

छत्तीसगढ़ अंचल में आदिवासी कला के वैभव का मूल्यांकनकृ

Dr. Seema Pandey
Assistant Professor History
Gurughasidas Vishvavidhyalay Bilaspur (C. G)

DECLARATION: I AS AN AUTHOR OF THIS PAPER / ARTICLE, HEREBY DECLARE THAT THE PAPER SUBMITTED BY ME FOR PUBLICATION IN THE JOURNAL IS COMPLETELY A GENUINE PAPER. IF ANY ISSUE REGARDING COPYRIGHT/PATENT/ OTHER REAL AUTHOR ARIES , THE PUBLISHER WILL NOT BE LEGALLY RESPONSIBLE. IF ANY OF SUCH MATTERS OCCUR PUBLISHER MAY REMOVE MY CONTENT FROM THE JOURNAL. FOR THE REASON OF CONTENT AMENDMENT/NO VISIBILITY ON WEBSITE/UPDATES, I HAVE RESUBMITTED THIS PAPER FOR THE PUBLICATION. FOR ANY PUBLICATION MATTERS OR ANY INFORMATION INTENTIONALLY HIDDEN BY ME OR OTHERWISE, I SHALL BE LEGALLY RESPONSIBLE (COMPLETE DECLARATION OF THE AUTHOR AT THE LAST PAGE OF THIS PAPER/ARTICLE)

सार

भारतीय हस्तशिल्प का इतिहास सदियों पुराना है। भारतीय कला और कारीगरों ने बहुत लंबे समय से दुनिया के अन्य देशों के लोगों को अपनी रचनाओं के माध्यम से चकित कर दिया है। छत्तीसगढ़ के बस्तर क्षेत्र में विस्तृत विविधता के साथ-साथ असाधारण कलाकृतियां बनाने में उत्कृष्टता है। इस क्षेत्र के आदिवासी बेल धातु या ढोकरा कला, गढ़ा लोहे की कला, सिसाल कला, लकड़ी की कला और टेराकोटा कला के रूप में वर्गीकृत विभिन्न बस्तर कला उत्पादों को बनाने में दक्षता रखते हैं। . इन उत्पादों की बढ़ती मांग है लेकिन इसके बावजूद ये उत्पाद लक्षित दर्शकों तक पहुंचने में कम पड़ जाते हैं और कारीगर विपणन में बाधाओं के कारण अपनी आजीविका कमाने का प्रयास कर रहे हैं, जिसके कारण विपणन के अवसरों की पहचान करने की आवश्यकता होती है और मौजूदा मुद्दे को हल करने के लिए उपयुक्त रणनीति के साथ आएंगे। इस शोध पत्र का उद्देश्य इस क्षेत्र में अवसरों पर जोर देने के साथ-साथ इन जनजातीय उत्पादों के विपणन में उभरते मीडिया की भूमिका को रेखांकित करने के साथ-साथ इन उत्पादों के विपणन में चुनौतियों की जांच करना है। यह वर्तमान बाजार लिंक और कुछ मौजूदा सरकारी योजनाओं पर जोर देने के साथ-साथ इस खंड का एक विश्लेषण भी प्रस्तुत करता है।

परिचय



प्राचीन काल से ही हमारा देश अपनी रचनात्मकता और संस्कृति के लिए जाना जाता रहा है, और हस्तशिल्प ने हमारे देश की पारंपरिक और सांस्कृतिक विचारधाराओं को प्रतिबिंबित करने में प्रमुख भूमिका निभाई है। भारत की सांस्कृतिक विरासत और मूल्यवान कब्जे के चित्रण के अलावा, हस्तशिल्प क्षेत्र भी बड़ी संख्या में कारीगरों को रोजगार पैदा करने का माध्यम रहा है। हमारे देश का प्रत्येक राज्य लोक कला के रूप में जाना जाने वाला अपना विशिष्ट कला रूप बनाने में विशिष्ट है। मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, झारखंड, बिहार और उत्तर प्रदेश राज्यों से संबंधित हस्तशिल्प आजकल ज्यादातर चलन में हैं। बस्तर कला छत्तीसगढ़ के बस्तर जिले से जुड़ी एक ऐसी ही पुरानी कला है। विभिन्न शोधों से मोहनजोदड़ो और हड़प्पा के मध्यकाल में इस कला के अस्तित्व के प्रमाण मिले हैं। इस कला रूप को आगे टेराकोटा कला, ढोकरा कला, जिसे बेल मेटल आर्ट, सिसल आर्ट, वुडन आर्ट और गढ़ा लोहे की कला के रूप में भी जाना जाता है, में वर्गीकृत किया गया है। यह व्यापक रूप से कोंडागांव, जगदलपुर, नारायणपुर, चित्रकोट (लकड़ी की कला), टोकपाल (बेल मेटल & ढोकरा कला), तुमनार, बालेंगा, परचनपाल आदि क्षेत्रों में प्रचलित है।

ढोकरा कला:

ढोकरा कला बस्तर के शिल्पकारों द्वारा एक सदियों पुरानी रचना है। मुख्य रूप से इस कला रूप का अभ्यास बस्तर की घसिया जनजाति द्वारा किया जाता है। यह मिश्रित अवस्था में धातुओं जैसे तांबा, जस्ता, टिन आदि की फाउंड्री द्वारा मूर्तियों, आभूषणों, बर्तनों, सजावटी वस्तुओं और अन्य उपयोगी उत्पादों को बनाने के लिए तैयार किया जाता है। मिट्टी, मोम और धातु के मिश्रण से बनी ये कलाकृतियाँ बेहद आकर्षक हैं। चूंकि इन कलाकृतियों को तैयार करने में मधुमक्खी के छत्ते से मोम का भी उपयोग किया जाता है, इसलिए इन कलाकृतियों को तैयार करने की तकनीक को प्लॉस्ट वैक्स तकनीक नाम दिया गया है। इसमें कला का काम धातु से किया जाता है लेकिन शिल्पकार इसे मोम की मदद से ढालता है। सबसे पहले आवश्यक डिजाइन के अनुसार मिट्टी से मोल्ड तैयार किया जाता है। फिर इस मिट्टी के सांचे को मधुमक्खी के छत्ते से प्राप्त मोम से ढक दिया जाता है जिसके बाद इसे वांछित डिजाइन के साथ लगाया जाता है। इसके बाद फिर से मिट्टी का लेप लगाया जाता है ताकि उस पर डिजाइन की नकल की जा सके। अंत में कला के इस काम को गर्म किया जाता है, इस प्रक्रिया के दौरान मोम पिघल जाता है जो रिक्त स्थान बनाता है, इसके बाद उत्पन्न अंतराल में एक अलग पदार्थ डाला जाता है। यह विसरित पदार्थ मिट्टी में लगाए गए वांछित पैटर्न को लेता है, फिर जैसे ही धातु जम जाती है मिट्टी का लेप हटा दिया जाता है। अंत में धातु से उत्पन्न वस्तुओं को एक चमकदार चमक प्राप्त करने के लिए अंतिम परिष्करण के अधीन किया जाता है। कुछ लोकप्रिय डिजाइन देवी-देवताओं, मोर, घोड़े, हाथी, आदिवासी योद्धाओं आदि की मूर्तियाँ हैं।

टेराकोटा कला:

छत्तीसगढ़ की कुम्हारा जनजाति द्वारा टेराकोटा कला का अभ्यास किया जाता है। यह कला रूप बस्तर में बहुत लंबे समय से प्रचलित है, पहले यह केवल बर्तन बनाने तक ही सीमित था और यह कला रूप खराब स्थिति में था। पहले के समय में बहुत कम कारीगर मूर्तियों या अन्य डिजाइनों को बनाने की हिम्मत कर सकते थे, लेकिन बाद में कारीगरों ने अपने सांस्कृतिक और धार्मिक पैटर्न को दर्शाने वाली कलाकृतियां बनाईं जो बाजार में अत्यधिक लोकप्रिय हो गईं। हर साल ये कारीगर इसे प्रदर्शनियों में प्रदर्शित करने के लिए अलग-अलग डिजाइन के साथ आते हैं। हाल ही में कुम्हारा जनजाति द्वारा बनाई गई ष्मशिल्प उच्च मांग को पकड़ रही है और इसलिए सरकार गांवों में सर्वेक्षण करने और सर्वश्रेष्ठ कारीगरों का पता लगाने और उन्हें थोक ऑर्डर देने का प्रयास कर रही है। पहले इन कलाकृतियों के डिजाइन सरल हुआ करते थे लेकिन आजकल कारीगर इसमें अधिक से अधिक रचनात्मकता जोड़ने और अधिक आकर्षक बनाने के लिए अपना सर्वश्रेष्ठ प्रयास कर रहे हैं। हमारे देश के स्वतंत्र होने के बाद शुरू में बहुत कम कला रूप थे जो लोकप्रिय हो गए और बस्तर कला उन कला रूपों में से एक है। वर्ष 1968 में विश्व प्रसिद्ध विद्वान ने ष्मननोन इंडियारू रिचुअल आर्ट्स इन ट्राइब एंड विलेज का आयोजन किया, जिसमें भारतीय कला रूपों की एक अंतरराष्ट्रीय मंच पर प्रदर्शनी की गई जिसमें बस्तर क्षेत्र की कलाकृतियों को भी शामिल किया गया। वर्ष 2000 से नगरनार, एकदा और मकरी इस कला के प्रमुख केंद्र माने जाते रहे हैं। प्रत्येक क्षेत्र का अपना असतत डिजाइन है जो इसे अन्य क्षेत्रों से अलग करता है, नगरनार घोड़े और बैल के डिजाइन बनाने में लोकप्रिय है, एकदा शेर और हाथी की मूर्तियों को बनाने में लोकप्रिय है, मकरी देवी-देवताओं की मूर्तियां बनाने में अधिक लोकप्रिय है। सबसे पहले मिट्टी से बनी मूर्तियों को लाल रंग में गर्म किया जाता है, गर्म करने के बाद वे थोड़ी काली हो जाती हैं। कलाकृतियों को गर्म करने के बाद, उन्हें 2-3 घंटे के लिए सुखाने के लिए रखा जाता है। क्षति से बचने के लिए इन मूर्तियों को सुखाने के लिए धूप में नहीं रखा जाता है। इसके बाद अंत में इन मूर्तियों को रंग देने के लिए नदी के किनारे से प्राप्त मिट्टी से रंगा जाता है।

सिसल कला:

यह कला रूप काफी हद तक जूट कला के समान है। सबसे पहले ष्मणबास ष्म नामक पौधे की पत्तियों को एकत्र किया जाता है। इन पत्तियों को सिसल के धागे प्राप्त करने के लिए मशीनों में संसाधित किया जाता है। इन धागों को फिर अच्छी तरह से धोया जाता है और फिर सुखाया जाता है, इस प्रक्रिया को कार्डिंग प्रक्रिया कहा जाता है। जिसके बाद इन धागों को आपस में बांध दिया जाता है, फिर इन धागों का उपयोग विभिन्न कलाकृतियां बनाने में किया जाता है। सबसे लोकप्रिय डिजाइनों में से कुछ में सिसल गुड़िया,

टोकरियाँ, कैरी बैग, कालीन, दीवार पर लटकने वाले और अन्य सजावट और उपयोगिता आइटम शामिल हैं। ताजा प्राप्त धागे में एक नरम बनावट होती है और प्रकृति में चमकदार होती है, इस सामग्री में उत्कृष्ट तन्यता ताकत होती है। बस्तर जिले के परचनपाल और कोलचुर क्षेत्र इस कला के लिए बहुत लोकप्रिय हैं। स्थानीय प्रदर्शनियों में प्रदर्शित इन उत्पादों में से कोई भी हमेशा सर्वश्रेष्ठ पा सकता है। इन धागों से बने कैरी बैग ग्राहकों के बीच काफी लोकप्रिय हैं। कलाकारों ने खुलासा किया कि गुड़िया, बैग, वॉल हैंगिंग विदेशी ग्राहकों का अधिक ध्यान आकर्षित करते हैं।

गढ़ा लोहा कला:

छत्तीसगढ़ राज्य में इस कला के अभ्यास में दो प्रकार की जनजातियाँ शामिल हैं, लोहार और अग्रिया। ये दोनों जनजातियाँ दैनिक उपयोगिता की वस्तुओं और कृषि उपकरणों का निर्माण करती हैं लेकिन उनके द्वारा उक्रे गए सबसे प्रसिद्ध उत्पाद जो दीपक और अन्य सजावटी सामान लोहार जनजाति द्वारा बनाए गए हैं। आदिवासियों द्वारा बनाई गई इस कला रूप की पारंपरिक कलाकृतियां वर्तमान में चलन में हैं लेकिन चूंकि इन वस्तुओं की खपत कम है, इसलिए कारीगरों के लिए अपना जीवन यापन करना मुश्किल हो जाता है। सौभाग्य से स्थानीय उपभोक्ता इन उत्पादों के लिए एक स्थिर बाजार बनाने में योगदान करते हैं लेकिन फिर भी बड़े पैमाने पर खपत बढ़ाने के लिए संघर्ष जारी है। छत्तीसगढ़ के रायगढ़ और सरगुजा क्षेत्र इस कला के अभ्यास के लिए लोकप्रिय हैं। पिछले कुछ वर्षों से विभिन्न डिजाइनर कारीगरों को विभिन्न असतत डिजाइनों के साथ आने के लिए प्रेरित कर रहे हैं।

लकड़ी की कला:

आस-पास के जंगलों से लकड़ी का समृद्ध स्रोत इस कला के लिए कच्चे माल का एक प्रमुख स्रोत रहा है जिसने कारीगरों को इस कला रूप में शामिल होने के लिए प्रेरित किया है। इस कला रूप का अभ्यास छत्तीसगढ़ की मुरिया जनजाति द्वारा किया जाता है। बस्तर की काष्ठ कला कला के माध्यम से आदिवासी सांस्कृतिक प्रतिमानों को चित्रित करने के लिए अत्यंत प्रसिद्ध है। कुछ लोकप्रिय डिजाइनों में धनुष बाण, लकड़ी के पैनल, घोड़े, बांसुरी और उपयोगिता और सजावट के अन्य सामान शामिल हैं। यह कला तब और अधिक लोकप्रिय हो गई जब 1964 में बंगाल के शरणार्थियों ने इसकी खोज की और इन उत्पादों का व्यापार करना शुरू किया। इसके बाद वर्ष 1970 से इन उत्पादों की मांग में वृद्धि हुई और ये अधिक से अधिक लोकप्रिय होने लगे। वर्तमान परिदृश्य में बहुत कम कारीगर हैं जो स्वयं के उपभोग के लिए उत्पाद बनाते हैं। जगदलपुर, देउरगांव, परचनपाल, सोनारपाल, कोलचुर, तारागांव कुछ ऐसे क्षेत्र हैं जो इस कला के लिए लोकप्रिय हैं। जगदलपुर क्षेत्र में अन्य उल्लिखित क्षेत्रों की तुलना में लकड़ी के कलाकारों की संख्या सबसे अधिक है, यहां की कलाकृतियां पारंपरिक बस्तर और बंगाली संस्कृतियों और पैटर्न का मिश्रण

हैं। परचनपाल का एक शिल्पग्राम (कार्यशाला) है, जहाँ लगभग 20 लकड़ी के कारीगर रहते हैं और अपना अभ्यास करते हैं। देउरगाँव में एक एम्पोरियम, एक कार्यशाला और लकड़ी के कारीगरों का संघ है जहाँ इन कारीगरों को प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है। इन लकड़ी के कला कारीगरों द्वारा बनाई गई सबसे अद्भुत कला में से एक है षडशहरा रथ यानी कारीगरों द्वारा तराशा गया विशाल रथ जिसे दशहरे के दौरान जनता में प्रदर्शित किया जाता है।

अध्ययन का उद्देश्यरू—

1^० बस्तर कला उत्पादों के लिए बाजार में चुनौतियों और अवसरों का अध्ययन करना।

अनुसंधान क्रियाविधिरू—

यह शोध पत्र खोजपूर्ण शोध पर आधारित है। इस शोध पत्र के लिए डेटा विभिन्न माध्यमिक स्रोतों के माध्यम से एकत्र किया गया था।

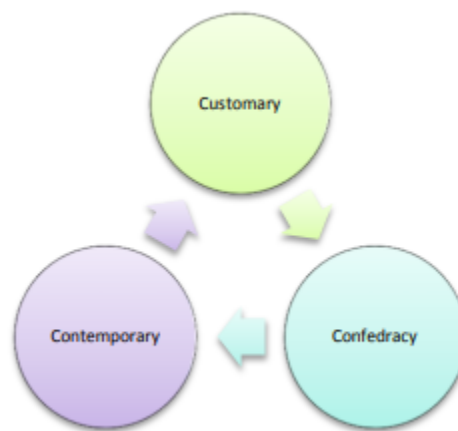
डिजाइन:

बस्तर कला उत्पाद उपभोक्ता की पसंद और स्वाद के अनुसार बनाए जाते हैं। इन उत्पादों को उनके डिजाइन के आधार पर तीन श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है।

2^० प्रथागत उत्पादरू ये उत्पाद एंटीडिलुवियन और पारंपरिक डिजाइनों का उपयोग करते हैं।

3^० समकालीन उत्पाद रू ये वे हैं जो प्रचलित आधुनिक डिजाइनों के अनुसार बनाए गए हैं।

4^० संघ उत्पादरूये उत्पाद दोनों डिजाइनों यानी प्रथागत और समकालीन डिजाइनों का पयूजन हैं।



चित्ररू—डिजाइनों के प्रकारों का निरूपण

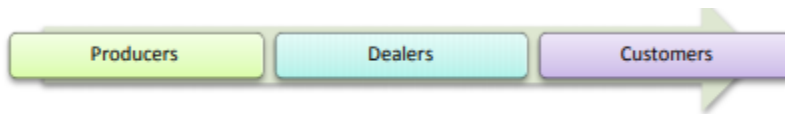
अंतिम उत्पाद के निपटान के लिए कारीगर व्यापारियों, कुशल कारीगरों और विचारशील समाज पर निर्भर होते हैं। कुछ शिल्पकार इसे सीधे उपभोक्ताओं को बेचना पसंद करते हैं जबकि अन्य इसे डीलरों, मास्टर कारीगरों या बाध्य समाज के माध्यम से बेचने का पक्ष लेते हैं। कई बार ये डीलर अपने उत्पादों को एम्पोरियम के माध्यम से बेचते हैं जो सीधे ग्राहकों की आकाशगंगा से जुड़ जाता है। इन जनजातीय उत्पादों के उत्पादक मुख्य रूप से अपने उत्पाद को बेचने के लिए अन्य लिंक पर निर्भर हैं।

बिक्री की विभिन्न शैलियाँ हैं

शैली 1— निर्माता अपनी रचनाएँ सीधे उपभोक्ताओं को बेचते हैं।



शैली 2— निर्माता अपनी कलाकृतियों को व्यापारियों को बेचते हैं जो क्रमिक रूप से इन कृतियों को उपभोक्ताओं को बेचते हैं।

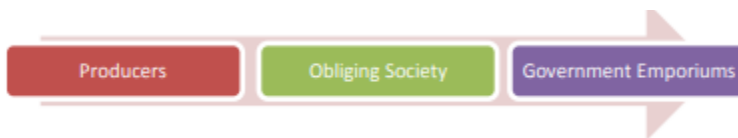


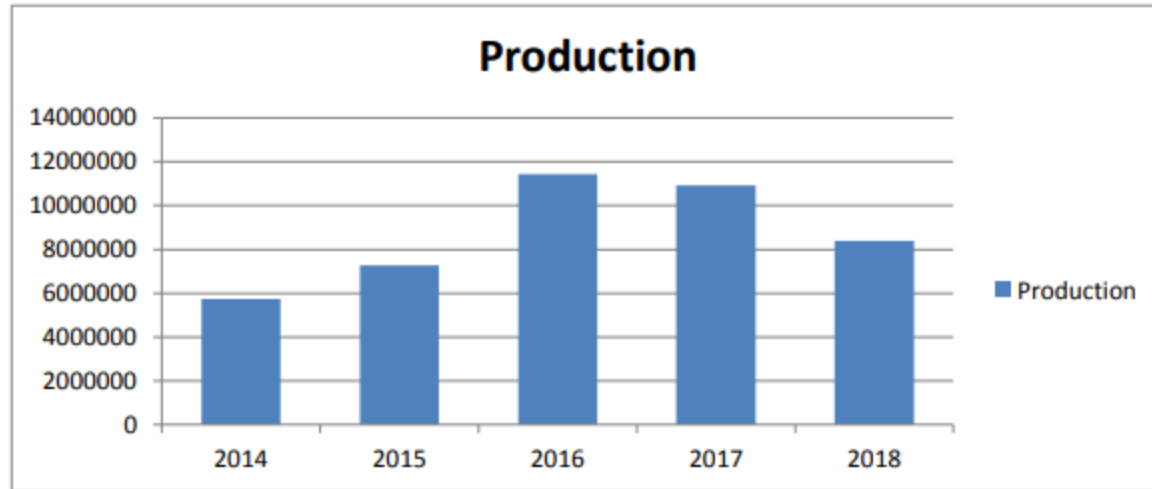
शैली 3— निर्माता अपनी रचनाओं को ट्राइफेड जैसे सरकारी संघों को बेचते हैं जो क्रमिक रूप से उन्हें

उपभोक्ताओं को बेचते हैं।



शैली 4— निर्माता अपनी रचनाओं को विचारशील समाज को बेचते हैं जो इसे सरकारी एम्पोरियम को बेचता है जो इन उत्पादों को ग्राहकों को बेचता है।





चित्ररू— ट्राइफेड के आंकड़ों के अनुसार उत्पादों का उत्पादन पैटर्न।

समस्या

- 1^प बढ़ती प्रतिस्पर्धा।
- 2^प कारीगरों को उचित ढांचागत सुविधा का अभाव।
- 3^प उत्पाद बनाने में शामिल श्रम की संख्या को समझे बिना बस्तर कला उत्पादों पर रिटर्न में गिरावट।
- 4^प कच्चे माल की उपलब्धता में कमी, विशेष रूप से गढ़ा लोहे की कला के रूप और कुछ विशिष्ट कच्चे माल के स्रोत की आवश्यकता वाले कुछ लकड़ी के कला रूपों के लिए।
- 5^प बाजार में मशीन से बने उत्पादों से प्रतिस्पर्धा करना।
- 6^प बिचौलियों के रूप में ग्राहकों के साथ कारीगरों के सीधे संपर्क का अभाव वर्तमान परिस्थितियों में परिदृश्य को खराब करता है।
- 7^प इन उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए उपयुक्त विपणन रणनीति का अभाव।
- 8^प विपणन में सरकार द्वारा प्रत्येक कारीगर की कम भागीदारी। कुछ कारीगरों को इस वजह से अपने उत्पादों को प्रदर्शित करने का मौका नहीं मिलता है।
- 9^प जनता को आकर्षित करने के लिए बड़े प्लेटफॉर्म पर इन उत्पादों के विज्ञापन पर कम ध्यान दें।

पदोन्नति में मौजूदा सरकारी प्रयास:

हमारे देश के संविधान के अनुसार इन कला रूपों को बढ़ावा देने और विकसित करने की जिम्मेदारी राज्य सरकार के अधीन है, और केंद्र सरकार केवल राज्य सरकार के प्रयासों को पूरा करती है। इस क्षेत्र के व्यापक विस्तार को सुदृढ़ करने के उद्देश्य से कुछ विशिष्ट योजनाएं शुरू की गई हैं।

- 1^प बाजार सेवा और सहायता योजनारू उपभोक्ताओं के बीच कलाकृतियों के बारे में जागरूकता पैदा करने और दुकानों की संख्या शुरू करने के लिए राज्य निगम को वित्तीय सहायता देने के लिए अपनाया गया।
- 2^प अनुसंधान और विकास योजनारू इन कला रूपों के वित्तीय, कलात्मक, सामाजिक और प्रोत्साहन पहलुओं पर राय एकत्र करने के लिए अपनाया गया।
- 3^प प्रशिक्षण और विस्तार योजनारू इसका उद्देश्य क्षमता निर्माण प्राप्त करना है।
- 4^प हस्तशिल्प के लिए विशेष प्रशिक्षण परियोजनाएंरू इस क्षेत्र में अवसरों को बढ़ाने और कारीगरों के कौशल को बढ़ाने के लिए।
- 5^प बाबा साहेब अम्बेडकर हस्तशिल्प विकास योजनारू इसका उद्देश्य कारीगरों की भागीदारी बढ़ाना है।
- 6^प निर्यात को बढ़ावा देने की योजनारू इसका उद्देश्य कुछ विशिष्ट उत्पादों जैसे कालीनों पर जोर देकर प्रचार को बढ़ावा देना है। इस योजना के प्रमुख तत्वों में विकास और कल्याण शामिल हैं।
- 7^प कारीगरों के लिए बीमा योजनारू 18 से 60 वर्ष के आयु वर्ग के कलाकारों को जीवन बीमा प्रदान किया जाता है।

बाधें

खपत का मौजूदा पैटर्न चिंता का विषय है। घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय प्लेटफार्मों में बस्तर कला उत्पादों की बढ़ती मांग है, लेकिन समस्या इन उत्पादों की पहुंच के साथ है, उपभोक्ता इन उत्पादों तक पहुंचने में असमर्थ हैं और समस्या वर्तमान विपणन पैटर्न के साथ है जो कम प्रभावी हो रही है। सही दर्शकों को हथियाना। साथ ही कम पढ़े-लिखे कारीगर भी चिंता का विषय हैं क्योंकि उन्हें बिचौलियों द्वारा ठगा जाता है। इसके अलावा कुछ गैर आदिवासी कारीगरों द्वारा किए गए कुछ अनुचित व्यवहार हैं जो आदिवासी कारीगरों के साथ कम कीमत में उपलब्ध समान उत्पादों के लिए अत्यधिक उच्च मूल्य लेते हैं, इसलिए ऐसी प्रथाएं ग्राहकों को कम करने का एक साधन बन जाती हैं। इसके अलावा कुछ अनुपयोगी उत्पाद जो पहले बहुत लोकप्रिय थे, वे हैं उपभोक्ता जागरूकता की कमी के कारण बाजार में गिरावट आई है। इसके अलावा थोक में कुछ कम लाभदायक उत्पादों का उत्पादन होता है जो ज्यादातर स्टॉक किए जाते हैं, ऐसे उत्पादों को उत्पाद लाइन से समाप्त कर दिया जाना चाहिए।

बस्तर कला के लिए अक्षांशरू

इस क्षेत्र में विकास के विभिन्न अवसर प्रचलित हैं। पर्याप्त अंतरराष्ट्रीय उपस्थिति की गुंजाइश है। इसके अलावा पर्याप्त संख्या में कारीगर उपलब्ध हैं जिसका अर्थ है कि आवश्यक प्रशिक्षण प्रदान करके कुशल जनशक्ति विकसित करने की और क्षमता है। विदेशी उपभोक्ताओं के बीच जागरूकता पैदा करके और

उत्पादों की कुल खपत में वृद्धि करके इन उत्पादों के निर्यात को काफी हद तक फैलाया जा सकता है। इन आदिवासी कलाकृतियों की बिक्री में योगदान देने वाले विभिन्न क्षेत्रों को सख्ती से बढ़ावा दिया जाना चाहिए जैसे कि पर्यटन क्षेत्र जो ऐसे उत्पादों की बिक्री बढ़ाने में प्रमुख योगदानकर्ता है, उदाहरण के लिए। चित्रकूट जलप्रपात, कुटुमसर गुफा आदि पर्यटन स्थलों में इन उत्पादों के विभिन्न प्रकार के डिजाइनों के प्रदर्शन को बढ़ाकर, ये बस्तर क्षेत्र के ऐसे स्थान हैं जो सबसे लोकप्रिय पर्यटन स्थल हैं लेकिन दुर्भाग्य से किसी को पर्याप्त मात्रा में गुणवत्ता नहीं मिल रही है वहां प्रदर्शित उत्पाद। कुछ कारीगर पयूजन कलाकृतियों को डिजाइन करने की अवधारणा के साथ आए हैं जैसे कि लकड़ी की कला और गढ़ा लोहे की कला का संलयन, और ढोकरा कला और गढ़ा लोहे की कला का संलयन लेकिन दुर्भाग्य से ये उत्पाद उपयुक्त दर्शकों की पहुंच से बाहर हैं। कारीगरों के साथ बातचीत के दौरान यह पता चला कि विदेशी गंतव्यों के पर्यटक ऐसे उत्पादों के प्रति अत्यधिक आकर्षित होते हैं, लेकिन केवल वे ग्राहक जो इसकी उपलब्धता के बारे में पूछताछ कर सकते हैं, वह भी सही जगह पर ऐसे उत्पादों को देखने और खरीदने को मिलता है। ऐसे उत्पादों को बहुत ही अनुचित मूल्य पर बेचने वाले अन्य डीलर हैं जो उपभोक्ताओं के साथ-साथ कारीगरों को टगने के इस अवसर का फायदा उठाते हैं।

इसलिए इस तरह के बाजार संबंधों को खत्म करने की गुंजाइश है।

विपणन में उभरते मीडिया की भूमिका:

आजकल सोशल मीडिया लोगों के बीच संचार की तकनीक को इस तरह से इंगित करता है जो उन्हें विभिन्न नेटवर्कों के बीच वर्चुअल प्लेटफॉर्म में विचारों और सूचनाओं को साझा करने और स्विच करने में सक्षम बनाता है। यह काफी हद तक वेब आधारित और साथ ही मोबाइल प्रौद्योगिकी के उपयोग पर निर्भर है जिसकी मदद से उपयोगकर्ता उपभोक्ता निर्मित सामग्री में योगदान, बातचीत और संशोधन कर सकते हैं। यह कई दलों के बीच संचार में महत्वपूर्ण और प्रभावशाली परिवर्तन करने में योगदान देता है। यह विस्तृत मंच विकिपीडिया, फोरम, पॉडकास्ट, सोशल नेटवर्क, पत्रिकाएं, बुकमार्किंग और रेटिंग, वीडियो आदि जैसी विभिन्न इकाइयों में विभाजित है। एक वेबसाइट एक जीवंत मंच प्रदान करती है जो व्यक्ति को स्वतंत्र सामग्री उत्पन्न करने और अपने स्वयं के अनुभवों का वर्णन करने की अनुमति देती है। यह इन दिनों प्रचार के सबसे महत्वपूर्ण साधनों में से एक है। ये माध्यम बड़ी मात्रा में सूचना को सुलभ रूप में संप्रेषित करने की अनुमति देते हैं। यह बढ़ी हुई बातचीत के माध्यम से ब्रांड निर्माण में अत्यधिक उपयोगी है। इसने उपभोक्ताओं के बीच बातचीत और उपभोक्ता और आपूर्तिकर्ता के बीच बातचीत को आसान बना दिया है।

प्रचार गतिविधियों को ऑनलाइन खरीदारी के साथ त्रुटिपूर्ण रूप से मिला दिया जा सकता है। यह उपभोक्ताओं को एक से एक और एक से कई प्रकार की गतिविधियों को प्राप्त करने में सक्षम बनाता है।

स्वोट

अनालिसिसरू

Strengths	Weakness	Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Huge, expanded and prospective market. • Availability of wide range and variety of products. • Low cost labor contributing to competitive pricing. • Some art forms require less capital. • Less number of barriers of new entry 	<ul style="list-style-type: none"> • Shortage of apt infrastructural facility. • Less awareness about the technological advancements in designs. • Restricted to needs of typical consumers, needs broader spectrum . • Less awareness in artisans about the current market trends. • Less effective promotional strategies. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tapping the international market focusing on countries like Canada, Germany, USA etc. • Promoting the development of sectors where such products are desired for ex; retail sector, Real Estate sector. • Rigorous usage of new media in promoting the products. • Focusing on expansion of the tourism sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escalating competition in the market. • Equilibrium between elevated demand and supply . • Strategies of trade adopted by competing countries. • Technological advancements in designing opted by other domestic and international competitors.

सुझाव:&

- 1^प कारीगर के दृष्टिकोण से निम्नलिखित परिवर्तन वांछनीय हैंरू
- 2^प प्रत्येक उत्पाद को उचित मूल्य आवंटित किया जाना चाहिए।
- 3^प उत्पाद समय पर ग्राहक तक पहुंचना चाहिए।
- 4^प उत्पाद बड़े पैमाने पर लोगों को हथियाने में सक्षम होना चाहिए।
- 5^प कुछ कला रूपों में गुणवत्ता नियंत्रण जांच की आवश्यकता होती है।
- 6^प सरकार द्वारा कच्चे माल की उपलब्धता के लिए प्रयास किए जाने चाहिए।
- 7^प उत्पादों के डिजाइन में समय पर विभिन्न परिवर्तन वांछनीय हैं।
- 8^प चूंकि ढोकरा कला को जीआई मार्क आवंटित किया गया है, उत्पादों के कॉपीराइट आवंटित करने के लिए अन्य विभिन्न कला रूपों को भी ध्यान में रखा जाना चाहिए।
- 9^प मौजूदा विपणन संकट से निपटने के लिए सरकार की ओर से एक आवश्यक कार्रवाई अपेक्षित है।
- 10^प प्रचार के लिए कठोर विज्ञापन और विपणन रणनीतियों को चुना जाना चाहिए।
- 11^प राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय मंचों पर मेलों और प्रदर्शनियों में उत्पादों के नियमित प्रदर्शन की इच्छा कारीगरों द्वारा अधिक से अधिक प्रविष्टियों के साथ की जाती है।
- 12^प डिजाइनों में आधुनिकीकरण के लिए पर्याप्त पूंजी उपलब्ध कराई जानी चाहिए।

13^प करों से छूट वांछनीय है।

14^प कारीगरों को कुछ निश्चित नियमित मजदूरी प्रदान की जानी चाहिए।

सरकार के दृष्टिकोण से निम्नलिखित परिवर्तनों पर विचार किया जाना चाहिए:

1^प अवसंरचनात्मक सहायता वांछनीय है।

2^प प्रत्येक शिल्पकार को उत्पादन के समान अवसर और अवसर प्रदान किए जाने चाहिए।

3^प प्रतिभागियों की संख्या में वृद्धि के साथ प्रशिक्षण के लिए कार्यशालाएं आयोजित की जानी चाहिए।

4^प डिजाइनिंग में नए रुझानों पर केंद्रित कार्यशालाएं आयोजित की जानी चाहिए।

5^प मध्यवर्ती लिंकेज को समाप्त करने के लिए प्रत्यक्ष विपणन की सुविधा प्रदान की जानी चाहिए।

6^प ऐसे उत्पादों के लिए मार्केटिंग कॉम्प्लेक्स के विकास को बढ़ावा देना।

7^प इन उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए कॉरपोरेट घरानों और निजी घरानों का सहयोग वांछनीय है।

8^प घटती कला रूपों को पुनर्जीवित करने के लिए सहायता प्रदान की जानी चाहिए।

निष्कर्ष—

बस्तर के आदिवासी कारीगरों के शिल्प उनके धर्मों और रीति-रिवाजों से बहुत प्रभावित हैं। ये आदिवासी कला उत्पाद आश्चर्यजनक हैं और इस कारण से उपभोक्ता इनकी ओर आकर्षित होते हैं और इनमें से कुछ इन उत्पादों के लिए अधिक शुल्क देने को भी तैयार हैं। यहाँ जब दलाल तस्वीर में आते हैं और अपने लिए लाभ उत्पन्न करने के लिए अनुचित मूल्य निर्धारण नीतियों द्वारा उपभोक्ताओं के साथ-साथ कारीगरों को धोखा देने का प्रयास करते हैं। मौजूदा व्यवस्था को बढ़ावा देने के लिए रणनीतिक दिशा प्रदान करना अनिवार्य हो गया है। इन कला रूपों को प्रोत्साहित करने के लिए नवाचार और तकनीकी प्रगति की मदद से वांछनीय उपाय किए जाने चाहिए। हमें कारीगरों के साथ-साथ सरकारी संगठनों के लिए कुछ सुझाव मिले और मार्केटिंग में उभरते मीडिया की भूमिका पर भी प्रकाश डाला गया, जिसे इस क्षेत्र के वर्तमान परिदृश्य के एसडब्ल्यूओटी विश्लेषण के साथ-साथ संभावित ग्राहकों को उत्पन्न करने के लिए पूरी तरह से खोजा जा सकता है। तो मूल रूप से इससे निकला निष्कर्ष यह है कि आधुनिक आधुनिक तकनीकों और विपणन और व्यापारिक संचार के दृष्टिकोण को स्वीकार करने के लिए गंभीर और वास्तविक दृष्टिकोण की आवश्यकता है।

सन्दर्भ —

- 1^प निरंजन महावर द्वारा बस्तर कांस्य (2011 वां संस्करण पृष्ठ संख्या 26–42)
- 2^प बस्तर लोक कलाय मिशेल पोस्टेल और जरीन कूपर द्वारा श्राइन, आंकड़े और स्मारक (पृष्ठ संख्या 7–30)
- 3^प बस्तर हस्तशिल्प पर मानविकी कला और साहित्य में अनुसंधान के अंतर्राष्ट्रीय जर्नल *[[प्लच।ब्रू श्रम।स्], खैछ (म)य 2321–8878य प्छ (च) 2347–4564,, खंड 3, अंक 2, फरवरी 2015 से लेख , 43–48*
- 4^प द टाइम्स ऑफ इंडिया संस्करण से शीर्षक वाला लेखरू षस्तर कलाकार आदिवासी बस्तर कला को जीवित रखने का प्रयास करते हैंष्य सितम्बर 28 2016
- 5^प लेख शीर्षक रू द टाइम्स ऑफ इंडिया से षस्तर के भूले हुए हस्तशिल्प को पुनर्जीवित करने का प्रयासष्य संस्करण रू ४ मई २०१६।
- 6^प डैनियल मैकक्रोहन संस्करण 11 अगस्त 2011 द्वारा लिखित बीबीसी यात्रा में प्रकाशित ष्इंडियाज ट्राइबल विलेज मार्केटष शीर्षक वाला लेख
- 7^प ष्होकराष शीर्षक से शोध पत्ररू छत्तीसगढ़ राज्य की जनजातीय कला ग्रामीण विकास समीक्षा के जर्नल वॉल्यूम। ष्, छव.–3, ष्वज–क्मब..2017 प्छ छव.–7191 द्वारा लिखित– डॉ शिल्पा बनर्जी (सहायक प्रोफेसर) और अंजलि नागवानी (अतिथि व्याख्याता सरकार। डी.बी. गर्ल्स, पीजी कॉलेज, रायपुर (छ.ग.))
- 8^प लाला जगदलपुरी द्वारा बस्तर इतिहास और संस्कृति (पृष्ठ १५१–१५८, २३५–२४७)
- 9^प पंडित केदारनाथ ठाकुर द्वारा बस्तर भूषण (पृष्ठ संख्या 17–41,103–105)
- 10^प वेबसाइटरू ूइंजंत.हवअ.पद, ूजतपमिक.पद
- 11^प दिलीप कुमार और राजीव पीवी द्वारा लिखित ष्वदलते परिवेश में हस्तशिल्प खुदरा विक्रेताओं की विपणन चुनौतियांष शीर्षक वाला शोध पत्रय इंटरनेशनल जर्नल ऑफ बिजनेस मैनेजमेंट एंड इकोनॉमिक्स, जनवरी 2014 बीएचयू में प्रकाशित।

Author's Declaration

I as an author of the above research paper/article, hereby, declare that the content of this paper is prepared by me and if any person having copyright issue or patent or anything otherwise related to the content, I shall always be legally responsible for any issue. For the reason of invisibility of my research paper on the website/amendments /updates, I have resubmitted the paper for publishing on the same date. If any data or information given by me is not correct I

shall always be legally responsible. With my whole responsibility legally and formally I have intimated the publisher (Publisher) that my paper has been checked by my guide (if any) or expert to make it sure that paper is technically right and there is no unaccepted plagiarism and the entire content is genuinely mine. If any issue arise related to Plagiarism / Guide Name / Educational Qualification / Designation/Address of my university/college/institution/ Structure or Formatting/ Resubmission / Submission /Copyright / Patent/ Submission for any higher degree or Job/ Primary Data/ Secondary Data Issues, I will be solely/entirely responsible for any legal issues. I have been informed that the most of the data from the website is invisible or shuffled or vanished from the data base due to some technical fault or hacking and therefore the process of resubmission is there for the scholars/students who finds trouble in getting their paper on the website. At the time of resubmission of my paper I take all the legal and formal responsibilities, If I hide or do not submit the copy of my original documents (Aadhar/Driving Licence/Any Identity Proof and Address Proof and Photo) in spite of demand from the publisher, and my paper may be rejected or removed from the website. I accept the fact that as the content of this paper and the resubmission legal responsibilities and reasons are only mine then the Publisher (Airo International Journal/Airo National Research Journal) is never responsible. I also declare that initially I have personally (not through email) or through any reliable person I have submitted my paper for publication If publisher finds any complication or error or anything hidden or implemented otherwise, my paper may be removed from the website or the watermark of remark/actuality may be mentioned on my paper. Even if anything is found illegal publisher may also take legal action against the author.

Dr. Seema Pandey