचित जातियों की स्थिति के संदर्भ में पाया कि समाज का अल्पविकसित भाग जिसे हम संवैधानिक रूप से अनुसूचित जाति के रूप में देखते हैं उनकी सामाजिक आर्थिक, राजनैतिक, धार्मिक प्रसिद्धि एवं रोजगार के अवसर प्राप्त करने तथा सरकारी व गैर सरकारी क्षेत्रों में नौकरी के अवसर प्राप्त करने में भी सफल रहें। पी.एस. तिवारी (2009-2010) अनुसूचित जातियों के प्रति आसहिणुता बढ़ने के कारणों का उल्लेख किया गया है। उत्तर प्रदेश जमींदार उन्मूलन कानून 1951 तथा समय-समय पर दलित वर्गों को सरकार द्वारा भूमि का आवंटन किया गया है। इन पट्टों पर सर्वर्णों की गिद्ध दृष्टि रहती थी। उन जमीन पर दलितों को कब्जा देने को तैयार नहीं होते हैं, उनकी फसल को नष्ट करने के लिये बाध्य करते हैं, जबाब देने पर मार-पीट गाली गलोच होती है। जो बाद में हिंसा में बदल जाती है। आरक्षण के कारण अनुसूचित जाति समुदाय की भागीदारी राजनैतिक दलों में अप्रत्याशित रूप से बढ़ी है जो कि धर्म परिवर्तन का कारण नहीं दिखती।

जगदीश सिंह राठौर, (1994) स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् शासन द्वारा जहाँ दलितों-नयन के लिये राजनैतिक, आर्थिक एवं सामाजिक क्षेत्र में विविध प्रकार के संरक्षणों एवं अधिकारों का प्रावधान किया गया है, वही शैक्षणिक क्षेत्र में भी उनके अभ्युत्थान हेतु शिक्षा संस्थाओं में प्रवेश नियमों में शिथिलता शुल्क मुक्ति व्यवस्था छात्रवृत्तियाँ प्रदान करना, छात्रावास, उपलब्ध कराना, व्यवसायिक प्रशिक्षण केन्द्रों की स्थापना, शिक्षण एवं पथ प्रदर्शन केन्द्रों का संगठन, महाविद्यालयों में सामान्य कक्षाओं के अतिरिक्त शिक्षण की व्यवस्था, आश्रम पध्दति विद्यालयों की स्थापना, प्रौढ शिक्षा व्यवस्था, पूर्व विद्यालय शिशुओं को पौष्टिक आहार एवं शैक्षिक सुविधाओं आदि प्रयास अनवरत रूप से किये जाते रहे हैं।

प्रोफेसर ए.सत्य नारायण मूर्ति एन्ड डॉ.एम वी एन राजू (1991) ने अपने अध्ययन में पाया कि धर्मान्तरित हरिजन संख्यात्मक रूप से इसाई तो हे परन्तु क्रियात्मक रूप से आज भी हिन्दू हरिजन ही है। धर्मान्तरित हरिजनों का किृशियचिनरी में विश्वास या आस्था नहीं के बराबर है, यहाँ तक की शिक्षित धर्मान्तरित हरिजन नौकरियों में शासकिय आरक्षण का लाभ लेकर ही आगे बढ़े हैं। धर्मान्तरित हरिजन पुनः धर्मान्तरण की तलाश में भी देखे गये। एम. एस. पूषण (2009) द्वारा उल्लेख किया गया है कि वर्तमान परिप्रेक्ष्य में दलित जातियों के मध्य शिक्षा का स्तर बढ़ा है और उन्होने विभिन्न क्षेत्रों आर्थिक, राजनैतिक, सामाजिक, लेखन खेल आदि में अपनी उपस्थिति दर्ज की है। यह समूह अपना हिस्सा माँगने लगा है, पूना पैक्ट के समय सर्वर्ण हिन्दुओं द्वारा मौखिक आश्वासन दिया गया था। सार्वजनिक जीवन या सेवा क्षेत्र

में अनुसूचित जाति के व्यक्ति अपना प्रतिनिधित्व मांगने लगे हैं। भारत के कृषि जोत में 49 प्रतिशत भूमि पर 15 प्रतिशत सवर्णों का कब्जा है। निजी क्षेत्र के 80 लाख पदों पर आरक्षण नहीं है। उन पर केवल सवर्णों का कब्जा है। वर्ष 1990 पिछड़ा वर्ग 4 प्रतिशत तथा एस. सी/एस.टी मात्र 8 प्रतिशत सरकारी सेवार्थ बाकी सभी पर सर्वर्णों का कब्जा रहा है।

वी.एन. श्रीवास्तव (2003) ने उल्लेख किया है की कुछ राज्यों द्वारा स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद अस्पृश्यता निवारण के लिये जो कदम उठाये गये उसका विश्लेषण किया है। उन्होंने कहा पिछले वर्षों में अस्पृश्यता की घटना या दर्ज होने वाले प्रकरणों की संख्या में कमी आई है। पी.एस. कृष्णा (2002) अस्पृश्य दलितों के प्रति अस्पृश्यता लगभग समाप्त हो गई है। परन्तु फिर भी किसी न किसी रूप में कही न कही यह उपस्थित है। नारायण मिश्रा (1994) ने अध्ययन में पाया की सार्वजनिक स्थलों पर दलित, गैर दलितों के साथ बैठते हैं तथा बस एवं रेल में सफर करते हैं। उच्च जाति के लोगों के साथ होटल भी जाते हैं तथा कुछ दलित लोगों ने चाय की दुकान खोल रखी है। जिसमें सभी जाति एवं धर्म के लोग सामान्य तौर पर आते जाते हैं। होटल में सभी इनके द्वारा पानी तथा चाय ग्रहण करते हैं, परन्तु गांवों में अभी भी बुजुर्ग एवं पुरानी पीढी के गैर दलित न तो उनके हाथ का पानी लेते हैं और न ही बनाया हुआ खाना लेते हैं। एस.आर. राड़े (1993) इन्होंने अपने अध्ययन में पाया कि स्वतंत्रता के पश्चात् के प्रत्येक जाति को सामान्य रूप से तीन वर्गों में विभाजित किया गया है। उच्च सभ्रान्त, मध्यम वर्ग एवं निम्न वर्ग तीनों वर्गों में राजनैतिक व्यवहार का स्वरूप अलग-अलग रहा है। किन्तु अनुसूचित जातियों के व्यवहार परिवर्तन में आवश्यकता महसूस कि गई। वानखेड़े (2001) के अनुसार, महार दलित नवबौद्ध में वैचारिक एवं दर्शनिक रूप से काफी असमानता देखने को मिली जिसमें उन्होंने पाया कि नव बौद्धों में दलितों की अपेक्षा आत्मविश्वास और उन्नत विचारों में अत्यधिक वृद्धि पाई गई, नव बौद्धों में शिक्षा व उन्नतशील विचारधारा भी देखने को मिली एवं सामाजिक एवं राजनैतिक रूप से अपने अधिकारों के प्रति सजगता भी बढ़ी। के. सिंग, (1995) इस समुदाय के लोगों का मुख्य काम ग्रामीण अर्थव्यवस्था में बलुतेदार के रूप में रहा है। महार जाति सबसे ज्यादा गतिशील जाति रही है। इनका शैक्षणिक स्तर तुलनात्मक रूप से अन्य अनुसूचित जातियों से कुछ ज्यादा है। इन में से अधिकांशतः कृषि मजदूर के रूप में कार्य कर रही है। एम.आर.शामकुंवर (1985) ने नागपुर शहर की नवबुद्ध अनुसूचित जाति का सामाजिक आर्थिक अध्ययन में पाया की (नव बौद्ध) शिक्षा की प्रगति में अत्यधिक कमी पाई एवं अन्नय शिक्षा में कौशल तकनीकी एवं व्यवसायिक शिक्षण के क्षेत्र में भी काफी कमी और अव्यवस्था पाई गई जबकि इन्हे शिक्षा में अनुदान भी प्राप्त था बावजूद इसके इनका शैक्षणिक स्तर निम्न रहा है। एस. पटवर्धन (1968)

डॉ. अम्बेडकर के नेतृत्व में लाखों व अछूत हिन्दुओं ने बौद्ध धर्म को अपनाया जाति भेद-भाव की प्रताड़ना से परेशान होकर बौद्ध धर्म अपनाया जिसके परिणाम आश्चर्य जनक रूप से देखने को मिले उनके आत्मसम्मान में वृद्धि के कारण उनके जीवन स्तर में सुधार देखा गया।

जगन कराड़े (2008) इन्होंने अपने अध्ययन में पाया कि पिछले 6 वर्षों के दौरान नव बौद्ध ने उल्लेखनीय विकास, जीवन के सभी क्षेत्रों में किया है। वर्ष 1971 में जनगणना के आँकड़ों के अनुसार नव बौद्धों का साक्षरता दर ब्राहमण एवं अन्य वर्गों के समान ही रहा है। नव बौद्धों में अंधविश्वास में भी काफी कमी आई है, विकास के प्रति इनका नजरिया बहुत साफ दिखाई देता है। नव बौद्ध आरक्षण संरक्षित विभेदकिरण का उपयोग करने लगे हैं यहाँ तक की राजनैतिक संविधान द्वारा प्रदत्त राजनैतिक प्रक्रिया में भी क्षमता पूर्वक भागीदारी देखने को मिल रही है। निर्गुनानन्द (1997) दलित, बौद्धधर्म में समाहित होने के पश्चात या धर्मान्तरण के पश्चात नव बौद्ध कहलायें 14 अक्टूबर 1956, जिस दिन अम्बेडकर ने बौद्ध धर्म स्वीकार किया यह अस्तित्व में आया। इस पुस्तक में बौद्ध धर्म के विस्तार व हास का कारण भी उद्धरित किया गया।

कन्हैयालाल पंचम (1966) ने बौद्ध तथा नव बौद्धों का उचित वर्गीकरण करते हुये उनकी विस्तृत व्याख्या की है। नव बौद्ध आन्दोलन, अनुसूचित जातियों द्वारा संस्कृति करण की दिशा में एक स्वागत योग्य लक्ष्य है इससे उनमें हीनता के भाव समाप्त होते हैं जिन्हे हिन्दू धर्म ने उनपर लादा है। डी.एन. मजूमदार (1958) द्वारा सम्पादित "रेसेस एण्ड कल्चर्स ऑफ इंडिया" पुस्तक जिसमें दलित वर्ग में, सामाजिक, आर्थिक, धार्मिक व राजनैतिक निर्योगताओं छुआछुत व जातिवाद का उल्लेख किया गया है।

एच.एम.इलियट (1861) उत्तर भारतीय प्रजाती के इतिहास के अंतर्गत अनुसूचित जाति के मूल का उल्लेख किया गया है। एम.ए.शेरिंग (1872) ने हिन्दू ट्राईब्स एण्ड कास्ट्स में भी हिन्दू मूल निवासियों एवं जाति का वर्णन किया है। इसमें विभिन्न जातियों में अनुसूचित जाति वर्ग का विशेष उल्लेख किया है। जे.सी. नेसफील्ड (1885) द्वारा उत्तर-पूर्व भारतीय जातियों की मूल्यात्मक समीक्षा की गयी है। कास्ट्स एंड ट्राइब्स ऑफ सदर्न इंडिया वा-2 तथा-4 में ई. थर्सटन (1909) ने दक्षिण भारत की मूल एवं अन्य जातियों की विशेषताओं पर प्रकाश डाला है। डी.एच.बुचनान (1934) ने भी अपनी पुस्तक "दी डेव्लपमेंट आफ केपिटलिस्ट एंटरप्राइज इन इण्डिया" में भी इस विषय पर प्रकाश डाला है।

बी.एस. कोहन (1955) की रचना "दी चेंजिंग स्टेट्स ऑफ ए डिप्रेस्ड कॉस्ट" में दबे-कुचले दलितों के जीवन स्तर का विस्तृत रूप से विश्लेषण किया गया है। एच.आर.इजाक्स (1965) ने भी विभिन्न अछूत जातियों का उल्लेख किया है। एस.

पटवर्धन (1966) की पुस्तक “ए स्टडी ऑफ शेडयूल्ड इन अर्बन सेटिंग” में शहरी अनुसूचित जातियों का उल्लेख मिलता है। आन्द्रे बैतेई ने वर्ष 1967 में अपनी पुस्तक “दी फ्यूचर ऑफ दी बैकवर्ड क्लासेस : दी कॉम्पीटिंग डिमांड ऑफ स्टेट्स एण्ड पावर” में समाजशास्त्रीय कृति में पिछड़े वर्गों के आने वाले भविष्य में प्रतिस्पर्धात्मक मांग, स्तर एवं शक्ति का वर्णन किया है। ओ.एम.लिंच (1968,69,74) ने अपनी पुस्तक “दी पालिटिक्स ऑफ अनटचेबिलिटी : सोशल मोबिलिटी एन्ड सोशल चेंज इन अ सिटी आफ इन्डिया: ए केस स्टडी फ्राम आगरा में शहरी जाटव जाति की प्रकृति और उनके सामाजिक महत्व का विश्लेषणात्मक उल्लेख किया है। उन्होंने वर्तमान आधुनिक भारत में अस्पृश्यता दूर करने के लिये राजनीतिक भागीदारी को एक सशक्त माध्यम (उपकरण) के रूप में देखा है। के. , डी. गंगराडे (1975) ने सोशल मोबिलिटी इन इन्डिया: अ स्टडी ऑफ डिप्रेस्ड क्लास की जातिगत संरचना, प्रकृति एवं गतिशीलता का अध्ययन किया है। अनुसूचित जातियों से संबंधित और भी पुस्तकें सामने आयीं। वहीं ये रचनायें मुख्यतः इस प्रकार से हैं : वी.एस.डिसूजा (1975) शेडयूल्ड कास्ट्स एण्ड अर्बनाइजेशन इन पंजाब: इन एक्सप्लायटेशन (सोशियोलाजिकल बुलेटिन)। एन.के. बोस (1976) दी स्ट्रक्चर ऑफ हिन्दू सोसायटी। एस.सिंह (1987) शेडयूल्ड कास्ट्स ऑफ सोशल इण्डिया डायमेशन ऑफ सोशल चेंज। डब्लू.एच.वाइजर (1938) दी हिन्दू जजमानी सिस्टम। एस.एन.चौधरी, वीरेन्द्रपाल सिंह एवं श्याम भटनागर (1993) अस्पृश्य कौन और क्यों ? के.एस.सिंह (1990) दी शेडयूल्ड कास्ट्स (एन्थ्रो पोलिटिकल सर्वे ऑफ इंडिया) मंजू सुमन (2004) ने “दलित महिलाये” शोध पुस्तक में शुद्र महिलाओं की शिक्षा की स्थिति का उल्लेख किया है आर.जी. सिंह (1986) ने “भारतीय दलितों की समस्याएँ एवं उनका समाधान” में डॉ. अम्बेडकर की विचारधाराओं को लेते हुये, दलितों की समस्याओं और उनके समाधानों की समालोचनात्मक व्याख्या की है। लक्ष्मीधर मिश्रा (1997) ने “वंचितों की व्यथा” में रूढ़िवादी समाज में महिलाओं की स्थिति को सुदृढ़ कैसे किया जाये इसका उल्लेख किया है। आधुनिक भारत की “सामाजिक-सांस्कृतिक क्रान्ति के प्रणेता” में महात्मा जोतिराव फुले द्वारा अछूतों के उत्थान के लिये किये गये कार्यों का वर्णन मिलता है। इसके साथ ही सावित्री बाई फुले के बारे में यह स्थापित किया गया है कि, भारत की पहली महिला अध्यापिका बनने का सम्मान एक दलित स्त्री को प्राप्त हुआ।

निष्कर्ष

हिन्दु और मूस्लिम समाज में महिलाओं की बदलती हुई प्रस्थिति के सम्बन्ध में कई शोध साहित्य एवं पुस्तकें विगत दशकों में लिखी गईं किन्तु बौद्ध धर्म में महिलाओं की प्रस्थिति को लेकर बहुत कम साहित्य देखने को मिलता है। बौद्ध धर्म में महिलाओं की प्रस्थिति पर विशेष उल्लेखनीय साहित्य आई.वी. ऑरनर (1930) ने अपनी किताब: वूमन अन्डर प्रिमिटिव बुद्धिज्म में इसका उल्लेख किया है।

स्वतंत्रता के पश्चात् आधुनिक भारत में डॉ. भीमराव अम्बेडकर के नेतृत्व में अनुसूचित जातियों ने बौद्ध धर्म को इसलिये अपनाया था कि उन्हें समाज में समानता के साथ-साथ सम्मान भी प्राप्त होगा। किन्तु स्वतंत्रता के लगभग 70 वर्षों में भी राजनैतिक एवं संवैधानिक संरक्षण प्राप्त होने के पश्चात् भी अनुसूचित जाति की महिलाओं के विकास में सामाजिक गतिशीलता की गति मंद ही है।

जबकि बौद्ध धर्म में प्राचीन काल से ही महिलाओं व पुरुषों में समानता एवं पूर्ण स्वतंत्रता रही है अर्थात् बौद्ध धर्म में लिंग भेद नहीं रहा है। लेकिन भारतीय समाज में सामाजिक स्तरीकरण तथा राजनीति दलित आन्दोलन तथा सामाजिक संरचना में परिवर्तन से सम्बन्धित प्रश्नों पर पुनः विचार करने की आवश्यकता है। धर्मान्तरित बौद्ध अनुसूचित जाति "महार" द्वारा ही बौद्ध धर्म को बड़े पैमाने पर अपनाया गया था। बौद्ध धर्म अपनाने के बाद महार समाज में, सामाजिक चेतना, साक्षरता, स्वयं निर्णय लेने की क्षमता, जीवन स्तर एवं आत्म सम्मान में काफी वृद्धि हुई है।

निष्कर्षतः उपरोक्त के अध्ययन से स्पष्ट हो जाता है कि भारतीय अनुसूचित जातियों द्वारा बौद्ध धर्म स्वीकार करने एवं आरक्षण की सुविधाओं के पश्चात् उनकी सामाजिक आर्थिक राजनैतिक प्रतिष्ठा में वृद्धि हुई है और वे बौद्ध धर्म को अपनाकर गौरवान्वित महसूस करते हैं। अनुसूचित जाति की महिलाओं को बौद्ध धर्म में आत्मसम्मान मिला जिसका सकारात्मक प्रभाव उनके समग्र व्यक्तित्व पर परिलक्षित हो रहा है।

संदर्भ:

अम्बेडकर, भीमराव (1996)

:

संपूर्ण वांगमय, खंड 10, डॉ. अम्बेडकर

प्रतिष्ठान, कल्याण मंत्रालय भारत सरकार नई दिल्ली, पृ.

97,353

अम्बेडकर, भीमराव (2008)

:

धर्मान्तरण एवं दलित, सूरज प्रकाशन दिल्ली, पृ.

82

अहमद शकिल (2014)

:

राधाकमल मुखर्जी: चिन्तन पराम्परा वर्ष 16 अंक

2 जुलाई-दिसम्बर समाजविज्ञान संस्थान, बेरेलि उत्तर प्रदेश

अजीज एट ऑल (2012) : द इफेक्ट ऑफ अर्बनाईजे इन टू वर्ड्स सोसल एन्ड कल्चरल चेन्जेस एमंग मर्लेियन भोटलर ईन द फेडरल लैन्ड डेवलपमेंट स्कीम (FELDA), जौहर दारूल तकजिम, प्रोसिडिया सो गल एन्ड विहेवियरल साईन्स, वाल्युम 68, पृ.

910-920

आगलावें प्रदीप (2010) : "धम्मचकृ प्रवर्तन के बाद के परिवर्तन" सम्यक प्रकाशन नई दिल्ली पृ. 66,96  
आनन्द सुगन्धि एन्ड सेन विनोद (2015) :

शेड्युल्स कास्ट इन महाराष्ट्र: स्ट्रगल एण्ड हर्ल्डल्स इन देयर सोशियो इकोनोमिक डेवलपमेंट:जर्नल ऑफ इण्डियन रिसर्च: वाल्युम-3 नवम्बर-3; जुलाई-सितम्बर, पृ.

53-64

कराड़े एस.आर. (1993) : पालिटिकल एटीट्युड ऑफ न्यू बौद्धिष्ट इन वेस्टर्न महाराष्ट्रा, पोस्ट डॉक्टरेटोक रिसर्च फन्डेड बाई आई सी एस.एस.आर. नई दिल्ली  
कराड़े जगन (2008) : डेवलपमेंट ऑफ शेड्युल्स कास्ट एण्ड शेड्युल्स ट्राईब्स इन इंडिया: केम्ब्रिज स्कार्लस पब्लिशिंग पृ. क्रमांक

17

कापड़िया के एम. (1958) : मेरिज एण्ड फैमिली आक्सफोर्ड युनिवर्सिटी प्रेस पृ. 165

काम्बले विनोद (2016) : सोशल चेंज डिमोलिशिंग सेकुलर एटिट्युड एमंग इन्डियन यंग स्टर्स, द इन्टरनेशनल जनरल ऑफ इन्डियन साइकोलॉजी वाल्युम नं-3

इश्यू-2(7): जनवरी-मार्च पृ. 58-68

कीर धनंजय (2006) : डॉ. बाबासाहेब अम्बेडकर: जीवन चरित्र पॉप्युलर प्रकाशन नई दिल्ली, पृ. 440  
कुप्पूस्वामी, बी. (1979) :

सोशल चेंज इन इंडिया, विकास पब्लिकेशन, दिल्ली

कुमार मनोज (2013) : अनुसूचित जातियों में सामाजिक गतिशीलता, राधाकमल मुखर्जी: चिन्तन परम्परा, वर्ष 15 अंक 1 जनवरी-जून पृ.

143

कुमार विवेक (2007) : दलित समाज: पुरानी समस्यायें, नयी आकांक्षायें,

- सम्यक प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ. 11-13  
कृष्णा पी.एस. (2002) : अनटचेबिल्टी एण्ड एट्रोसिटी, क्वालिटी
- पब्लिशिंग कम्पनि भोपाल, पृ. 262  
कंवल भारती (1983) : डॉ. अम्बेडकर बौद्ध क्यों बनें ? नागपुर, पृ.  
75
- खरे भावना(2013) :  
दलित समाज व शिक्षा का ऐतिहासिक  
अध्ययन, राधाकमल मुखर्जी : चिन्तन परम्परा वर्ष 15, अंक 1 जनवरी-जून पृ.  
146
- गौरव स्मृति (2014) : ग्रामीण क्षेत्र में अनुसूचित जातिओं का  
सामाजिक आर्थिक स्थिति, राधा कमल मुखर्जी चिन्तन परम्परा, वर्ष 16 अंक 2 जुलाई-दिसम्बर पृ.  
154-157
- जनगणना रिपोर्ट (1961-1991) : भारतीय जनगणना
- टिल्डटूम्बड़े, ए (2007) : खॅरान्जलि एन्ड इट्ज आफ्टर मैथ्स;  
एक्सपोलोडिंग सममाईथज, इकॉनिमिक एन्ड पोलिटिकल विकली, 42 (12):  
1019-1023
- डेविस के (1960) : हमूयुन सोसाइटी, न्यूयॉर्क: इन्टरनेशनल  
पब्लिशर्स
- तिवारी पी.एस. (2010) : 'भारतीय सामाजिक समस्यायें' मोहित बुक्स  
इन्टरनेशनल नई दिल्ली पृ. 196
- तिवारी एण्ड (2009) : रिथिंकिंग द रोटेशन टर्म ऑफ रिजर्वेशन इन  
पंचायत, इकॉनामिक एण्ड पॉलिटिकल विकली 44 (5): पृ. 23 से  
25
- दुबे श्यामाचरण (1993) :  
मानव और संस्कृति राजकमल प्रकाशन पृ. 107
- देसाई सोनल दी एन्ड विना :  
कुलकर्णी (2008) चेन्जिंग एज्युकेशनल इन इक्वलिटीस इन  
इन्डिया इन द कन्टेस्ट ऑफ अफरमेटिव एक्शन 45 (2):  
245-270
- धावने सुनील और धावने रेखा :  
(2015)
- धीरसेकरा, ज्योतिआ(1991) :

- नंदासेना रत्नापाला(2000) :
- अनसूचित जाति उत्पीड़न:- कारण तथा प्रभाव, राधाकमल मुखर्जी चिन्तन: परमपरा, वर्ष 17 अंक  
2 जुलाई-दिसम्बर पृ. 93
- वीमेन एण्ड रीलिजियस ऑर्डर ऑफ द बुद्धा ”  
सम्भास, 277-301.  
वीमेन एण्ड सोसायटी फ्रॉम द बुद्धिष्ट, पाईंट ऑफ व्यू,  
(<http://www.budhism to day.com english/sociology/009-woman.htm>)  
नारायण मूर्ति ए.सत्य  
एन्ड राजू डॉ.एम वी एन (1991)142-163  
परेरा, पी.एन.(1992-93) :  
निर्गुनानन्द, ए. (1974)
- : सेक्सुअलिटी एण्ड वीमेन इन  
बुद्धिज्म-वार्ता,वेल्स- बुद्धिज्म एण्ड सेक्स (व्हील सीरीज)  
भारत में बौद्ध धर्म का विस्तार हास और पुनरोत्थान, निर्णायक भीम पृ.  
21-28
- पटवर्धन एस (1968) : सोशल मोबलिटी एण्ड कन्वर्जन ऑफ दी महार,  
सोशियोलॉजिकल बुलेटीन, 17(2) पृ. 187-202  
पूषण एम.एस. (2009) : आरक्षण और आस्मिता, बहुजन साहित्य संस्थान  
लखनऊ पृ. 21
- पंचरीक कन्हैयालाल (1966) : भारतीय दलित कोष, सरोजप्रजाद यूनिवर्सिटी  
पब्लिकेशन, नई दिल्ली पृ. 178  
पॉल डायना (1979) : वूमेन इन बुद्धिज्म: इमेजेस ऑफ द फेमिनिन  
इन महायान ट्रेडिसन; बर्कले यूनिवर्सिटी ऑफ कैलेफोरनिया प्रेस, पृ.  
245-304
- बोटमोरे टी.बी. (1962) : सोशियोलॉजि: ए गार्डर्ड प्रोब्लमस एण्ड  
लिटरेचर, जार्ज एलिन युनिवर्सिटी  
मजूमदार डी. एन (1958) : रेसेज एण्ड कल्चर्स आफ इण्डिया, एशिया  
पब्लिशिंग हाउस, बम्बई, पृ. 196
- मिश्रा शीला (1989) : महिलाओं की राजनैतिक क्रियाशीलता एवं  
विविध राजनैतिक हल, ज्वाइंट वीमेन्स प्रोग्राम: उत्पल पब्लिशिंग हाउस नई दिल्ली, पृ.  
170
- मिश्रा नारायण (1994) : एक्ससपलाईटेशन एण्ड एट्रो-सिटीज ऑन द  
दलित इन इंडिया: क्रोनिकल पब्लिकेशन नई दिल्ली पृ.

34

- मून बसंत (1991) : डॉ. अम्बेडकर कृति अनुवादित प्रशांत पाण्डे ,  
वसंत कुंज नई दिल्ली
- यादव जयप्रकाश (2013) : "धर्म: एक धोखा" विश्व विजय प्रा.लि. नई  
दिल्ली पृ. 20
- राठौर, जगदीश सिंह(1994) :  
"दलित युवाओं के परिवर्तित दृष्टिकोण" सुमन  
प्रकाशन दिल्ली, पृ. 32
- राव नागेश्वर एवं :  
शर्मा गोपाल कृष्ण (2008) डॉ. अम्बेडकर चिन्तन एवं पुर्नजागरण की  
आवश्यकता, डा. अम्बेडकर पीठ विक्रम विश्वविद्यालय, उज्जैन पृ.  
102
- लेन्सीलोबों (1994) : आई.सी एस.एस. आर रिसर्च एब्स्ट्रेक्ट क्वार्टरलि  
वाल्थूम 23 नम्बर 1 और 2
- वर्गस, लाल एण्ड थॉमस,(1971) : दि फैमिली थान नास्डान्ड रेनहोल्ड कंपनी  
न्यूर्याक चतुर्थ संस्करण पृ. 8
- वाल्टर्स जोनाथन (1994) : ए वाइस फ्राम द साइलेंस: द बुध्दाज मदर्स  
स्टोरी, हिस्ट्री ऑफ रेलिजन्स, 33/8, पृ.  
358-379
- वानखेड़े, जी (2001) : एज्यूकेशनल एन इक्वलिटीस अमंग शेडूल्ड  
कास्ट इन महाराष्ट्रा इकॉनॉमिक एण्ड पॉलिटिकल विकली, (36-18): 1553 से 1568
- गुनाशिकारा विक्टर (2017) : [http://www.VGWEB.ORG/MANUSSA,  
Buddha.Women.htm](http://www.VGWEB.ORG/MANUSSA,Buddha.Women.htm) 2. सम्भासा 277 से  
301
- श्यामकुंवर एम.आर. (1985) : नागपूर शहर की नवबुद्ध अनुसूचित जाति का  
सामाजिक आर्थिक अध्ययन पृ. 1-151
- सिंह रामसागर (1983) : कास्ट कांशसनेस, आईडेन्टिटी एण्ड प्रोटेस्ट: ए  
सोशियोलॉजिकल एनालीसिस ऑफ नियोबुद्धिष्ट मूवमेन्ट इन इण्डिया, जर्नल ऑफ  
सोशियोलॉजिकल स्टडी, जिल्द 5, जनवरी, पृ.  
167
- सिंह गोपाल राम (1993) :
- "डॉ. अम्बेडकर: समाज वैज्ञानिक" मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल
- सिंग, के (1995) : द शेड्युल्ड कास्ट, वॉल्युम पिपुल ऑफ इंडिया:  
नेशनल सिरिज वॉल्युम 2, नई दिल्ली

- सुनील धावने और रेखा धावने :  
(2015)  
ळॉरनर, आई.बी.,(1930) : अनुसूचित जाति उत्पीडन: कारण तथा  
प्रभाव;राजकमल मूखर्जि चिन्तन: परंपरा, वर्ष 17 अंक 2,  
जुलाई-दिसंबर, पृ. 93  
वीमेन अन्डर प्रीमिटिव बुद्धिज्म, लंदन  
हेल्स ऐ. एच. हिथ ए, रिज : ओरिजिन एण्ड डेस्टिनेशन अक्सफोर्ड: क्लेरेन्डन  
जे एम, (1980) प्रेस  
हैगड़े वी.डी. (2002) : डॉ. बाबा साहेव अम्बेडकर के आर्थिक विचार,  
नई दिल्ली पृ. 123-124  
हौसर आर.एम. , फिदरमेन : इक्वलिटी ऑफ स्कूलिंग: ट्रेन्ड एण्ड पर्सपेक्टिव;  
डी.एल. (1976)  
सोशियोलोजि ऑफ एज्युकेशन: 49:  
99-120  
त्रिपाठी चंद्रवली (1981) : भारतीय समाज में नारी आदर्शों का विकास,  
दुर्गावती प्रकाशन गोरखपुर, पृ. 84  
श्रीवास्तव वी.एन.(2003) : पोट्रेक्टिव डिस्क्रीमिनेशन इन द कांस्टीट्यूशन  
ऑफ द इंडिया, रावत पब्लिकेशन नई दिल्ली, पृ.  
168

## ROLE AND EFFECT OF MICEO FINANCE SYSTEM IN INDIA

**RAJNEESH TIWARI**

Assistant Professor Commerce  
Career College Bhopal

### Introduction

Microfinance is the provision of loans and other financial services to the poor. The microfinance has evolved due to the efforts of committed individuals and financial agencies to promote self-employment and contribute to poverty alleviation and provision of social security. India has been able to develop its own model of microfinance organizations in the form of savings and credit groups known as the Self Help Group (SHGs), which are bank-linked. These SHGs are mainly formed and managed by women and this has become an instrument, which has led to women's empowerment and social change. Most of the microfinance institutions in India attempt to go beyond savings and credit groups to provide microfinance services in the form of savings and insurance. Microfinance provides financial services to those whose income is small and unstable. These people are in need of credit facilities for several reasons (i) their needs are small and arise suddenly (2) the institutional providers of finance namely the banks demand collateral security which they cannot provide (3) most of the time, they are in needs of funds to meet their consumption demands, for example, to meet expenses related to education, illness, funerals, weddings for which it is difficult to obtain institution finance (4) for purpose of investment in income generating activities.1 Concept of Self Help Group (SHGs) is the most exciting discovery in the context of microfinance.

### Methodology

The Indian microfinance scene is dominated by SHGs and their linkage with Banks. Owing to the importance of microfinance and self help groups in the eradication of poverty and in the empowerment of women. 3.1 The Concept of Microfinance Microfinance is a concept that is helping the poor to avail of an create opportunities for economic growth. In India, microfinance has fulfilled the efforts of rural development, women empowerment and wealth generation by providing small scale savings, credit, insurance and other financial services to poor and low income households. Microfinance thus serves as a means to empower the poor and provides a valuable tool to help the economic development process. The concept of microfinancing and self-employment activities in rural areas has developed considerably over the last two decades. It is working neither on domain/charity nor on subsidy. It is basically rotational investment done to motivate the poor to empower themselves and practice the dictum 'Save for the future and use those resource during the time of need.' Theoretically, microfinance also known as microcredit or microlending means making provision for smaller working capital loans to the selfemployed or self-employment seeking poor.

Microcredit has defined as the extension of small loans to be given in multiple doses based on the absorption capacity of the needy beneficiaries, who are too poor to qualify for formal bank loans, as they have no assets to offer as collateral security against loans.<sup>2</sup> 'Microcredit' may be defined as the credit and repeated credit provided in small measures to suit the recipient's requirements, with a comfortable pace of repayment and at an appropriate rate of interest.<sup>3</sup> Microcredit has been defined by the microcredit summit held in Washington D.C. in February 1997 as "programmes that provide credit for self employment, other financial and business services to very poor persons." Microfinance can be interpreted in a broader context both as microcredit and microsavings, even though microcredit and microfinance have come to used interchangeably. However, when the term 'microfinance' is used it implies some other services accompanying credit viz. facilities for saving and availability of services for insurance of the assets acquired with microcredit. Microfinance has come to be referred to as a small scale financial services and technical assistance provided to rural people who operate small or micro-enterprises, provide services, work for wages or commission and other individuals and group working at local levels. **THEME AND THE STATEMENT OF THE PROBLEM** Rural finance is a matter of great concern in an

### **The Population Depends Upon Agriculture**

Agrarian economy like India where 70 percent of the population depends upon agriculture for their livelihood. Moreover, 40 percent of our GDP is contributed by rural sector. Economic development of our country can be achieved only with the upliftment of the village folk consisting of poor households, artisans, agricultural labour, farmers etc. Finance being the life line of every commercial venture, availability of adequate funds at reasonable terms is a must to ensure speedy economic development in the rural areas. The Commercial banks, Cooperative Banks and Regional Rural Banks play a significant role in financing different segments of rural sector. But these rural credit institutions find themselves in a moribund state today.

### **This is largely attributed to financial sector reforms introduced -**

In 1990's as a part of liberalization and globalization of Indian economy. In recent past, the concept of micro finance is understood as providing poor families with very small loans to help them engage in productive activities or grow their tiny business. (Source - F.A.J. Bouman's book - Small, short and unsecured - 1990. Now microfinance has come to include a broader range of services such as microcredit, savings and micro-insurance etc. The focus of microfinance has not been only on providing small credit, but to integrate it with other developmental activities. Today, microfinance is very much in the agenda of public policy and it has been increasingly used as a vehicle for reaching the otherwise unreachable poor in the country. <sup>2</sup> Microfinance is not just a tool for poverty eradication but also for individual development, growth in entrepreneurial activities in the economically backward areas. Over the last few years the microfinance services have been changing people's lives and revitalizing communities. The microfinance is a vehicle to reach SC/ST/OBC.

The horizon is seen and can be touched upon to bring the neglected and oppressed poor rural

people into the lit zones. The micro finance service in India is amongst the largest in the world with 75 million poor households potentially requiring financial services. Estimate of household credit demand varies from a minimum of Rs. 2000 to Rs. 6000 in rural areas and Rs. 9000 in urban settings, given that 80 percent of poor household are located in rural areas. Total credit demand ranges between Rs. 225 billion and Rs. 500 billion. Supply of microfinance services however fall significantly short of demand.

### **Microfinance in India;**

**Scopes and Limitations** The literaturesurveyed inthe previouschapterclearlybring an idea about the problems and prospects of microfinance, its impact on society, the growth and developmentof interest free financial institutions and its scope. Interest free financial institutions including banks and microfinance institutions are developed to fill up the gap created by conventional financial institutions.

The present chapter is deal with structure, working and regulatory measures of microfinance sector in the country. Last part of this chapter discusses the crisis of Indian microfinance sector and giving a brief picture about interest free microfinance institutions in the country. 3.1Definition of Microfinance Institutions TheproposedMicrofinance Services Regulation Bill of India<sup>1</sup> defines microfinance services as “providing financial assistance to an individual or an eligible client, either directly or through a group mechanism for: i.an amount, not exceeding rupees fifty thousand in aggregate per individual, for small and tiny enterprise, agriculture, allied activities (including for consumption purposes of such individual) or ii.an amount not exceeding rupees one lakh fifty thousand in aggregate per individual for housing purposes, or iii.Such other amounts, for any of the purposes mentioned at items (i) and (ii) above or other purposes, as may be prescribed.” Thebillfurther definesMicro Finance Institutionsas “an organization or association of individuals including the following if it is established for the purpose of carryingon the business of extending microfinance services: i.a society registered under the Societies Registration Act, 1860, 100 ii.a trust created under the Indian Trust Act,1880 or public trust registered under any State enactment governing trust or public, religiousor charitable purposes, iii.a cooperative society / mutual benefit society / mutually aided society registered under any State enactment relating to such societies or any multistate cooperative society registered under the Multi State Cooperative Societies Act, 2002 but not including : A cooperative bank as defined in clause (cci) of section 5 of the Banking Regulation Act, 1949 or a cooperative society engaged in agricultural operations or industrial activity or purchase or sale of any goods and services.” Microfinance institutions have witnessed enormous growth during the last couple of decades.The Consultive Group to Assist Poor (CGAP)<sup>2</sup> under UN has give eleven key principles of microfinance. These are as follows:

**Micro finance** initially had limited definition - provision of micro loan to the poor entrepreneurs and small businesses lacking access to **banking** and related services. The two main mechanisms for the delivery of financial services to such clients were: (1) relationship-based banking for individual entrepreneurs and small businesses; and (2) group-based models, where

several entrepreneurs come together to apply for loans and other services as a group.

Over time, Microfinance has emerged as a larger **movement** whose object is "a world in which as everyone, especially the poor and socially marginalized people and households have access to wide range of affordable, high quality financial products and services, including not just credit but also **savings, insurance, [(payment services)], and fund transfers.**"<sup>[1]</sup> Many of those who promote microfinance generally believe that such access will help poor people out of **poverty**, including participants in the **Microcredit Summit Campaign**. For many, microfinance is a way to promote economic development, employment and growth through the support of micro-entrepreneurs and small businesses; for others it is a way for poor to manage their finances more effectively and take advantage of economic opportunities while managing the risks. The terms have evolved - from micro-credit to micro-finance, and now 'financial inclusion'.

Microfinance is a broad category of services, which includes **microcredit**. Microcredit is only about provision of credit services to poor clients; only one of the aspects of [(microfinance)], and the two are often confused. Critics often point to some of the ills of micro-credit that can create indebtedness. Due to diverse contexts in which microfinance operates, and the broad range of microfinance services, it is neither possible nor wise to have a generalized view of impacts Microfinance may create. Many studies have tried to assess its impacts.<sup>[2]</sup> Proponents often claim that microfinance lifts people out of poverty, but the evidence is mixed. What it does do, however, is to enhance **financial inclusion**.

## Microfinance and poverty

Financial needs and financial services.

In developing economies and particularly in rural areas, many activities that would be classified in the developed world as financial are not **monetized**: that is, **money** is not used to carry them out. This is often the case when people need the services money can provide but do not have dispensable funds required for those services, forcing them to revert to other means of acquiring them. In their book *The Poor and Their Money*, Stuart Rutherford and Sukhwinder Arora cite several types of needs:

- **Lifecycle Needs**: such as weddings, funerals, childbirth, education, home building, widowhood and old age.
- **Personal Emergencies**: such as sickness, injury, unemployment, theft, harassment or death.
- **Disasters**: such as fires, floods, cyclones and man-made events like war or bulldozing of dwellings.
- **Investment Opportunities**: expanding a business, buying land or equipment, improving housing, securing a job, etc.<sup>[3]</sup>

People find creative and often collaborative ways to meet these needs, primarily through creating and exchanging different forms of non-cash value. Common substitutes for cash vary from country to country but typically include livestock, grains, jewelry and precious metals. As Marguerite Robinson describes in *The Micro finance Revolution*, the 1980s demonstrated that "micro finance could provide large-scale outreach profitably," and in the 1990s, "micro finance began to develop as an industry" (2001, p. 54). In the 2000s, the micro finance industry's objective is to satisfy the unmet **demand** on a much larger scale, and to play a role in reducing poverty. While much progress has been made in developing a viable, commercial micro finance sector in the last few decades, several issues remain that need to be addressed before the industry will be able to satisfy massive worldwide demand. The obstacles or

challenges to building a sound commercial micro finance industry include:

- Inappropriate donor
- Poor regulation and supervision of deposit-taking micro finance institutions (MFIs)
- Few MFIs that meet the needs for savings, remittances or insurance
- Limited management capacity in MFIs
- Institutional inefficiencies
- Need for more dissemination and adoption of rural, agricultural micro finance methodologies

Microfinance is the proper tool to reduce income inequality, allowing citizens from lower socio-economical classes to participate in the economy. Moreover, its involvement has shown to lead to a downward trend in income inequality (Hermes, 2014).<sup>[4]</sup>

## Examples

The microfinance project of "saving up" is exemplified in the slums of the south-eastern city of Vijayawada, India. This microfinance project functions as an unofficial banking system where Jyothi, a "deposit collector", collects money from slum dwellers, mostly women, in order for them to accumulate savings. Jyothi does her rounds throughout the city, collecting Rs5 a day from people in the slums for 220 days, however not always 220 days in a row since these women do not always have the funds available to put them into savings. They ultimately end up with Rs1000 at the end of the process. However, there are some issues with this microfinance saving program. One of the issues is that while saving, clients are actually losing part of their savings. Jyothi takes interest from each client about 20 out of every 220 payments, or Rs100 out of 1,100 or 8%. When these slum dwellers find someone they trust, they are willing to pay up to 30% to someone to safely collect and keep their savings. There is also the risk of entrusting their savings to unlicensed, informal, peripatetic collectors. However, the slum dwellers are willing to accept this risk because they are unable to save at home, and unable to use the remote and unfriendly banks in their country. This microfinance project also has many benefits, such as empowering women and giving parents the ability to save money for their children's education. This specific microfinance project is a great example of the benefits and limitations of the "saving up" project (Rutherford, 2009).

The microfinance project of "saving through" is shown in Nairobi, Kenya which includes a Rotating Savings and Credit Associations or ROSCAs initiative. This is a small scale example, however Rutherford (2009) describes a woman he met in Nairobi and studied her ROSCA. Everyday 15 women would save 100 shillings so there would be a lump sum of 1,500 shillings and everyday 1 of the 15 women would receive that lump sum. This would continue for 15 days and another woman within this group would receive the lump sum. At the end of the 15 days a new cycle would start. This ROSCA initiative is different from the "saving up" example above because there are no interest rates affiliated with the ROSCA, additionally everyone receives back what they put forth. This initiative requires trust and social capital networks in order to work, so often these ROSCAs include people who know each other and have reciprocity. The ROSCA allows for marginalized groups to receive a lump sum at one time in order to pay or save for specific needs they have.

## Reference-

- Adams, Dale W.; Graham, Douglas H.; Von Pischke, J. D. (1984). *Undermining rural development with cheap credit*. Boulder, Colorado and London: Westview Press. ISBN 9780865317680.
- Armendáriz, Beatriz; Morduch, Jonathan (2010) [2005]. *The economics of microfinance* (2nd ed.). Cambridge, Massachusetts: MIT Press. ISBN 9780262513982.
- Bateman, Milford (2010). *Why doesn't microfinance work? The destructive rise of local*

*neoliberalism. London: Zed Books. ISBN 9781848133327.*

- *Branch, Brian; Klaehn, Janette (2002). Striking the balance in microfinance: a practical guide to mobilizing savings. Washington, DC: Published by Pact Publications for World Council of Credit Unions. ISBN 9781888753264.*
- *De Mariz, Frederic; Reille, Xavier; Rozas, Daniel (July 2011). Discovering Limits. Global Microfinance Valuation Survey 2011, Washington DC: Consultative Group to Assist the Poor (CGAP) World Bank.*
- *Dichter, Thomas; Harper, Malcolm (2007). What's wrong with microfinance. Rugby, Warwickshire, UK: Practical Action Publishing. ISBN 9781853396670.*
- *Dowla, Asif; Barua, Dipal (2006). The poor always pay back: the Grameen II story. Bloomfield, Connecticut: Kumarian Press Inc. ISBN 9781565492318.*
- *Floro, Sagrario; Yotopoulos, Pan A. (1991). Informal credit markets and the new institutional economics: the case of Philippine agriculture. Boulder, Colorado: Westview Press. ISBN 9780813381367.*
- *Gibbons, David S. (1994) [1992]. The Grameen reader. Dhaka, Bangladesh: Grameen Bank. OCLC 223123405.*
- *Hirschland, Madeline (2005). Savings services for the poor: an operational guide. Bloomfield, Connecticut: Kumarian Press Inc. ISBN 9781565492097.*
- *Microfinance in India: A critique by Rajarshi Ghosh*  
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN024232>.
- [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/5387/10/10\\_chapter3.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/5387/10/10_chapter3.pdf)

## Technology and Social Change In Rural Areas

### Jyoti Kulshreshth

Assistant professor  
Dept of Humanities  
Anand Engineering College(SGI)  
Agra (U.P.)

Values, the principles we live by, are equally complicated. They arise from many different sources: one's parents, cultural context, experiences, and contemplation of what constitutes meaning and the good life. Professions such as **engineering, law, the military, and medicine** all have formal and codified statements of ethics and values. In general, values systems tend to have two fundamental bases: absolute rules, such as the Ten Commandments of Christianity, or the goal of enhancing individual and social welfare, such as utilitarianism. In practice, most people mix and match their frameworks, adapting the broad generalizations of their ethical systems to the circumstances and issues of a particular decision.

Both choices and values rely on incomplete, but adequate, information. With inadequate information, choice may exist, but it is meaningless, because you don't know enough about what you are choosing to make a rational differentiation among options, and because the results of the choice are unknowable anyway. Without information, values become exercises in meaningless ritual. The Sixth Commandment is, after all, thou shalt not kill, but people do so all the time. Sometimes it is in a military operation, a form of killing that, done within the constraints of international law and norms, is generally considered lawful and ethical; sometimes it is the state responding to a criminal act with capital punishment; sometimes it is considered not justified and thus murder. It is the context the information surrounding the situation in which the killing occurs that determines whether or not the absolute rule applies. And utilitarianism obviously requires some information about the predictable outcomes of the decision, because otherwise how do you know that on balance you've improved the situation?

We are used to a rate of change that, even if it does make choices and values somewhat contingent, at least allows for reasonable stability. Today, however, rapid and accelerating technological change, especially in the foundational technological systems known as the Five Horsemen nanotechnology, biotechnology, information and communication technology, robotics, and applied cognitive science has overthrown that stability. The cycle time of technology innovations and the rapidity with which they ripple through society have become far faster than the institutions and mechanisms that we've traditionally relied on to inform and enforce our choices and values.

Every aspect of incorporating moral and societal values into technology design, reflects the fact that the latter has moved on from strict functionality to become sensitive to moral and social values such as sustainability and accountability. Aimed at a broad readership that includes ethicists, policy makers and designers themselves, it proffers a detailed survey of how technological, and institutional, design must now reflect awareness of ethical factors such as sustainability, human

well-being, privacy, democracy and justice, inclusivity, trust, accountability, and responsibility (both social and environmental).

### Process of Change.

There are different factors and forces which directly or indirectly, either in isolation or in group, facilitate the speed and process of change. Technology is one of those. No society is technology free. Technology leads to social change. Social change is an ever present factor in human civilisation. It reflects the impact of alien culture. An anthropologist uses two terms to name such impacts: diffusion and acculturation. The tendency for change is fundamental in society and as a consequence a relative tension is noticeable in all societies. Two different kind of forces are inherent in every society. One that promotes changes and other which strive to maintain the status quo. The former may be represented through stimulations or factors promoting change and latter through change inhibiting factors or barriers.

The contemporary world is changing more rapidly than in the past, particularly if we define contemporary period as twenty first century. This strongly suggest that the face of change is accelerating. And the rate of change in the villages of India is also accelerating.

### Methodology

Case study method is used in the investigation. The selection of cases has been made primarily on the basis of modernising forces operating in two villages, one developed village named Barkheda pathani othe one is an underdeveloped village named Bagh Mughalia.

Indicators of development have been decided on the bases of technology used. Village which is using more technology is called developed village and which is using less technology is called underdeveloped village. Table given below shows the status of technology in both of the villages.

Sr. No.	Name of Instrument Used	Developed Village	Underdeveloped Village
1.	Tractor	20	10
2.	Thresher	20	5
3.	Tubewell	20	1
4.	Cultivator	20	10
5.	Seed Machine	4	1
6.	Jeep	5	1
7.	Car	1	-
8.	Scooter	20	5
9.	Cooler	15	5
10.	Radio	35	25
11.	Bicycle	40	40
12.	Television	30	10

### **Universe of The Study**

The Village Barkhera Pathani is studied near Bhopal, the capital of Madhya Pradesh, at a distance of one kilometre(approx) from BHEL area. This is multicast village, backward classes are in majority but they are not dominant. It has one government middle school, one private higher secondary school and one government hospital, two private practitioners also provide medical facility to the villagers. They are using modern equipments for their entertainment television, radio, cinema etc.

26% houses are traditionally structured (kachcha) while others are either are either structured in modern way(pukka) or mixed.

The village Bagh Mughalia is ten kilometre far from the village Barkhera Pathani. Though the village has multi caste population Rajpoots (parmar) are in majority and they are dominant. There is only one primary school in the village. It does not have damurised roads. 70% houses are traditionally structured (Kuchcha) in this village.

### **Sampling**

By adopting census method a list of households was prepared in both villages. There was three hundred households in Barkhera Pathani and one hundred in Bagh Mughalia. Irrespective of unequal number of households in the villages, purposive sample of 50 each were chosen. This means 50% households from Barkhera Pathani and 17% from Bagh Mughalia. Precaution was taken to select only those households who possess one or another kind of technology.

The data was gathered by using interview schedule. The collected data was coded and tabulated for the purpose of analysis.

### **Technology and Value Change:**

#### **Nuclear Family and Child Marriage**

The family is basic social institution. The joint family system has been the main character of Indian society in general and rural social structure in particular. In the village social family has control over individual. During recent years, as a result of advancement of science and technology and its consequent impact on social structure the joint family is on the way of its disintegration. Sixty percent (60%) of respondents from developed village preferred nuclear family but in underdeveloped village it is only 20%. Along with other social values, the value related to marriage was also subject to change due to introduction of new technological devices. Majority in villages know about age limit for marriage fixed by the government. In developed village 60% respondents oppose child marriage whereas in underdeveloped village 40% respondents oppose it. Extra marital relations are increasing in developed villages due to outgoing tendency of rural males.

#### **Importance of Male Child**

The significance of birth of male child is well known phenomena in Indian society. As Pratima Kumari (1998) stated 'India is a patriarchal society where birth of male child is preferred'.

Daughter is regarded as a source of misery and son is the saviour of family. Parents prefer a son because he would always with them ,supporter of their oldage,continue the family line, offer oblation to ancestors for their spiritual benefit and add lustre and glory to the good name of family's noble brilliant achievements. Dealing with the importance of birth of male child in Indian society Segel(1965) says that from the first day girl child receive distinction of sex. The son is more important than daughter because the son is who rescue the man from the hell. But in the present study, in developed village, people started accepted female child happily . Because of television they are now able to watch the overall performance of girls and otherwise aspects of boys. In the developed village 60% of respondents said that they would prefer birth of male child while in underdeveloped village 80% respondents preferred the same. Whereas 40% and 20% respondents from developed and underdeveloped village responded that they would not mind whether the newborn is girl or boy, but not a single person from both the villages responded that they would prefer birth of female child.

**Table 2. Response to some values**

Sr.No.	Statements	Developed Village	Underdeveloped Village
1.	Nuclear family is good	60%	20%
2.	Preference of male child	60%	80%
3.	Child marriage is fair	40%	60%
4.	Interastes marriage is fair	60%	20%
5.	Girls share property	80%	100%
6.	Widow Remarriage	60%	40%
7.	Percentage of divorced women	40%	10%

### Inter- caste Marriages

Caste bonds are also breaking due to technological modernisation. One of the feature of the caste system is that it has always promote marriage within the same caste. Although the incidents of intercaste marriage is also found in ancient India , but those were very few. The general trend in India is marriage with parents cosent. Krishnamoorthy(1970) found that 82% of student persuing higher education in Andhra university wanted their own involvement with prents in the process of mate

selection.

Mehta's study (1970) of western education Hindu women indicated similar findings. But in rural setup situation is quite different. In the present context, caste bonds are losing importance due to technology. In the village a person of higher caste cannot harvest the land of lower caste person, if he is the owner of harvester. Due to television people are more aware about social problem. So they started thinking of positive aspect of inter-caste marriage. But it is not so easy to accept the spouse of other caste as family member. Only 4% respondents from developed village did inter-caste marriage, but on the inter-caste marriage should be there 60% respondents from developed villages responded in affirmative. Table 2 shows the facts related to the study.

#### **Girl is other's Property**

According to the traditional value girls were treated as the property of others. In the present study, in the developed village 80% respondents consider their daughters as other's property while in underdeveloped village 100% assumes them to be other's property.

#### **Widow Remarriage**

Values related to widow remarriage were very strong in traditional Indian society. Widows are not supposed to participate in different religious and socio-cultural activities. Widows are strongly directed to lead a particular type of life. Referring to Manu's teaching Ramabai (1984) says that until death she should bear hardship, be self controlled and chaste and strive to fulfil that most excellent duty which is prescribed for wives who have one husband only. In reward of such conduct, a female who control her thought, speech and action gains in this life highest renown and in the next world a place near her husband. The status of widows even today is socially, culturally, economically, pitiable, but still improvement also exist in the position of widows. Should widow remarriage should be there? In response to this question 60% and 40% responded in affirmative. So we can say that developed village people are more modern than underdeveloped village.

#### **Divorce and Remarriage**

Divorce was unknown to high caste Hindus. Marriage bond was indissoluble not only for this life but for lives to come. The older generation usually accepted the life pattern believing it to be pre-oriented by the destiny, and tried to make best of it. Rama Mehta (1970) observed that whereas divorced women were not looked upon with any strong prejudice by the caste community, second marriage was considered a high risk proposition due to many factors. But now in modern times, in order to benefit from contractual marriage certain conditions have to exist in society. Now the women have to be ready to reap the benefits of enacted legislations. But in the Villages of India, people are still traditional. Divorce rate is nil in both the villages, but there is chance in opinion in this aspect. In the present study 40% respondents in the developed village and 10% respondents from underdeveloped village are in favour of remarriage of divorced women. These people are from younger and more educated group.

#### **Conclusion**

On the basis of the above discussion we can say that villages are in a phase of transition. While many factors are responsible for this, technology plays an important role in this.

Value changes among rural people exist due to varied technological developments, because technology affects every aspect of life, material as well as non-material.

The Study reveals that the introduction of technological innovations in agriculture and maximum use of inputs for production resultant rise in agriculture output and subsequently higher income of farmers affects their level of living and aspirations. The rapid technological development and their adoption by farmers tend to revolutionised their economic and social life. Because of the great importance of social institutions, the influence of technology on rural social institutions is of great significance in rural social change. However the extent of change is different in the villages.

### References

Aslam , Mohammad.1981. Social Implications of Technological Changes in Rural Kashmir. New Delhi:Inter Publications.

Chaudhary,S.N. 1991. Role of Bio-gas Technology in the Development of Rural Women. Delhi:Amar Prakashan.

Krishnamurthy,N.S.R. 1970. The Emerging Young Women in India. Journal of Family Welfare.Vol.XII.

Mehta, Rama.1970. The Western Educated Hindu Women. Bombay: Asia Publishing House.

Pratima Kumari. 1988.Changing Values Among Young Women. New Delhi: Amar Prakashan.

Ramabai, P.S. 1984The High Caste Hindu Women. Inter Publication.

Segel, R. 1965. Crisis of India. Harmonds Worth, Penguins Books Ltd.

Weber, M. The Theory of Economic And Social Organisation, T. Parson(ed) GlencoeIII, Free Press.

## The Reinvention of Love in D. H. Lawrence's Women in Love

**Shafiq Ahmed**  
**Research Scholar English**  
**Barkatullah University Bhopal**

### **Abstract**

Women in Love is interpreted as a novel of relationships between man and woman, man and nature, and mind and body. D. H. Lawrence's point of view on these relationships finds its best expression through the perspective of psychology and symbolism. It also suggests regenerating natural and inexorable relationships between man and woman, and man and nature to explore the mystery of life.

**Keywords:** Man and woman, Psychology, Symbolism, Characters  
British literary critic F. R. Leavis in his great literary work D. H. Lawrence: Novelist tells that The Rainbow and Women in Love can prove D. H. Lawrence is one of the greatest literary artists, and Lawrence is a modern novelist and uses a lot of modern writing techniques to mode the characters. Women in Love is especially a book which "has artistic form more contrary to nature and meaningful structure". The characters in the novel are extraordinary in their personalities which are closely related to the bible and have symbolic meanings.

Women in Love is one of Lawrence's masterpieces and also one of the important novels in the 20th century. Nevertheless, this novel is difficult to thoroughly comprehend and analyze Lawrence's art in novel writing. Another aspect is that different readers interpret it in different perspectives. Many readers try to understand it from a modernistic point of view and attach much importance to the writing styles and through which to reflect the characters and to exhibit one of the themes of the novel the reinvention of love of the characters.

In Women in Love, Lawrence uses a different technique which is contrary to

the traditional to arrange the structure of the novel so as to achieve his goal. It is true that the narrative structure of *Women in Love* is complicated. On the one hand, it has lucid narration technique to draw the outline of its theme; on the other hand, it has the psychological description which is unique and has profound symbolism. Perhaps it is the complex structure and unique creative writing style that aroused the interests of the critics as well as readers to study and further explore the unparalleled literary charm of D. H. Lawrence.

*Women in Love* is the novel of ideas. The structure and development of its characters are directly linked with the theme of the novel, and vividly expresses Lawrence's thinking about the development of modern man's civilization and his theory about the relationship between male and female. The novel abandons the traditional plot and linear narrative technique in novel writing, and chooses special scenes and stories which have profound significance. Within these seemingly fragmentary scenes and stories, there are internal links that draw the fate of characters together.

In *Women in Love* Lawrence adopts a kind of symmetry in dealing with the two pairs of characters who are in love and this becomes the basic thread to link the whole story together, also this is one of the major themes of the novel. Brangwen sisters: Ursula and Gudrun fall in love with Birkin and Gerald respectively at the beginning. Gerald ended his temporal sensual relationship with model Minette, and was captivated by the cold sculptor Gudrun, their relationship represents "death-". (Leavis, p114) Birkin parted with Hermione and established the polarized male and female relationship finally with Ursula, and their relationship represents "live-". (Leavis, p114) The relationships between the two pairs of lovers develop towards the opposite sides. In a perfect symmetry the narrative devices form an antithesis which reflects the main theme of the novel. Later Birkin and Ursula experienced the hardship and struggle both in idea and feeling, and at last achieved harmonious love. While another pair Gerald and Gudrun seem in harmony with each other but actually at variance, especially in their idea and thinking, finally ended with Gerald's death in the snow.

Lawrence is no doubt an outstanding psychological novelist, who is influenced by Sigmund Freud's psychoanalytical theory. In *Women in Love*, readers can find Lawrence widely uses psychological description to portray and analyze the characters, and that is conducive to reveal the theme the mixed feeling of love and hate of the four characters. The "psychological pattern" (Leavis, p135) created by Lawrence is used to describe the characters and to promote the development of their relationships.

Lawrence's exploration on the psychological development of his characters is clearly seen in *Women in Love*. The psychology of the characters is the basic element in the novel, the subconscious mixed feeling of love and hate is like a driving force to promote the development of the novel and establish the relationship, while, in a sense, the novel becomes a kind of "psychodrama" Although influenced by Freud, Lawrence thought he shared little or nothing with Freud. His technique in expressing the psychology of the characters surpasses his contemporary writers and the traditional concept. Lawrence says:

You mustn't look in my novel for the old stable ego of the character There is another ego, according to whose action the individual is unrecognizable and passes through, as it were, allotropic states which it needs a deeper sense than any we've been used to exercise, to discover...like as diamond and coal are the same pure single elements of carbon. The ordinary novel would trace the history of the diamond... but I sat' "diamond, what! This is carbon. "And, any diamond might be coal or soot, and my theme is carbon. (Kirkpatrick, p708).

It is from the surface to interior and the direct portrait of the characters' psychology that Lawrence creates a peculiar psychological rhythm in his novels, so one cannot find the traditional characters and plots in *Women in Love*. In order to understand the unique structure of *Women in Love* one should penetrate into the very details of the psychological rhythm.

The theme of "life and death" determines the general psychological rhythm of the characters in *Women in Love*. Gerald is likened to the white moon, to the Alps, and to the Arctic snow wildness. The things that accompany him are always chilly, cold,

hopeless and desperate. Gudrun is a person to control, to possess, and to exercise her own willpower. She has the negative destructive mental self-consciousness in the depth of her soul. Practically speaking, Gudrun belongs to the same group with Gerald, and their relationship represents death. While contrast to Gerald, Birkin symbolizes the natural, spontaneous life, the man alive and lived wholly as a man of integrity, the invincible life force that tries to overflow and stimulate him. While his lover Ursula is sensitive and protective, believes in true love and resents Birkin's lectures on the subject and his hope for some thing beyond. She is milder, calmer and more delicate than her sister. Together with Birkin they are in Lawrence's sense "man alive and woman alive". Besides this, all the other characters contribute to the theme and interact with the main characters to reflect the psychological movement of the main characters.

The complex interleaving and transposition compose the framework of the characters' psychology in *Women in Love*. We can perceive many detailed and particular psychological description in the novel. In chapter 8 Breadalby, Hermione and Birkin are walking toward the end of their relations, and Lawrence uses exquisite style of writing to manifest the tense relationship and psychological struggle between Hermione and Birkin. There are neither any inner soliloquies and quarrel nor any explicit expression of their action, but only their intuition, impulse and instinct. Hermione from time to time immerses into the depth of consciousness, and scrabbles at the edge of her mentality. Since Birkin is not willing to accept shelter Hennione provides for him, so subconsciously she bears a kind of hatred towards Birkin. Lawrence puts great emphasis on the psychological confrontation between Hermione and Birkin in their conflict. The whole chapter is based on the psychological rhythm, and is much like a psychodrama which dramatically demonstrates the psychological struggle between the characters.

Lawrence is one of the first novelists to introduce themes of psychology into his literary works. He believed that the healthy way of the individual's psychological development lay in the primacy of the life impulse, or in another term, the sexual impulse. Human sexuality is, to Lawrence, a symbol of Life Force. Through

presenting psychological experience into individual human life and human relationships, and exploring the personalities of his characters, Lawrence has opened up a new territory in the writing of novel. This is clearly shown in *Women in Love*, and the novel is the typical of this kind of writing.

In *Women in Love*, Lawrence uses a great deal of symbolism. The symbols and images are unconventional and are good to the development of the theme. He is very good at drawing concrete symbols which can convey his theme from the ordinary objects in nature to characters. He also develops concrete subjects and details into small images which appear repeatedly from the beginning to the end in the novel, by doing this he succeeds in symbolically expressing and suggesting certain kind of meaning.

Generally speaking, the symbols in *Women in Love* can be categorized into two groups: images indicate life, vitality, hopefulness and prosperity; and images suggest coldness, hopelessness, decadence and death (Leavis, p205). Images that accompany Birkin and Ursula are linked with the first group of images. The couple tries their best to escape the black ugly misery world and react against the mechanical civilization. They usually go to the places full of flowers, trees and grass which suggest nature and life. Primrose, hyacinths, fir-trees, thickets of hazel, tufts of heather, all these are likely to be associated with life, vitality and hopefulness. Their relationship has a quality of comforting and soothing warmth and a hopeful promise. Images associated with Gerald and Gudrun are quite different from the former pair and represent the second group of images. Whenever Gerald and Gudrun appear on the scene, the atmosphere becomes cold, tense and ghastly. The cold, grey, remote, still water, the grey, visionary figures; Gerald's father's agony and suffering death; the deep snow-covered valley walled up by the steep precipice., the half-buried Crucifix and the cold stiff Gerald frozen to death, all of those images set up pictures of hopelessness and death. With a little carefulness, we can find that all these images appear at the time when their love affair begins, then comes to the turning point and final endings.

Critic Francis Fergusson makes such a statement about Lawrence: "by the time he

reached Women in love, he was sure that he was through with the traditional novel that he no longer cared for individual character and circumstance." (Leavis, p221) Through the sentence we can infer that almost every character in Women in Love has a broader and more profound meaning than himself or herself, even their names have symbolic meanings. In the novel, the characters can be put into categories. Gerald is an efficient but ruthless coalmine owner, who suppresses his individual personality and emotion, twists the human instinct and nature and transforms modern man into mere instrument and slave machine, and he embodies the business achievement and fulfillment of the industrialism of the society. The things that accompany him are always chilly, cold, helpless and desperate. He is a symbolic figure of spiritual death and the decadent and corrupt western civilization, representing the whole set of bourgeois ethics. Contrary to Gerald, Birkin, in a real sense is a self-portrait of Lawrence, who fights against the cramping pressures of mechanized industrialism and the domination of any kind of dead formulas, is presented as a symbolic figure of human warmth, standing for the spontaneous Life Force.

In Women in Love, the theme of death, rebirth, Ruin, flood, Son of God and Christ are all allude to the Bible. All these biblical suggestions are developed into unifying and overwhelming archetypes throughout the whole novel and form the novel's framework upon which the structure of the novel organized. In order to strengthen his apocalyptic vision in Women in Love, Lawrence compares both Birkin and Gerald to Jesus Christ. Birkin acts as both destroyer and savior of the world. Through out the whole novel, almost all the death-like images and nature of the modern society is exposed by Birkin. Birkin's comparison to one of God's suggests the beginning of a new life, a new consciousness and a new world. Birkin and Ursula, turn a new page in their life, and it would, according to Lawrence, be the beginning of a new history for the humankind. Gerald's association with Jesus Christ is fulfilled at the end of the novel. It is well-know that Jesus actually has been murdered by his betrayer. But in the novel who after all has murdered Gerald? The answer is Gerald himself, the man himself is a murderer, and he is his own enemy.

He has been committing a long process of suicide. His idealism, his belief in will-power, his mechanism, and his industrialism all betrays him in the long run: they have all the way been gnawing at his life-root. Therefore in this sense, Gerald is a Jesus-like figure, and much similar to Jesus Christ, his death should be taken as a resurrection and rebirth in spirit. Lawrence feels that the most sacred thing is love, and the sacred can be realized only in the love between a man and a woman. Only in love can man restore his true emotional self. In *Women in Love*, Lawrence invents a love story which takes the wasteland of modern industrial society as its backdrop. The novel deals with the possible unconscious influence on human relationships, marriage and personal fulfillment. All this makes *Women in Love* an ever-lasting love novel for readers.

**References:**

Kirkpatrick, D. L & James Vinson, ed. (1979). *Novelists and Prose Writers*. London: Macmillan, 708.

Kirkpatrick, D. L, Lawrence D. H. & James Vinson, ed. (1979). *Novelists and Prose Writers*. London: Macmillan, 708.

Lawrence, D.H. (1994). *Women in Love*. Beijing: Foreign Languages Press. Leavis, F. R. (1995). *Lawrence and Art*. Shanghai: Shanghai Art Publishing Press, 114, 135, 205, 221.

Li, Weiping. (1998). *A Survey of British and American Modern Literature*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Teaching Press, 172.

Schorer, M & Jiang Bingxian ed. (1995). *Critical Essays of Lawrence*. Shanghai: Shanghai Literature and Art Publishing Press, 72.

**Feminine Crisis in Shashi Deshpande's  
Roots and Shadows**

**Dr.Mrs.Pratima Tyagi**

**M.A.,M.PHIL.,Phd**

*Roots and Shadows* (1983) is Sashi Deshpande's first full length novel. Indu the protagonist represents the educated middle class Indian woman. The story of the novel is about the struggle of the protagonist who has a lot of hurdles to cross and achieve freedom. Being smothered in an oppressive male-dominated and tradition-bound society, she attempts to explore her inner self to assert her individuality"... Indu, a rebel, often wished to be free and unrestrained. Thus she is presented as model against women belonging to the older generation."<sup>1</sup>

The novel projects the inner world and thoughts of Indu. She is a revolutionary woman who is seen to acting against dominance right from her childhood. Indu refuses to be cowed down by Akka, the rich family tyrant who dominated her ancestral home. After marriage, she is totally unwilling to become a puppet in the hands of her husband, Jayant.

**Male Prejudice against Female children**

To demarcate and divide the society on sexual lines is an age-old social practice in Indian society. Indu was left by her father when she was hardly fifteen days old, Who did not return to her for over one year although she lost her mother at birth. Madhav Kaka does not know which classes his daughters are in, while all his energies are reserved for his deceitful son, Sunil. And Vinayak has his appetite for his youngest daughter. Thus under the prevailing social, cultural and family structure women are ,in one way or another, the Cinderella whatever position they occupy in the society or family.

In *Roots and shadows*, the dominant culture and the marginalized culture are displayed in the form of suppression of the latter by the former. In fact, this enters the psychology of unconsciousness that subjects women to silence so as she does not identify herself with the masculine imaginary. How far these positions are proven in feminine text can be seen here:

As a child, they had told me I must be obedient and unquestioning. As a girl, they had told me I must be meek and submissive. Why? I had asked. Because you are a female. You must accept everything, even defeat, with grace because you are a girl, they had said. It is the only way, they said, for a female to live and survive.”<sup>2</sup>

### **Trauma of Childhood Marriages and Widowhood**

In *Roots and Shadows* Akka was one of the victims of child marriage who underwent inhuman treatment under the shackles of marriage. She is rich and childless, and stays in her brother's house after her husband's death. Only after her death, Indu came to know about Akka's life from Narmada Atya. She was just twelve when she was married and he was well past thirty. He was tall, bulky man with large, coarse features. And she was small, dainty, really pretty with her round face, fair skin, straight nose and curly hair. Six months after her marriage, she 'grew up' and went to her husband's home. She was not able to share her plight with any one as she had lost her mother when she was a child and her father remained aloof. Twice she tried to run away as a girl of 13. Her mother-in law, whipped her for that and locked her up for three days, starved her as well. And then, sent her back to her husband's room. The child, then said, cried and clinged to her mother-in-law saying, "Lock me up again, lock me up". But there was no escape from the husband then"<sup>3</sup>. The law as in section 375 and 376 of Indian Penal Code, which deals with rape, does not give a woman the freedom to accuse her husband of rape (until and unless she is sixteen). The society says that a husband has all the freedom to enjoy his conjugal rights as and when he wants. In a lot of marriages, it turns out to be a torture for the woman, but she cannot talk about her intimate details to even her loved ones. So where does the woman go?

### **Problem of Marriage**

A characteristic feature of feminist writing is not only to articulate woman's voice but also to present a critique of the canons of patriarchy. It scrutinizes the position of woman in a male-dominated social context. Shashi Deshpande brings out the boiling problem of marriage as an evil social practice because right from the beginning to the end it is a history of woman's

suppression, a long drawn-out drama of negotiation in which she feels uncertain, it is dragged all along the thrashing floor of humiliation till she blurts out helplessly “yes”, whether the man is a rake or an idiot or an uncultured boor. This is a deal in which the poor woman is literally bracketed with an animal, for she cannot exercise her reasoning or intelligence, and express her genuine individual concerns. Deshpande is at her best when she dwells upon this subject;

Millions of girls have asked this question millions of times in this country... What choice do I have? Surely it is this, this fact that I can choose, that differentiates me from the animals. But years of blindfolding can obscure your vision so that you no more see the choices. Years of shackling can hamper your movement so that you can no more move out of your cage of no-choices.<sup>4</sup>

Indu leaves her house to be free, independent and complete. She wants to show her family members that she is a modern and successful woman. Indu gets shattered seeing the so called modern image of her husband, Jayant. She realises that like any other man, Jayant expects her to conform to his views, while he remains immune to adjustments. Her idea of being complete vanishes after her marriage. After this deception and disillusionment, she went back into the conventional ways of life. She behaves like the traditional Indian wife. She says:

“Marriage makes me so dependent. When I look in the mirror, I think of Jayant. When I dress, I think of Jayant, when I undress, I think of him always what he wants, what he would like. What would please him. It is not he who has pressurized me into this. It is the way I want it to be ... Have I become fluid with no shape, no form of my own.”<sup>5</sup>

Indu forgets her identity by becoming his traditional wife. Women are always recognized by a relationship like Kaku and Kaki, Atya and Vahini, Ajji and Mami, have they no independent identity of their own? Indu makes

adjustment in the name of love but she understands that she has actually deceiving herself. Reddy quotes:

“Her hard-won independence seems only one ephemera when she honestly questions herself if she is indeed independent. Under the guise of independence, the rebel in her had conditioned herself to become as submissive as any other Indian wife.” Indu works as a journalist but is not satisfied with her job.<sup>6</sup>

Ultimately, she realises that she has been chasing shadows leaving her roots in Jayant. She regards marriage as a trap and not as a bond of love. Now, she realises that we, can't escape from attachment as it is the law of life. Finally shadows disappears from her vision and she sees the clear light of day with the realization of her real 'self'. This is the perfect and practical realization and balance between tradition and modernity. Thus, Shashi Deshpande makes her heroine choose security through reconciliation. The ethos in the novel is neither of victory nor of defeat but of harmony and understanding between two opposing idea and conflicting selves. This is quite representative of the basic Indian attitude.

## References

1. Gupta, Ramesh Kumar.2002. “Image of Woman in Shashi Deshpande's Novel Roots and Shadows: A Critical Study.” Poetcrit. Vol. 15, No.1, Jan.P.42.
2. Deshpande, Shashi, 1983. Roots and Shadows. New Delhi: Orient Longman Limited.P.(158-59).
3. Deshpande Shashi. 1983. Roots and Shadows. Orient Longman, Hyderabad. P.78.
4. *ibid.*, P. 125
5. *ibid.*, P.60
6. Reddy, Y.S. Sunita. 2001. A Restricting Bond: Roots and Shadows, A Feminist Perspective on the Novel of Shashi Deshpande. Prestige Books, New Delhi.P.3.

# स्वच्छ भारत अभियान - एक अध्ययन

डी.एन यादव

असि. प्रोफेसर

समाज शास्त्र विभाग

शा. महाविद्यालय, नसरुल्लागंज

## स्वच्छ भारत अभियान क्या है ?

स्वच्छ भारत आंदोलन- भारत को स्वच्छ बनाने के लक्ष्य के साथ नई दिल्ली के राजघाट पर 2 अक्टूबर 2014 को प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी के द्वारा इस अभियान की शुरुआत हुई। इसका लक्ष्य है 2 अक्टूबर 2019 तक हर परिवार को शौचालय सहित स्वच्छता-सुविधा उपलब्ध कराना है, ठोस और द्रव अपशिष्ट निपटान व्यवस्था, गाँव में सफाई और सुरक्षित तथा पर्याप्त मात्रा में पीने का पानी उपलब्ध हो। ये भारत के राष्ट्रपिता को उनके 150वें जन्मदिवस पर सबसे उपयुक्त श्रद्धांजलि होगी। ये बहुत महत्वपूर्ण है कि इस अभियान को सफल बनाने के लिये प्रधानमंत्री स्वयं अग्रसक्रिय भूमिका निभा रहे हैं; राजघाट पर उन्होंने खुद सड़कों को साफ कर इस मुहिम की शुरुआत की। जबकि, ये पहले ही निर्धारित कर दिया गया है कि ये अभियान केवल सरकार का कर्तव्य नहीं है बल्कि राष्ट्र को स्वच्छ बनाने की जिम्मेदारी इस देश के सभी नागरिकों है।

## स्वच्छ भारत अभियान का इतिहास

स्वच्छ भारत आंदोलन की मुहिम आज तक स्वच्छता से संबंधित लिया गया एक बड़ा कदम है। इस अभियान को विश्वस्तर पर प्रसिद्ध करने के लिये तथा आम जनता को इसके प्रति जागरूक करने के लिये स्कूलों तथा कॉलेज के विद्यार्थियों सहित लगभग 3 लाख सरकारी कर्मचारियों ने इसके प्रारंभ होने के दिन इसमें भाग लिया। 1500 लोगों के मौजूदगी में 2 अक्टूबर 2014 को राष्ट्रपति भवन में इस कार्यक्रम को आयोजित किया गया था। भारतीय राष्ट्रपति प्रणव मुखर्जी ने झंडा दिखाकर इस आंदोलन की शुरुआत की। इस मुहिम को आगे बढ़ाने के लिये व्यापार, खेल और फिल्म उद्योग से जुड़े नौ प्रसिद्ध व्यक्तियों को प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने नामित किया। उन्होंने उन नौ व्यक्तियों से निवेदन भी किया कि वे और नौ व्यक्तियों को इस अभियान से जोड़ें और स्वच्छता के इस आंदोलन को देश के कोने-कोने में रहने वाले हर एक भारतीय तक इसे पहुंचाए।

नरेन्द्र मोदी ने कहा कि इस मुहिम को चुनौती की तरह लेना चाहिये तथा व्यक्तिगत (पेड़ की शाखाओं की तरह) तौर पर दूसरे नौ लोगों को आमंत्रित करना चाहिये जिससे स्वच्छता का ये दृष्टीकोण 2019 तक पूरा हो जाए और इतिहास में

### हमेशा के लिये भारत एक स्वच्छ देश बने।

इस भारतीय अभियान से प्रेरणा लेकर 3 जनवरी 2015 को, इंडो-नेपाल डॉक्टर एशोसियन ने एक मुहिम की शुरुआत की जिसको स्वच्छ भारत नेपाल- स्वच्छ भारत नेपाल अभियान कहा गया। इसकी शुरुआत इंडो-नेपाल बाईर क्षेत्र, सुनौली-बेलिहिया (भगवान बुद्ध का जन्म स्थल, पवित्र शहर लुंबिनी, नेपाल) हुई।

भारत में स्वच्छता के दूसरे कार्यक्रम जैसे केन्द्रीय ग्रामीण स्वच्छता कार्यक्रम (सीआरएसपी) का प्रारंभ 1986 में पूरे देश में हुआ जो कि गरीबी रेखा से नीचे के लोगों के व्यक्तिगत इस्तेमाल के लिये स्वास्थ्यप्रद शौचालय बनाने पर केन्द्रित था। इसका उद्देश्य सूखे शौचालयों को अल्प लागत से तैयार स्वास्थ्यप्रद शौचालयों में बदलना, खासतौर से ग्रामीण महिलाओं के लिये शौचालयों का निर्माण करना तथा दूसरी सुविधाएँ जैसे हैंड पम्प, नहान-गृह, स्वास्थ्यप्रद, हाथों की सफाई आदि था। यह लक्ष्य था कि सभी उपलब्ध सुविधाएँ ठीक ढंग से ग्राम पंचायत द्वारा पोषित की जाएगी। गाँव की उचित सफाई व्यवस्था जैसे जल निकासी व्यवस्था, सोखने वाला गड्ढा, ठोस और द्रव अपशिष्ट का निपटान, स्वास्थ्य शिक्षा के प्रति जागरूकता, सामाजिक, व्यक्तिगत, घरेलू और पर्यावरणीय साफ-सफाई व्यवस्था आदि की जागरूकता हो।

ग्रामीण साफ-सफाई कार्यक्रम का पुनर्निर्माण करने के लिये भारतीय सरकार द्वारा 1999 में भारत में सफाई के पूर्ण स्वच्छता अभियान (टीएससी) की शुरुआत हुई। पूर्ण स्वच्छता अभियान को बढ़ावा देने के लिये साफ-सफाई कार्यक्रम के तहत जून 2003 के महीने में निर्मल ग्राम पुरस्कार की शुरुआत हुई। ये एक प्रोत्साहन योजना थी जिसे भारत सरकार द्वारा 2003 में लोगों को पूर्ण स्वच्छता की विस्तृत सूचना देने पर, पर्यावरण को साफ रखने के लिये साथ ही पंचायत, ब्लॉक, और जिलों द्वारा गाँव को खुले में शौच करने से मुक्त करने के लिये प्रारंभ की गई थी।

निर्मल भारत अभियान की शुरुआत 2012 में हुई थी और उसके बाद स्वच्छ भारत अभियान की शुरुआत 2 अक्टूबर 2014 में हुई। जबकि इसके पूर्व में भारतीय सरकार द्वारा चलाए जा रहे हैं सभी सफाई-सफाई व्यवस्था और स्वच्छता कार्यक्रम वर्तमान 2014 के स्वच्छ भारत अभियान के जितना प्रभावकारी नहीं थे।

महात्मा गाँधी भारतीय शासकों की कमजोरी से बहुत अच्छे से वाकिफ थे। उन्होंने इस देश को एक स्वच्छ देश बनाने के लिए सपना देखा था और यहाँ तक कि उन्होंने ग्रामीण लोगो के बीच बहुत से साधनों के माध्यम से जोर

दिया लेकिन लोगों की अधूरी भागीदारी के कारण इसे पूरा नहीं कर सके। स्वतंत्रता के बहुत सालों बाद भी, हम आज भी गन्दे वातावरण में रहते हुए अपने जीवन को हर एक क्षण खतरे में डाल रहे हैं। आँकड़ों के अनुसार, 30 लाख ग्रामीण लोगों की स्वच्छ शौचालय तक पहुँच नहीं है और मैदानों में खुले शौच प्रणाली का प्रयोग करते हैं। भारत के राष्ट्रपति, प्रणब मुखर्जी ने जून 2014 में, संसद को संबोधित करते हुए कहा था कि, स्वच्छता सुनिश्चित करने के लिए, देश भर में कचरा प्रबंधन और स्वच्छता के लिए स्वच्छ भारत अभियान को शुरु किया गया है। ये महात्मा गाँधी के लिए, 2019 में, उनकी 150वीं वर्षगांठ को मनाते समय हमारी तरफ से श्रद्धांजलि होगी।

पूरे देश में स्वच्छता को सुनिश्चित करने के लिए, स्वच्छता, सुरक्षित शौचालय और उचित अपशिष्ट प्रबंधन के तरीकों की समस्या को सुलझाने की बहुत आवश्यकता है। भारत के प्रधानमंत्री, नरेंद्र मोदी ने, 2014 में भारतीय स्वतंत्रता दिवस पर अपने भाषण के दौरान 'स्वच्छ भारत' पर जोर दिया था, हालाँकि, ये मिशन 2 अक्टूबर 2014 के सफलतापूर्वक शुरु किया था। इस मिशन को 2019 तक, बापू की 150वीं वर्षगांठ तक पूरा करने का लक्ष्य रखा गया है। इस मिशन का लक्ष्य स्वच्छता सुविधाओं को उपलब्ध कराने के साथ ही 2019 तक लोगों के लिए अस्वस्थकारी प्रथाओं को खत्म करना है। भारत के प्रधानमंत्री के द्वारा 25 सितम्बर 2014 को, पहला स्वच्छता कार्य शुरु किया गया था। ये भारत में सबसे बड़े अभियान के रूप में गिना जाता है जो अब चारों तरफ फैल (वायरल) गया है।

ये उचित स्वास्थ्य और स्वच्छता भारत के बारे में वैश्विक धारणा को बदलने की क्षमता रखता है और हर साल बहुत से पर्यटकों को भारत में आने के लिए प्रभावित कर सकता है, जिससे एक अर्थ में भारत की बड़े स्तर पर आर्थिक वृद्धि होगी। इस अभियान के दौरान, प्रत्येक भारतीय नागरिक से हर साल अपने 100 घंटे भारत की सफाई के लिए देने का अनुरोध किया गया। सुरक्षा और स्वास्थ्य के लिए, 15 अगस्त 2015 तक, पूरे भारत के प्रत्येक स्कूल और कॉलेज में लड़कों और लड़कियों के लिए अलग शौचालय बनाने का नियम बनाया गया है। एक विद्यार्थी के रूप में, इससे भी अधिक एक भारतीय नागरिक के रूप में, यहाँ एकत्र हुए सभी लोगों से इस अभियान को 2019 तक सफल बनाने के लिए, मैं भी अनुरोध करता/करती हूँ।

स्वच्छ भारत अभियान आधिकारिक रूप से राजघाट, नई दिल्ली में, प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी के द्वारा स्वयं सड़कों को साफ करके शुरु किया गया। ये अभियान अब तक का सबसे बड़ा स्वच्छता अभियान है जिसमें लगभग 30 लाख सरकारी कर्मचारियों सहित स्कूल और कॉलेजों के बच्चों ने भाग लिया। भारत के प्रधानमंत्री ने अभियान को शुरु

करते समय 9 प्रसिद्ध व्यक्तियों को अभियान के लिए अपने क्षेत्रों में पहल करने के साथ ही अभियान के बारे में प्रवाह लाने के लिए नामांकित किया था। इन्होंने उन 9 व्यक्तियों से भी अगले 9 व्यक्तियों को इस अभियान में शामिल करके इस श्रृंखला को (एक पेड़ की शाखाओं की तरह) तब तक जारी रखने के लिए भी अनुरोध किया था तब तक कि भारत का प्रत्येक नागरिक इस अभियान में शामिल न हो जाये क्योंकि इसे 2019, महात्मा गाँधी की 150वीं सालगिरह तक पूरा करना है।

इस मिशन का लक्ष्य व्यक्तिगत शौचालय, शुष्क शौचालयों को कम लागत वाले स्वस्थ शौचालयों में परिवर्तित करना, हैंड-पंप, उचित स्नान व्यवस्था, सफाई, स्वच्छ बाजारों या मंडियों, नालियों, नमी को रोकने वाले गट्टे, ठोस और द्रव्य अवशिष्ट निराकरण आदि की उचित व्यवस्था के साथ ही लोगों में स्वास्थ्य, साफ-सफाई, पर्यावरण को बनाये रखने और व्यक्तिगत स्वच्छता के बारे में जागरूकता लाना है। इस मिशन से पहले 1999 में 1 अप्रैल, भारत की सरकार ने कुल स्वच्छता अभियान (टोटल सैनिटेशन कैम्पेन [टी.एस.सी.]) के नाम से एक अभियान शुरू किया था हालांकि, वो कुछ ज्यादा प्रभावशाली नहीं रहा जिसके बाद इस मिशन में नयी जान डालने के लिए योजना शुरू की गयी, जिसे निर्मल ग्राम पुरस्कार कहा जाता था। इसके बाद 1 अप्रैल 2012 को, इसी कार्यक्रम को निर्मल भारत अभियान नाम दिया गया और अन्त में इसे 2 अक्टूबर 2014 को स्वच्छ भारत अभियान के नाम से दुबारा शुरू किया गया।

इस अभियान का मुख्य उद्देश्य 2019, 2 अक्टूबर ( महात्मा गाँधी की 150वीं जयंती) तक भारत के स्वच्छ भारत के सपने को प्राप्त करना है। ये मिशन भारत की सरकार के द्वारा ऋराजनीति से परे है और ऋराष्ट्रीयता की भावना से प्रेरित करने के लिए, इसका श्रेय पूरे देश के नागरिकों को दिया जायेगा। इसके कुछ अन्य मुख्य उद्देश्य प्रत्येक क्षेत्र में खुले में शौच का उन्मूलन करना, हाथ से शौच उठाने की व्यवस्था को खत्म करना, नगर निगम के ठोस कचरो को दुबारा प्रयोग करने और रीसाइकिल करने के लिए प्रेरित करना, स्वच्छता और स्वास्थ्य के बारे में लोगों के व्यवहार में परिवर्तन लाना, इसे सार्वजनिक स्वास्थ्य से जोड़ते हुए और पूँजी खर्च और रखरखाव के लिए निजी क्षेत्रों को बड़े स्तर पर शामिल करना आदि हैं।

महात्मा गाँधी ने स्वच्छ भारत के स्वप्न को देखा था और कहा कि, स्वच्छता स्वतंत्रता से भी ज्यादा महत्वपूर्ण है। 2011 की जनसंख्या के आंकड़ों के अनुसार, ये आकलन किया गया कि कुल ग्रामीण जनसंख्या का

केवल 32.70 लाख लोगों की शौचालयों तक पहुँच है। यू.एन. की रिपोर्ट के अनुसार, भारत वो देश है जहाँ लोगों की बहुत बड़ी संख्या खुले में शौच का प्रयोग करती है। प्रधानमंत्री, नरेंद्र मोदी के राष्ट्रव्यापी स्वच्छता अभियान को वाल्मिकी बस्ती नयी दिल्ली में शुरू किया था। उन्होंने इस अभियान के शुरू होने के समय पर राष्ट्र को संबोधित करते हुए देश के 125 अरब लोगों से इस अभियान से जुड़ने का निवेदन किया था।

उन्होंने महात्मा गाँधी और पूर्व भारतीय प्रधानमंत्री लाल बहादुर शास्त्री को उनके जन्मदिन पर श्रद्धांजलि देने के बाद स्वयं वाल्मिकी बस्ती के रास्ते को झाड़ू से साफ किया था। उन्होंने कहा था कि, **स्वच्छ भारत अभियान का प्रतीक चिह्न, सिर्फ एक प्रतीक चिह्न नहीं है, इसके माध्यम से गाँधीजी हमें देख रहे हैं और हम सभी को भारत को साफ करना चाहिए। मैं ये दावा नहीं कर रहा कि नवनिर्वाचित सरकार सब कुछ कर रही है। ये मंदिरों, मस्जिदों, गुरुद्वारों या किसी भी जगह, हमें अपने आसपास साफ-सफाई रखने के प्रयास करने चाहिए। स्वच्छता केवल 'सफाई कर्मचारियों' की जिम्मेदारी नहीं है, ये 125 अरब भारतीयों की जिम्मेदारी है। यदि भारतीय मंगल ग्रह पर सबसे कम लागत पर पहुँच सकते हैं, तो क्या हम अपने चारों ओर के वातावरण को भी साफ नहीं कर सकते?**

स्वच्छ भारत अभियान के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं- व्यक्तिगत शौचालयों का निर्माण कराना, खुले में शौच को खत्म करना, स्वच्छता के लिए लोगों में जागरूकता लाना, आम जनता के बीच में शौचालयों के प्रयोग को बढ़ावा देना, व्यवहारिक बदलाव को बढ़ावा देना, गाँवों को स्वच्छ रखना, ठोस और द्रव्य अपशिष्टों के निराकरण की उचित व्यवस्था, गाँवों में उचित पाइप लाइन की व्यवस्था, पानी की पूर्ति को सुनिश्चित करना आदि। इस मिशन का एकमात्र उद्देश्य अपने देश को हमेशा के लिए स्वच्छ और खुश नागरिकों के साथ साफ और विकसित देश बनाना है।

भारत की स्वच्छता और स्वास्थ्य को ध्यान में रखते हुए, भारत की सरकार ने स्वच्छ भारत अभियान को 2 अक्टूबर 2014 को (बापू की 145वीं जयंती पर), 2 अक्टूबर 2019 (बापू की 150वीं जयंती) तक पूरा करने के लक्ष्य के साथ शुरू किया गया। ये अभियान सभी ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों को लेकर पूरे भारत में स्वच्छता को बनाये रखने के लिए शुरू किया गया है। भारत के प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने अभियान को शुरू करते समय कहा था कि, **मैं ये दावा नहीं करता कि नव-निर्वाचित सरकार ही सब कुछ कर रही है। सभी सरकारों ने देश में कुछ ना कुछ स्वच्छता के लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए अवश्य किया है; मैं उन सबकी इसके लिए प्रशंसा करता हूँ।** स्वच्छ भारत अभियान राजनीति से परे

है। ये देशभक्ति से प्रेरित है, न कि राजनीति से। ॥

सफाई केवल एक व्यक्ति या स्थान से जुड़ी हुयी नहीं है, अपने साथ ही निकट भविष्य में अपने चारों ओर वास्तव में भारत को स्वच्छ बनाने की सभी की जिम्मेदारी है। ये देश में रहने वाले 12 अरब लोगों की सामूहिक जिम्मेदारी है। इस अभियान को सफल और प्रभावशाली मिशन बनाने के लिए, भारत के प्रधानमंत्री ने 9 भारतीय व्यक्तित्वों को अभियान में शामिल करने के उद्देश्य से नामांकित किया ताकि, वो अपने क्षेत्र में इस अभियान को शुरू करके जागरुकता फैला सके और इस श्रृंखला को आगे इसी तरह बढ़ाया जाये जब तक स्वच्छ भारत का संदेश सभी तक न पहुँच जाये।

इस अभियान का उद्देश्य, पूरे देश में खुले में शौच को पूरी तरह से खत्म करके साफ-सफाई और स्वच्छता को बनाये रखना है। भारत में साफ-सफाई और स्वच्छता को बनाये रखने से देश में पर्यटन को बढ़ावा देने के साथ ही इसके नागरिकों को स्वस्थ और खुश रखने के लिए आर्थिक स्तर में बढ़ावा देने में महान अवसर लायेगा। साफ-सफाई बीमारियों के होने के अवसरों को कम करने के द्वारा सभी को सारे आयामों शारीरिक, मानसिक, सामाजिक और आन्तरिक रूप से खुश और स्वस्थ रखती है।

### स्वच्छ भारत अभियान का उद्देश्य

2 अक्टूबर 2019 तक स्वच्छ भारत के मिशन और दृष्टि को पूरा करने के लिये भारतीय सरकार द्वारा कई सारे लक्ष्यों की प्राप्ति के लिये स्वच्छ भारत अभियान की शुरुआत की गई जो कि महान महात्मा गाँधी का 150वाँ जन्म दिवस होगा। ऐसा अपेक्षित है कि भारतीय रुपये में 62000 करोड़ अनुमानित खर्च है (9.7 ड्र.)। सरकार द्वारा ये घोषणा किया गया है कि ये अभियान राजनीति के उपर है और देशभक्ति से प्रेरित है। स्वच्छ भारत अभियान के निम्न कुछ महत्वपूर्ण उद्देश्य।

भारत में खुले में मलत्याग की व्यवस्था का जड़ से उन्मूलन।

अस्वास्थ्यकर शौचालयों को बहाने वाले शौचालयों में बदलना।

हाथों से मल की सफाई करने की व्यवस्था को हटाना।

लोगों के व्यवहार में बदलाव कर अच्छे स्वास्थ्य के विषय में जागरुक करना।

जन-जागरुकता पैदा करने के लिये सार्वजनिक स्वास्थ्य और साफ-सफाई के कार्यक्रम से लोगों को जोड़ना।

साफ-सफाई से संबंधित सभी व्यवस्था को नियंत्रित, डिज़ाइन और संचालन करने के लिये शहरी

### स्थानीय निकाय को मजबूत बनाना।

पूरी तरह से वैज्ञानिक प्रक्रियाओं से निपटानों का दुबारा प्रयोग और म्यूनिसिपल ठोस अपशिष्ट का पुनर्चक्रण। सभी संचालनों के लिये पूँजीगत व्यय में निजी क्षेत्रों को भाग लेने के लिये जरूरी वातावरण और स्वच्छता

अभियान से संबंधित खर्च उपलब्ध कराना।

शहरी क्षेत्रों के लिए स्वच्छ भारत मिशन [संपादित करें]

मिशन का उद्देश्य 1.04 करोड़ परिवारों को लक्षित करते हुए 2.5 लाख समुदायिक शौचालय, 2.6 लाख सार्वजनिक शौचालय, और प्रत्येक शहर में एक ठोस अपशिष्ट प्रबंधन की सुविधा प्रदान करना है। इस कार्यक्रम के तहत आवासीय क्षेत्रों में जहाँ व्यक्तिगत घरेलू शौचालयों का निर्माण करना मुश्किल है वहाँ सामुदायिक शौचालयों का निर्माण करना। पर्यटन स्थलों, बाजारों, बस स्टेशन, रेलवे स्टेशनों जैसे प्रमुख स्थानों पर भी सार्वजनिक शौचालय का निर्माण किया जाएगा। यह कार्यक्रम पाँच साल अवधि में 4401 शहरों में लागू किया जाएगा। कार्यक्रम पर खर्च किये जाने वाले ₹62,009 करोड़ रुपये में केंद्र सरकार की तरफ से ₹14,623 करोड़ रुपये उपलब्ध कराए जाएंगे। केंद्र सरकार द्वारा प्राप्त होने वाले ₹14,623 करोड़ रुपयों में से ₹7,366 करोड़ रुपये ठोस अपशिष्ट प्रबंधन पर ₹4,165 करोड़ रुपये व्यक्तिगत घरेलू शौचालय पर ₹1,828 करोड़ रुपये जनजागरूकता पर और समुदाय शौचालय बनवाये जाने पर ₹655 करोड़ रुपये खर्च किये जाएंगे। इस कार्यक्रम खुले में शौच, अस्वच्छ शौचालयों को प्लश शौचालय में परिवर्तित करने, मैला ढोने की प्रथा का उन्मूलन करने, नगरपालिका ठोस अपशिष्ट प्रबंधन और स्वस्थ एवं स्वच्छता से जुड़ी

प्रथाओं के संबंध में लोगों के व्यवहार में परिवर्तन लाना आदि शामिल हैं।

### ग्रामीण क्षेत्रों के लिए स्वच्छ भारत मिशन

निर्मल भारत अभियान कार्यक्रम भारत सरकार द्वारा चलाया जा रहा ग्रामीण क्षेत्र में लोगों के लिए माँग आधारित एवं जन केन्द्रित अभियान है, जिसमें लोगों की स्वच्छता सम्बन्धी आदतों को बेहतर बनाना, स्व सुविधाओं की माँग उत्पन्न करना और स्वच्छता सुविधाओं को उपलब्ध करना, जिससे ग्रामीणों के जीवन स्तर को बेहतर बनाया जा सके। अभियान का उद्देश्य पांच वर्षों में भारत को खुला शौच से मुक्त देश बनाना है। अभियान के तहत देश में लगभग 11 करोड़ 11 लाख शौचालयों के निर्माण के लिए एक लाख चौंतीस हजार करोड़ रुपए खर्च किये जाएंगे। बड़े पैमाने पर प्रौद्योगिकी का उपयोग कर ग्रामीण भारत में कचरे का इस्तेमाल उसे पूँजी का रूप देते हुए जैव उर्वरक और ऊर्जा के

विभिन्न रूपों में परिवर्तित करने के लिए किया जाएगा। अभियान को युद्ध स्तर पर प्रारंभ कर ग्रामीण आबादी और स्कूल शिक्षकों और छात्रों के बड़े वर्गों के अलावा प्रत्येक स्तर पर इस प्रयास में देश भर की ग्रामीण पंचायत, पंचायत समिति और बहराइच को भी इससे जोड़ना है।

अभियान के एक भाग के रूप में प्रत्येक पारिवारिक इकाई के अंतर्गत व्यक्तिगत घरेलू शौचालय की इकाई लागत को 10,000 से बढ़ा कर 12,000 रुपये कर दिया गया है और इसमें हाथ धोने, शौचालय की सफाई एवं भंडारण को भी शामिल किया गया है। इस तरह के शौचालय के लिए सरकार की तरफ से मिलने वाली सहायता 9,000 रुपये और इसमें राज्य सरकार का योगदान 3,000 रुपये होगा। जम्मू एवं कश्मीर एवं उत्तरपूर्व राज्यों एवं विशेष दर्जा प्राप्त राज्यों को मिलने वाली सहायता 10,800 होगी जिसमें राज्य का योगदान 1,200 रुपये होगा। अन्य स्रोतों से अतिरिक्त योगदान करने की स्वीकार्यता होगी।

स्वच्छ भारत स्वच्छ विद्यालय अभियान

मानव संसाधन विकास मंत्रालय के अधीन स्वच्छ भारत-स्वच्छ विद्यालय अभियान केन्द्रीय 25 सितंबर, 2014 से 31 अक्टूबर 2014 के बीच केन्द्रीय विद्यालयों और नवोदय विद्यालयसंगठन में आयोजित किया जा रहा है। इस दौरान की जाने वाली गतिविधियों में शामिल हैं-

स्कूल कक्षाओं के दौरान प्रतिदिन बच्चों के साथ सफाई और स्वच्छता के विभिन्न पहलुओं पर स्त्रविशेष रूप से महात्मा गांधी की स्वच्छता और अच्छे स्वास्थ्य से जुड़ी शिक्षाओं के संबंध में बात करें।

कक्षा, प्रयोगशाला और पुस्तकालयों आदि की सफाई करना।

स्कूल में स्थापित किसी भी मूर्ति या स्कूल की स्थापना करने वाले व्यक्ति के योगदान के बारे में बात करना

और इस मूर्तियों की सफाई करना।

शौचालयों और पीने के पानी वाले क्षेत्रों की सफाई करना।

रसोई और सामान ग्रह की सफाई करना।

खेल के मैदान की सफाई करना

स्कूल बगीचों का रखरखाव और सफाई करना।

स्कूल भवनों का वार्षिक रखरखाव रंगाई एवं पुताई के साथ।

निबंध, वाद-विवाद, चित्रकला, सफाई और स्वच्छता पर प्रतियोगिताओं का आयोजन।

बाल मंत्रिमंडलों का निगरानी दल बनाना और सफाई अभियान की निगरानी करना।

इसके अलावा फिल्म शो, स्वच्छता पर निबंध / चित्रकारी और अन्य प्रतियोगिताएं, नाटकों आदि के आयोजन द्वारा स्वच्छता एवं अच्छे स्वास्थ्य का संदेश प्रसारित करना। मंत्रालय ने इसके अलावा स्कूल के छात्रों, शिक्षकों, अभिभावकों और समुदाय के सदस्यों को शामिल करते हुए सप्ताह में दो बार आधे घंटे सफाई अभियान शुरू करने का प्रस्ताव भी रखा है।

### सन्दर्भ:-

1. ["MDWS Intensifies Efforts with States to Implement Swachh Bharat Mission"](#), *Business Standard*, 18 March 2016
2. ["Time to clean up your act"](#), *Hindustan Times*
3. ["Nirmal Bharat Abhiyan failed to achieve its desired targets: CAG jdgifi"](#), *Mint*, 16 December 2015
4. <https://www.indiasmarthelp.in/paise-kamane-ka-tarika/>
5. [IRC:India: Unrealistic approach hampers rural sanitation programme](#), 1 June 2007
6. Institute of Development Studies:[Community-led total sanitation:India](#)
7. Benny George:[Nirmal Gram Puraskar: A Unique Experiment in Incentivising Sanitation Coverage in Rural India](#), International Journal of Rural Studies (IJRS), Vol. 16, No. 1, April 2009
8. [Poo2Loo to break open defecation taboo](#)
9. ["Swachh Bharat Abhiyaan: Government builds 7.1 lakh toilets in January"](#). *timesofindia-economictimes*.
10. ["Swachh Bharat Abhiyaan: PM Modi govt builds 7.1 lakh toilets in January"](#). *Firstpost*.
11. <https://hindi.mapsofindia.com/government-of-india/Swachh-bharat-abhiyan.html>













## Abstract

Customer satisfaction and service quality both are most widely studied constructs. Organizations are working hard to provide the quality of service to their customers in order to attain their satisfaction and loyalty. This study was destined to find the impact of service quality on customer satisfaction in banking sector employees of Lahore region. This study was a cross-sectional study and questionnaire used was adopted from empirical studies. Finding showed that there exists a significant positive relationship between service quality and customer satisfaction. Study revealed that the respondents have responded in disagreement to the quality of services provided to the customers, which in turn, definitely affected the customer satisfaction. or quality of service is being provided to customers who show a poor customer satisfaction. Data was analyzed using reliability statistics, correlation and regression analysis. Future recommendations were also presented in this study.

The long term success of organizations depends on many factors. The service sector organizations need to strive through service quality. These organizations try to satisfy customers by providing best quality services. The following study examines the service quality of the mobile service providers and satisfaction of the customers with this quality. The study focuses only the SMS service provided by telecom organizations. Service quality is measured using 5 dimensions and its relationship is determined with customer satisfaction. The data was collected from 331 youngsters who use the SMS service of any company. Correlation and regression analysis are used to analyze the data. Results and discussions are presented..

Service Quality, Customer Satisfaction, Telecom Sector,

## 1. Introduction

Every organization strives for long term success. There are various factors that contribute to the

success of organization. Organizations with huge profits cant be considered as strong organizations as profit making is only one function of organizations. Keeping abreast with all the stakeholders is requirement for every organization to be an effective and successful organization. Listed in ULRICHS ijcrb.webs.com

Out of all the stakeholders customers are considered to be the king now a day. Retaining and

attracting new customers is triumph card for present world businesses.

Quality is considered to be main determinant of customers satisfaction in both manufacturing

and service quality. As this research is restricted to service sector and further to cellular







राज यादव

बी.सी.ए 2 ईयर

एन.आर.आई कॉलेज ऑफ ( वी.आई.एस.एम.टी )

किसी भी क्षेत्र में बच्चों द्वारा अपने बचपन में दी गई सेवा को बाल मजदूरी कहते हैं। इसे गैर-जिम्मेदार माता-पिता की वजह से, या कम लागत में निवेश पर अपने फायदे को बढ़ाने के लिये मालिकों द्वारा जबरजस्ती बनाए गए दबाव की वजह से जीवन जीने के लिये जरूरी संसाधनों की कमी के चलते ये बच्चों द्वारा स्वतः किया जाता है, इसका कारण मायने नहीं रखता क्योंकि सभी कारकों की वजह से बच्चे बिना बचपन के अपना जीवन जीने को मजबूर होते हैं। बचपन सभी के जीवन में विशेष और सबसे खुशी का पल होता है जिसमें बच्चे प्रकृति, प्रियजनों और अपने माता-पिता से जीवन

बाल मजदूरी बच्चों से लिया जाने वाला काम है जो किसी भी क्षेत्र में उनके मालिकों द्वारा करवाया जाता है। ये एक दबावपूर्ण व्यवहार है जो अभिवाक या मालिकों द्वारा किया जाता है। बचपन सभी बच्चों का जन्म सिद्ध अधिकार है जो माता-पिता के प्यार और देख-रेख में सभी को मिलना चाहिए, ये गैरकानूनी कृत्य बच्चों को बड़ों की तरह जीने पर मजबूर करता है। इसके कारण बच्चों के जीवन में कई सारी जरूरी चीजों की कमी हो जाती है जैसे- उचित शारीरिक वृद्धि और विकास, दिमाग का अनुपयुक्त विकास, सामाजिक और बौद्धिक रूप से अस्वास्थ्यकर आदि।

इसकी वजह से बच्चे बचपन के प्यारे लम्हों से दूर हो जाते हैं, जो हर एक के जीवन का सबसे यादगार और खुशनुमा पल होता है। ये किसी बच्चे के नियमित स्कूल जाने की क्षमता को बाधित करता है जो इन्हें समाजिक रूप से देश का खतरनाक और नुकसान दायक नागरिक बनाता है। बाल मजदूरी को पूरी तरह से रोकने के लिये ढेरों नियम-कानून बनाने के बावजूद भी ये गैर-कानूनी कृत्य दिनों-दिन बढ़ता ही जा रहा है।

बाल-श्रम का मतलब ऐसे कार्य से है जिसमें की कार्य करने वाला व्यक्ति कानून द्वारा निर्धारित आयु सीमा से छोटा होता है। इस प्रथा को कई देशों और अंतर्राष्ट्रीय संघटनों ने शोषित करने वाली माना है। अतीत में बाल श्रम का कई प्रकार से उपयोग किया जाता था, लेकिन सार्वभौमिक स्कूली शिक्षा के साथ औद्योगीकरण, काम करने की स्थिति में परिवर्तन तथा कामगारों श्रम अधिकार और बच्चों अधिकार की अवधारणाओं के चलते इसमें जनविवाद प्रवेश कर गया। बाल श्रम अभी भी कुछ देशों में आम है।

### बच्चों के अधिकार

यह अनुचित या शोषित माना जाता है यदि निश्चित उम्र से कम में कोई बच्चा घर के काम या स्कूल के काम को छोड़कर कोई अन्य काम करता है। किसी भी नियोक्ता को एक निश्चित आयु से कम के बच्चे को किराए पर रखने की अनुमति नहीं है। न्यूनतम आयु देश पर निर्भर करता है; जैसे संयुक्त राज्य अमेरिका में बाल श्रम कानून ने किसी प्रतिष्ठान

में बिना माता पिता की सहमति के न्यूनतम उम्र 16 वर्ष निर्धारित किया है।

यह माना जाता है कि भारत में 14 साल के बच्चों की आबादी पूरी अमेरिकी आबादी से भी ज्यादा है। भारत में कुल श्रम शक्ति का लगभग 3.6 फीसदी हिस्सा 14 साल से कम उम्र के बच्चों का है। हमारे देश में हर दस बच्चों में से 9 काम करते हैं। ये बच्चे लगभग 85 फीसदी पारंपरिक कृषि गतिविधियों में कार्यरत हैं, जबकि 9 फीसदी से कम उत्पादन, सेवा और मरम्मत कार्यों में लगे हैं। सर्वाधिक 0.8 फीसदी कारखानों में काम करते हैं।

आमतौर पर बाल मजदूरी अविकसित देशों में व्याप्त विविध समस्याओं का नतीजा है। भारत सरकार दूसरे राज्यों के सहयोग से बाल मजदूरी खत्म करने की दिशा में तेजी से प्रयासरत है। इस लक्ष्य को हासिल करने के लिए सरकार ने राष्ट्रीय बाल श्रम परियोजना (एनसीएलपी) जैसे महत्वपूर्ण कदम उठाए हैं। आज यह कहने की जरूरत नहीं है कि इस परियोजना ने इस मामले में काफी अहम कार्य किए हैं। इस परियोजना के तहत हजारों बच्चों को सुरक्षित बचाया गया है। साथ ही इस परियोजना के तहत चलाए जा रहे विशेष स्कूलों में उनका पुनर्वास भी किया गया है। इन स्कूलों के पाठ्यक्रम भी विशिष्ट होते हैं, ताकि आगे चलकर इन बच्चों को मुख्यधारा के विद्यालयों में प्रवेश लेने में किसी तरह की परेशानी न हो। ये बच्चे इन विशेष विद्यालयों में न सिर्फ बुनियादी शिक्षा हासिल करते हैं, बल्कि उनकी रुचि के मुताबिक व्यवसायिक प्रशिक्षण भी दिया जाता है। राष्ट्रीय बाल श्रम परियोजना के तहत इन बच्चों के लिए नियमित रूप से खानपान और चिकित्सकीय सहायता की व्यवस्था है। साथ ही इन्हें एक सौ रुपये मासिक वजीफा दिया जाता है।

गर सरकारी संगठनों या स्थानीय निकायों द्वारा चलाए जा रहे ऐसे स्कूल इस परियोजना के अंतर्गत अपना काम भलीभांति कर रहे हैं। हजारों बच्चे मुख्य धारा में शामिल हो चुके हैं, लेकिन अभी भी कई बच्चे बाल मजदूर की जिंदगी जीने को मजबूर हैं। समाज की बेहतरि के लिए इस बीमारी को जड़ से उखाड़ना बहुत जरूरी है। एनसीएलपी जैसी परियोजनाओं के सामने कई तरह की समस्याएं हैं। यदि हम सभी इन समस्याओं का मूल समाधान चाहते हैं तो हमें इन पर गहनता से विचार करने की जरूरत है। इस संदर्भ में सबसे पहली जरूरत है 14 साल से कम उम्र के बाल मजदूरों की पहचान करना। आखिर वे कौन से मापदंड हैं, जिनसे हम 14 साल तक के बाल मजदूरों की पहचान करते हैं और जो अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी मान्य हों क्या हमारा तात्पर्य यह होता है कि जब बच्चा 14 साल का हो जाए तो उसकी देखभाल की जिम्मेदारी राज्य की हो जाती है? हम जानते हैं कि गरीबी में अपना गुजर-बसर कर रहे बच्चों को परवरिश की जरूरत है। कोई बच्चा जब 14 साल का हो जाता है और ऐसे में सरकार अपना सहयोग बंद कर दे तो मुमकिन है कि वह एक बार फिर बाल मजदूरी के दलदल में फंस जाए। यदि सरकार ऐसा करती है तो यह समस्या बनी रह सकती है और बच्चे इस दलदल भरी जिंदगी से कभी बाहर ही नहीं निकल पाएंगे। कुछ लोगों का मानना है और उन्होंने यह प्रस्ताव भी रखा है कि बाल मजदूरों की पहचान की न्यूनतम आयु बढ़ाकर 18 साल कर देनी चाहिए। साथ ही सभी सरकारी सहायताओं मसलन मासिक वजीफा, चिकित्सा सुविधा और खानपान का सहयोग तब तक जारी रखना चाहिए, जब तक कि बच्चा 18 साल का न हो जाए।

औद्योगिक क्रांति में चार साल के कम उम्र के बच्चों को कई बार घातक और खतरनाक काम की स्थितियों के साथ उत्पादन वाले कारखाने में कार्यरत थे। अंग्रेजी श्रमिक वर्ग का बनना, (पेंगुइन, 168), पीपी। अब अमीर देशों







































