

# गोंड जनजाति का मास मीडिया के संपर्क में अध्ययन

Ajay Sahu<sup>1\*</sup>, Dr. Waseem Ahmad Ansari<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Research Scholar, Shri Krishna University, Chhatarpur M.P.

<sup>2</sup> Professor, Shri Krishna University, Chhatarpur M.P.

सार - मास मीडिया का एक लंबा इतिहास रहा है जिसके माध्यम से यह विकसित और विकसित हुआ है। इसके अलावा, दुनिया के विभिन्न समाजों में मीडिया के उद्भव और प्रसार में अंतर हैं। चूँकि मीडिया हमारे समाज का एक अभिन्न अंग है, यह लोगों की उपभोग की आदतों, वास्तविकता की धारणाओं, सामाजिक-सांस्कृतिक जीवन और सत्ता की राजनीति को प्रभावित करता है। और जिसमें गोंड, जनजाति, मीडिया और जनजाति के बारे में चर्चा की गई, मास मीडिया का इतिहास: भारतीय परिप्रेक्ष्य, रेडियो, दूरदर्शन, न्यू मीडिया और इंटरनेट के माध्यम से संचार।

खोजशब्द - मास मीडिया, गोंड

-----X-----

## परिचय

एक संचार के रूप में मास मीडिया के लिखित, मौखिक और प्रसारण जैसे विभिन्न रूप हैं जो बड़ी संख्या में जनता तक पहुंचते हैं। जनसंचार माध्यमों के सबसे सामान्य मंचों की गणना टेलीविजन, रेडियो, समाचार पत्र, इंटरनेट आदि के रूप में की जा सकती है। 'मीडिया' शब्द का प्रयोग अधिकांशतः टेलीविजन, रेडियो और समाचार पत्रों जैसे संचारी उपकरणों को संदर्भित करने के लिए किया जाता है। बियागी (2015) ने मास मीडिया उद्योग को आठ भागों में वर्गीकृत किया: टेलीविजन, समाचार पत्र, रेडियो पत्रिकाएं, किताबें, रिकॉर्डिंग, सिनेमा और इंटरनेट। मास मीडिया विकसित और अविकसित दोनों समाजों में एक शक्तिशाली परिवर्तनकारी शक्ति है। वर्तमान युग मीडिया और तकनीक का युग है। टेलीविजन, रेडियो और इंटरनेट के हाल के विस्तार के बड़े पैमाने पर आकर्षक दृष्टिकोण के कारण मास मीडिया पूरे देश में व्यापक रूप से फैल गया है। इसलिए मानव जीवन मीडिया के संदेशों से पूरी तरह से बमबारी कर रहा है। लोग सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के लिए पूरी तरह से जनसंचार माध्यमों पर निर्भर हैं। लेकिन पहले यह इतना सुविधाजनक नहीं था जितना अब है। मास मीडिया का एक लंबा इतिहास है जिसके माध्यम से यह विकसित और विकसित हुआ है। इसके अलावा, दुनिया के विभिन्न समाजों में मीडिया के उद्भव और विस्तार में अंतर है। चूँकि मीडिया हमारे समाज का एक अभिन्न अंग

है, यह लोगों की उपभोग की आदतों, वास्तविकता की धारणाओं, सामाजिक-सांस्कृतिक जीवन और सत्ता की राजनीति को प्रभावित करता है।[1]

गोंड भारत में सबसे प्रसिद्ध और महत्वपूर्ण जनजातियों में से एक हैं, जो अपने अनूठे रीति-रिवाजों और परंपराओं के लिए जाने जाते हैं। ये मुख्य रूप से खानाबदोश जनजाति हैं और खुद को कोयटोरिया कहते हैं। 'गोंड' शब्द की उत्पत्ति तेलुगु शब्द 'कोंडा' से हुई है, जिसका अर्थ पहाड़ी होता है। गोंड जनजाति मुख्य रूप से मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, पूर्वी महाराष्ट्र, उत्तरी आंध्र प्रदेश और पश्चिमी उड़ीसा में स्थित हैं। 4 मिलियन से अधिक की आबादी के साथ, गोंड मध्य भारत में सबसे बड़ा जनजातीय समूह भी बनाते हैं।

## गोंड

गोंडी (गोंडी), जिसे कभीकभी गोंड या कोइतूर के नाम से जाना जाता है, एक द्रविड़ जातीय समूह है। वे भारत के सबसे शक्तिशाली संगठनों में से एक हैं। मध्य प्रदेश, महाराष्ट्र, छत्तीसगढ़, उत्तर प्रदेश, तेलंगाना, आंध्र प्रदेश, बिहार और ओडिशा उन राज्यों में से हैं जहां वे पाए जा सकते हैं। भारत की आरक्षण प्रणाली के प्रयोजनों के लिए, उन्हें अनुसूचित जनजाति के रूप में वर्गीकृत किया गया है। तेलुगु और गोंडी संबंधित भाषाएं हैं। 2011 की

भारतीय जनगणना में लगभग 2.98 मिलियन गोंडी बोलने वालों का दस्तावेजीकरण किया गया था, ज्यादातर दक्षिणपूर्वी मध्य प्रदेश, पूर्वी महाराष्ट्र, दक्षिणी छत्तीसगढ़ और उत्तरी तेलंगाना में। दूसरी ओर, अधिकांश गोंड हिंदी, उड़िया और मराठी जैसी क्षेत्रीय भाषाएँ बोलते हैं। जनगणना के अनुसार 1971 में इनकी जनसंख्या 5.01 मिलियन थी। 1991 की जनगणना तक, जनसंख्या बढ़कर 9.3 मिलियन हो गई थी, और 2001 की जनगणना तक, यह लगभग 11 मिलियन हो गई थी। वे दशकों से भारत के मध्य क्षेत्र में नक्सलीमाओवादी विद्रोह के गवाह रहे हैं। नक्सली विद्रोह - निपटने के लिए छत्तीसगढ़ सरकार के अनुरोध पर स्थापित एक सशस्त्र उग्रवादी संगठन सलवा जुद्ध को 5 जुलाई, 2011 को सुप्रीम कोर्ट के फैसले से भंग कर दिया गया था। मध्य प्रदेश में गोंड जनजाति बहुमत में पाई जाती है। भारत में भी गोंड की आबादी बहुसंख्यक है। गोंड जनजाति को सांस्कृतिक रूप से बहुत समृद्ध माना जाता है और जब हम इसकी तुलना अन्य जनजाति से करते हैं तो यह अधिक संगठित और प्रभावी होती है। गोंड शब्द तेलगु शब्द से बना है जिसका अर्थ है पहाड़। गोंड जनजाति "कोडे" नाम पर्वतीय क्षेत्रों में रहना पसंद करती है इसलिए उन्हें यह दिया गया है। गोंड जनजाति आम तौर पर मध्य प्रदेश में नर्मदा नदी के दोनों किनारों पर पाई जाती है, लेकिन यह कुछ अन्य जिलों जैसे बैतूल, होशंगाबाद, छिंदवाड़ा, बालाघाट, शहडोल, मंडला, सागर, दमोह आदि में भी पाई जाती है।[2]

### जनजाति

भारतीय संविधान में कहीं भी 'जनजाति' शब्द को स्पष्ट रूप से परिभाषित नहीं किया गया है। केवल 'अनुसूचित जनजाति' शब्द को "जनजाति या जनजातीय समुदायों या जनजातियों या जनजातीय समुदायों के भीतर समूह या समूह" के रूप में समझाया गया है। इन समूहों को लोगों का सबसे पुराना नृवंशविज्ञान क्षेत्र बनाने के लिए माना जाता है। जनजाति शब्द लैटिन शब्द 'ट्रिबस' से लिया गया है। प्राचीन रोम में इस शब्द के निहितार्थ हैं, जहां यह रोमन राज्य के भीतर विभाजन को दर्शाता है। कैम्ब्रिज डिक्शनरी एक जनजाति को "लोगों का एक समूह, अक्सर संबंधित परिवारों के, जो एक साथ रहते हैं, एक ही भाषा, संस्कृति और इतिहास को साझा करते हैं, विशेष रूप से वे जो कस्बों या शहरों में नहीं रहते हैं, के रूप में परिभाषित करते हैं। इस प्रकार एक जनजाति एक जातीय समूह है। उन लोगों में से जिन्होंने कुछ सामान्य विशेषताओं जैसे सामान्य क्षेत्र, सामान्य भाषा, सामान्य धार्मिक और सांस्कृतिक प्रथाओं

आदि को साझा किया। भारत में जनजाति मुख्य रूप से एक राजनीतिक इकाई है जिसे भारत सरकार द्वारा कानूनी मान्यता दी गई है और अनुसूचित जनजाति कहा जाता है। भारतीय संविधान लेख में 342 अनुसूचित जनजातियों के मुद्दे से संबंधित है। अनुसूचित जनजाति के रूप में एक जातीय समूह के वर्गीकरण के लिए मानदंड का पालन किया जाता है, इसकी आदिम विशेषताएं, विशिष्ट संस्कृति, भौगोलिक अलगाव, और बड़े और पिछड़ेपन में अन्य समुदायों के साथ संपर्क की शर्मिंदगी है।[3-5]

### मीडिया और जनजाति

मीडिया दुनिया भर में हर समाज में लोगों के जीवन में बदलाव का एक साधन है। मीडिया की प्रमुख भूमिका निगरानी, मनोरंजन, शिक्षा, सहसंबंध और सूचना का प्रसार (कुमार, 2004) है। हालांकि मीडिया दैनिक जीवन, उपभोग की आदतों, पहनावे, सांस्कृतिक लक्षणों आदि में बदलाव लाता है, लेकिन यह समाज के विभिन्न और जटिल सामाजिक और सांस्कृतिक परिवेश पर निर्भर करता है। आदिवासी जीवन भारतीय सभ्यता की अनूठी विशेषता है और प्राचीन काल से भारत में विभिन्न जनजातियाँ मौजूद हैं। वे महानगरों की हलचल से दूर शांत पहाड़ी क्षेत्रों, घने जंगलों में जीवन व्यतीत करते हैं जो प्रकृति के करीब है। चूंकि वे भौगोलिक दूरियों के कारण कम हो गए हैं, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, समाचार पत्र आदि जैसे मीडिया तक उनकी पहुंच और पहुंच बहुत ही सीमित है। लोक मीडिया संदेश प्रसारित करने के लिए जनजातियों के बीच एक बड़ी संपत्ति साबित हुई है। सुब्रमण्यम और राममोहन (2006) लोक मीडिया को जनजातियों के बीच जानकारी देने का सबसे अच्छा और उपयुक्त तरीका मानते हैं। लेकिन जनसंचार माध्यमों के विस्तार और इन लोगों को विकास की धारा से जोड़ने की राज्य और केंद्र सरकार की इच्छा शक्ति से विभिन्न पहल की गई। डायरेक्ट टू होम (डीटीएच) सेवा के साथ, दूरी, धन और शिक्षा की बाधाओं को पार करने की दिशा में एक बड़ी छलांग लगाई गई है। चूंकि आदिवासी लोग मासूम, अनपढ़ और गरीब हैं, इसलिए मीडिया इन लोगों के बीच जागरूकता पैदा करने में मदद कर सकता है। सरकार द्वारा शुरू की गई विभिन्न नीतियों और कार्यक्रमों को मीडिया की मदद से बेहतर ढंग से लागू किया जा सकता है। कृषि और पशुपालन आदिवासी लोगों की जीवन रेखा हैं। मीडिया कृषि में बेहतर बीज प्रदान करके और बाजार में उनके उत्पादों की बेहतर कीमतों के बारे में जागरूकता पैदा करके इन लोगों की मदद कर

सकता है। इसके अलावा, लोग पशुओं की बेहतर उपज देने वाली नस्लों द्वारा आगे बढ़ सकते हैं। इस प्रकार मास मीडिया लोगों की जीवन शैली में बदलाव लाने और उनकी शिक्षा, स्वास्थ्य, सामाजिक-आर्थिक स्थिति में सुधार लाने और उन्हें सामाजिक मुख्यधारा में लाने में एक प्रमुख भूमिका निभाता है। मास मीडिया जनजातीय लोगों के बीच सूचना और विकास का एक बड़ा स्रोत है। राव (1966) संचार के प्रभाव को विकास की एक महत्वपूर्ण विशेषता के रूप में बताते हैं।[6-7]

### मास मीडिया का इतिहास: भारतीय परिप्रेक्ष्य

'मीडिया' शब्द माध्यम शब्द का बहुवचन है; संचार के विभिन्न साधनों को दर्शाता है उदा। रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र, इंटरनेट और इतने पर। मास मीडिया विशेष रूप से मीडिया के एक विशेष वर्ग को वर्गीकृत करता है जिसे विशेष रूप से बड़े और विषम दर्शकों तक पहुंचने और संवाद करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। 21वीं सदी का भारतीय मीडिया विभिन्न प्रकार के जनसंचार जैसे रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा, समाचार पत्रों, पत्रिकाओं और इंटरनेट प्रौद्योगिकी के हालिया विकास का समामेलन है। भारतीय जनसंचार के लोक और पारंपरिक तरीके जो इसके विभिन्न शास्त्रों, प्राचीन पुस्तकों और लोककथाओं में स्पष्ट किए गए थे, बड़े पैमाने पर जनसंचार के आधुनिक नेटवर्क द्वारा बहुत तेजी से आगे निकल गए हैं। वर्तमान युग में जनसंचार माध्यमों ने लोगों और समुदायों के जीवन पर छाया डाला है। मास मीडिया को मानव समाजीकरण का एक महान उपकरण माना जाता है और दुनिया के विभिन्न समाजों ने मास मीडिया के माध्यम से इस समाजीकरण के लिए अलग-अलग प्रतिक्रिया दी है।[8] भारतीय सन्दर्भ में जनसंचार माध्यमों का संक्षिप्त एवं सारगर्भित इतिहास इस प्रकार है:

### समाचार-पत्र

समाचार पत्र संचार और सूचना के सबसे पुराने और शक्तिशाली माध्यमों में से एक है जो दिन-प्रतिदिन की जानकारी प्रदान करता है और महत्वपूर्ण विषयों के बारे में पाठकों के बीच एक राय बनाता है। आधुनिक अखबार का आविष्कार यूरोपीय देशों में हुआ और दुनिया भर में फला-फूला। वर्तमान सदी में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के उदय में तेजी देखी गई है। तकनीकी प्रगति और संचार के अन्य तेज साधनों के बावजूद, अखबार ने अब तक कड़ी पूर्णता का सामना किया है। फैकलर (2003) लिखते हैं कि

समाचार पत्र संस्कृति के साथ बदलते हैं लेकिन इसमें तकनीकी विकास के कारण बदलाव आया है, और इसे अभी भी दुनिया भर में सबसे प्रभावशाली माध्यम माना जाता है।[9]

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में विस्फोट के बावजूद, समाचार पत्र लोगों के बीच समाचारों और सूचनाओं का पसंदीदा स्रोत बना हुआ है। भारत में समाचार पत्र की प्रमुख भूमिका लोकतंत्र के प्रहरी और चौथे स्तंभ की मानी जाती है। भारत में पत्रकारिता के इतिहास में, पहला समाचार पत्र जेम्स अगस्त हिक्की द्वारा शुरू किया गया था और इसे 29 जनवरी 1780 को प्रकाशित किया गया था। इस पत्र को औपनिवेशिक काल के तहत प्रकाशित किया गया था और पेपर को "द बंगाल गैज़ेट" नाम दिया गया था। जनता के बीच, इस पेपर को 'कलकत्ता जनरल एडवर्टाइजर' या 'हिक्कीज गजट' के नाम से भी जाना जाता था। यह सख्त निगरानी का दौर था और प्रिंट मीडिया पर सख्त कानून थोपे गए थे। 1857 में भारत के पहले स्वतंत्र युद्ध के बाद, भारतीय पत्रकारिता ने द हिंदू, टाइम्स ऑफ इंडिया, द ट्रिब्यून, अमृत बाजार पत्रिका आदि जैसे कई समाचार पत्रों को देखा। इन समाचार पत्रों ने सामाजिक सुधार और राजनीतिक और देशभक्ति की भावनाओं को भड़काने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। भारतीय जनता। हमारे महान नेता जैसे महात्मा गांधी, बी.आर. अम्बेडकर, और जवाहर लाल नेहरू ने भारतीय जनता को भारत के सामाजिक सुधार और स्वतंत्रता संग्राम की ओर लामबंद करने के लिए समाचार पत्रों की अपार शक्ति को पहचाना। भारत की स्वतंत्रता के बाद, समाचार पत्र की भूमिका में काफी बदलाव आया है क्योंकि यह ग्रामीण और शहरी समाज दोनों में सूचना की जीवन रेखा है।

### रेडियो

रेडियो संचार का सबसे शक्तिशाली, सस्ता और आसान साधन है। संचार का यह साधन अमीर और गरीब दोनों के लिए समान रूप से वहनीय है; ग्रामीण और शहरी; और साक्षर और अनपढ़ लोग। व्यक्ति की उम्र, शिक्षा और भौगोलिक पहुंच के आधार पर अलग-अलग लोगों के लिए 'रेडियो' शब्द का अलग-अलग अर्थ है। ऐतिहासिक रूप से, रेडियो संचार का बहुत पुराना माध्यम नहीं है, रेडियो की उत्पत्ति वायरलेस टेलीग्राफ में हुई है और इसका श्रेय 1896 में रेडियो के आविष्कार के लिए गुग्लिर्मो मारकोनी को जाता है। 1909 में मारकोनी को उनके लिए भौतिकी में प्रतिष्ठित नोबेल पुरस्कार से सम्मानित किया

गया था। आविष्कार और कार्ल फर्डिनेंड ब्रौन के साथ वायरलेस तकनीक के विकास में योगदान। एक कदम आगे बढ़ते हुए, न्यूयॉर्क के एक रेडियो स्टेशन ने 1916 में अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव की घटना पर सबसे पुरानी समाचार रिपोर्ट प्रसारित की। भारत में, तीन अलग-अलग रेडियो क्लबों की स्थापना करके, 1923-24 के वर्ष में एक निजी मामले के रूप में रेडियो प्रसारण शुरू हुआ। लेकिन आर्थिक तंगी के कारण इन क्लबों को बंद कर दिया गया था। 1927 में, भारत सरकार और इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी ने एक समझौता किया और प्रयोगात्मक आधार पर बॉम्बे और कलकत्ता से रेडियो कार्यक्रम प्रसारित किए। लेकिन अंततः, भारतीय प्रसारण निगम (IBC) को बंद कर दिया गया और रेडियो का प्रसारण पूरी तरह से भारत सरकार के अधीन किया गया।

वर्ष 1936 भारत में रेडियो के इतिहास में एक स्वर्णिम वर्ष है क्योंकि भारतीय प्रसारण सेवा का नाम बदलकर 'ऑल इंडिया रेडियो' (AIR) कर दिया गया। भारत की स्वतंत्रता के समय आकाशवाणी के केवल छह स्टेशन और अठारह ट्रांसमीटर थे। तब से रेडियो का चेहरा पूरी तरह से बदल गया है और यह देश की लगभग 92% भौगोलिक क्षेत्र को कवर करने वाली पूरी आबादी के लिए लगभग सुलभ है। ऑल इंडिया रेडियो द्वारा किए गए इस असाधारण विस्तार ने इसे ग्रह पर सबसे बड़े मीडिया संगठनों में से एक बना दिया। ऑल इंडिया रेडियो अपने कार्यक्रमों को तेईस भाषाओं और एक सौ छियालीस बोलियों में प्रसारित करता है जो विविध सामाजिक-आर्थिक स्पेक्ट्रम तक पहुंचता है। हाल के वर्ष में, फ्रीक्वेंसी मॉड्यूल (FM) ट्रांसमिशन के कारण रेडियो में एक बड़ा बदलाव आया है। ये एफएम स्टेशन मुख्य रूप से श्रोताओं की स्थानीय जरूरतों को पूरा करते हैं। आवाज की स्पष्टता और कार्यक्रमों की विविधता रेडियो को जनसंचार का एक महत्वपूर्ण स्रोत बनाती है। एफएम रेडियो ने हाल के दिनों में काफी लोकप्रियता हासिल की है। एफएम रेडियो के लिए आसान पहुंच और पोर्टेबिलिटी एक और फायदा है। मोबाइल फोन के माध्यम से रेडियो सुनना ग्रामीण और शहरी लोगों के बीच एक और उभरता हुआ चलन है। सामुदायिक रेडियो ग्रामीण लोगों के बीच एक और जीवन बदलने वाली अवधारणा है। सामुदायिक रेडियो एक समुदाय के स्थानीय लोगों द्वारा रचनात्मक विचारों के माध्यम से लोगों को विकास और सशक्तिकरण की ओर ले जा रहा है।[10]

### दूरदर्शन

दूरदर्शन प्रसार भारती के तहत एक सरकारी स्थलीय टेलीविजन चैनल है, जो भारत सरकार द्वारा गठित एक बोर्ड है। ऑल इंडिया रेडियो के एक भाग के रूप में प्रायोगिक आधार पर वर्ष 1959 में भारत में टेलीविजन की शुरुआत की गई थी। यह बहुत मामूली रूप से केवल एक अस्थायी स्टूडियो, एक कम शक्ति ट्रांसमीटर और इक्कीस सामुदायिक टेलीविजन सेटों के साथ पेश किया गया था।[11]

भारत में टेलीविजन की शुरुआत जनता के बीच सामाजिक और सामान्य जागरूकता को बढ़ावा देने के उद्देश्य से हुई थी। 1965 के वर्ष में दूरदर्शन पर प्रतिदिन एक घंटे की समाचार सेवा शुरू की गई थी। वर्ष 1975 तक, टेलीविजन स्टेशनों का भारत के अन्य प्रमुख शहरों में विस्तार किया गया। 1975-76 में भारत के सबसे दुर्गम और सबसे कम विकसित गांवों को शिक्षित करने के लिए भारत में सैटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरिमेंट (SITE) शुरू किया गया था। यह प्रयोग बहुत सफल रहा और सर्वत्र प्रशंसित रहा। इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता कि तभी से दूरदर्शन सामाजिक परिवर्तन और विकास का माध्यम बन गया था। "कृषि दर्शन" दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाला पहला कार्यक्रम था। यह 26 जनवरी 1967 को शुरू किया गया था और यह भारतीय टेलीविजन के इतिहास में सबसे लंबे समय तक चलने वाले कार्यक्रमों में से एक है। भारतीय टेलीविजन के इतिहास में 1980 के दशक को हम लोग (1984), बुनियाद (1986-87) और रामायण और महाभारत जैसे धार्मिक धारावाहिकों के लिए जाना और याद किया गया। शक्तिमान (1998-2005), भारत के पहले सुपरहीरो ने लाखों लोगों को टेलीविजन से जोड़ा। डीडी नेशनल के अलावा, डीडी भारती, डीडी उर्दू, डीडी स्पोर्ट्स, डीडी इंडिया विभिन्न प्रकार से दर्शकों को शिक्षित और मनोरंजन कर रहे हैं। डीडी किसान किसानों को समर्पित एकमात्र चैनल है, जो सर्वोत्तम कृषि पद्धतियों, विभिन्न कृषि तकनीकों, जल संरक्षण और जैविक खेती आदि के बारे में जानकारी प्रदान करता रहा है। 1990 के दशक के बाद टेलीविजन उद्योग के वैश्वीकरण और निजीकरण के कारण टेलीविजन में महान क्रांति हुई। कई चैनलों की उपलब्धता ने पूरे भारतीय समाज में क्रांति ला दी है और टेलीविजन अब विशेषाधिकार प्राप्त वर्ग का विलास नहीं रह गया है। डायरेक्ट टू होम सर्विस (डीटीएच) और केबल टेलीविजन ने ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में दर्शकों की पहुंच और अनुभव को पूरी तरह से बदल दिया है।[12]

## न्यू मीडिया और इंटरनेट के जरिए संचार

इंटरनेट की विश्वव्यापी प्रसारण क्षमता है। जहां तक संचार का संबंध है, इंटरनेट के आगमन ने संदेश भेजने के मामले में लोगों के जीवन को बहुत आसान बना दिया है। 17वीं और 18वीं शताब्दी में औद्योगिक विकास की तरह, कंप्यूटर और इंटरनेट ने 20वीं शताब्दी में लोगों के सामाजिक, आर्थिक और औद्योगिक जीवन को बदल दिया है। भारत में इंटरनेट उपयोग का पहला रिकॉर्ड वर्ष 1986 में एजुकेशनल रिसर्च नेटवर्क (ERNET) की शुरुआत के साथ दर्ज किया गया है। लेकिन सरकार द्वारा संचालित भारत संचार निगम लिमिटेड (BSNL) को भारत में सार्वजनिक रूप से उपलब्ध पहली इंटरनेट सेवा पेश करने में लगभग दस साल लग गए। 1995. 2010 से 3जी नेटवर्क की नीलामी के साथ, भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या में तेजी देखी गई है। प्रमुख सार्वजनिक और निजी इंटरनेट सेवा प्रदाता कंपनियों के बीच कठिन समापन के साथ, मासिक कीमतों में भारी कमी आई है जिससे उपभोक्ताओं को लाभ हुआ है। इस प्रकार, देश के गरीब और ग्रामीण लोगों के बीच इंटरनेट की पहुंच और सामर्थ्य बनाना बहुत आसान है।[13-14]

## निष्कर्ष

मीडिया ने निस्संदेह समाज की तस्वीर बदल दी है। अब दूर-दराज के इलाकों में भी लोग एक-दूसरे से ज्यादा जुड़ाव महसूस करते हैं। संचार के मामले में उनकी पहुंच नाटकीय रूप से बढ़ी है और दिन-ब-दिन बढ़ती जा रही है। अब, अनपढ़ लोगों की भी रेडियो, टेलीविजन और स्मार्ट फोन आदि जैसे मीडिया प्लेटफॉर्मों तक पहुंच है। इसने लोगों, विशेषकर गृहिणियों, आदिवासियों और दलितों की मानसिकता को निर्णायक रूप से बदल दिया है। अब, वे मास मीडिया के विभिन्न प्लेटफॉर्मों की खोज किए बिना अपना समय व्यतीत नहीं करते हैं। वे टेलीविजन देखते हैं और रेडियो सुनते हैं और इस प्रकार सक्रिय रूप से अपना मनोरंजन कर सकते हैं और साथ ही बहुत सी नई और अलग-अलग चीजें सीख सकते हैं।

मीडिया ने देश के ग्रामीण और आदिवासी क्षेत्रों में संचार की बाधाओं को दूर करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। मास मीडिया ने आदिवासी और ग्रामीण लोगों के जीवन को काफी हद तक प्रभावित किया है। विभिन्न जनजातीय समुदायों के

बीच जनसंचार माध्यमों का प्रभाव विभिन्न अन्य सामाजिक और आर्थिक कारकों के कारण भिन्न हो सकता है।

## संदर्भ

1. गुलजार, एम. डी. (2021)। समावेशी नीतियां और जम्मू और कश्मीर के आदिवासियों पर उनका प्रभाव: गुर्जर आदिवासियों का मामला।
2. हामिद, डब्ल्यू।, खान, टी.ए., और जहांगीर, एम.एस. (2021)। स्वायत्तता और कश्मीर की गुर्जर महिलाओं के बीच निर्णय लेने की क्षमता: जिला बडगाम में खान साहिब तहसील का एक अध्ययन। इंडियन जर्नल ऑफ जेंडर स्टडीज, 28(1), 90-103।
3. इकबाल, टी., नंदा, आर., पेशिन, आर., और पासवाल, एस. (2020)। जम्मू और कश्मीर राज्य में विभिन्न जनजातीय विकास योजनाओं से लाभ प्राप्त करने में आदिवासियों द्वारा सामना की जाने वाली बाधाओं पर एक अध्ययन। एशियन जर्नल ऑफ एग्रीकल्चरल एक्सटेंशन, इकोनॉमिक्स एंड सोशियोलॉजी, 1-4।
4. किथन, एस. (2020)। जम्मू और कश्मीर में गोंड और जनजातीय राजनीति। हैंडबुक ऑफ ट्राइबल, पॉलिटिक्स इन इंडिया, 294-309।
5. कुमार, आर. (2019)। अनुसंधान पद्धति: शुरुआती लोगों के लिए एक चरण-दर-चरण मार्गदर्शिका। ऋषि, प्रकाशन लिमिटेड।
6. अग्रवाल, आर. (2019)। भारतीय आदिवासी महिलाओं के सशक्तिकरण का एक अध्ययन। जर्नल ऑफ, कॉमर्स, इकोनॉमिक्स एंड मैनेजमेंट, 2(3), 1-7।
7. भट, जे.ए., और गुलजार, डी. (2019)। जम्मू और कश्मीर की गुर्जर जनजाति का राजनीतिक प्रतिनिधित्व: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन। हिस्ट्री रिसर्च जर्नल, 5(6), 1448-1454।
8. हुसैन, एफ., और अफसाना, आई. ए. (2019)। जम्मू और कश्मीर में आदिवासी (गोंड और बकरवाल) की सामाजिक-आर्थिक और राजनीतिक

स्थिति। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ सोशल साइंस एंड इकोनॉमिक रिसर्च, 4, 3072-89।

9. शर्मा, वी. (2019). जम्मू और कश्मीर में वंचित गोंडों और बकरवालों के विशेष संदर्भ में छात्रों को शामिल करना। प्रो मोहम्मद इकबाल मट्टू, 175।
10. खान, के। (2018)। अनुसूचित जाति और अनुसूचित जनजाति के बीच स्कूल और उच्च शिक्षा तक पहुंच: बदलते परिदृश्य और नीतिगत मुद्दे। जर्नल ऑफ सोशल इंकलूजन स्टडीज, 4(2), 234-257।
11. शेखर, पी.सी. (2018)। ऑल इंडिया रेडियो का रूरल ब्रॉडकास्टिंग ए सोशल चेंज एजेंट: ए पास्ट स्टिल प्रेजेंट सिन्स 1923।
12. शेखर, पी.सी. (2018)। ऑल इंडिया रेडियो का रूरल ब्रॉडकास्टिंग ए सोशल चेंज एजेंट: ए पास्ट स्टिल प्रेजेंट सिन्स 1923।
13. भट, जेए (2018)। जाति, व्यवसाय और शिक्षा के संबंध में गोंड और पहाड़ी लोगों की सामाजिक-आर्थिक स्थितियों का तुलनात्मक अध्ययन। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ इनोवेटिव सोशल साइंस एंड ह्यूमैनिटीज रिसर्च, 5(1), 2349-1876।
14. भट, जेए (2018)। जम्मू और कश्मीर के गोंड और पहाड़ियाँ: हाउसिंग पैटर्न, एसेट पोज़ेशन और सरकारी योजना के लाभार्थियों के आधार पर एक तुलना। रिसर्च जर्नल ऑफ सोशल साइंसेज, 9(7).

---

#### Corresponding Author

**Ajay Sahu\***

Research Scholar, Shri Krishna University, Chhatarpur M.P.