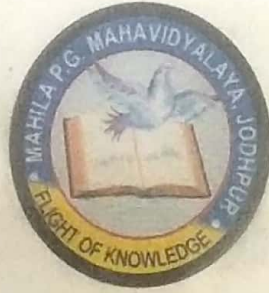


# महिला पी.जी. महाविद्यालय, जोधपुर

(जयनारायण व्यास विश्वविद्यालय से सम्बद्ध)

“पश्चिमी राजस्थान में मुस्लिम बंगरेज  
महिलाओं का समाजशास्त्रीय अध्ययन”



शोध प्रस्तुतकर्त्री  
डॉ. सुनिता बोहरा  
वरिष्ठ प्रवक्ता - समाजशास्त्र



## (यू.जी.सी. प्रोजेक्ट रिपोर्ट)

अध्युशोध परियोजना



समाजशास्त्र विभाग,  
महिला पी.जी. महाविद्यालय, जोधपुर (राज.)



# पश्चिमी राजस्थान में मुस्लिम रंगरेज महिलाओं का समाजशास्त्रीय अध्ययन



प्रस्तुतकर्ता - डॉ. सुनिता बोहरा  
व्याख्याता, समाजशास्त्र विभाग,  
महिला पी.जी. महाविद्यालय, जोधपुर





पश्चिमी राजस्थान की मुस्लिम रंगरेज महिलाओं का समाजशास्त्रीय अध्ययन के अन्तर्गत प्रस्तुत शोध प्रबन्ध में पश्चिम राजस्थान के जोधपुर, पाली, नागौर क्षेत्र में मुस्लिम रंगरेज महिलाओं को उत्तरदाता के रूप में चुना गया जिनसे विभिन्न पक्षों की जानकारी प्राप्त की गई। उत्तरदाता की व्यक्तिगत जानकारी के अतिरिक्त उनके रंगरेज/ बांधनी व्यवसाय से जुड़े विभिन्न पक्षों की जानकारी प्राप्त की गई। अधिकांश उत्तरदाता का सामाजिक आर्थिक स्तर 5000 या उससे कम पाया गया। उत्तरदाता से जानकारी में पाया गया कि बांधनी का कार्य या रंगाई के कार्य में प्रति नग (कपड़ा) उन्हें बहुत ही न्यूनतम मजदूरी मिलती है। जबकि बिचौलियों या थोक विक्रेता द्वारा उसका चारगुना अधिक मूल्य आंका जाता है। इस प्रकार इस उद्योग से जुड़ी मुस्लिम महिलाओं की आर्थिक स्थिति अच्छी नहीं कहीं जा सकती है। जागरूकता की कमी भी इस उद्योग से जुड़ी मुस्लिम महिलाओं में पाई गई है। जिसका कारण भी मुस्लिम रंगरेज महिलाओं में शिक्षा की कमी भी इस अध्ययन में देखने को मिला है। इस प्रकार प्रस्तुत शोध प्रबन्ध में मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से जो तथ्य प्राप्त हुए हैं वे इस प्रकार हैं -

प्रस्तुत अध्ययन में 100 मुस्लिम रंगरेज महिलाओं का अध्ययन किया गया है। इसका चुनाव हमने निर्दर्शन विधि के प्रायिकता निदर्शन में सरल देव निदर्शन की नियमित अंकन प्रणाली के माध्यम से तथ्यों का संकलन किया। तथ्यों का संकलन हमने -

- पाली शहर में - रंगरेजों का बास, इस्साकिया मौहल्ला,
- नागौर शहर में - पीर शाह की दरगाह, सिलावटों का बास,
- जोधपुर शहर में - प्रताप नगर क्षेत्र, छिपों का चौक, चढ़वाहों की गली

में अध्ययन क्षेत्र में जाकर यह तथ्य संकलन किया।

सामाजिक अनुसंधान में उत्तरदाताओं की सामाजिक पृष्ठभूमि का अध्ययन किया जाता है। प्रस्तुत अध्ययन में हमने सर्वप्रथम उत्तरदाताओं की सामाजिक पृष्ठभूमि का अध्ययन किया जिसके अन्तर्गत हमें यह जानकारी होती है कि वे समाज के किस भाग का प्रतिनिधित्व कर रहे हैं तथा उत्तरदाताओं के विचारों व व्यवहारों का भी इसी के माध्यम से ज्ञान होता है जिसके अन्तर्गत निम्न जानकारी प्राप्त की गई व तथ्य संकलन में भी पूर्ण निष्पक्षता रखी गई है तथा वास्तविक तथ्य प्राप्त करने के लिए पूर्ण प्रयत्न किया गया है। संकलित तथ्यों के वर्गीकरण विश्लेषण एवं तालिकाओं के निर्माण में पूर्ण निष्पक्षता एवं सावधानी का प्रयोग किया गया है।

आयु के संबंध में जो तथ्य प्राप्त हुए उनसे ज्ञात होता है कि सबसे कम 50 से अधिक उम्र की उत्तरदाता 2 प्रतिशत है। जबकि सबसे अधिक 25 से 30 वर्ष की आयु की उत्तरदाता 33 प्रतिशत है। परन्तु अध्ययन में सबसे कम उम्र की उत्तरदाता 16 वर्ष एवं सबसे अधिक उम्र की उत्तरदाता 52 वर्ष की पाई गई।

जानकारी के स्तर को अधिक गहराई से और अधिक वैज्ञानिक बनाने हेतु इस अध्ययन में सांख्यिकी का प्रयोग करते हुए आयु संबंधी जानकारी हेतु माध्य (Mean) का प्रयोग किया गया है।

प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाताओं की माध्य से प्राप्त औसत आयु 26 वर्ष की हैं।

आयु के बाद उत्तरदाता की शिक्षा संबंधी जानकारी प्राप्त की जिसमें ज्ञात होता है कि इस अध्ययन में प्राथमिक शिक्षा प्राप्त 32 प्रतिशत उत्तरदाता, मिडिल शिक्षा प्राप्त 28 प्रतिशत उत्तरदाता, माध्यमिक शिक्षा प्राप्त 38 प्रतिशत उत्तरदाता एवं स्नातक शिक्षा प्राप्त 02 प्रतिशत उत्तरदाता है परन्तु अनपढ़ एवं स्नात्कोत्तर शिक्षा प्राप्त उत्तरदाता प्रस्तुत अध्ययन में नहीं पाए गये। अध्ययन से संबंधित उत्तरदाताओं का शैक्षणिक स्तर संतोषजनक नहीं है। क्योंकि अभी भी मुस्लिम महिलाएं उच्च शिक्षा से वंचित ही पाई गई हैं।

प्रस्तुत अध्ययन में व्यवसाय संबंधी जानकारी से स्पष्ट होता है कि 20 प्रतिशत उत्तरदाता रंगरेज कार्य से जुड़ी है जिससे केवल कपड़े की रंगाई का ही कार्य



क्रिया जाता है जबकि 60 प्रतिशत उत्तरदाता बांधनी कार्य से जुड़ी है, 15 प्रतिशत उत्तरदाता रंगरेज और बांधनी दोनों ही प्रकार के कार्य व्यवसाय के अन्तर्गत कर रही है। जबकि 5 प्रतिशत उत्तरदाता रंगरेज, बांधनी कार्य के साथ साथ सिलाई, कढ़ाई का कार्य भी कर रही है।

प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाता के विवाह संबंधी जानकारी को प्राप्त करना चाहा जिनके अन्तर्गत 42 प्रतिशत उत्तरदाता विवाहित एवं 16 प्रतिशत उत्तरदाता अविवाहित, 28 प्रतिशत उत्तरदाता तलाकशुदा एवं 14 प्रतिशत उत्तरदाता विधवा पाई गई। प्रस्तुत अध्ययन में मुस्लिम संस्कृति का प्रभाव स्पष्ट रूप से वैवाहिक स्थिति में देखने को मिल रहा है। क्योंकि अध्ययन से संबंधित मुस्लिम महिलाओं में से 28 प्रतिशत तलाकशुदा पाई गई। यानि आज भी इनमें तलाक एक वैवाहिक समस्या के रूप में पाया जा रहा है।

प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाता की शिक्षा व व्यवसाय की जानकारी के साथ साथ विवाहित उत्तरदाता के पति की शिक्षा संबंधी जानकारी को भी प्राप्त करना चाहा जिसमें 15 प्राथमिक, 10 मिडिल, 10 माध्यमिक, 05 स्नातक एवं 2 स्नातकोत्तर शिक्षा प्राप्त पाए गए। जबकि किसी भी उत्तरदाता का पति अनपढ़ नहीं पाया गया। परन्तु प्रस्तुत अध्ययन से यह ज्ञात होता है कि रंगरेज/ बांधनी व्यवसाय से जुड़े मुस्लिम वर्ग में शिक्षा के प्रति जागरूकता अभी कम है। क्योंकि यह व्यवसाय बचपन से ही अपना लिया जाता है जिससे शिक्षा में बाधा उत्पन्न होती है। इसी वजह से इनमें उच्च शिक्षा का प्रतिशत नहीं के बराबर है। उत्तरदाता के पति के व्यवसाय संबंधी जानकारी में केवल 6 उत्तरदाता के पति सरकारी नौकरी से जुड़े हैं जबकि 08 उत्तरदाता गैर सरकारी नौकरी से जुड़े हैं एवं 28 ने घरेलु व्यवसाय के अन्तर्गत रंगरेज व बांधनी कार्य को ही अपनाया है।

प्रस्तुत अध्ययन से जुड़ी उत्तरदाता का सामाजिक-आर्थिक स्तर की जानकारी में 18 प्रतिशत उत्तरदाता की 5000 या उससे कम आय है, 22 प्रतिशत उत्तरदाता की 5000 से 10000 के बीच आय है, 10000 से 15000 तक आय वर्ग वाली उत्तरदाता भी 22 प्रतिशत है जबकि 26 प्रतिशत उत्तरदाता का आय से जुड़ा सामाजिक

आर्थिक स्तर 15000 से 20000 तक है एवं 12 प्रतिशत उत्तरदाता का सामाजिक आर्थिक स्तर 20000 या उससे अधिक है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित 62 प्रतिशत उत्तरदाता संयुक्त परिवार से संबंधित है जबकि 38 प्रतिशत उत्तरदाता एकल परिवार से संबंधित है। अध्यायन से संबंधित अधिकांश उत्तरदाता का संयुक्त परिवार से जुड़े होने का प्रमुख कारण संयुक्त रूप से व्यवसाय रहा है।

प्रस्तुत अध्ययन में पश्चिमी राजस्थान की मुस्लिम रंगरेज महिलाओं की व्यक्तिगत जानकारी के पश्चात् रंगरेज/बांधनी कार्य से संबंधित जानकारी भी प्राप्त की गयी जिसके अन्तर्गत सर्वप्रथम मुस्लिम महिलाओं में अधिकांश महिलाएं घरेलू उद्योग के तहत रंगरेज व बांधनी उद्योग को अपनाती है। अध्यायन से संबंधित उत्तरदाता से यह जानना चाहा कि वे कौनसे उद्योग को अपनाएं हुए है। प्राप्त तथ्यों के अनुसार 20 प्रतिशत उत्तरदाता केवल रंगरेज कार्य से जुड़ी है। जबकि 60 प्रतिशत उत्तरदाता बांधनी का कार्य करती है। लेकिन 20 प्रतिशत उत्तरदाता रंगरेज व बांधनी दोनों कार्य से जुड़ी है एवं घरेलू उद्योग के तहत अपनाया है।

प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाताओं से उनसे जुड़े हुए उद्योग की जानकारी प्राप्त करने के पश्चात् तथ्यों की ओर भी अधिक गहराई से जानने के लिए यह भी जानना चाहा कि वे इस उद्योग से किस उम्र में जुड़ी। प्राप्त तथ्यों के आधार पर 10 प्रतिशत उत्तरदाता 10 से 15 वर्ष की उम्र में बांधनी का कार्य करने लग गई जिसमें सबसे कम 12 वर्ष की उम्र में 2 उत्तरदाता इस उद्योग से जुड़ी। इसी प्रकार 15 से 20 वर्ष की उम्र में 46 प्रतिशत महिलाएं 20 से 25 वर्ष की उम्र में 24 प्रतिशत महिलाएं 25 से 30 वर्ष की उम्र में 20 प्रतिशत महिलाएं रंगरेज/ बांधनी कार्य को प्रारम्भ किया।

उनसे यह भी जानना चाहा कि वे कच्चे या पक्के, कौनसे रंगों का प्रयोग करती है। प्रस्तुत अध्ययन में संबंधित जिन 40 उत्तरदाता ने रंगरेज कार्य को अपनाया है उनमें से 14 उत्तरदाता ने कच्चे रंग को अपनाया है एवं 26 उत्तरदाता ने पक्के रंगों को अपनाया।



प्रस्तुत अध्ययन में जिन 40 उत्तरदाताओं ने रंगों के इस्तेमाल की जानकारी दी उनसे रंगों से एलर्जी की जानकारी भी चाही जिनमें से 10 उत्तरदाता ने रंगों के इस्तेमाल के दौरान एलर्जी संबंधी जानकारी दी एवं 30 उत्तरदाता ने किसी भी प्रकार के रंगों के इस्तेमाल से एलर्जी न होने की जानकारी दी।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित जिन 40 उत्तरदाताओं ने रंगरेज व्यवसाय को अपनाया उनसे रंगों की निकासी व्यवस्था की जानकारी भी चाही। क्योंकि रंगों में विभिन्न प्रकार के रसायन मिले होते हैं जो स्वास्थ्य की दृष्टि से हानिकारक सिद्ध हो सकते हैं। प्रस्तुत अध्ययन में 30 उत्तरदाता ने रंगों की निकासी नाली में करना बताया एवं 07 उत्तरदाता ने रंगों की निकासी सड़क पर 3 उत्तरदाता ने रंगों की निकासी अन्यत्र। इससे ज्ञात होता है कि बहुत ही कम उत्तरदाता में रंग की निकासी को लेकर जागरूकता है। क्योंकि नाली या सड़क पर रंगों की निकासी सिवरेज व्यवस्था के अन्तर्गत स्वास्थ्य पर हानिकारक प्रभाव डाल सकते हैं।

आज रंगाई जटिल उद्योग है। ज्यादातर आजतक कृत्रिम रंगों का प्रयोग किया जाता है। इसकी लागत कम हुई है। किन्तु इनसे नुकसान भी बढ़ गए हैं। जो लोग प्राकृतिक रंगों का प्रयोग करते हैं उनका प्रयोग अच्छा व आंखों को सुहाने वाले होते हैं। व्यावसायिक स्तर पर इन प्राकृतिक रंगों का प्रयोग गुणवत्ता व आर्थिक स्तर पर इनका प्रयोग आसान नहीं हैं। इस शोध परियोजना में यह पश्चिमी राजस्थान में पाली, नागौर, जोधपुर पर केन्द्रित है। उनसे जानना चाहा कि वे किस प्रकार के रंगों का इस्तेमाल करती हैं।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित 12 उत्तरदाता प्राकृतिक रंगों का इस्तेमाल करती हैं जबकि 28 उत्तरदाता कृत्रिम रंगों का इस्तेमाल करती हैं। कृत्रिम रंग स्वास्थ्य की दृष्टि से हानिकारक है। अतः उत्तरदाता में जागरूकता की कमी हैं।

रंगों के इस्तेमाल को अधिक गहराई में जानने के लिए प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाता से यह भी जानना चाहा कि कृत्रिम रंगों से होने वाली हानि की जानकारी है या नहीं?

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित 40 उत्तरदाता जिन्होंने रंगरेज कार्य को अपनाया है उनमें केवल 8 उत्तरदाता को ही कृत्रिम रंगों में होने वाले रसायन से हानि की जानकारी है। जबकि 32 उत्तरदाता को कृत्रिम रंगों से होने वाली हानि की जानकारी नहीं है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से यह जानना चाहा कि रंगरेज/बांधनी कार्य हेतु आपने प्रशिक्षण लिया है या नहीं। 42 उत्तरदाताओं ने हाँ में जानकारी दी एवं 58 उत्तरदाताओं ने नहीं में जानकारी दी। जिन 42 उत्तरदाताओं ने हाँ में जानकारी दी उनमें 10 उत्तरदाता जो रंगरेज कार्य से जुड़ी है हाँ में जानकारी दी। रंगरेज कार्य से जुड़ी केवल 32 उत्तरदाता ने ही प्रशिक्षण संबंधी हाँ में जानकारी दी। 58 उत्तरदाताओं ने प्रशिक्षण संबंधी जानकारी में नहीं में उत्तर देते हुए बताया कि पारिवारिक माहौल से ही सामाजीकरण द्वारा इस उद्योग से जुड़ाव हो गया।

प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाताओं से बांधनी/रंगरेज कार्य उनकी पूर्वज महिलाओं द्वारा किये जाने संबंधी जानकारी भी चाही। क्योंकि अधिकांश मुस्लिम महिलाओं ने यह उद्योग हस्तशिल्प घरेलू उद्योग के तहत अपनाया जाता है। प्रस्तुत अध्ययन में 68 उत्तरदाताओं ने बताया कि उनके घर में पूर्वज महिलाओं द्वारा घर में रंगरेज/बांधनी का कार्य किया करते थे। जबकि 32 उत्तरदाताओं ने बताया कि उनके पूर्व में पूर्वज महिलाओं द्वारा यह कार्य नहीं किया जाता था।

प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाताओं से उत्पादित माल के वितरण संबंधी जानकारी भी चाही जिसका मुख्य उद्देश्य इस उद्योग से जुड़ी महिला कितनी सशक्त है यह जानने का प्रयास। 6 प्रतिशत उत्तरदाता स्वयं अपने उत्पादित माल बेचती है। जबकि 32 प्रतिशत महिलाएं उत्पादित माल को वितरण बिचौलियों द्वारा करती है। 28 प्रतिशत उत्तरदाता अपने परिवार के किसी सदस्य द्वारा माल का वितरण करवाती है। 34 प्रतिशत उत्तरदाता अपने माल का वितरण थोक विक्रेता द्वारा करवाकर ग्राहकों तक पहुंचाती है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित केवल 6 प्रतिशत उत्तरदाता ही स्वयं ही अपने माल का वितरण कर सीधा लाभ प्राप्त करती है।



अध्ययन से प्राप्त तथ्यों में स्पष्टता लाने हेतु जिन 28 उत्तरदाता ने यह जानकारी दी कि वे उत्पादित माल का वितरण अपने परिवार के सदस्य द्वारा करवाती हैं तो उनसे यह भी जानना चाहा कि किस सदस्य द्वारा उनके माल का वितरण किया जाता है तो 22 उत्तरदाता अपने पति से उत्पादित माल का वितरण करवाती हैं। 4 उत्तरदाता भाई से अपने उत्पादित माल का वितरण करवाती हैं एवं केवल 2 उत्तरदाता ने यह कार्य अपने पिता को सौंपा है।

इस प्रकार स्पष्ट होता है कि अधिकांश महिलाओं के पति के द्वारा उन्हें सहयोग दिया जाता है जिससे उनका उत्पादित माल बाजार में जा सके।

किसी भी उद्योग को आर्थिक उद्देश्य को पूरा करने के लिए सम्पादित किया जाता है। प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाएं भी आर्थिक उद्देश्य को लेकर ही इस उद्योग से जुड़ी हैं। अध्ययन से संबंधित उत्तरदाताओं से यह भी जानना चाहा कि इस उद्योग से प्रतिमाह उन्हें कितनी आय हो जाती है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाताओं से रंगरेज उद्योग के तहत उनकी प्रतिमाह आय को भी जानना चाहा। प्राप्त तथ्यों के आधार पर 29 प्रतिशत उत्तरदाता की 5000 या उससे कम आय है, 47 प्रतिशत उत्तरदाता की 5000 से 10000 प्रतिमाह आय है, जबकि 24 प्रतिशत उत्तरदाता की आय 10000 से 15000 के मध्य प्रतिमाह है। मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से जब प्रतिमाह आय के बारे में जानकारी प्राप्त की तब वे अपनी मासिक आय से संतुष्ट नजर नहीं आईं। क्योंकि बिचोलिया एवं थोक व्यापारी द्वारा उन्हें पूरा लाभ नहीं मिलता लेकिन स्वयं भी वे वितरण प्रणाली के प्रति जागरूक नहीं हैं जिससे अपनी मेहनताना का पूरा लाभ नहीं ले पा रही हैं।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से मासिक आमदनी के बाद अपनी आमदनी को वे अपने मर्जी से खर्च कर पा सकती हैं या नहीं। यह भी जानने का प्रयास किया गया। क्योंकि अधिकांशतः महिलाएं स्वावलम्बी होने के बावजूद भी अपनी आमदनी को खर्च करने में स्वतंत्र नहीं होती हैं। अध्ययन से संबंधित 72 प्रतिशत मुस्लिम रंगरेज महिलाएं स्वेच्छा से अपनी आमदनी से खर्च कर सकती हैं। जबकि 28 प्रतिशत उत्तरदाता की आमदनी घर के सदस्यों के पास ही रहती है जो वे स्वेच्छा से खर्च नहीं कर पाती हैं।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित तथ्य महिलाओं के स्वावलम्बन एवं स्वतंत्र के विकास में सहायक नहीं है। यही कारण है कि महिलाएं अभी भी विकास की गति में पीछे हैं। जिन 28 प्रतिशत महिलाओं ने अपनी आय को स्वेच्छा से खर्च करने में नहीं में जानकारी दी उनसे इसका कारण भी जानना चाहा।

प्रस्तुत अध्ययन में से जिन उत्तरदाताओं ने अपनी आमदनी को स्वेच्छा से खर्च करने में नहीं में जानकारी दी उनसे कारणों की जानकारी 15 उत्तरदाता ने जानकारी दी कि पति ही घर खर्च चलाते हैं इसलिए आमदनी उनके पास ही रहती है। तथा 13 उत्तरदाता ने बताया कि परिवार जो सदस्य माल का वितरण करते हैं वे अपने पास ही उनकी आमदनी को रख लेते हैं। अतः वे उसे स्वेच्छा से खर्च नहीं कर पाती है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से यह जानना चाहा कि रंगरेज/बांधनी कार्य हेतु परिवार के सदस्यों का सहयोग मिलता है या नहीं। प्राप्त तथ्यों के अनुसार 78 प्रतिशत उत्तरदाता ने हाँ में जानकारी दी एवं 22 प्रतिशत उत्तरदाता ने नहीं में जानकारी दी।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित जिन 78 उत्तरदाता ने रंगरेज/बांधनी कार्य हेतु परिवार के सदस्य के सहयोग संबंधी जानकारी दी उनसे यह भी जानना चाहा कि कौन-कौन सदस्य उन्हें इस कार्य हेतु सहयोग देते हैं। प्राप्त तथ्यों के अनुसार 30 उत्तरदाता ने पति के सहयोग की जानकारी दी, 26 उत्तरदाता ने सास के सहयोग की एवं 4 उत्तरदाता ने ससुर के सहयोग की एवं 12 उत्तरदाता ने बच्चों के सहयोग की एवं 6 उत्तरदाता ने अन्य में भाई व पिता के सहयोग की जानकारी दी।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से जिन्होंने इस घरेलू उद्योग को अपनाया है उनसे यह भी जानना चाहा कि घरेलू उद्योग के तहत उन्हें सरकार द्वारा दी जाने वाली सरकारी नीतियों की जानकारी है या नहीं। प्राप्त तथ्य बहुत ही चौकाने वाले मिले। उनमें केवल 14 उत्तरदाताओं को ही सरकारी नीतियों की जानकारी प्राप्त थी एवं 86 उत्तरदाताओं ने नहीं की जानकारी दी। जो कि घरेलू



उद्योग के विकास की दर का ग्राफ को नीचा दर्शाने में सहायक सिद्ध होता है। आज के इस मल्टीमिडिया युग में उपरोक्त तथ्य निराशा की ओर ही ले जा रहे हैं। प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित जिन 14 उत्तरदाता ने घरेलू उद्योग के तहत सरकारी नीतियों की जानकारी। उनसे यह भी जानना चाहा कि उन्हें यह जानकारी कहां से प्राप्त हुई जिसमें 04 उत्तरदाता को टेलीविजन द्वारा 04 उत्तरदाता अखबार द्वारा एवं 06 उत्तरदाता को बैंक द्वारा सरकार द्वारा चलाई जाने वाले योजनाओं की जानकारी प्राप्त हुई। मुस्लिम रंगरेज महिलाएं जो रंगरेज/बांधनी घरेलू उद्योग से जुड़ी हैं उनमें से 41 प्रतिशत महिलाओं ने इस उद्योग के तहत ऋण वित्तीय संस्था से लिया है जबकि 59 प्रतिशत उत्तरदाता ने किसी भी प्रकार का ऋण नहीं लिया है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाताओं से रंगरेज/बांधनी को विश्वस्तरीय पहचान संबंधी जानकारी चाही तो आधे से भी कम उत्तरदाता यानि केवल 32 प्रतिशत को ही यह ज्ञात है कि उनके द्वारा अपनाया गया व्यवसाय विश्वस्तरीय पहचान बना चुका है। जबकि आधे से ज्यादा 68 प्रतिशत उत्तरदाता को यह ज्ञान नहीं है कि उनके द्वारा अपनाया गया व्यवसाय विश्वस्तरीय पहचान बनाए हुए है। इस प्रकार के तथ्य उत्तरदाता की जागरूकता की कमी दर्शाते हैं। प्राप्त तथ्यों को उत्तरदाता की शिक्षा के साथ सहसंबंधित करके देखना चाहा।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से रंगरेज/बांधनी को विश्वस्तरीय पहचान संबंधी जानकारी को शिक्षा के साथ सहसंबंध देखने पर प्राथमिक स्तर तक शिक्षा प्राप्त 32 प्रतिशत उत्तरदाता में से 4 प्रतिशत ने हाँ में जानकारी दी एवं 28 प्रतिशत ने नहीं में जानकारी दी। मिडिल शिक्षा प्राप्त 28 प्रतिशत में से 14 प्रतिशत ने हाँ की तथा 14 प्रतिशत ने नहीं की जानकारी दी। माध्यमिक शिक्षा प्राप्त 38 उत्तरदाता में 12 प्रतिशत ने हाँ में जानकारी दी एवं 26 प्रतिशत ने नहीं में जानकारी दी। स्नातक शिक्षा प्राप्त 2 प्रतिशत उत्तरदाता में से सभी ने हाँ में जानकारी दी।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाताओं से यह भी जानना दृष्टांत कि भविष्य में उनके बच्चे भी इसी व्यवसाय से जुड़ेगे या नहीं। प्राप्त तथ्यों में से 84 प्रतिशत ने हाँ में जानकारी दी एवं 16 प्रतिशत ने नहीं में जानकारी दी।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित जिन 16 उत्तरदाता ने भविष्य में बच्चों के इसी व्यवसाय से जुड़ने संबंधी जानकारी में नहीं में उत्तर दिया उनसे इनके पीछे कारणों को भी जानना चाहा। प्राप्त तथ्यों में 2 उत्तरदाता ने कारण बताते हुए इस उद्योग में भविष्य में सीमित संभावना की जानकारी दी। 4 उत्तरदाता ने बताया कि मेहनत ज्यादा होती है अतः अपने बच्चों को पढ़ाने में ही ध्यान देंगे। 10 उत्तरदाता ने बताया कि इसमें आमदनी ज्यादा नहीं है। अतः अपने बच्चों को भविष्य में इस उद्योग से नहीं जोड़ेंगे।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से यह भी जानना चाहा कि उनका उत्पादित माल क्या अन्य राज्य या विदेशी सैलानियों द्वारा खरीदा जाता है या नहीं। प्राप्त तथ्यों में 34 प्रतिशत उत्तरदाता ने हाँ में जानकारी देते हुए बताया कि ज्यादातर उनका माल जैसलमेर में विदेशी सैलानियों के खरीददारी हेतु जाता है। कुछ उत्तरदाता ने अपने उत्पादित माल को गुजरात, मुम्बई में भी खरीद हेतु जाने की जानकारी दी। लेकिन 66 प्रतिशत उत्तरदाता ने नहीं में जानकारी दी।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित मुस्लिम रंगरेज महिलाओं से इस उद्योग के तहत फुर्सत के क्षण संबंधी जानकारी भी चाही। क्योंकि घरेलू उद्योग के तहत महिलाओं को समय निकालना मुश्किल होता है। अतः यह जानकारी भी चाही कि उन्हें फुर्सत के क्षण मिलते हैं या नहीं। जिनमें 79 प्रतिशत उत्तरदाता ने हाँ में जानकारी दी एवं 21 प्रतिशत उत्तरदाता ने नहीं में जानकारी दी। जानकारी को अधिक गहराई से जानने के लिए जिन उत्तरदाता ने नहीं में जानकारी दी उनसे इसका कारण भी जानना चाहा।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित जिन उत्तरदाताओं से फुर्सत के क्षण संबंधी जानकारी चाही उनमें से 21 प्रतिशत उत्तरदाता ने नहीं में जानकारी दी जब उनसे कारण जानना चाहा तो 5 उत्तरदाता ने घरेलू कार्य के पश्चात् रंगरेज/बांधनी कार्य करने की जानकारी दी। 12 उत्तरदाता ने छोटे बच्चों की देखरेख के कारण फुर्सत न मिलने की जानकारी दी। एवं 4 उत्तरदाता ने पढ़ाई के कारण फुर्सत न मिलने की जानकारी दी। जानकारी को और गहराई से जानने के लिए जिन 79 उत्तरदाता ने हाँ में जानकारी दी उनसे यह भी जानना चाहा कि फुर्सत का समय किस प्रकार व्यतीत करती हैं।



प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित जिन 79 उत्तरदाता ने फुर्सत के क्षण मिलने संबंधी जानकारी दी। उनसे यह भी जानना चाहा कि वे अपने फुर्सत के क्षण किस प्रकार व्यतीत करती है। प्राप्त तथ्यों के अनुसार 48 उत्तरदाता ने रेडियो सुनकर फुर्सत के क्षण व्यतीत करने की जानकारी दी। 12 उत्तरदाता ने टेलीविजन देखकर, 2 उत्तरदाता ने पत्रपत्रिकाएं पढ़कर, 7 उत्तरदाता ने रिश्तेदारों से मिलकर एवं 10 उत्तरदाता ने धार्मिक गतिविधियों में भाग लेकर फुर्सत के क्षण व्यतीत करने की जानकारी दी।

वर्तमान युग तकनीकी का युग है। प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाताओं से यह भी जानना चाहा कि क्या वे कम्प्यूटर की जानकारी रखती है या इन्टरनेट से जुड़ी हुई है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित केवल 12 प्रतिशत उत्तरदाता को ही कम्प्यूटर की जानकारी है। जबकि अधिकांश 88 प्रतिशत उत्तरदाता को कम्प्यूटर की जानकारी नहीं है। एव न ही इन्टरनेट से जुड़ी हुई हैं।

यह तथ्य रंगरेज/बांधनी उद्योग के विकास में अवरुद्ध हो सकता है। क्योंकि वैश्वीकरण के युग में कम्प्यूटर की जानकारी आवश्यक हैं।

प्रौद्योगिक एवं संचार के युग में संचार के माध्यमों का प्रयोग भी किसी उद्योग के विकास में सहायक होता है। इसी श्रृंखला में प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाता से यह भी जानना चाहा कि क्या वे मोबाइल का प्रयोग करती है। जो तथ्य प्राप्त हुए उसे निम्न तालिका दर्शा रही है।

प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित 84 प्रतिशत उत्तरदाता ने मोबाइल के प्रयोग में हाँ की जानकारी दी एवं 16 प्रतिशत ने नहीं में जानकारी दी। प्राप्त तथ्यों से ज्ञात होता है कि प्रस्तुत अध्ययन से संबंधित उत्तरदाता कम्प्यूटर की जानकारी बहुत कम रखते हैं परन्तु मोबाइल का प्रयोग अधिक से अधिक कर रहे हैं।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. K.M. Kapadia – Marriage and Family in India (Hindi p.84
2. D.F. Mulla – Principles of Mohammedan Law. p.323
3. Amir Ali – The spirit of Islam. P. 257
4. डॉ. कैलाश नाथ शर्मा – भारतीय समाज और संस्कृति – 468
5. डॉ०. आर. एन. सक्सेना – भारतीय समाज और सामाजिक संस्थाएं – पृ. 111
6. डॉ. राम आहूजा – Indian Social System. P. 407
7. M.N. Shrinivas, Religion and Society among the Coorgs of South India.
8. M.N. Shrinivas – Social Change in Modern India
9. योगेन्द्र सिंह – भारत में आधुनिकीकरण, परम्पराएं
10. डॉ. श्याम चरण दुबे – मानव और संस्कृति
11. Maciver and Page, Society (Hindi)
12. T.B. Bottomore, Sociology (Hindi)
13. C.H. Cooley – Social Organization.
14. Rajni Kothari – Politics in India
15. Kingsley Davis – Human Society
16. Coillin and Coillin – Cultural Sociology
17. J.H. Hulton – Caste in India
18. E.B. Tylor – Primitius Culture
19. जॉनसन – समाजशास्त्र
20. कैलाश नाथ नागर – सांख्यिकी एवं मूल तत्व
21. Bogardas – Sociology
22. G.A. Lindberg – Social Research



23. P.V. Young – Scientific Social Survey and Research
24. Grode and Hatt – Method of Social Research
25. भारतीय समाज में महिलाएं – नीरा देसाई, ऊषा ठक्कर
26. स्त्री पुरुष कुछ पुनर्विचार – राजकिशोर
27. भारतीय समाज – श्याम चरण दुबे
28. स्त्री के लिए जगह – राजकिशोर
29. औरत के हक में – तसलीमा नसरीन
30. सामाजिक अन्वेषण की सर्वेक्षण पद्धतियां – एम.एल. गुप्ता, डी.डी. शर्मा
31. सामान्य समाजशास्त्र – एम.एल. गुप्ता, डी.डी. शर्मा
32. Samajik Vightan and Samajik Samasya, Gupta Sharma
33. Samajik Samasya, Ram Ahuja
34. Samajik Vightan, Sarla Dubey
35. Gharelu Hinsa Veshvik Sandhrabh, Vibha Dev Sare
36. Mahilao Ke Kanuni, Dharmik Evam Samajik Adhikar, N. Shanti Kumar
37. Madhyam Vargiya Mahilao Ki Samajik Sthiri, Nilam Kumari.
38. Nari Soshan Ke Vichitra Pehlu, Pavitra Kumar Sharma
39. Kese Sikhe Mahila Nirbhay Jeena, Sudarsan Bhatiya
40. Crime Against Women, RA.P. Singh
41. Gender and Politics in India, Nivedita Menon
42. From thought to action : Building Strategies on Violence Against Women, Kriti : A development research, praxis & Communication team
43. कामकाजी महिलाओं की समस्याएं एवं समाधान, ख्याल शान्ति कुमार

44. कामकाजी महिलाओं की समस्या, स्यालशां
45. भारतीय पुनर्जागरण में अग्रणी महिलाएं, सुशीला नैयर, कमला मनकेकर
46. सामाजिक बदलाव के लिए शिक्षा, सुचेता महाजन
47. महिला कानून, सुरेश ओझा
48. कुरुक्षेत्र, ग्रामीण विकास मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली
49. 'मियां बीबी के हकूक', मुफ्ती अब्दुल गनी
50. मुसलमान बीबी, इदरीस अंसारी