

मनरेगा कार्यक्रम और मीडिया की भूमिका – एक अध्ययन

डॉ. शैलेश कुमार

ग्रामीण अर्थशास्त्र एवं सहकारी-प्रबंधन विभाग, तिलकामांझी भागलपुर विश्वविद्यालय, भागलपुर

सारांश : मनरेगा योजना को केवल रोजगार प्रदान करने वाली योजना समझना उचित नहीं है। इस योजना के कई अन्य पहलू भी हैं, जिसे हम वर्तमान परिपेक्ष्य में कार्यक्रम की सफलता और जानकारी के प्रथम इकाई सूचना माध्यमों पर निर्भर करते हैं। मीडिया में लगातार सरकारी योजनाओं के बारे में जानकारी प्रदान की जाती है। इसके माध्यम से समावेशी विकास एवं योजनाओं का क्रियान्वयन की जानकारी हर एक व्यक्ति को मिलती है। आज मनरेगा के बारे में सकारात्मक या नकारात्मक जैसी भी धारणा है, उसमें कहीं ना कहीं मीडिया की रिपोर्टिंग का ही अहम योगदान है।

शब्द कुंजी : मनरेगा, अवधारणा, समावेशी विकास, लोकसेवा, राष्ट्रीय ग्रामीण गारंटी अधिनियम, मीडिया

प्रस्तावना

मीडिया के लिए विकास सर्जना व लोक सेवा की अवधारणा नई नहीं है। मीडिया के चरित्र में ही विकास सर्जना लोक सेवा की भावना निहित है। वर्तमान समय में रोजगार सृजन में खासकर ग्रामीण क्षेत्र में मीडिया की सकारात्मक भूमिका मीडिया की विकास योजना का उत्कृष्ट नमूना है। लोकतंत्र में रोजगार संबंधित नीतियों को बनाना सरकार का दायित्व है, लेकिन इन नीतियों की जानकारी संबंधित जनता तक पहुंचाने का नैतिक दायित्व मीडिया तंत्र के द्वारा ही संभव हुआ है। अपने इस दायित्व का निर्वहन करते हुए मीडिया केवल योजनाओं की जानकारी जनता तक पहुंचाते हैं तथा अपने आप को यहीं तक सीमित नहीं रखती अपितु मीडिया योजनाओं की सफलता या असफलता के पूर्ण कार्यप्रणाली से भी जनता व सरकार को अवगत कराती है। साथ ही साथ सुझाव भी प्रस्तुत करती है।

आजादी के बाद से ग्रामीण क्षेत्रों का विकास भारत सरकार के समक्ष प्रमुख कार्यों में से एक रहा है। भारत सरकार द्वारा स्थापित ग्रामीण विकास मंत्रालय की पहली प्राथमिकता ग्रामीण क्षेत्र का विकास और ग्रामीण क्षेत्र से गरीबी और भुखमरी हटाना है। अपने इस उद्देश्य को पूरा करने के लिए मंत्रालय ने ग्रामीण क्षेत्र से बेरोजगारी दूर करने से संबंधित नीतियों को बनाना शुरू किया। योजना बनाने के क्रम में सरकार द्वारा 1999 में स्वर्णजयंती योजना, 2001 में संपूर्ण ग्रामीण रोजगार योजना, 2004 में काम के बदले अनाज योजना, 2005 को राष्ट्रीय ग्रामीण रोजगार योजना आदि चलाई गई।

ग्रामीण क्षेत्र में रोजगार सृजन के लिए चलाई जाने वाली योजनाएं अब तक की सबसे महत्वपूर्ण योजना राष्ट्रीय ग्रामीण रोजगार योजना (नरेगा) है जो 2005 में रोजगार गारंटी अधिनियम के तहत पास हुआ जिसे तत्कालीन समय में कुछ क्षेत्रों के लिए लागू किया गया। यह योजना वर्तमान समय में 'महात्मा गांधी राष्ट्रीय रोजगार गारंटी योजना' अर्थात् 'मनरेगा' के नाम से जाना जाता है। जिसे अधिनियम 2 फरवरी 2006 को लागू किया गया और 2008 में पूरे भारत के ग्रामीण इकाइयों में लागू किया गया। इस अधिनियम के तहत प्रत्येक ग्रामीण परिवार जो गरीबी रेखा के अंतर्गत आते हैं उन्हें सरकार द्वारा एक 100 दिन की गारंटीशुदा और कुशल मजदूरी रोजगार वित्त वर्ष में प्रदान किया जाता है। योजना का लाभ लेने के लिए योग्य व्यक्ति को रजिस्ट्रेशन कराना अनिवार्य है। मनरेगा योजना अंतरराष्ट्रीय स्तर पर रोजगार गारंटी देने वाला पहला कानून है। मीडिया के विभिन्न माध्यमों ने खासकर समाचार पत्रों ने वर्तमान समय में अलग-अलग देश के हर कोने में अपनी पहचान बना ली है। जहां सरकारी सेवाएं अभी तक पहुंच नहीं पा रही हैं, वहां समाचार पत्र व मीडिया अब बराबर पहुंचने लगे हैं।

मनरेगा की अवधारणा

'हर हाथ को काम दो! काम का पूरा दाम दो!' वर्तमान मजदूरी करने को सहमत किसी भी योग्य व्यक्ति को रोजगार पाने की वैधानिक गारंटी ही मनरेगा अधिनियम की मूल अवधारणा है। मनरेगा अधिनियम काम करने के अधिकार को वैधानिक बनाने की प्रक्रिया में एक ठोस कदम है जो हमारे मौलिक अधिकारों को उनके रूप में सम्मानजनक जीवन जीने का हक देता है। मनरेगा योजना को अधिनियम का दर्जा प्राप्त होते ही यह बात स्पष्ट हो जाती है कि यह योजना मजदूरी को स्थाई रोजगार की गारंटी प्रदान करता है। महात्मा गांधी राष्ट्रीय ग्रामीण रोजगार गारंटी अधिनियम लोकसभा में 23 अगस्त 2005 को ध्वनि मत से पारित हुआ है। 7 दिसंबर 2005 को अधिसूचना हुआ और 2 फरवरी 2006 को 200 जिलों में इसे लागू किया गया। वर्तमान में इसका विस्तार संपूर्ण देश में कर दिया गया है। मनरेगा योजना अधिनियम एकाएक बना अधिनियम नहीं है बल्कि इसके लिए श्रमिक संगठन कई वर्षों से राष्ट्रीय रोजगार गारंटी अधिनियम की मांग कर रहे थे। साथ ही साथ अधिकार संबंधित अन्य कानूनी सुरक्षा की भी मांग कर रहे थे। उदारीकरण के बाद जिस प्रकार से ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों की आय में असमानता में वृद्धि एवं ग्रामीण क्षेत्र से कुशल मजदूरों का पलायन की बढ़ती समस्या आदि पर जब भी ध्यान जाता है तो सभी को एक ऐसा कानून की आवश्यकता महसूस होती जो मजदूरों को रोजगार की गारंटी उनके ही इलाकों में उपलब्ध कराएं। जिस समय यह अधिनियम लागू करने की बात चल रही थी उस समय निजी क्षेत्र, व्यवसायिक मीडिया और वित्त मंत्रालय समेत कई अन्य महकमों ने इनका मुखर विरोध किया था। उनका मानना था कि अधिनियम अपने वर्तमान स्वरूप में कतई पूर्ण नहीं है। मनरेगा अधिनियम की इस धारणा को महाराष्ट्र राज्य ने सन् 1976 में रोजगार गारंटी अधिनियम पारित किया था जो आज भी लागू है। लेकिन आज भी इसका क्षेत्र महाराष्ट्र राज्य तक ही सीमित है। भारत के प्रत्येक राज्य अपनी ग्रामीण योजना बनाने के लिए स्वतंत्र है परंतु इन्हें कुछ मौलिक विषयों का ध्यान रखना होता है जिनका उल्लेख राष्ट्रीय रोजगार गारंटी अधिनियम 2005 के अनुच्छेद 1 में किया गया है। अर्थात् मनरेगा अधिनियम राज्य सरकार को रोजगार गारंटी योजना बनाने की दिशा में निर्देश करती है। स्थानीय ग्रामीण क्षेत्र से जुड़ी योजनाओं का निर्माण भी मनरेगा की अवधारणा में शामिल है। आज भी वर्षों से एक ऐसी योजना की अवधारणा महसूस की जा रही थी जो ग्रामीण स्थाई विकास और सीधे-सीधे गरीबों की जिंदगी से जुड़ा हुआ हो। अधिनियम के अंतर्गत जो योजनाएं बनाई जाती हैं वह ग्राम विकास की सुनिश्चित करने के साथ ही साथ स्थानीय बेरोजगारों को रोजगार प्राप्ति को भी निश्चित करता है।

पूर्व की सरकारी योजनाओं पर यह आरोप लगाया जाता था कि जब तक इसका लाभ ग्रामीण जनता तक पहुंचती है तब तक वह लाभ अपना महत्व खो चुकी होती है। अर्थात् मजदूरी मिलने में इतनी देरी होती है कि उन्हें अपने जीवन के लिए स्थानीय स्तर पर कर्जा लेना पड़ता है। अतः इस अधिनियम को बनाते समय इस बात का भरपूर ध्यान रखा गया है कि मजदूर को उसकी मजदूरी जल्द से जल्द प्राप्त हो, 15 दिन के अंतर्गत प्राप्त करने का अधिनियम में प्रावधान किया गया है। इसके बाबजूद बराबर यह शिकायत सामने आ रही थी कि मजदूरों का पूरा पैसा उन तक नहीं पहुंच पाता है। इसके लिए योजना बनाते समय यह प्रावधान किया गया है कि पैसा सीधे मजदूर तक पहुंचे, इसके लिए बैंक या पोस्ट ऑफिस में मजदूर का खाता खुलवाया जाता है जिससे उनका पैसा सीधे उनके हाथों तक पहुंचे। इस योजना के साथ यह अवधारणा भी जुड़ी हुई है। अतः इस योजना में ग्राम सभा की बैठक के माध्यम से मजदूरों को उनके अधिकारों की जानकारी देने का निर्देश दिया गया सरकारी सुविधा व कानूनी सुविधा से लाभान्वित करवाना चाहती है। अतः सरकार ने इन योजनाओं में रोजगार भत्ता, मुआवजा, चिकित्सा सुविधा आदि अधिकारों को सम्मानित किया है। अधिनियम बनाते समय कुशल मजदूरों को ध्यान में रखा गया तथा यह सुनिश्चित किया गया कि रोजगार शारीरिक श्रम दूरी पर आधारित हो जिसमें ठेकेदारों और मशीनों का कोई हस्तक्षेप ना हो। मनरेगा अधिनियम में महिलाओं की 33 प्रतिशत भागीदारी भी सुनिश्चित की गई।

शोध के उद्देश्य

- सरकारी योजना के विज्ञापन की आवश्यकता का अध्ययन।
- सरकारी योजना के विज्ञापनों के महत्व को जानना।
- सरकारी विज्ञापनों से लोगों में फैल रही जागरूकता का अध्ययन करना।

शोध प्रश्न

- क्या लोग सरकारी विज्ञापनों को लेकर जागरूक नहीं हैं?
- क्या लोग की सरकारी विज्ञापनों तक पहुंच नहीं है?
- क्या लोगों को सरकारी योजना के विज्ञापन की आवश्यकता नहीं है
- क्या लोग सरकारी योजना के विज्ञापन को समझ नहीं पाते?

आर्थिक विकास

आर्थिक वृद्धि दर में बढ़त और स्टॉक मार्केट की आक्रामक चढ़ाई ने भारत को दुनिया की सबसे आकर्षक अर्थव्यवस्थाओं की श्रेणी में ला खड़ा किया है। भारत ने विदेशी निवेश के मामले में तो अमेरिका को विश्व के दूसरे स्थान से हटा दिया है। अब चीन के बाद भारत की ही गिनती होती है। किंतु यह अप्रत्याशित प्रदर्शन भी भारत की उस दुखती रग को नहीं छुपा पाता कि आर्थिक उन्नति के लाभों को समान रूप से बांटा नहीं गया और भारत के अधिकांश लोग आजादी के 70 साल के बाद भी इन से वंचित रह गए हैं। देश के विकास मानचित्र पर भारत का एक बड़ा भाग्य दृश्य है। भारत के राज्यों में सकल घरेलू उत्पादन के एक पथ प्रदर्शन अध्ययन में पाया गया है कि राज्य पहले से पीछे थे वह न केवल निम्न स्तर की आर्थिक वृद्धि में फंसे रहे अपितु उनकी वृद्धि दर में 1990 के बाद लगातार गिरावट आई है। देश में बेरोजगारी की समस्या भी अत्यंत चिंताजनक है, राष्ट्रीय सैंपल सर्वे की 55वीं रिपोर्ट प्रदर्शित करती है कि रोजगार सृजन की दर में भारी गिरावट आई है। वर्तमान दैनिक स्थिति के हिसाब से रोजगार की वृद्धि दर जो वर्ष 1983-1994 में 2.7 प्रतिशत थी 1994-2000 में गिरकर 1.07 प्रतिशत हो गई। शहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में बेरोजगारों की संख्या में वृद्धि हुई है। ग्रामीण क्षेत्र में बेरोजगारों की दर जो वर्ष 1993-94 में 5.6 प्रतिशत थी, बढ़कर 1992-2000 में 7.2 प्रतिशत हो गई। रोजगार के अवसर में कमी का मुख्य कारण यह रहा है कि कृषि में विकास के साथ-साथ रोजगार सृजन जिस गति से होना चाहिए था वैसा नहीं हुआ। इसके प्रमुख कारण यह है कि जहाँ 1983-84 के बीच कृषि उत्पादन में 1 इकाई वृद्धि से रोजगार के अवसरों में 0.7 इकाईयों का इजाफा हुआ था वहीं 1994 से लेकर 2000 के बीच 0.01 रोजगार इकाई भी नहीं अर्जित हो पाए। अतः बेरोजगार को रोजगार दिलाना सरकार की प्रमुख प्राथमिकता बन गई है और सरकार ने मनरेगा योजना को बेरोजगारी को कम करने तथा ग्रामीण विकास को बढ़ावा देने के उद्देश्य प्रारंभ किया। सरकार द्वारा सर्वप्रथम मनरेगा 2 फरवरी 2006 ई० को देश के 200 जिलों में शुरू किया गया है। दूसरे चरण में 130 जिलों में एवं तीसरे चरण 1 अप्रैल 2008 में देश के 265 जिलों में चलाया गया जिसमें ग्रामीण मजदूरों को रोजगार मिला तथा उनकी आर्थिक स्थिति में बढोतरी हुई।

मनरेगा (महात्मा गांधी गारंटी रोजगार) विज्ञापन के माध्यम से जागरूकता

महात्मा गांधी रोजगार गारंटी भारत सरकार की बहुत ही महत्वपूर्ण सामाजिक सुरक्षा योजना है। इसके तहत ग्रामीण जनता को एक 100 दिन का रोजगार उपलब्ध कराने का प्रावधान जिसमें स्त्री एवं पुरुषों दोनों को समान वेतन देने का प्रावधान है। काम के बाद 15 दिन में पूरी मजदूरी बैंक या पोस्ट ऑफिस से ली जा सकती है। मनरेगा का जो विज्ञापन प्रस्तुत शोध के लिए लिया गया है, वह विज्ञापन की एक श्रृंखला है जिसमें सभी विज्ञापन 30 सेकंड के हैं यानी कुल 1 मिनट 20 सेकंड के हैं, श्रम मंत्रालय द्वारा जारी किया जाता है। इस विज्ञापन को एनएफडीसी के द्वारा निर्देशित किया जाता है। मनरेगा भारत सरकार की ऐसी योजना है जिसमें समय-समय पर अनियमिता के बारे में सुनने को मिलती है और इसमें कई घोटाले भी हुआ हैं। इसलिए इसके प्रति जागरूकता की अत्यंत आवश्यकता है। मनरेगा का विज्ञापन महात्मा गांधी रोजगार गारंटी कानून की लगभग पूरी जानकारी लक्षित समूह तक पहुंचाने का कार्य करता है। इस विज्ञापन में सभी प्रकार की जानकारी जैसे जॉब कार्ड कहां-कहां बनता है और कैसे बनेगा, क्या काम मिलेगा, मजदूरी कहां मिलेगी सब जानकारी लक्षित समूह पहुंचाने का प्रयास करता है। इस विज्ञापन के माध्यम से मनरेगा के विषय में संपूर्ण जानकारी बहुत ही सरल भाषा और साधारण शब्दों में दी जा रही है। विज्ञापन का परिवेश भी ग्रामीण है।

निष्कर्ष

मीडिया की मनरेगा संबंधित सारी चर्चाओं में ज्यादातर योजनाओं में हो रहे भ्रष्टाचार की ही बात होती है। मीडिया के आधुनिक जनमाध्यम मनरेगा सूचना को मजदूरों तक पहुंचाने में गंभीर नहीं है। समाचार पत्रों के अंतर्वस्तु विश्लेषण से यह तथ्य निकलकर सामने आया है कि मीडिया मजदूरों को निर्धारित दिनों से कम का रोजगार दिए जाने से संबंधित न्यूज को प्रकाशित करने से परहेज करती है। मजदूरों को समय पर वेतन नहीं मिलने की समस्या को दूर करने हेतु मीडिया के कई गंभीर कटिबद्ध प्रयास नहीं किया वस्तु विश्लेषण के दौरान यह तथ्य सामने आया कि मीडिया अपनी रिपोर्टिंग में मजदूरों की वाइट को स्थान नहीं देना चाहती

है। जब कोई अधिकारी या नेता मनरेगा के बारे में बोलते हैं तो उसे मीडिया स्थान देती है। मजदूर मीडिया के बजाय दूसरे माध्यम से मनरेगा की सूचना प्राप्त करते हैं मजदूर अपनी समस्या को सरकार तक पहुंचाने के लिए मीडिया को अपना माध्यम नहीं मानते हैं।

सुझाव

1. मीडिया मनरेगा की खबरों में मजदूरों की वाइट में स्थान दें जिससे मीडिया के माध्यम से गांव में चल रहे भ्रष्टाचार तथा प्रति मजदूरों में सकारात्मक परिवर्तन आएगा।
2. मनरेगा के अंतर्गत दी गई परिवार की परिभाषा में संशोधन कर प्रति व्यक्ति हिसाब से रोजगार को उपलब्ध करवाना चाहिए।
3. मीडिया संघ दृश्य में मनरेगा जैसे कार्यक्रम का सर्वे अपने स्तर से करती रहे जिसमें सच्चाई सामने आ सके।

संदर्भ

1. चौधरी कुमार प्रसंग श्रीकांत ऋषि बिहार के सामाजिक परिवेश के कुछ आयाम, वाणी प्रकाशन, 2010
2. अर्थव्यवस्था का विकास : एनसीईआरटी, 2007
3. चोपड़ा, मीडिया और समाज, आधार प्रकाशन लिमिटेड, पंचकूला, हरियाणा, 2006
4. समाचार पत्र सूची : दैनिक जागरण, हिंदी हिंदू, हिंदुस्तान, प्रभात खबर, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर इत्यादि।

