

अनुक्रम

अध्याय	पृष्ठ	
अध्ययन के बारे में	2-3	
भाग- एक : युवाओं के साथ अध्ययन प्रयोग- प्रक्रिया एवं कुछ अनुभव		
1.	युवा आधारित अध्ययन की जरूरत क्यों	5-6
2.	गोगुन्दा का युवा समूह : एक परिचय	7-8
3.	युवाओं की अध्ययन में भागीदारी- प्रथम कार्यशाला	8-12
4.	अध्ययन प्रक्रिया	12-17
	<ul style="list-style-type: none"> • पहला चरण- आंकड़े जुटाना • दूसरा चरण- आवश्यक जानकारी व स्वयं की टिप्पणी करना • तीसरा चरण- आंकड़ों का विश्लेषण करना • चौथा चरण- अध्ययन प्रतिवेदन 	
5.	हमारी सीख	17
भाग- दो : कुछ रुझान एवं तथ्य		
1.	अखबारों की निगरानी	20
2.	हमारी नजर में मजदूर की खबर	20
3.	खबर भी, फोटो भी	21
4.	कितनी जगह घेर पाया हमारा मजदूर	22
5.	खबरें कौनसे पृष्ठों पर छपीं	23
6.	पढ़ने को मिली, कहां कहां की खबरें	24
7.	खबरों का मूल विषय	25
8.	खबरों के शीर्षक	27
9.	खबरों की विषय-वस्तु	29
10.	खबरनवीसों का नजरिया	29
11.	खबरें हमारी ओर से	30
12.	निष्कर्ष	31
13.	और कौनसी खबरें हो सकती हैं ?	32
14.	सुझाव व सिफारिशें	33

अध्ययन के बारे में :-

“खीचों ना कमानों को, ना तलवार निकालो,
जब तोप सामने हो, तो अखबार निकालो।”

अखबार आज हर व्यक्ति के लिए महत्वपूर्ण बन गया है। शहरों में तो आज हर व्यक्ति के दिन की शुरुआत अखबार से होती है और साथ में गर्मागर्म चाय हो तो क्या कहने। अब तो शहर ही क्या गांवों में भी अखबारों की उतनी ही मांग है। हर ग्रामीण जानने को लालायित रहता है कि उसके गांव, पंचायत या फिर तहसील की क्या खबरें छप रही हैं अखबारों में। खबरें ही नहीं अखबारों में विज्ञापन भी तो छपते हैं। विज्ञापन का अखबार में छपना भी उतना ही महत्वपूर्ण है जितना की किसी खबर का। ग्रामीण नौजवानों को पढ़कर खुशी होती है जब कोई नौकरी का विज्ञापन आया हो। राजनीतिक उठा-पटक हुई हो। चुनाव का मौसम हो। नई योजनाएं या फिर कोई फिल्म आई हो। ये ही नहीं अपने कॉलेज, नेहरू मण्डल, सामाजिक कार्यों की खबरों को स्थान मिला हो।

अखबार में छपी कई खबरें तो इतनी चर्चा का विषय बन जाती हैं कि लोगों के बीच उसके पक्ष- विपक्ष में बहस तक छिड़ जाती है। अखबार जानकारी का भण्डार होता है। मानसिकता में बदलाव इस द्वारा लाया जा सकता है। कई बार तो खबर छपने मात्र से लोगों की शिकायतों पर कार्रवाई हो जाती है। यह प्रशासनिक महकमों पर नजर रखने का अच्छा माध्यम है।

सभी जानते हैं कि ग्रामीण इलाकों में अधिकांश संख्या मजदूर वर्ग की है। मजदूरों की समस्याएं किसी से छुपी हुई नहीं हैं। मजदूरों को काम मिलना हो, काम मिल भी जाए तो मजदूरी की बात हो। मजदूरी मिल गई तो क्या उससे परिवार ठीक चल रहा है, सामाजिक रीति-रिवाज। इन सबकी पूर्ति के लिए अधिकांश को अपना देश छोड़कर अन्य राज्यों में भी शरण लेनी पड़ती है। उनकी समस्याएं तो और ना जाने कितनी हैं। सरकार द्वारा मजदूरों के लिए चलाई जा रही योजनाओं की इन्हें कितनी जानकारी मिल रही है। ये उनसे लाभान्वित भी हो रहे हैं या नहीं। अखबार इन मजदूरों के लिए भी उतना ही महत्व रखता है जितना कि एक आम आदमी के लिए।

अध्ययन की आवश्यकता क्यों ?

आज संचार माध्यमों का बोलबाला है। अखबारों के साथ-साथ टी.वी. चैनलों की भी भरमार है। संचार माध्यमों के इस दौर में समाचार पत्र का महत्वपूर्ण स्थान है। समाचार पत्र या अखबार अरसों से लोगों से काफी नजदीकी से जुड़ा हुआ है। आज शहरों चाहे गांवों में सभी के दिन की शुरुआत अखबार से होती है। वह चाहे मजदूर ही क्यों ना हो। इसलिए हमें ये जानना जरूरी हो जाता है कि जिस तरह मजदूरों की जिन्दगी में अखबार की महत्ता है उसी प्रकार अखबारों में इन मजदूरों की किस बात को कितनी महत्ता मिलती हैं? मीडिया में मजदूरों की स्थिति को कितना महत्व दिया जाता है?

अध्ययन विधि व प्रतिवेदन

यह अध्ययन युवाओं द्वारा किया गया है। युवाओं के साथ किए गए इस अध्ययन के अनूठे अनुभव प्राप्त हुए हैं। इसलिए इस अध्ययन की प्रक्रिया, अनुभवों पर विस्तार से लिखा जा रहा है। इस प्रतिवेदन को दो भागों में विभक्त किया गया है। पहले भाग में युवाओं के साथ अध्ययन प्रयोग : प्रक्रिया व कुछ अनुभव का विवरण दिया है। साथ ही दूसरे भाग में अध्ययन से प्राप्त रुझानों व तथ्यों का विश्लेषण किया गया है।

भाग - एक

युवाओं के साथ अध्ययन प्रयोग :
प्रक्रिया एवं कुछ अनुभव

(1) युवा आधारित अध्ययन की जरूरत क्यों ?

अध्ययन अथवा शोध कार्य प्रायः माना जाता है कि ये तो अच्छे पढ़े-लिखे, शिक्षाविदों का ही पेशा है। या फिर अध्ययनरत छात्र-छात्राएं जोकि कोई विषय विशेष में अपनी समझ पक्की करने के साथ-साथ मानद उपाधि प्राप्त करने की अपेक्षा रखते हों। इन सबसे जो एक छवि उभरकर आती है वह एक शोधार्थी, विद्यालयों/ महाविद्यालयों के व्याख्याता आदि दिखाई देते हैं।

संस्था/समूहों में भी अध्ययन काफी महत्व रखता है। कई ऐसी संस्थाएं हैं जिनका अपना कार्य विस्तार को आधार किसी न किसी अध्ययन के जरिए मिलता है। इनमें से एक संस्था आजीविका ब्यूरो भी है। इन अध्ययनों को ऊपर वर्णित तथाकथित शोधार्थियों द्वारा अंजाम दिया जाता है। प्रायः संस्थाओं में ये शोधार्थी सलाहकार की तरह जुड़ते हैं। किन्तु यहां यह स्पष्ट करना पड़ रहा है कि आजीविका ब्यूरो किसी सलाहकार की सेवाओं पर निर्भर रहकर अपने अध्ययनों व शोधों को संपादित नहीं करती है। ब्यूरो का सदैव प्रयास रहा है कि इन अध्ययनों के मुख्य पात्र वे लोग बनें जोकि उस समस्या, व्यवस्था या फिर क्षेत्र विशेष से पूरी तरह वाकिफ हैं। इसलिए ब्यूरो के कार्यकर्ता, क्षेत्रीय टीमों अध्ययन आयोजित करती हैं। हमारा मानना यह भी है कि ये विशुद्ध अकादमिक व औपचारिक शोध कार्य नहीं है। फिर भी हमारा दावा है कि इन अध्ययनों की अहम भूमिका है क्योंकि इनमें ऐसे लोगों का अनुभव पूर्णता से शामिल है जोकि वह स्थितियां भलीभांति जीवन्त रूप से हर रोज देखते व समझते हैं।

ब्यूरो का सदा यह प्रयास रहा है कि प्रवासी श्रमिकों की जरूरतों एवं स्थितियों को नजदीकी से देखा व समझा जाए। ताकि हम गहराई से यह समझ सकें कि श्रमिकों को किस तरह की सेवाएं उपलब्ध कराई जाएं। इस हेतु ब्यूरो द्वारा समय-समय पर समूह आधारित, व्यवसाय आधारित एवं पलायन के विविध आयामों पर शोध व अध्ययन किए जाते रहे हैं। इनके आधार पर हमारे द्वारा अपनाई गई रणनीतियां सफल भी रही हैं।

अध्ययनों की इस कड़ी में विचार आया कि क्यों ना हम आगे के अध्ययनों में युवाओं की भागीदारी करें। इसके पीछे तर्क ये थे कि हमारे क्षेत्रीय केन्द्रों पर युवाओं का एक बड़ा वर्ग है जोकि किसी न किसी रूप में हमारी मदद करते हैं। वह चाहे श्रमिक मित्र के रूप में हो, स्वैच्छिक कार्यकर्ता हो या फिर हाल ही निर्मित हुए युवा क्लब के सदस्य हों। ये ऐसे युवा हैं जोकि युवाओं की, प्रवासी मजदूरों की, उनके काम की व व्यवसाय की हर तकलीफों स्थितियों को जीते हैं और हम से भी कहीं बेहतर समझते व देखते हैं। शायद कमी है तो सिर्फ उनके द्वारा इन समस्याओं को शब्दों में बयां करने की। युवाओं के उत्साह से तो हम सभी वाकिफ हैं ही इन समस्याओं को हल करने की ठान लें तो फिर कौन रोक सकता है? शोध में

उनकी भागीदारी व उससे उत्पन्न संवेदनशीलता से उनकी समस्याओं पर उनके द्वारा हस्तक्षेप हो यह हमारी अपेक्षा है।

युवाओं के जुड़ाव से हमारे अध्ययन वास्तविकता के और करीब तो होंगे ही। साथ में युवा क्लब से जुड़े सदस्य जोकि अभी कुछ तो अध्ययनरत हैं, कुछ रोजगार की तलाश में, अपने कैरियर की दहलीज पर हैं उनको ऐसे अवसर दिया जाना बेहद उपयोगी होगा। इन युवाओं की क्षमता विकास जोकि व्यक्तित्व, मानसिक, कैरियर अथवा स्थितियों के समझने की हो सकती है। साथ ही मजदूरों की स्थितियों में किसी न किसी रूप में एक संवेदनशीलता तो पैदा करेगी ही। इन युवाओं के लिए हमारे पास जो बलबर्द्धक चीज है वह है निरन्तर नवीन गतिविधियां अथवा रुचिकर अवसर खड़े करना।

इन सभी स्थितियों ने हमें यह तय करने के लिए प्रेरित किया कि युवाओं की सोच हमारे श्रमिकों के लिए समाधान रूपी खोजी अभियान में चार-चांद लगायेगा।

(2) गोगुन्दा का युवा समूह : एक परिचय

उदयपुर जिले की गोगुन्दा तहसील में ब्यूरो का सबसे पुराना श्रमिक सहायता एवं संदर्भ केन्द्र है। केन्द्र ने गत वर्ष 2008 से युवाओं के जुड़ाव पर विशेष जोर दिया और इस दौरान श्रमिक मित्रों व स्वैच्छिक कार्यकर्ताओं का एक दल तैयार किया है। पंचायत स्तर पर इन्हें केन्द्र की गतिविधियों की विशेष जिम्मेदारियां दी गईं। ये 20 से 30 वर्ष की आयु वर्ग के ऐसे युवा हैं जोकि अभी प्रवास पर नहीं हैं। अर्थात् ये स्थानीय स्तर पर ही किसी न किसी रोजगार से जुड़े हुए हैं, या फिर प्रवास का अनुभव ले चुके हैं और या ये अभी अपने कैरियर के बारे में सोच रहे हैं। इसमें विशेष रूप से स्थानीय दुकानदार, विद्यार्थी मित्र, और छुटपुट मजदूरी करने वाले युवा साथी शामिल हैं। दूसरा युवाओं का एक समूह अध्ययनरत छात्र-छात्राओं का है। ये सभी महाविद्यालय स्तर की पढ़ाई से जुड़े हुए हैं। कुछ अपने शैक्षणिक अध्ययन को समाप्त कर प्रतियोगी परीक्षाओं/साक्षात्कार के दौर से गुजर रहे हैं। यह समूह ऐसा है जोकि अपने भविष्य के बारे में ज्यादा चिंतित या फिर सजग है।

इन दोनों ही प्रकार के युवाओं में खास बात यह है कि ये अपने गांव, पंचायत के सामाजिक विकास के बारे में सोचते हैं। और इसमें अपना योगदान भी तलाशते हैं। शायद यही वजह है कि यह समूह स्वैच्छिक रूप से आजीविका ब्यूरो में विश्वास रखता है अथवा जुड़ा हुआ है। गोगुन्दा केन्द्र द्वारा इन युवा समूहों का न केवल श्रमिक केन्द्र की गतिविधियों के बारे में बल्कि इनकी क्षमताओं को बेहतर करने की दिशा में कुछ-कुछ रचनात्मक अवसर खड़े किए जाते हैं। इसी क्रम में पिछले कुछ समय में इनके साथ की गई गतिविधियों में मुख्य हैं :-

- 1) पोस्टर निर्माण कार्यशाला
- 2) आमुखीकरण कार्यशाला
- 3) रोजगार परामर्श कार्यशाला
- 4) प्रकृति-संस्कृति हेतु भ्रमण
- 5) एफ.एफ. रेडियो भ्रमण
- 6) बेहतर प्रस्तुति हेतु कार्यशाला
- 7) लेखन व मीडिया कार्यशाला
- 8) फोटोग्राफी व फिल्म निर्माण कार्यशाला
- 9) पिकनिक आदि


यह जरूर है कि गोगुन्दा में जो युवा समूह है उसमें सदस्य बदलते रहते हैं। यह समूह वैसे भी ऐसे वर्ग का है जोकि बहुत स्थायी नहीं रहने वाला। किसी को नए रोजगार की तलाश होती है तो कोई अपने अध्ययन की वजह से व्यस्त हो जाता है। वर्तमान में लगभग 40 युवा केन्द्र से सक्रिय रूप से जुड़े हुए हैं।

इन युवाओं को ब्यूरो के मार्फत कहीं न कहीं अपने कैरियर व सामाजिक विकास में एक आशा की किरण नजर आती है। हालांकि यह अभी भी हमारे लिए चुनौती है कि हम इनकी केन्द्र से क्या अपेक्षाएं हैं उन्हें भलीभांति समझ नहीं पा रहे हैं। केन्द्र की टीम इन युवाओं के समूह को देखती है तो बड़ी प्रफुल्लित रहती है। हमारी इन युवाओं से काफी अपेक्षाएं हैं। ये सत्य है कि इन युवाओं ने कभी भी केन्द्र की अपेक्षाओं में कोई कमी नहीं छोड़ी है। और आवश्यकता पड़ने पर युवा समूह ने केन्द्र को भरपूर मदद की है। इससे एक बात तो स्पष्ट है कि इन्हें केन्द्र पर काफी भरोसा है। केन्द्र द्वारा पूछने पर इन युवाओं का यही जबाब होता है कि हम तो अनुभव लेना चाहते हैं। हम सीखना चाहते हैं। या फिर किसी किसी का जबाब होता है कि केन्द्र से जुड़ाव हमें आगे फायदा देगा।

(3) युवाओं की अध्ययन में भागीदारी – प्रथम कार्यशाला

युवाओं के साथ अध्ययन की महत्ता पर समझ विकसित होने के बाद तय किया गया कि एक अध्ययन ऐसा ही किया जाएगा। इसमें पहल लेते हुए सोचा कि “अखबारों की निगरानी” की जाए। इसके पीछे सोच यह थी कि इसमें एक तो पद्धति परम्परागत सर्वेक्षण आदि से हटकर होगी। शायद वह युवाओं को आकर्षक व रुचिकर लगे। साथ ही मीडिया विषय ही अपने-आप में मोहकता से परिपूर्ण है।

हमारी अपेक्षा थी कि करीब 8-10 युवाओं का समूह इस अध्ययन के लिए बेहतर होगा। साथ ही यह अध्ययन मार्च से मई के दौरान किया जाना था। यह समय वैसे ही इम्तिहान का होता है। इसलिए हमें काफी चुनाव करना पड़ा ऐसे समूह का जोकि समय निकाल सके। यही देखते हुए अध्ययन की परिकल्पना के बारे में युवाओं से संपर्क कर बताया गया। हमारा उत्साह दुगुना हो गया जब सहज ही युवाओं ने हामी भर दी। इसमें अध्ययन दल के रूप में 10 युवाओं का समूह उभरकर सामने आया। इसमें तीन युवतियां भी शामिल थीं। अध्ययन दल का विवरण निम्नानुसार हैं :-

क्रसं	नाम व पता	शिक्षा	उम्र	वर्तमान व्यवसाय
1.	 मांगीलाल गरासिया गांव हायला	12	28	विद्यार्थी मित्र के रूप में कार्यरत।
2.	 वन्नाराम मेघवाल गांव तरपाल,	बीए	22	वर्तमान में अध्ययनरत। प्रतियोगी परिक्षाओं की तैयारी।
3.	 वीरम चंद गमेती गांव मोडवा	बीए	22	सहायक सचिव
4.	 गुलाब चंद गमेती गोगुन्दा	बीए	21	अध्ययनरत
5.	 ममता चौधरी गोगुन्दा	एमए	23	नेहरू युवा केन्द्र से जुड़ी हुई हैं।
6.	 पूजा चौधरी गोगुन्दा	बीए	22	अध्ययनरत
7.	 कृष्णा चौधरी गोगुन्दा	बीए	22	अध्ययनरत
8.	 कपिल सोनी गोगुन्दा	बीए	25	ज्वैलरी की दुकान
9.	 प्रकाश जोशी मोडी	12वीं	34	केन्द्र से अस्थायी रूप से जुड़े हुए हैं। पहले रसोई कार्य में थे।
10.	 दिलीप गमेती उण्डीथल	10वीं	21	श्रमिक केन्द्र गोगुन्दा पर अस्थायी रूप से जुड़े हैं।

हमारे पास युवा समूह भी तैयार था और अध्ययन का विषय। इस काम को कैसे आगे बढ़ाया जाएगा? यह अध्ययन क्यों जरूरी है? इस सब पर काम शुरू करने से पहले यह जरूरी हो जाता है कि युवा समूह इस विषय पर व अध्ययन पर एक साझी समझ विकसित करे। साथ ही अपनी कार्य योजना भी निर्धारित करें ताकि इस अध्ययन के कार्य को सफलतापूर्वक व प्रभावी परिणामों की दिशा में अंजाम दिया जा सके। यह सब सोचते हुए 29 अप्रैल 2009 को इस युवा समूह के साथ एक दिवसीय कार्यशाला आयोजित की गई। दिनभर की इस कार्यशाला का कार्यक्रम निम्नानुसार रहा :-

पहला सत्र प्रातः 10.30 बजे	स्वागत संभागी परिचय कार्यशाला का उद्देश्य	कन्हैयालाल परमार जितेन्द्र जैन
दूसरा सत्र प्रातः 11.00 बजे	<ul style="list-style-type: none"> ● मीडिया का महत्व ● मीडिया निगरानी क्यों जरूरी ● कैसा होता है अखबार ? ● खबर कैसे लिखें ? 	जितेन्द्र जैन कमलेश शर्मा
तीसरा सत्र प्रातः 2.00 बजे	अखबारों में मजदूर अध्ययन के बारे में	जितेन्द्र जैन
चौथा सत्र दोप. 3.00 बजे	संभागियों से अपेक्षाएं	कमलेश शर्मा
समापन सत्र दोप. 4.00 बजे	आगामी कार्य योजना धन्यवाद	सामूहिक

उपरोक्त कार्यक्रमानुसार इस कार्यशाला को संचालित किया गया। मीडिया के प्रकार पर बातचीत की गई कि पहले मीडिया के क्या साधन थे। और अभी उनमें किस तरह परिवर्तन आया है। प्रिन्ट मीडिया व इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के दायरे में आने वाले संचार माध्यमों को सूचीबद्ध किया गया। इसके साथ ही कुछ रोचक उदाहरण देकर



मीडिया की भूमिका, उसकी खबर का असर व उसके महत्व पर चर्चा की गई। मीडिया की अहम भूमिका की वजह से मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तम्भ भी कहा जाता है।

मीडिया के प्रति एक जागरूक नागरिक की क्या जिम्मेदारी बनती है। मीडिया के माध्यम से लोगों की जिन्दगियों में क्या असर पड़ता है इस सबके लिए जरूरी हो जाता है कि मीडिया पर निगाह रखी जाए। कौनसी खबर उसमें जानी चाहिए, किस तरह जानी चाहिए। इस पर

भी खुलकर बातचीत की गई। खबर के साथ-साथ उसके शीर्षक, फोटो व प्रस्तुतिकरण पर विशेष जोर दिया गया। साथ ही खबर किस माध्यम से अखबार तक पहुंचती है और वह अखबार हम तक पहुंचने के पीछे कितने लोगों का सहयोग जुड़ा है। इसी कार्यशाला में एक छोटा अभ्यास यह भी किया गया कि खबर किस तरह लिखते हैं। कार्यशाला के अन्त में सभी संभागियों ने दिनभर के घटनाक्रम की एक खबर भी बनाई।

कार्यशाला के तीसरे सत्र में “अखबारों में मजदूर” अध्ययन के बारे में विस्तार से बताया गया। इस अध्ययन के क्या उद्देश्य हैं, अध्ययन कैसे किया जाएगा, कौन करेगा, कब करेंगे व किस तरह करेंगे। इसी के साथ संभागियों से केन्द्र की इस अध्ययन हेतु अपेक्षाएं भी बताई गईं। उन्हें बताया गया कि यह अध्ययन युवा समूह आधारित होगा। युवाओं को इसमें शुरू से लेकर अंत में प्रतिवेदन लेखन व प्रस्तुतिकरण तक के चरण में जुड़ना होगा। इस हेतु उनसे समय की मांग रहेगी। सभी संभागियों ने इस पर अपना सहयोग देने के लिए कहा। फिर जब उनसे पूछा गया कि आपको केन्द्र से क्या अपेक्षाएँ हैं? तो जवाब कुछ यूँ आए :-

- शोध का अनुभव लेना चाहते हैं।
- विकास की कड़ी से जुड़ना चाहते हैं।
- पत्रकारिता व्यवसाय में मदद मिलेगी।
- सीखने को मिलेगा।
- आत्मविश्वास बढ़ेगा।



हमारे काफी उकसाने व कुरेदने के बावजूद भी हम युवाओं से अन्य कोई अपेक्षा नहीं निकलवा पाए। इस सत्र में युवतियां हमें काफी संकुचित लगीं। यहां तक कि इस अध्ययन कार्य की सहमति देने में भी उन्होंने काफी समय लिया। जब बताया गया कि शुरुआत में हमें अखबार में श्रमिकों से जुड़ी हुई खबरों को काटकर निर्धारित फाइल में चिपकानी होगी तो इन

तीनों युवतियों ने यह कार्य अकेले के बजाय सामूहिक रूप से करने करने के लिए सहमति जताई।

कार्यशाला के अंतिम सत्र में इसकी कार्य योजना पर कार्य किया गया। इसके साथ ही स्टेशनरी फाइल, गोंद, कैंची, मार्कर आदि भी दिए गए। युवाओं को दिए गए अखबारों का विवरण निम्नानुसार है :-

क्र.सं.	नाम	अखबार विवरण	अखबार संख्या
1.	ममता, पूजा व कृष्णा	दैनिक भास्कर 1 मार्च से 20 मार्च	16
2.	मांगीलाल गरासिया	दैनिक भास्कर 21 मार्च से 31 मार्च 1 अप्रैल से 10 अप्रैल	19
3.	वन्नाराम मेघवाल	राजस्थान पत्रिका 1 मार्च से 20 मार्च	16
4.	वीरम चंद गमेती	राजस्थान पत्रिका 21 मार्च से 31 मार्च 1 अप्रैल से 10 अप्रैल	19
5.	गुलाब चंद गमेती	प्रातःकाल 1 मार्च से 20 मार्च	14
6.	कपिल सोनी	दैनिक भास्कर 11 अप्रैल से 30 अप्रैल	19
7.	प्रकाश जोशी	राजस्थान पत्रिका 11 अप्रैल से 29 अप्रैल	19
8.	दिलीप गमेती	प्रातःकाल 21 मार्च से 31 मार्च 1 अप्रैल से 30 अप्रैल	34

इस तरह अखबारों से संबंधित कुल 8 फाइलें तैयार होनी थीं। यह तय किया गया कि इन फाइलों में एक खबर एक ही कागज पर चिपके। यदि कोई फॉलोअप खबर है तो वह उसके साथ चिपकाई जाए। फिर अखबार की तारीख, कॉलम साइज व पृष्ठ संख्या अंकित करनी थी।

इस कार्यशाला पूर्व योजना यह थी कि एक खबर संबंधित जितनी भी जानकारी है जैसे उपरोक्त के अलावा शीर्षक, खबर आदि पर स्वयं की टिप्पणी आदि को एक साथ लिखा जाए। किन्तु युवाओं को देखते हुए महसूस हुआ कि यह काम इनके लिए एकदम नया है। इसमें हमें गुणवत्ता भी देखनी होगी इस वजह से तय किया गया कि यह काम एक साथ ना करके कुछ चरणों में किया जाए। कार्यशाला के अंत में तय किया कि सौंपे गए कार्य को 6 अप्रैल तक पूर्ण कर लिया जाएगा। सभी से 6 तारीख को मिला जाएगा।

(4) अध्ययन प्रक्रिया

हमने युवा दल के साथ मिलकर यह अध्ययन पांच चरणों के अनुसार सम्पादित किया :-

पहला चरण-	आंकड़े जुटाना
दूसरा चरण-	आवश्यक जानकारी व स्वयं की टिप्पणी करना
तीसरा चरण-	आंकड़ों का विश्लेषण करना
चौथा चरण-	अध्ययन प्रतिवेदन एवं प्रस्तुति में भागीदारी

पहला चरण- आंकड़े जुटाना

इस अध्ययन “अखबारों में मजदूर” में तीन प्रमुख समाचार पत्रों में दो माह के दौरान छपी खबरों का अध्ययन करना तय किया गया। समाचार पत्रों में राजस्थान पत्रिका, दैनिक भास्कर और प्रातःकाल को चुना गया। ये तीनों ही समाचार पत्र हिन्दी भाषा के जाने माने व लोकप्रिय दैनिक अखबार हैं तथा इस क्षेत्र में सबसे अधिक पढ़े जाते हैं। इन समाचार पत्रों में गांव की खबरों को भी महत्त्वपूर्ण स्थान मिलता है। इसी बात को ध्यान में रखते हुए हमने श्रमिकों को इन समाचार पत्रों में ढूँढने का प्रयास किया।

जैसा कि पूर्व में भी विवरण दिया जा चुका है। अध्ययन दल की प्रथम कार्यशाला के अन्त में सभी को कुछ-कुछ अखबार वितरित किए गए। युवाओं का काम था कि इन अखबारों से मजदूर की खबर ढूँढकर उनकी कतरन काटकर काट लें। फिर इन कतरनों को निर्धारित पुस्तिका में कोने में चिपकाएं। साथ ही कतरन के ठीक नीचे तीन सूचनाएं दर्ज करें। एक तो अखबार की तारीख, दूसरा प्रकाशित खबर का पृष्ठ संख्या व तीसरा वह खबर कितने कॉलम की है। इस चरण में युवाओं के लिए ध्यान रखने योग्य बातें थीं कि :-

- सबसे पहले वे अपनी पुस्तिका के ऊपर अपना व अखबार का नाम लिख दें।
- पुस्तिका के एक पृष्ठ पर एक ही खबर चिपकाई जाएगी। अगर उस खबर की फॉलोअप खबर प्रकाशित होती है तो वह इस खबर के साथ ही चिपकाई जाए। अन्यथा नई खबर को दूसरे पृष्ठ पर ले जाया जाए।
- कॉलम से तात्पर्य है कि एक अखबार आठ कॉलम की साइज का होता है। तो उस खबर ने कितने कॉलम का स्थान घेरा है। कई खबरों में ये देखने में आया कि अखबार के सज्जाकार ने उस खबर को एक ही कॉलम में चौड़ाई में फैला कर प्रकाशित किया है। जबकि खबर ने दो कॉलम की चौड़ाई की बराबर जगह घेरी है। अतः ऐसी खबर को 2 कॉलम की माना जाएगा। यह सभी को स्पष्ट किया गया।

यह काम 5 मई तक समाप्त करने का तय किया गया। साथ ही यह भी तय किया कि अगले चरण की तैयारी के लिए सभी 6 मई को हम फिर एक साथ केन्द्र पर मिलेंगे।

दूसरा चरण- आवश्यक जानकारी व स्वयं की टिप्पणी करना

6 मई को इस समूह के 6 सदस्यों गुलाब, दिलीप, ममता, पूजा, कृष्णा व प्रकाश से श्रमिक केन्द्र पर मिल पाए। शेष चार में से तीन वन्नाराम, मांगीलाल व कपिल से उनके घर जाकर मिला गया।

हमने पहले सोचा तो ये था कि पहला व दूसरे चरण का काम एक साथ किया जाए। किन्तु इन युवाओं के साथ इस तरह की यह अपने आप में प्रथम गतिविधि थी। साथ ही मीडिया व लेखन पर इतनी बारीकी से इन्होंने काम नहीं किया। फलस्वरूप निर्णय लिया कि इसे बारी-बारी से किया जाए।

इस चरण के काम की शुरुआत करने से पूर्व सभी युवाओं से बातचीत की गई कि गतिविधि

“खबर काट भी लेते हैं, चिपकाने में भी कोई दिक्कत नहीं है, बस खबर ही नहीं मिलती, उसे ढूँढने में परेशानी आ रही है।”

कैसी लगी। सभी बड़े उत्साहित दिखे उनका कहना था कि हमें काफी मजा आया खबर काटने और चिपकाने में। हमने जब जानना चाहा कि परेशानी क्या आई तो एक ने तपाक से जबाव दिया- “खबर काट भी लेते हैं, चिपकाने में भी कोई दिक्कत नहीं है, बस खबर ही नहीं मिलती, उसे ढूँढने में परेशानी आ रही है।”

इसके उपरांत हमने इनके द्वारा तैयार की गई पुस्तिका को भी देखा। सभी ने काफी खूबसूरती से खबरें चिपकाई हुई थी। उसके नीचे जानकारी भी बराबर लिखी थी। युवतियों के समूह ने और वीरम चंद ने जरूर एक तारीख की सभी खबरों को एक ही पृष्ठ पर चिपका दिया था। फिर इनसे उन कतरनों को अलग-अलग करवाया गया।

इस कार्य में युवाओं को एक उलझन कॉलम साइज को लेकर हुई। पूर्व में काफी बताने के बावजूद भी इसमें गलतियां हुई थी। इस प्रकार की भूल सभी ने की। अखबार में जैसे तीन कॉलम साइज की जगह में एक खबर को एक कॉलम में ही फैला दिया तो युवाओं ने उस तरह की खबरों को एक कॉलम की ही माना। सभी की पुस्तिकाओं में यह भी संशोधन करवाया गया।

इस अध्ययन का अगला चरण था कि खबर से संबंधित कुछ जानकारियां पुस्तिका में दर्ज की जाएं। जैसे ये खबर किसके लिए है। खबर का मूल विषय क्या है। खबर के शीर्षक पर टिप्पणी और खबर की विषय वस्तु पर स्वयं की टिप्पणी करना। सभी को इस चरण से अवगत कराया।

खबर किसके लिए और खबर का मूल विषय बताने के लिए हमने कुछ पांच-छह श्रेणियां निर्धारित की थी। इन प्रश्नों के जवाब उन्हीं श्रेणी के तहत देने थे। साथ ही शीर्षक पर एक-दो वाक्य में तथा विषय वस्तु पर करीब एक पैराग्राफ में टिप्पणी करनी थी।



इसी दिन हम जिन तीन युवाओं के घर पर जाकर मिले उन्हें भी इस उपरोक्त प्रक्रिया की विस्तृत जानकारी दी गई। एक युवा कपिल ऐसे थे जोकि अपने प्रथम चरण का काम ही शुरू नहीं कर पाए। उन्होंने अपने निजी व्यवसाय में व्यस्तता की बात कही। किन्तु उन्होंने जल्दी ही ये काम शुरू करने के लिए भी कहा।

इस गतिविधि को समाप्त करने के लिए सभी ने 12 मई तक का समय तय किया। इस बीच हुआ ये कि तीनों युवतियां जिन्होंने मिलकर एक पुस्तिका पर प्रथम चरण का कार्य किया। वे आगे के चरण में नहीं जुड़ीं। इसमें न जुड़ने की वजह भी उनसे जाननी चाहिए किन्तु उनसे कोई स्पष्ट जबाव नहीं मिल पाया।

तीसरा चरण- आंकड़ों का विश्लेषण करना

तीसरे चरण की शुरुआत के लिए इस युवा समूह के साथ 19 मई को मिला जा गया। इस बीच समूह से दूरभाष पर सम्पर्क रहा। किसी की पुस्तिका अधूरी थी, किसी ने शादी-ब्याह व अन्य कार्यों में व्यस्तता दिखाई।

इस पर तय किया गया कि हमारी प्राथमिकता दूसरे चरण तक का गतिविधि खत्म करना है। इसमें वे पांच सदस्य जिन्होंने कि अपना कार्य पूर्ण कर लिया था अन्य की पुस्तिकाओं का काम पूर्ण करवाने में जुट गए। काम में सामूहिकता जरूर थी किन्तु कोई युवा किसी दिन 3 घंटे का समय दे रहा था तो केसी ने 2 घंटे का समय दिया। दो युवा ऐसे भी थे जोकि दोनों दिन पूरे समय रहे। दूसरे चरण तक की गतिविधि समाप्ति व अखबारों व पुस्तिकाओं की समीक्षा कार्य में करीब दो दिन व्यतीत हो गए।

इसके बाद जब इन युवाओं को बताया गया कि अब इसका अगला चरण इसका विश्लेषण करना होगा। साथ ही हमें एक प्रतिवेदन तैयार करना होगा व 28 मई को उदयपुर के विद्या भवन महाविद्यालय में इसकी प्रस्तुति भी की जाएगी। वह प्रस्तुति हमारे समूह द्वारा ही की जाएगी। इस पर युवाओं ने अपनी सहमति जताई।

आंकड़ों का विश्लेषण का कार्य चूंकि समूह का प्रथम अभ्यास था इसलिए आजीविका टीम को ही इसमें ज्यादा जुड़ना पड़ा। उनके द्वारा अलग-अलग प्रकार से गणना की गई। जैसे कितनी खबरें छपी हैं, कौनसे पृष्ठ पर, कितनों में फोटो हैं आदि-आदि। मजेदार बात ये लगी जब इस समूह को पता चला कि हमारे विश्लेषण से ऐसे परिणाम आ रहे हैं तो उनकी उत्सुकता और बढ़ती गई। साथ ही परिणामों पर युवा अपनी टिप्पणी भी कर रहे थे जैसे पता चला एक फीसदी से भी कम खबरें छपी हैं तो वे कह रहे थे “मजदूर तभी तो दबा पड़ा है।” गोगुन्दा की महज 5 खबर देखकर तो उनका माथा भन्ना उठा कि हम सब रोज सुबह उठते ही अखबार के लिए दौड़ते हैं। एक दिन अखबार नहीं आता है तो मन नहीं लगता। पर अखबार में हमारी यहां के श्रमिकों की तो खबरें ही नहीं हैं।

चौथा चरण - अध्ययन प्रतिवेदन व प्रस्तुति की तैयारी

चूंकि यह विश्लेषण कार्य युवाओं को द्वारा करना था इसलिए हमने भी इसमें सावधानी बरती कि कंप्यूटर पर डाटा एन्ट्री नहीं की। अतः विश्लेषण कार्य हाथ से ही किया गया। जब डाटा सामने आए तो प्रस्तुति के लिए उनके साथ बैठकर कंप्यूटर में ग्राफ, चार्ट व सारणी बनाई गई। यह अभ्यास युवाओं के लिए रुचिकर व आकर्षक था। वह जैसे चित्र व ग्राफ किताबों में

देखते हैं जैसे ही उनके द्वारा निकाले गए आंकड़ों के भी बनाए जा रहे हैं यह उनके लिए एक अद्भुत अनुभव था। युवाओं ने खबर की विषय वस्तु पर, शीर्षक आदि पर भरपूर टिप्पणी पुस्तिका में लिखी गई। उन्हीं को आधार बनाकर हमने अध्ययन प्रतिवेदन तैयार किया।

अध्ययन की प्रस्तुति करने के लिए समूह के चार-पांच युवा पूरी तरह तैयार हैं। उनमें से तीन युवा तो 25 तारीख से ही गोगुन्दा आकर रहने लगे। वहीं रहकर अपनी प्रस्तुति की तैयारी की। इन युवाओं को जब आजीविका ब्यूरो की ओर से अध्ययन प्रस्तुतिकरण कार्यशाला हेतु व्यक्तिगत नाम से औपचारिक आमंत्रण पत्र दिया गया तो युवाओं के चेहरे पर खुशी की एक अलग ही महक थी।

(5) हमारी सीख

इस तरह की गतिविधियों में युवाओं की (शत प्रतिशत नहीं है।) भागीदारी हमारे लिए एक अनूठा प्रयोग थी। इस प्रयोग से एक बात तो सिद्ध हुई है कि युवाओं की भागीदारी से किया गया काम निश्चय ही उपयोगी तो होता ही है हमें नई समझ भी देता है। आबादी के वर्ग को करीबी से जानने-पहचानने, उनकी इच्छा-अनिच्छा पर समझ पक्की करता है।

हमें यह भी लगा कि इस पूरी गतिविधि से युवाओं का भी काफी आत्मविश्वास बढ़ा है। अभी तक वे हमारे कार्यक्रमों में एक संभागी की तरह आते थे लेकिन इस गतिविधि से वे न केवल बराबर के भागीदार बने, साथ ही इस अध्ययन में अग्रणी की भूमिका अदा की। यद्यपि वे संस्था के प्रचार-प्रसार, सेवाओं को फैलाने में स्वैच्छिक रूप से अपनी सेवाएं देते रहे हैं किन्तु इससे वे एक संस्था के कार्यकर्ता की तरह जुड़े हैं।

बीच-बीच में हमारा कुछ मन भी डोलता रहा कि पता नहीं ये समूह इस प्रक्रिया में पूरी तरह जुड़ा रहेगा कि नहीं। यह दर्द हमें जब अधिक महसूस हुआ तब कुछ युवाओं ने इसमें अपने कदम पीछे खींच लिए। ख़ासतौर से युवतियों का जुड़ना हमें सर्वाधिक संतुष्टि व उत्साह दे रहा था जब वे पीछे हटीं तो हम उससे कहीं ज्यादा टूट गए। फिर भी हमें बाकी युवा साथियों के जुड़ाव ने सम्बल प्रदान किया। हम भी वास्तविक स्थितियां समझ पाए। इस प्रयोग से हमारी निम्न सीख बनी :-

- इस तरह के अनूठे प्रयोगों में असीम संभावनाएं हैं।
- युवाओं की उपलब्धता व समय को देखते हुए हमें कार्यक्रम निर्धारित करने चाहिए। इन गतिविधियों में लचीलापन भी रहना आवश्यक है।

- युवा काफी चंचल प्रवृत्ति का रहता है। उनके साथ एक साथ लम्बी बैठक करने के बजाय चरणबद्ध तरीके से करनी चाहिए।
- युवाओं को उनके अनुसार कार्य करने की छूट होनी चाहिए। समय-समय पर उनके कार्य की सराहना किया जाना आवश्यक है।
- उनके अन्दर चल रहे विचारों व कलात्मकता को बाहर लाने की आवश्यकता है।
- इस अध्ययन को काफी कम समय में पूर्ण किया गया है। हमारी सीख है कि इस तरह की गतिविधियां लम्बे समय के लिए होनी चाहिए। ताकि समय-समय पर युवाओं को उस विषय विशेष पर संदर्भ प्रदान किया जा सके। समीक्षा व अनुगमन करने में भी युवाओं को उचित समय मिल सके।

इस तरह के अनूठे प्रयोगों में हमें काफी संभावनाएं नजर आती हैं। हमने पाया कि अधिकतर युवा अपने अध्ययन कार्य, प्रतियोगी परिक्षाओं की तैयारी में जुटे हुए थे। ऐसी स्थिति में इनके लिए अध्ययन हेतु आवश्यक संदर्भ सामग्री, मार्गदर्शन की आवश्यकता होती है। इसलिए हमें कुछ इस तरह की आवश्यकताओं की पूर्ति करना चाहिए।

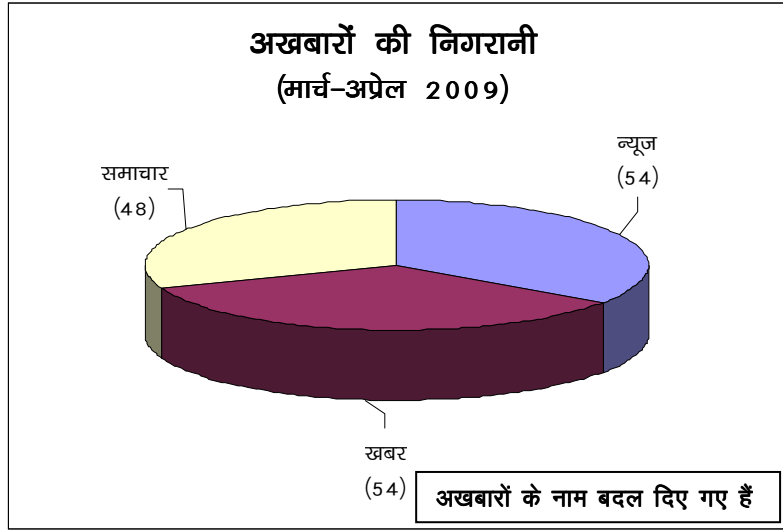
भाग - दो

कुछ रुझान एवं तथ्य

(1) अखबारों की निगरानी

अध्ययन हेतु माह मार्च व अप्रैल 09 के तीन प्रमुख समाचार पत्रों को इकट्ठा किया गया। ये अखबार राजस्थान के उदयपुर जिले की गोगुन्दा तहसील में आने वाले ग्रामीण संस्करण थे। ये तीन समाचार पत्र थे दैनिक भास्कर, राजस्थान पत्रिका व प्रातःकाल। इस अध्ययन का उद्देश्य अखबारों की आपसी तुलना करना नहीं है इसलिए इस प्रतिवेदन में अखबारों के मूल नाम को परिवर्तित किया गया है।

चार्ट संख्या-1

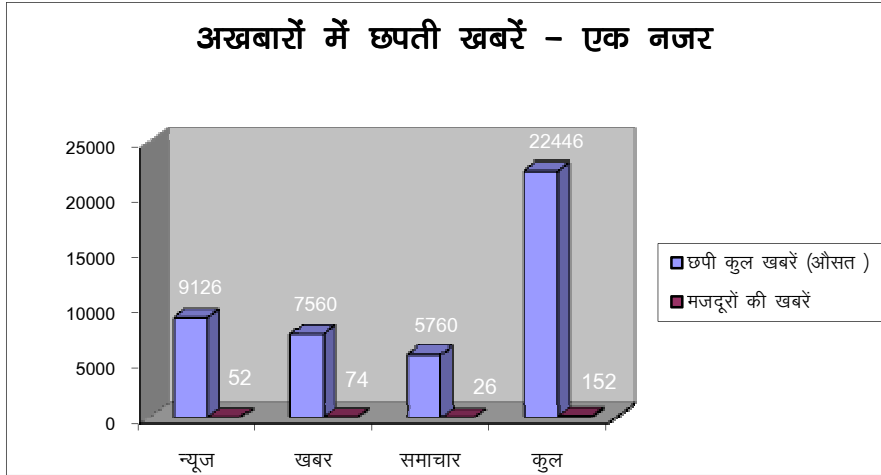


इन दो माह के हमने कुल 156 अखबारों का निरीक्षण किया। हालांकि इस अवधि में कुल 183 अखबार होने चाहिए थे परन्तु होली के 2 दिन के अवकाश के कारण 177 अखबार ही प्रकाशित हुए हैं। इनमें से गोगुन्दा में हमारे पास 21 अखबार कम पहुंच पाए हैं। उल्लेखनीय बात ये भी है कि ग्रामीण इलाकों में इन अखबारों का नियमित पहुंच पाना ही मुश्किल होता है।

(2) हमारी नजर में मजदूर की खबर

हमने पाया कि तथाकथित 'न्यूज' समाचार पत्र में एक दिन में औसतन 169 कुल खबरें छप रही हैं। वहीं 'खबर' नामक अखबार में 140 और 'समाचार' पत्र में 120 औसतन प्रतिदिन कुल खबरें छप रही हैं। इस प्रकार निगरानी किए गए अखबारों में मार्च व अप्रैल 09 की अवधि में प्रकाशित औसत कुल खबरें 22,446 हैं। यहां स्पष्ट किया जा रहा है कि विज्ञापनों को इससे पृथक रखा गया है।

चार्ट संख्या-2



उपरोक्त चार्ट से रुझान मिले हैं कि मजदूरों की खबरें नाम मात्र की छप रहीं हैं। प्रकाशित कुल खबरों की तुलना में मजदूरों की खबरों को एक प्रतिशत से भी कम (0.68%) स्थान मिला है। तीनों ही समाचार पत्रों में से किसी में भी मजदूरों ने एक फीसदी से अधिक स्थान नहीं पाया है।

महिला मजदूरों की मिसाल देने वाली खबरें कभी कभार देखने को मिलती हैं। इस तरह की केवल एक ही खबर 18 मार्च के अखबार में “महिलाओं ने संभाला मोर्चा” शीर्षक से छप पाई है। अन्य महिला मजदूरों की खबरें दुर्घटनाओं से संबंधित छपीं हैं परन्तु काफी कम। इस वर्ग विशेष से जुड़ी समस्याएं, संघर्ष व उपलब्धियों से संबंधित खबरें देखने को नहीं मिली हैं।



(3) खबर भी, फोटो भी

खबर को अधिक प्रभावी तब माना जाता है जब उसके साथ फोटो भी छपता है। इस अध्ययन में हमने ये भी जानने की कोशिश की कि मजदूरों की कितनी खबरें फोटो युक्त छपीं हैं।

तालिका संख्या-1

अखबार	मजदूरों की खबरें	फोटो सहित खबर	फोटो सहित खबर (प्रतिशत)
न्यूज	52	12	23.08%
खबर	74	9	12.16%
समाचार	26	2	7.69%
कुल	152	23	15.13%

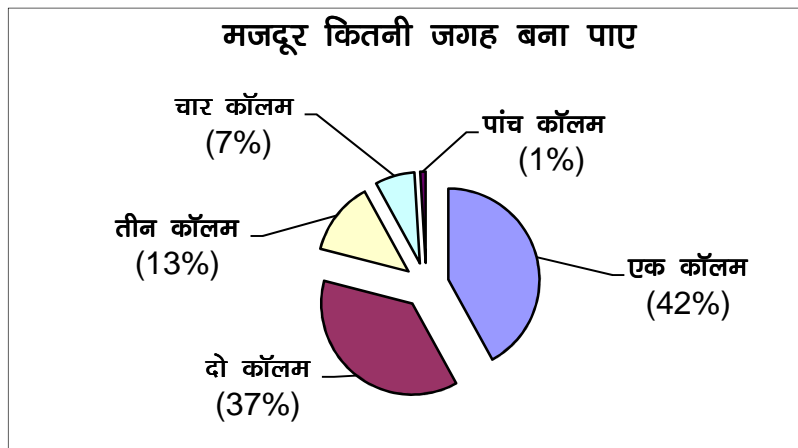
उपरोक्त तालिका से ज्ञात है कि मजदूरों की खबरों में फोटो छपने का प्रतिशत काफी कम है। इन अखबारों में हमें एक बिना खबर का फोटो भी मिला है जोकि बालश्रम की समस्या को इंगित करता है। कई बार फोटो को ही देखकर ही संदेश स्पष्ट हो जाता है।

ग्रामीण इलाकों में आबादी का एक बड़ा भाग निरक्षर, अल्पसाक्षर व नवसाक्षर है। फोटो देखने व शीर्षक पढ़ने मात्र तक का ही वे साहस कर पाते हैं। इसी से खबर का अंदाजा भी लगा लेते हैं। इस वजह से ग्रामीण संस्करणों में खबर के साथ फोटो छपने की महत्ता और बढ़ जाती है। संतोष की बात है कि जो भी 23 फोटो छपे हैं वे उपयुक्त प्रतीत हुए हैं। चाहे वह श्रमिकों के धरने, प्रदर्शन/ज्ञापन से संबंधित हों या फिर आगजनी व अन्य दुर्घटना की खबर से वास्ता रखते हों।

(4) कितनी जगह घेर पाया हमारा मजदूर

नजर के सामने रखे गए ये तीनों ही अखबार आठ कॉलम में प्रकाशित होते हैं। खबर की कॉलम साइज से अखबार में प्राप्त स्थान का अंदाजा लगाया जा सकता है। या यूं कहें जितने अधिक कॉलम में खबर छपती है वह खबर ही अधिक से अधिक लोगों का ध्यान अपनी ओर खींच पाती है।

चार्ट संख्या-3



कॉलम साइज का बढ़ता क्रम नजर आ रहा है ठीक उसके विपरीत खबरों का घटता क्रम नजर आ रहा है। मतलब साफ है कि तीन से पांच कॉलम का स्थान पाने वाले खबरों की चार गुना (79 फीसदी) खबर तो ऐसी हैं जोकि एक और दो कॉलम में ही सिमट जाती हैं। एक व दो कॉलम की खबरों में सबसे कम 2 सेन्टीमीटर व सबसे अधिक सवा 16 सेन्टीमीटर लम्बी खबरें छपीं हैं। श्रमिकों से जुड़ी हुई मात्र दो खबरें ही पांच कॉलमों में अपनी जगह बना पाईं।

अतः उपरोक्त विश्लेषण से अंदाजा लगाया जा सकता है कि मजदूरों से संबंधित प्रकाशित होने वाली खबरों का आंकड़ा नगण्य है। साथ ही जो भी छप रही हैं उन्हें एक-दो कॉलम की छोटी-सी खबर बनाकर समेट दिया जाता है।

(5) खबरें कौनसे पृष्ठों पर छपीं

देखे गए तीन अखबार में से एक अखबार की कुल पृष्ठ संख्या 10 है। बाकि दो अन्य कभी-कभी 14, 16, 18 व 20 पृष्ठों तक छप रहे हैं। मजदूरों की खबरों ने पृष्ठ के अनुसार जो स्थान पाया वह है :-

तालिक संख्या-2

पृष्ठ संख्या	छपी खबरें
1	6
2	16
3	17
4	25
5	6
6	11
7	19
8	8
9	5
10	16
11	3
12	2
13	1
14	11
15	1
16	2
18	1
20	2
कुल खबरें	152

गोलमा देवी ने बांटे रुपए
कुआं दहने से मारे गए मजदूरों के परिजनों को दी 50-50 हजार की सहायता

भारत नरक दुबो (दौसा)
खादी एवं ग्रामोद्योग राज्यमंत्री गोलमा देवी ने भांडारज को बने निवास द्वापी में फर्मे डालते समय कुरां में दबकर मरे तीन मजदूरों के परिजनों को पुरुवार को 50-50 हजार रु. की सहायता दी। टाटाभीम विधायक डॉ. किरोड़ीलाल मीणा ने हादसे के समय मौके पर 50-50 हजार रु. देने की घोषणा की थी। पुरुवार को उनकी पत्नी व राज्यमंत्री गोलमा देवी ने तीनों मृतकों के परिजनों एवं कुरां मालिक को 50-50 हजार रु. दिए।

गांव वालों ने कहा- हां, रुपए दिए
गोलमा देवी द्वारा रुपए दिए जाने की गांव वालों और मृतकों के परिजनों ने पुष्टि की है। मृतक नाथूलाल के पिता कजोडमल और मृतक हरसहाय के भाई हरकिशन सेनी ने कहा कि गोलमा देवी ने पुरुवार को हमें 50 हजार रु. की सहायता दी है।

रुपए मैंने नहीं दिए : गोलमा
कुरां में दबे मजदूरों के परिजनों को मैंने कोई रुपए-पैसे नहीं दिए। मैं उनसे मिलने जरूर गई थी और संतवना भी दी। रुपए मेरी बड़ी बहन के बेटे बबलू ने दिए हैं और वो भी चुनाव के लिए एकत्र चंद की राशि में से दिए हैं।
-गोलमा देवी, खादी एवं ग्रामोद्योग राज्यमंत्री

मेरी जानकारी में नहीं : किरोड़ी
मैंने मृतकों के परिजनों को 50-50 हजार रुपए सहायता की घोषणा की थी, लेकिन अभी देना नहीं था। मैं धानगाओ क्षेत्र में था। मुझे रुपए देने की बात का पता नहीं था। बाद में बताया गया कि गोलमा देवी ने उस गांव में जाकर राशि दी है। सरकार ने उनकी अब तक कोई मदद नहीं की।
-डॉ. किरोड़ीलाल मीणा, विधायक

गोहित परिवार को रुपए देती गोलमा देवी। -संभव

विश्लेषण किए गए कुल 156 समाचार पत्रों में पाया कि मुख्य पृष्ठ पर मात्र 6 खबरें अपना स्थान बना पाई हैं। देखने में आ रहा है कि मुख पृष्ठ पर वह खबर छपी है जो या तो विभागीय समस्याओं की ओर इंगित करती है, या फिर राजनीतिक रंग ले रही हैं। कभी-कभार मजदूरों के हादसों से संबंधित खबरें भी पहले पृष्ठ पर छप जाती हैं।

एक खबर ने तो राजनीतिक रंग इस कदर लिया है कि वह ना केवल मुख्य पृष्ठ पर छपी है। बल्कि उसे चार कॉलम की जगह में रंगीन फोटो सहित छपा गया है। राज्य की मंत्री द्वारा पीड़ित परिवार के परिजनों के रूपए बांटने की खबर इतनी सनसनीखेज जो बनी। अफसोस कि बात ये है कि इस खबर में पीड़ित मजदूर के बारे में केवल 2 पंक्तियां लिखी गई हैं बाकि पूरी खबर रूपए देने ना देने की बयानवाजी को लेकर है। एक अन्य खबर में खान दुर्घटना के मामले में फंसे मंत्री जी से जुड़ी खबर अंतिम पेज पर लगती है। दिलचस्प बात ये है कि जब मंत्री जी मामले में 'बरी' हो जाते हैं तो वह खबर मुख्य पृष्ठ पर स्थान बना लेती है। कुछ भी हो दोनों ही स्थितियों में खबर ने महत्वपूर्ण पृष्ठ पर स्थान पाया है।

इससे अलावा शेष खबरें 2 कॉलम से अधिक ही नहीं बढ़ पाई, फोटो तो शायद क्या लग पाता। इसी रवैये से अंदाजा लगाया जा सकता है कि किस तरह की खबरों को कितना मूल्यवान माना जाता है। सम्पादकीय पृष्ठ पर हमें श्रमिकों व उनके मुद्दों से जुड़ी हुई सम्पादकीय टिप्पणी, लेख-आलेख भी देखने को नहीं मिले।

(6) पढ़ने को मिली, कहां कहां की खबरें

एक बारगी तो रुझान संतोषजनक नजर आ रहे हैं कि दक्षिणी राजस्थान के इलाके की खबरें सर्वाधिक देखने को मिली हैं। चूंकि देखे गए अखबार उदयपुर के ग्रामीण संस्करण थे इसीलिए उदयपुर की सर्वाधिक 54% (82) खबरें मिली हैं।

तालिक संख्या-3

स्थान	छपीं खबरें	स्थान	छपीं खबरें
(1) उदयपुर	82	(10) कोटा	3
(2) राजसमंद	12	(11) जयपुर	3
(3) चित्तोड़गढ़	11	(12) अजमेर	3
(4) डूंगरपुर	8	(13) बाड़मेर	1
(5) दौसा	5	(14) सवाईमाधोपुर	1
(6) भीलवाड़ा	4	(15) गंगानगर	1
(7) बांसवाड़ा	4	(16) चूरु	1
(8) पाली	4	(17) अन्य राज्य	6
(9) प्रतापगढ़	3		
कुल खबरें		152	

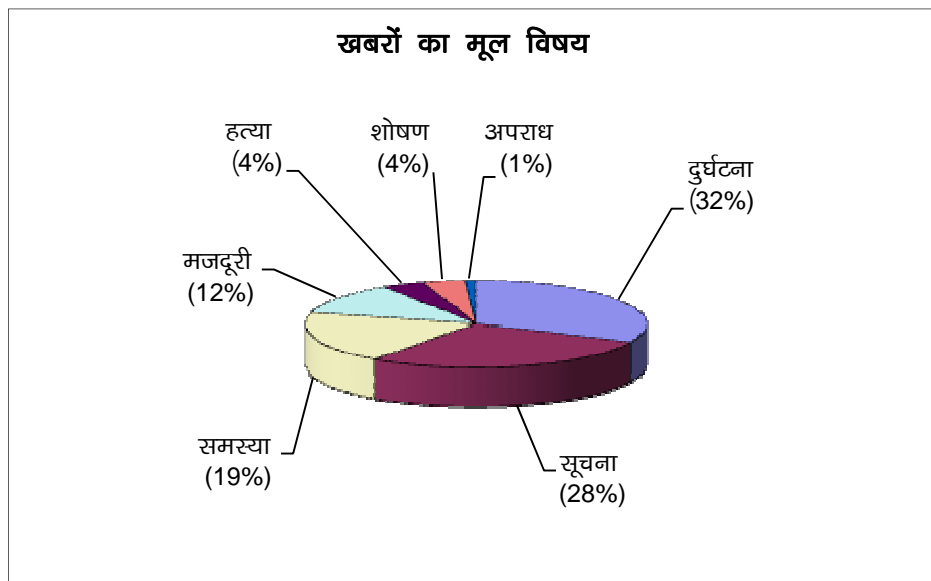
अगर आप इनमें से गोगुन्दा तहसील की खबरें देखेंगे तो 'दूँढते रह जाओगे'। मात्र 5 खबरें गोगुन्दा क्षेत्र से जुड़ी हुई हैं। इसमें एक खबर तो हमारे द्वारा दी गई है। सवाल यह उठता है कि क्या गोगुन्दा में मजदूर नहीं हैं? या फिर मजदूरों की खबर बनने लायक स्थिति नहीं है? अथवा गोगुन्दा में मजदूरों की बजाय अन्य खबर अधिक मायने रखती है?

इस अध्ययन में "खबर का असर" जानने हेतु कुछ सच्ची कहानियां भी संकलित करने की योजना थी। किन्तु गोगुन्दा क्षेत्र जहां की यह अध्ययन किया जा रहा था वहां से जुड़ी नाममात्र की खबरें मिलने से हमारा यह पक्ष छूट गया।

(7) खबरों का मूल विषय

इन खबरों की विषय-वस्तु पढ़कर विषयवार कुछ श्रेणियों में बांटने की कोशिश की। इसमें प्राप्त रुझानों में हमें काफी विरोधाभास भी नजर आया। कुछ खबरें इस प्रकार की थीं जिनकी विषय-वस्तु उन्हें एक से अधिक श्रेणी में विभाजित कर रही थीं। युवाओं के हर खबर को देखने के नजरिए भी अलग-अलग हो सकते हैं। उदाहरणार्थ रोजगार गारंटी योजना में 'मजदूरी के भुगतान' को लेकर काफी खबरें नजर आई हैं। किन्तु इस तरह की खबरों का श्रेणी विभाजन सभी ने अपनी-अपनी समझ से अलग-अलग किया। कहीं वह मजदूरी की श्रेणी में रखी गई तो कहीं इसे समस्या की तरह माना है और किसी ने एक सूचना की तरह दर्शाया है।

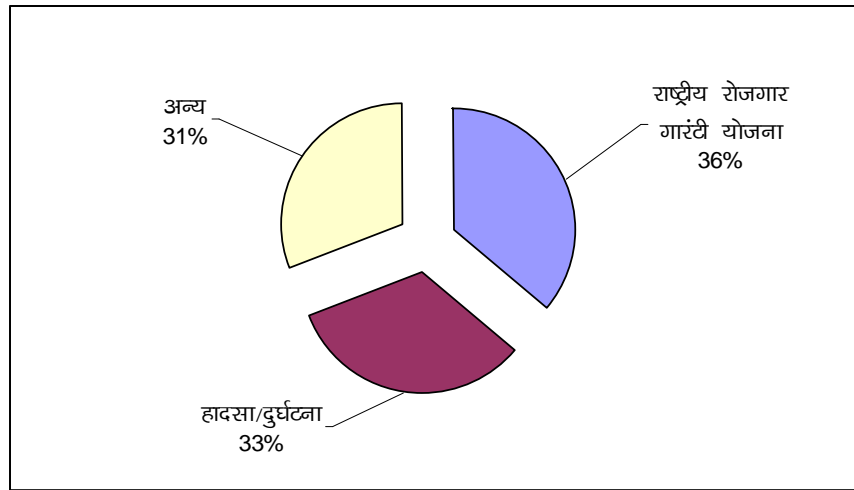
चार्ट संख्या-4



एक अन्य पहलू गौर करने लायक ये है कि अपराध से जुड़ी 2 खबरें मिली हैं। दोनों ही महिलाओं पर हुए अपराध से संबंधित है। इसमें एक तो वृद्ध महिला श्रमिक को लूटा गया है। वहीं दूसरी खबर में श्रमिक के परदेस चले जाने से पीछे से उसकी पत्नी के साथ हुए बलात्कार को लेकर है। यह छोटी सी खबर मीडिया के लिए अलग विषय भी खोलती है कि श्रमिक की अनुपस्थिति में उसके परिवार की महिलाओं पर किस तरह विपरीत प्रभाव पड़ता है।

इस विश्लेषण में हमें मोटे तौर पर रोजगार गारंटी योजना व श्रमिकों के हादसे संबंधी खबरें भारी भरकम मात्रा में दिखाई पड़ी हैं। इन खबरों की हमने अलग से पड़ताल की है जोकि निम्नप्रकार से है :-

चार्ट संख्या-5



श्रमिकों के लिए संचालित 100 दिन के रोजगार गारंटी कानून से जुड़ी खबरें मीडिया में सर्वाधिक स्थान बना पा रही हैं। इस योजना की कुल छपी खबरों (54) में से एक बड़ा भाग 72% (39 खबरें) खबरें तो केवल मजदूरी के भुगतान में विलम्ब की हैं। यह सोचने की बात है कि मजदूरों की एक ही प्रकार की इतनी बड़ी समस्या के उजागर होने के उपरांत भी ना तो कोई प्रशासनिक कार्रवाई की खबरें हैं। ना ही समाचार पत्रों द्वारा इस मुद्दे पर कोई लेख, आलेख, अभियान के द्वारा प्रमुखता दिखाई है। एक वजह ये भी हो सकती है कि शायद ये खबरें एक क्षेत्र विशेष तक ही सीमित रह गईं। शायद जिले या राज्य स्तर पर इसे प्रमुखता मिलती तो कोई कार्रवाई हो पाती।

(8) खबरों के शीर्षक

खबर का शीर्षक बेहद मायने रखता है। अधिकांशतः पाठक ऐसे होते हैं जोकि खबर के शीर्षक से ही अंदाजा लगा लेता है कि खबर क्या होगी। आकर्षक शीर्षक पाठक को पूरी खबर पढ़ने के लिए भी उकसाते हैं। वहीं शीर्षक से व्यक्तिगत मानसिकता भी काफी परिवर्तित हो जाती है।

मजदूरों की खबरों पर आए शीर्षकों पर काफी संतुष्टि हुई है। हालांकि कुछ खबरें ऐसी मिली जिनको ओर बेहतर किया जा सकता था। शीर्षक के संबंध में कुछ सुझाव निकलकर आए वे हैं :-

- शीर्षक जागरूकता दर्शाने वाला होना चाहिए।
- कुछ शीर्षकों में अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग हुआ है जैसे :- *ईजीएस*। शीर्षक ग्रामीण पाठकों को भी समझ आ सकें वैसे शब्दों का प्रयोग होना चाहिए।
- दो अलग-अलग खबरों का शीर्षक एक साथ पाया गया। इससे थोड़ा भ्रम भी पैदा हुआ। खबर के साथ ही उसका शीर्षक लगना चाहिए था।
- एक शीर्षक ऐसा भी पाया गया जोकि उसके ऊपर वाली खबर के साथ भी अनावश्यक छप गया था। इस पर ध्यान देना चाहिए।
- एक खबर में शीर्षक था -सुरा का हो बुरा। यदि शीर्षक में सरल व आम भाषा का इस्तेमाल होता तो अच्छा रहता।
- कुछ छोटी खबरों के ऊपर तो शीर्षक ही नदारद है।



कुछ शीर्षक जरूर ऐसे थे जिन पर हमें आपत्ति नजर आई जैसे “त्यौहारी के लिए जलापूर्ति रोक दी”। शीर्षक से लगता है कि मजदूरों ने त्यौहार पर अधिक राशि की मांग की है। उसकी पूर्ति के लिए यह कदम उठाया है। जबकि खबर थी कि जलापूर्ति कार्य में लगे 50 श्रमिकों

वेतन भुगतान को लेकर

'त्यौहारी' के लिए जलापूर्ति रोक दी

जयसमंद से सात घंटे नहीं आया पानी शहर में पेयजल आपूर्ति प्रभावित

जयसमंद, 9 मार्च (एसं) होली के त्यौहार पर अग्रिम राशि की मांग को लेकर जयसमंद परियोजना के ठेकेदार के श्रमिकों ने रविवार रात सात घंटे तक जलापूर्ति ठप कर दी। सोमवार को ठेकेदार और श्रमिकों के बीच वार्ता और अग्रिम राशि देने के वादे के बाद ही जलापूर्ति शुरू हो सकी।

श्रमिक संगठन के अध्यक्ष डालचंद मौणा ने बताया कि जयसमंद परियोजना के पचास श्रमिकों को तीन माह से वेतन नहीं मिला है। इसके लिए लम्बे समय से

गुहार की जा रही थी। रविवार रात 12 बजे तक भी भुगतान नहीं होने पर यह कदम उठाया गया।

चारों पंप्प हाउस सवा बारह बजे बंद कर दिए गए। सूचना पर विभागीय अधिकारी घ घ संबंधित ठेकेदार बलों पहुंचे। होली पर एडवांस और शेष बकाया राशि 18 मार्च तक भुगतान करने के समझौते के बाद चारों पंप्प हाउस सोमवार तड़के पुनः चालू किए गए।

रात घंटे आपूर्ति ठप रही। समझौदा के बाद जलापूर्ति शुरू कर दी गई है। ठेकेदार से इस मामले को गंभीरता से लेने को कहा गया है।

-एच.डी. प्रधान, अधिशासी अभियंता, जयसमंद परियोजना

सुपरवाइजर से 'बड़ा' मजदूर

वेतन विसंगति को लेकर परेशान रोजगार सहायक स्थायी करने की मांग

बावलवाड़ा, 4 मार्च (एसं) राष्ट्रीय रोजगार गारंटी योजना के सफलतम क्रियान्वयन के लिए रोजगार गारंटी योजना के मद से प्रत्येक ग्राम पंचायत स्तर पर 2500 रूपए नियत मासिक मानदेय पर ग्राम रोजगार सहायक नियुक्त किए गए।

रोजगार सहायकों के लिए बड़ी हास्यास्पद स्थिति हो गई है कि जहां उनका मानदेय छह हजार रूपए नियत है वहीं मजदूरों करने वाले मजदूर को रूपए प्रतिदिन यानी तीन हजार रूपए मासिक उठा रहे हैं वहीं सरकारी कर्मचारियों को छठे वेतन आयोग का लाभ भी दिया गया है। ऐसे में रोजगार गारंटी योजना के ग्राम रोजगार सहायकों को मजदूरों से भी कम मानदेय मिलने से ग्राम रोजगार सहायक शर्मिन्दा महसूस करने लगे हैं।

साप्ताहिक अवकाश का प्रावधान नहीं होने से पूरे माह कार्य दिवस रहने से रोजगार सहायक मानसिक रूप से भी परेशान है। योजना के तहत काम के जरूरतमंद श्रमिकों के आवेदन से लेकर भुगतान प्रक्रिया तक के सारे कार्य

रोजगार सहायक पर होने के बावजूद वह अधिकारबिहीन होने से रोजगार सहायकों को हेरो समस्याओं का सामना करना होता है। ये तो प्रत्यक्ष काम हुए। परोक्ष रूप में रोजगार सहायकों से ग्राम पंचायत के अन्य कार्य निपटाए जाने के आदेश भी हैं।

मजदूरों के आवेदनों को पंचायत समिति मुख्यालय तक पहुंचाने, माह में दो बार मस्टरील जारी कराने, मासिक प्रगति रिपोर्ट प्रस्तुत करने, कनिष्ठ अभियंता को कार्य स्थल पर ले जाना एमकी भरवाने में यात्रा भत्ते का प्रावधान नहीं होने से भी सहायकों को मजदूरों तक व्यव इसी मानदेय में से करना होता है। न्यूनतम मानदेय होने के बावजूद प्रतिवर्ष अनुबंध को कार्रवाई में स्टाम्प, टाइपिंग व नोटरी के लिए पांच सौ रूपए व्यय करने होते हैं। ग्राम रोजगार सहायक को तहसील स्तरीय संघर्ष समिति के अध्यक्ष अनिल मेघवाल ने ग्राम रोजगार सहायकों को स्थायी कर वेतन वृद्धि लाभ दिलाने, साप्ताहिक अवकाश, यात्रा भत्ते के लाभ के साथ कार्य निर्धारण की मांग भी की गई है।

को तीन माह से वेतन भुगतान नहीं हुआ था। इस पर इन्होंने विभाग को पूर्व चेतावनी भी दी थी।

एक अन्य खबर का शीर्षक था “सुपरवाइजर से ‘बड़ा’ मजदूर”। यह शीर्षक मजदूरों के प्रति नकारात्मक मानसिकता का परिचय देता है। अगर खबर पढ़ी जाए तो पता चलता है कि रोजगार गारंटी में नियुक्त रोजगार सहायकों के काम की तुलना में कम वेतन मिलने की समस्या है। खबरनवीस ने मजदूरों से सिर्फ एक पंक्ति में यह तुलना दिखाई है कि मजदूर को 100 रुपए दैनिक मजदूरी मिलती है। इसके अलावा कोई भी ऐसा पक्ष मजदूर और सुपरवाइजर की तुलना दर्शाता नजर नहीं आया है। आखिर फिर क्यों मजदूर की यह नकारात्मक छवि दर्शाई जा रही है ? इस तरह की खबरों के शीर्षक लगाने में जरूर संवेदनशीलता नजर आनी चाहिए।

(9) खबरों की विषय-वस्तु

खबरों में छपने वाली सामग्री की पड़ताल में सामने आया कि खबरें ग्रामीण जन को ध्यान में रखते हुए लिखी जाएं। इसमें जरूरी हो जाता है कि उसकी भाषा सुस्पष्ट, आम बोलचाल के शब्दों का प्रयोग व विस्तृत विवरण हो। कुछ खबरों में अशुद्धि भी देखने को मिली। विषय-वस्तु पर हमारी निम्न टिप्पणियां हैं :-

- कुछ खबरें हैं जोकि अखबार ने अच्छे तरीके से प्रकाशित की हैं।
- कई खबरों से यह स्पष्ट नहीं हो रहा था कि वे किस क्षेत्र की हैं। कुछ में केवल गांव का ही नाम था। इससे यह तय नहीं हो रहा था कि वह गांव किस जिले अथवा तहसील से वास्ता रखता है।
- नेताओं, फिल्मी सितारों की खबरें पहले पेज पर छपती हैं। कुछ खबरें इतनी गंभीर थीं शायद उन्हें अधिक महत्वपूर्ण तरीके से प्रस्तुत करना चाहिए था।
- कई खबरें बहुत छोटी-छोटी थीं। अतः वे बड़ी होनी चाहिए थी।
- यह पूर्व में भी बताया गया है कि अधिकतर खबरें बिना फोटो के छपी हैं।
- आमजन में जागरूकता व सीख देने वाली खबरें अधिक छपनी चाहिए।

अध्ययन दल को खबरें देखते समय यह भी लगा कि शायद मजदूर की खबर को अखबार में बची हुई जगह पर छपा जाता है। तात्पर्य है कि प्रमुखता वाले स्थान पर बहुत कम मजदूर की खबरें आ पाती हैं।

(10) खबरनवीसों का नजरिया

इन तीन अखबारों में से दो अखबार के वरिष्ठ संवाददाताओं से मजदूरों के खबरों के बारे में बातचीत की गई। ये संवाददाता वे थे जोकि मुख्य रूप से ग्रामीण संस्करणों को देखते हैं। बातचीत में इनका रवैया काफी सकारात्मक लगा। कुछ जगह पर इन्होंने चूक भी मानी। साथ ही उसमें सुधार हेतु बेहतर सुझाव भी दिए।

एक संवाददाता का मानना था कि उनके अखबार में मजदूरों की खबरों को विशेष स्थान ही नहीं दिया जाता बल्कि वे समय-समय पर अभियान भी चलाते हैं। बाल मजदूरी, शोषण, कपास की खेती आदि ऐसे मुद्दे रहे हैं जिन पर पत्र ने पहल ली है। जब उनके सामने वास्तविक तथ्य रखे तो उनका कहना था कि ये समय लोकसभा चुनाव का था। ऐसे में खबरें तो कम ही छपेंगी। यही हमने ऊपर भी कहा है कि राजनीतिक रंग के आगे अन्य खबरें फीकी पड़ती हैं।

इन्हें जब ये अवगत कराया कि रोजगार गारंटी में मजदूरी भुगतान की इतनी खबरें छप रही हैं। इसमें अखबार क्यों पहल करने में पिछड़ा है। क्यों विभागीय कार्रवाई नहीं हो पा रही। इस पर संवाददाता ने अपनी ओर से कमी को स्वीकार किया।

अंत में इन्होंने मजदूरों की खबरें छापने पर पूरा विश्वास भी दिलाया। इनका कहना था कि अगर आप मुद्दों के बारे में हमें सूचित करें तो हम अवश्य स्थान दे सकते हैं। इनके अखबार की प्राथमिकता मजदूरी, शोषण, बालश्रम व राष्ट्रीय रोजगार गारंटी को लेकर रहेगी।

दूसरे संवाददाता ने तो सीधा स्वीकार किया मजदूरों की खबरें तो हैं ही नहीं। हमारे सामने तो आती ही नहीं है। कभी कोई बड़ा हादसा कारखानों में होता है तो हम छाप देते हैं। इसके अलावा मजदूर की खबरें तो हैं ही नहीं। इनसे जब यह जिम्मेदारी किसकी है? यह पूछा गया तो इनका कहना था मजदूर कोई अखबार के लिए विशेष श्रेणी (बीट) भी नहीं बनता। यह सामान्य श्रेणी में है। पहले तो उस मजदूर या आप जैसे संस्था वालों को ही खबरों के लिए आगे आना होगा।

दोनों ही समाचार पत्रों ने खबर के फॉलोअप को महत्वपूर्ण माना। दोनों का यह स्पष्ट कहना था कि हम फॉलोअप को हमारा लक्ष्य मानते हैं। इस पर प्राथमिकता रखते हैं। परन्तु हमारे आंकड़े बोलते हैं कि कुल 3 खबरों की ही फॉलोअप खबरें छपीं हैं।

(11) खबरें हमारी ओर से

इस अध्ययन अवधि में हमने कुल 6 खबरें समाचार पत्रों में प्रकाशन हेतु भिजवाईं। इसमें प्रमुख श्रम शासन सचिव के दौरे से जुड़ी, श्रमिक हित में दिए गए आदेश, मजदूरों का महिला दिवस आयोजन व युवाओं के साथ की गई कार्यशालाओं से जुड़ी खबरें थीं।

हमें काफी राहत मिली कि ये खबरें शत प्रतिशत छप पाईं। हमारी दो खबरें तो जब छपीं तब वे दो दिन पुरानी हो चुकी थीं। पूछने पर स्थानीय संवाददाता ने बताया कि आपकी खबर लम्बित रखी गई है। एक खबर में तो हमारे द्वारा प्रेषित फोटो भी छपा है। हमारे पूर्व अनुभव भी यही बताते हैं कि हमारे यहां से जारी प्रेस विज्ञप्तियां हमेशा अखबार में छपती हैं। वह मुद्दा जुदा हो सकता है कि उसे कितना स्थान मिल पाता है।

(12) निष्कर्ष

इस अध्ययन से एक बात तो स्पष्ट है कि समाचार पत्रों में मजदूरों के लिए बहुत कम स्थान है। यह माना जाता है कि देश की 80 प्रतिशत जनता गांवों में निवास करती है। इनमें एक बड़ी संख्या मजदूरों की है। बावजूद इसके हमें मिले रुझान बता रहे हैं कि इन मजदूरों के लिए एक फीसदी से भी कम स्थान दिया जा रहा है। मजदूरों से जुड़ी खबरें एक तो इतनी कम और वह भी इतने नीरस अंदाज में परोसी जा रही हैं। वे क्यों इन अखबारों को पढ़ें जिनमें उनकी बात ही ना हो ?

मीडिया किसी समस्या या मुद्दे पर प्रकाश डालने का सशक्त माध्यम है। ऐसे में हालत और भी बदतर हमें तब लगने लगे जब मजदूरों के बहुत सीमित मुद्दों पर ही खबरनवीस लिखते रहे। लगता है इनका भी ध्यान श्रमिक वर्ग पर नहीं है। दुर्घटनाओं और रोजगार गारंटी योजना से जुड़ी खबरों के अलावा अन्य मुद्दों पर नाममात्र की खबरें देखने को मिलती हैं। दुर्घटनाओं में भी संगठित क्षेत्र के कामगारों को ही केन्द्र बिन्दु बनाया है। क्यों नहीं मुख्यधारा के इन समाचार पत्रों की नजर असंगठित क्षेत्र से जुड़े मजदूरों, अपनी रोजी-रोटी के जुगाड़ के लिए दूर शहरों में जाने वाले प्रवासी श्रमिकों, देहाड़ी पर जाने वाली महिला श्रमिकों की ओर गई।

अखबारों में हमें मजदूरों के कानून व अधिकार, व्यावसायिक स्वास्थ्य, बाल मजदूरी आदि हमें ऐसे अनछुए से विषय प्रतीत हुए। लेकिन अफसोस तो यह जानकर हुआ कि लोकसभा चुनाव के माहौल में किसी भी अखबार ने मजदूरों के एक भी मुद्दे को चुनावी मुद्दा बनाने की हिम्मत नहीं दिखाई। यह तो आशा भी नहीं की थी कि समाचार पत्रों की ओर से यह भी बयान हो सकते हैं कि चुनावी काल में मजदूरों की खबरें कहां से मिलेंगी। आपने यह अध्ययन गलत समय पर किया।

आखिर मजदूर भी तो हमारी अर्थव्यवस्था की प्रमुख धुरी है। फिर भी मजदूरों की खबरों को पीछे धकेल दिया जाता है? क्या मजदूर के लिए बची-खुची जगह ही मिलेगी? इसके अलावा चुनाव में भी तो मजदूरों की महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है? तो फिर चुनाव और मजदूर को जोड़ते हुए खबरें नहीं बन सकती थी?

एक अच्छी बात यह सामने आई कि हमारे द्वारा दी गई खबरों को मीडिया ने प्रमुखता से छपा है। इससे ये भी अंदाजा लगाया जा सकता है कि शायद मीडिया को खबरें उपलब्ध कराई जाएं तो वे छप सकती हैं। वरिष्ठ संवाददाता से बातचीत में भी ये बात निकलकर आई।

किन्तु फिर भी सवाल यही है कि ऐसा कितना व्यावहारिक होगा। पत्रकारिता कर्म से जुड़े महानुभावों की तो विशेषज्ञता व मूल कार्य ही ये हैं तो वे ये जिम्मेदारी क्यों नहीं लेते।

हमारा मानना है कि अखबारों को इस संवेदनशील तबके के लिए पहल तो करनी ही चाहिए। अगर इनकी दबी जुबान अखबार में ही नहीं बोलेगी तो फिर सरकार से तो क्या उम्मीद करें। अखबार अपनी बात पहुंचाने का एक महत्वपूर्ण माध्यम है। हमें एक नहीं अनेक उदाहरण याद हैं अखबारों की पहल से ही जनान्दोलनों को काफी बल मिला है। वहीं अखबारों की पहल से कई आन्दोलन भी पनपे हैं। इनकी सफलता में संचार माध्यमों की महत्वपूर्ण भूमिका रही है।

(13) और कौनसी खबरें हो सकती हैं ?

अखबार में कुछ गिने चुने मुद्दों पर ही मजदूरों की खबरें देखने को मिल रही हैं। इस अध्ययन से पता चल रहा है कि या तो हमें अभी कारखाना श्रमिक नजर आ रहा है या फिर रोजगार गारंटी से जुड़ा मजदूर। इसका कारण यह भी हो सकता है कि ये मजदूर एक जगह मिलते हैं। संगठित मजदूर हैं। दूसरी मोटी खबर दुर्घटना व हादसे से जुड़ी हुई नजर आ रही हैं। वे भी अधिकतर संगठित मजदूरों पर आधारित हैं।

अभी काफी इस तरह के मजदूरों के मुद्दे हैं जोकि मीडिया की आंख से अभी बचे हुए हैं। इसी कारण ये मुद्दे भी एक जनआन्दोलन का स्वरूप नहीं ले पा रहे या फिर आमजन के बीच अपना स्थान नहीं बना पाते। मीडिया को अभी कुछ अन्य मुद्दों पर भी लिखने हेतु अपना नजरिया बनाना चाहिए :-

- एक बहुत बड़ा वर्ग असंगठित कामगारों का है। इसलिए उनकी समस्याओं पर भी लेखन आवश्यक है।
- एक बड़ा वर्ग मजदूर महिलाओं का है, उस पर खबर आनी चाहिए।
- जागरुकता बढ़ाने की दृष्टि से मजदूरों द्वारा सफल प्रयासों को लिखना चाहिए।
- मजदूरों द्वारा किए जा रहे पलायन पर खबर आनी चाहिए।
- पुरुष मजदूरों की अनुपस्थिति में महिलाओं पर असर को लेकर खबर हो सकती है।
- सरकार द्वारा तय न्यूनतम मजदूरी की स्थिति पर खबर आ सकती थी।
- मजदूरों के लिए व्यावसायिक खतरों से संबंधित खबरें होनी चाहिए।
- मजदूरों के लिए व्यवसाय विशेष से संबंधित शिक्षण सामग्री हो सकती है।
- व्यवसाय विशेष में हो रहे नवीनतम बदलाव यथा औजार/तकनीक आदि की जानकारी दी जा सकती है।
- मजदूरों से जुड़े कानून व अधिकारों की जानकारी हो सकती है।

- चौकटी श्रमिकों की समस्याएं व संघर्ष पर लिखा जाना चाहिए।
- विविध मण्डियों में कार्यरत श्रमिकों की स्थिति पर समाचार आने चाहिए।
- इसी के विपरीत अन्य राज्यों से आने वाले श्रमिकों की भी बड़ी तादाद है। इस वर्ग पर भी लेख-आलेख आ सकते हैं।
- खबर के माध्यम से श्रमिकों व उनके परिवारों के लिए सरकारी योजनाएं व प्रावधान बताए जा सकते हैं।
- चुनाव में मजदूरों की भूमिका पर भी खबरें छपनी चाहिए।

(14) सुझाव व सिफारिशें

युवाओं के साथ किए गए इस तरह के अध्ययन प्रयोग से दो तरह की जरूरतें निकलकर आती हैं। एक तो इन युवाओं के विकास हेतु इस तरह की भिन्न-भिन्न तरह की कई गतिविधियां हैं जो करनी चाहिए। दूसरा समाचार पत्रों में मजदूरों की स्थिति बेहतर करने हेतु भी काम किया जाना उतना ही जरूरी है। कुछ सुझाव निम्नलिखित हैं :-

- ये अनूठे प्रयोग पर्याप्त समय की मांग करते हैं।
- अगले चरण में युवाओं की निर्णय लेने की प्रक्रिया में भागीदारी रहे।
- शोध के अलावा अन्य गतिविधियां (अभियान आदि) भी आयोजित करने के अवसर मिलें।
- आवश्यक संदर्भ सामग्री हेतु संदर्भ केन्द्र की स्थापना हो सकती है।
- युवाओं की अपेक्षाओं की पूर्ति यथा अध्ययन, प्रतियोगी परीक्षा तैयारी व कैरियर मार्गदर्शन आदि में हमारी सहभागिता होनी चाहिए।
- श्रमिक संवाददाताओं का नेटवर्क बनाया जा सकता है।
- लेखन कार्यशालाएं की जानी चाहिए।
- लेखन हेतु युवा फैलोशिप कार्यक्रम शुरू करना चाहिए।
- संस्थाओं व युवाओं द्वारा निरन्तर खबरें भिजवाई जाएं।
- मुख्यधारा के संचार माध्यमों के अलावा वैकल्पिक मीडिया को भी तलाशना चाहिए।
