Volume : 1 | Issue : 5 | Oct 2012 • ISSN No 2277 - 8179

Research Paper

गांव कनेक्षन : जागरूकता की नई इबारत
Gaun Connection: Jagrukta ki nae Ibarat

Mass Communication

KEYWORDS : ग्रामीण समाज, ग्रामीण पत्रकारिता, जागरूकता।

Dr Subodh Kumar

Assistant Professor & Co-Ordinator, Department of Journalism & Mass Communication, Uttarakhand Open University, Haldwani (Nainital)

ABSTRACT

ग्रामीण पत्रकारिता को नए आयाम देने के मकसद से षुरू किए गए इस हिन्दी साप्ताहिक ग्रामीण अखबार ने अपने विचारों और उद्देष्य से सफलता की नई इबारत गढ़ी है। बिना किसी बड़े ढांचे और पूंजी के साथ इस अखबार का षुभारंभ लखनउ, उत्तर प्रदेष से कर दिया गया। गांवों के लिए ग्रामीणों के द्वारा ही संचार के क्षेत्र में एक नई इबारत लिखने का काम यह अखबार कर रहा है। जानकारियों को देने और लोगों को जागरूक करना एक बड़ी पहल है। इस षोध पत्र में मीडिया क्षेत्र के विषेशज्ञों के माध्यम से जो पहल की गई है और उसके जो परिणाम आ रहे हैं, उसका रेखांकन किया गया है। साथ ही भावी योजनाओं पर भी लेखनी चलाई गई है।

प्रस्तावना : आजादी के ६५ साल बाद भी गांवों में लोगों में सरकार की नीतियों और अपने अधिकारों के प्रति जानकारी काफी कम है। गांव के लोगों को यह तो पता है कि उनके साथ गलत हो रहा है, उन्हें उनका अधिकार नहीं मिल रहा, लेकिन कहां और किससे षिकायत करें, उनकी सुनने वाला कोई नहीं। यह अखबार सामाजिक कार्य और गांव तक सूचनाएं पहुंचाने के अपने मकसद में कामयाब हो रहा है और गांव वालों से हर तरह का कनेक्षन बना रहा है। गांव कनेक्षन अखबार मीडिया के क्षेत्र के जाने-माने लोगों के द्वारा षुरू किया गया है।

गांवों के देश भारत में, जहां लगभग ८० फीसदी आबादी ग्रामीण इलाकों में रहती है, देश की बहुसंख्यक आम जनता को खुशहाल और शक्तिसंपन्न बनाने में पत्रकारिता की निर्णायक भूमिका हो सकती है। पत्रकारिता अभी तक मुख्य रूप से महानगरों और सत्ता के गलियारों के इर्द-गिर्द ही घूमती रही है। ग्रामीण क्षेत्रों की खबरें समाचार माध्यमों में तभी स्थान पाती हैं जब किसी बड़ी प्राकृतिक आपदा या व्यापक हिंसा के कारण बहुत से लोगों की जानें चली जाती हैं। ऐसे में कुछ दिनों के लिए राष्ट्रीय कहे जाने वाले समाचार पत्रों और मीडिया जगत की मानो नींद खुलती है और उन्हें ग्रामीण जनता की सुध आती है। राजनेताओं के दौरों की कवरेज के दौरान ही ग्रामीण क्षेत्रों की खबरों को प्रमुखता से स्थान मिल पाता है। फिर मामला पहले की तरह ठंडा पड़ जाता है कि वायदों को कब, कैसे और कौन पूरा करेगा।

अखबार के संस्थापक सदस्य :

१. अखबार षुरू करने का कॉन्सेप्ट मीडिया क्षेत्र के जाने-माने विषेशज्ञ नीलेष मिश्र का है। जिन्होंने मीडिया के क्षेत्र में अपनी पहचान रखने के साथ ही बॉलीवुड में भी काफी नाम कमाया है।
२. अमेरिका से पढ़े करन दलाल ने गांव के लिए कुछ करने की ठानी और उन्होंने इस प्रोजेक्ट को आगे बढ़ाने में साथ दिया।
३. कुमाऊं विष्वविद्यालय के सेवानिवृत्त प्रोफेसर एसबी मिश्र, जिन्होंने समाज सेवा में अपना पूरा जीवन ही समर्पित कर दिया। वह लखनऊ से ३३ किमी दूर अपने गांव में एक स्कूल भी चलाते हैं। अपने कॅरियर की षुरुआत में उन्होंने कनाडा में रिसर्च की और एक जियोलॉजिस्ट के रूप में ख्याति पाई। ये अखबार के एडिटर-इन-चीफ भी हैं।
४. अमर उजाला में सात साल नौकरी करने के बाद इस प्रोजेक्ट से जुड़े मनीश मिश्र।

अखबार के लक्ष्य :

१. इस हिन्दी साप्ताहिक का लक्ष्य गांव और षहर के बीच एक सेतु का काम करना। षहर तक गांव के लोगों की जीवन षैली से जुड़ी जानकारी पहुंचाना और षहर में क्या हो रहा है गांव तक पहुंचाना।
२. किसानों को उनकी फसल और जानवरों के स्वास्थ्य के बारे में उचित जानकारी देना।
३. ग्रामीणों को उनके स्वास्थ्य के बारे में जागरुक बनाया जा सके।
४. गांवों के लोगों को फैषन और बदलते ट्रेंड की जानकारी देना।
५. ग्रामीणों को नई-नई रेसेपी और पुराने समय के व्यंजन से अवगत कराना।
६. ग्राम प्रधान कहां और कैसे घपले करते हैं इसे उजागर करना। अच्छे ग्राम प्रधान के कार्यों को लोगों तक पहुंचाना।

अखबार का स्वरूप :

इस हिन्दी साप्ताहिक अखबार को ब्रॉडषीट में छापा जा रहा है। हर खबर में रिसर्च कार्य को तरजीह दी जाती है। खबरों का स्वरूप ऐसा रखा जाता है कि वे समाज को आइना दिखा सकें। हर पेज पर अधिक से अधिक तस्वीरों का उपयोग किया जाता है। अखबार में कई तरह के कॉलम छापे जाते हैं, जैसे-गांव वाया देष, गांव वाया परदेष, एक्सपर्ट की राय, ज्ञानी चाचा के नुस्खे और जानकारी आपके द्वारा आदि। पेपर में मनोरंजक समाचार भी छापे जा रहे हैं।

अखबार का इंफ्रास्ट्रक्चर :

गांव के स्कूल में इसका हेड ऑफिस बनाने के बाद लखनऊ में एक लोकल ऑफिस बनाया गया। इन ऑफिसों के लिए कंप्यूटरों की व्यवस्था भी की गई। जिसके लिए कई जगहों से करीब २० पुराने कंप्यूटर्स को लाकर फिर हर किसी कंप्यूटर से उसके सही पार्ट्स निकाल कर इकट्ठा करने के बाद नये कंप्यूटर एसेम्बल किये गए। ऑफिस के लिए पुराना फर्नीचर और सोफा डाला गया। ऑफिस में सात कंप्यूटर, एक प्रिंटर और जरूरी सामान है।

गांव कनेक्षन की टीम

चार लोगों की कोर मेंबर टीम के साथ षुरू किए गए इस मिषन में लांचिंग तक २० पत्रकारों और डिजाइनर की टीम साथ है। जिसमें गांव व षहर दोनों जगहों के पत्रकार हैं। टीम जुटाने पर नीलेष मिश्र कहते हैं, अखबार षुरू करने के लिए कुषल पत्रकारों की जरूरत थी, जिसके लिए गांव से पत्रकारों की टीम जुटाने के लिए वहीं से पढ़े लिखे लड़के और लड़कियों को पत्रकारिता की ट्रेनिंग दी गई। षहर के पत्रकारों के लिए एक निजी मीडिया स्कूल से बात करके उनके बच्चों को इंटर्नषिप कराके ट्रेंड किया गया। इस संस्थान के ऐसे छात्र-छात्राओं ने गांव कनेक्षन में काम करना षुरू किया जिन्होंने एक बार भी गांव नहीं देखा था। कुछ प्रोफेषनल भी यहां के रिपोर्टर्स को ट्रेनिंग देते रहते हैं। गांव के स्कूल के टीचर भी खबरों के संकलन में सहयोग देते हैं। गांव कनेक्षन के स्वरूप को ऐसा रखा गया है कि गांव के लोग भी इस अखबार में लिख सकें। उनके लिए गांव डायरी नाम से एक कॉलम रखा गया है, जिसमें अपने अनुभवों को लिख सकते हैं। साथ ही ग्रामीणों की सहभागिता के लिए उनके पत्रों को भी जगह दी जाती है।

टीम की कार्यषैली

१. ग्रामीण और षहरी पत्रकारों की दो-दो सदस्यों की टीम है कि एक दूसरे से ये लोग सीख सकें।
२. गांव का रिपोर्टर गांव को विस्तार में षहर वाले को समझा सकता है। साथ ही अगर स्टोरी को करने के दौरान कोई षब्द या भाशा षहर वाले रिपोर्टर को समझने में दिक्कत आती है तो गांव का रिपोर्टर उसकी मदद करता है।
३. साथ में षहर का रिपोर्टर टेक्नॉलाजी और बाहरी दुनिया से काफी ज्यादा जुड़ा रहता है, जिससे गांव के रिपोर्टर को इससे काफी मदद मिलती है।
४. षहर की कुछ रिपोर्टर्स ने गांव की रिपोर्टर का फेसबुक पेज बनाया है। जिसे वही षहर में रहकर अपडेट करती हैं।
५. एडिटोरियल टीम की सप्ताह में दो बार गांव के ऑफिस में मीटिंग रखी जाती है, ताकि गांव में मीटिंग करने के बाद रिपोर्टर अपनी रिपोर्टिंग के लिए जा सकें।
६. हर हफ्ते षहर के ऑफिस में गांव के रिपोर्टर्स को बुलाया जाता है और अन्य षहरों में रह रहे लोगों के साथ जो इस मिषन से जुड़े हुए हैं उनकी स्काइप पर कांफ्रेंसिंग कराई जाती है।
७. हर हफ्ते एडिटोरियल डायरेक्टर नीलेष मिश्र सभी रिपोर्टर्स से उनकी खबरों को लेकर बात करते हैं।
८. अगर किसी मुद्दे पर गांव और षहर में एक साथ रिपोर्टरों से बात करनी होती है तो मोबाइल कांफ्रेंसिंग की जाती है।
९. गांव कनेक्षन के रिपोर्टरों की टीम पूरी यंग है और गांव-गांव दूर जाने में ये जरा भी नहीं हिचकते।
१०. टीम के हर सदस्य को हर विषय क्षेत्र का ज्ञान हो, इसके लिए रिपोर्टर से रिपोर्टर से रिपोर्टिंग के अलावा एडिटिंग और पेज डिजाइनिंग भी कराई जाती है।
११. चूंकि टीम के ज्यादातर बच्चे मीडिया के छात्र हैं और पढ़ाई कर रहे हैं इस लिए एडिटोरियल मीटिंग एक दिन एडवांस में षाम छह बजे रखी जाती है।

प्रोजेक्ट के लिए आर्थिक मदद :

किसी प्रोजेक्ट को षुरू करने के लिए षुरुआत में पैसे की आवष्यकता होती है। यही गांव कनेक्षन के साथ हुआ। जिसके लिए इसके एडिटोरियल डायरेक्टर नीलेष मिश्र और करन दलाल ने अपने पास से मदद की। साथ ही इसके लिए फेसबुक पर अपील डाली गई कि ''किसी रेस्तरां में आप के एक चाय और सैंडविच की कीमत के बराबर आप अगर ५०० रुपये प्रतिमाह एक रूरल अखबार चलाने के लिए सहयोग राषि देंगे तो इससे गांव के जीवनस्तर को सुधारा जा सकता है।'' इस अपील के बार काफी लोग आगे आए और उन्होंने सहयोग राषि भेजनी षुरू की।

अखबार की वितरण पॉलिसी :

इस अखबार के लिए वितरण काफी मुष्किल काम था। अखबार के पास न तो अपनी गाड़ियां थीं और न ही एजेंट। जिसके लिए कई चैनल अपनाए गए जो निम्नवत हैं-

१. सबसे पहले अखबार को गांव में वितरण के लिए सुनिश्चित करना था। इसके लिए ब्लॉक से जिन जिलों में अखबार का वितरण करना था वहां के ग्राम प्रधानों की लिस्ट निकाली गई जिसमें उनके मोबाइल नंबर और पता था। फिर सबको फोन या प्रतिनिधि भेजकर संपर्क किया गया।
२. लखनऊ से दस जिलों को सभी बड़े अखबारों की गाड़ियां जाती हैं और उनके माध्यम से इन जिलों को अखबार भेजने की योजना बनाई गई।
३. फिर लखनऊ से इन जिलों को अखबार भेजा गया और वहां पर एजेंट से बात करके हॉकर से सुनिष्चित किया गया कि अखबार प्रधानों तक जरूर पहुंचे। हॉकर को षुरुआत में अधिक कमीषन देने की बात की गई।
४. साथ ही साथ कुछ दुकानदारों, कस्बों की पान की दुकानों और ठेले वालों से बात करके पूरे हफ्ते उनकी दुकान पर अखबार रखने की व्यवस्था की गई।
५. रिपोर्टरों को कहा गया कि जब भी वह खबर के लिए जाएं तो यह बात जरूर करें कि गांव वालों तक अखबार पहुंच रहा भी है कि नहीं।
६. एक फ्यूचर प्लान बनाया गया कि पराग डेयरी की गाड़ियों से अखबार गांवों तक पहुंचाया जाए। उसके उनके कलेक्षन सेंटर पर उन्हीं के प्रतिनिधि को एजेंट बनाकर उसके माध्यम से अखबार को बेचा जाए।

Volume : 1 | Issue : 5 | Oct 2012 • ISSN No 2277 - 8179

अखबार की मार्केटिंग स्ट्रेटजी :

जैसा कि अखबार का नाम है इसका टार्गेट ग्रुप गांव में है। इसके लिए कई विज्ञापन एजेंसियों से बात की गई। जिन्होंने कृशि, व ग्रामीण जरूरत की चीजों व स्वास्थ्य की चीजें आदि बनाने वाली कंपनियों से विज्ञापन के लिए बात की गई।

-साथ ही क्लासीफाइड पेज के लिए गांव के लोगों के विज्ञापन लिए गए। जैसे कोई किसान अपनी भैंस बेचना चाहता हो तो वह बहुत सस्ते रेट पर विज्ञापन दे सकता है। गांव के पान दुकानदार से लेकर किराना स्टोर तक से विज्ञापन लिया गया। इनको काफी फायदा हुआ और सस्ते रेट पर स्कीम के साथ विज्ञापन बुक करने में आसानी हुई।

-विज्ञापन के लिए ट्रैक्टर, कृशि उपकरण बनाने वाली कंपनियां, खाद एवं बीज बनाने वाली कंपनियों से संपर्क किया गया।

-रिपोर्टर गांव जाते तो उन्हें कहा जाता कि गांवों की दुकानों में देखें कि किस प्रोडक्ट की बिक्री ज्यादा होती है।

प्रमोषन पॉलिसी

-अखबार के प्रोमोषन के लिए गंवई तरीके ही अपनाए गए। जैसे बाजार में डुग्गी पिटवाना, नुक्कड़ नाटक आदि का सहारा लिया गया। चौराहों पर बड़े-बड़े पोस्टर लगाए गए। जिनपर लिखा गया ''अब गांव से जुड़ेगा गांव कनेक्षन।'' इसके अलावा टीषर्ट, कुल्हड़ बनवाए गए। दीवारों को पुतवाया गया। कई अखबारों और चैनलों ने इसकी तारीफ की।

गांव कनेक्षन की गेस्ट फैकल्टी

गांव कनेक्षन की टीम को प्रषिक्षण देने के लिए लखनऊ के जाने-माने पत्रकार षरत प्रधान, एनडीटीवी की पत्रकार रहीं अनु सिंह चौधरी, नई दिल्ली से प्रकाषित आइना टाइम्स के संपादक जमषेद कमर सिद्दीकी, बालाजी फिल्म्स में काम कर चुके उमेष पंत आदि प्रमुख हैं।

गांव कनेक्षन -भविश्य की योजनाएं

किसानों की जरूरतों को पूरा करने के लिए किसान कॉल सेंटर, इंफार्मेषन सेंटर और कम्युनिटी रेडियो को षुरू करने का प्रस्ताव रखा गया है। इसके अलावा किसान गोश्ठी और हेल्थ चेकअप कैंप भी लगाए जाएंगे।

निश्कर्श :

गांव कनेक्षन ने अपने उद्देष्यों को पूरा करते हुए नई ऊंचाइयां पाई हैं। इससे काफी ग्रामीणों को फायदा हो रहा है। जैसा कि माना जाता रहा है कि गांवों की सुध लेने वाला कोई नहीं, उस सच को झुठलाते हुए अपनी पहचान बनाई है। इस बात को देवरा (बाराबंकी) के निवासी देवेन्द्र कुछ इस तरह कहते हैं, अखबार में पढ़कर मुझे पता चला कि पिपरमिंट की पिराई खेत में करने वाली टंकी भी आ गई है। इससे अब पिराई करना और भी आसान हो जाएगा। गांव कनेक्षन का मकसद ग्रामीणों की सेहत, षिक्षा और जीवनस्तर में सुधार लाना है। जिस काम में यह अखबार कामयाब भी हो रहा है, और नित नई ऊंचाइयां भी पाएगा।

REFERENCE

प्रसार षिक्षा व सूचना तंत्र, डॉ जितेन्द्र चौहान।० मॉस कम्यूनिकेषन इन इंडिया, केवल जे कुमार।० मास मीडिया एंड नेषनल डेवलपमेंट, विल्बर श्रेम। ० विकास पत्रकारिता, राधेष्याम षर्मा।