

“हेर्नुहोस् त, तपाईंको पोशाकमा मजदुरको रगतको टाटा !”

• विष्णु रिमाल

आफूलाई ‘तगडा’ देखाउन चाहने सबैले नयाँ-नयाँ तालको कपडा किनेर लगाउन रूचाउँछन् । जो भलादमी देखिन चाहन्छन्, उनीहरू पनि कपडाकै शरणमा पुग्छन् । जो ‘दादा’ कहलिन चाहन्छन्— ‘जिन’ होस् वा ‘सुट’ सबैको प्रयोग इच्छित पहिचान बनाउन नै गरिन्छ ।

तर विश्वभरमै यस्ता पोशाक तयार गर्ने उद्योगहरू बढनाम छन् । विवादमा आइरहेका छन् । पूँजीको खगोलिकरणसँगै मजदुरलाई बजारको बस्तुको रूपमा व्यवहार गर्ने र उनीहरूलाई संगठित श्रम आन्दोलनको मैदानबाट अनौपचारिक क्षेत्रतिर किनारा लगाउने प्रक्रियाले कपडासँग सम्बन्धित उद्योगमा कार्यरत मजदुरहरूको जीवन जटिल बन्दै गइरहेको छ । मजदुरहरूको पेशाको ‘ठेगाना’ नभएकोले युरोप/अमेरिकाका कतिपय विकसित देशहरूमा ट्रेड युनियन आन्दोलन कमजोर भएको छ र मजदुरको कार्यथलोको अवस्थामा सुधार गर्न उपभोक्ताको तहबाट नयाँ आन्दोलन शुरु भएको छ ।

सफा लुगा अभियान

“हेर्नुहोस् त, तपाईंको पोशाकमा मजदुरको रगतको टाटा !” यस्तै मन तान्ने सन्देश सहित सन् १९९० मा नेदरल्याण्डमा ‘क्लिन क्लोथ क्याम्पेन’ अर्थात् ‘सफा लुगा अभियान’ शुरु भयो । यसले विश्वभरिका गार्मेण्ट उद्योगमा काम गर्ने मजदुरहरूको कार्यावस्थामा सुधार गर्न उपभोक्तास्तरमा आन्दोलन गर्ने निर्णय गर्‍यो । सन् १९९५ देखि यो अभियान बेल्जियम, फ्रान्स, जर्मनी, बेलायत, स्वीडेनसम्म फैलियो । स्वीट्जरल्याण्ड, स्पेन र इटालीमा पनि यो अभियान शुरु भयो । क्यानडा र अष्ट्रेलियामा यस्तै प्रकृतिको अभियान जारी नै रह्यो ।

यो अभियानलाई ट्रेड यूनियनहरू, उपभोक्ता मञ्चहरू, गैर सरकारी संस्थाहरूको बृहत्तर संलग्नतामा आधारित गरियो। यसले ठूलो बहुराष्ट्रिय थोक विक्रेता र खुद्रा विक्रेता मार्फत दवाव दिन शुरु गर्‍यो।

कपडा बनाउनेले निश्चित मापदण्ड (कोड्स अफ कण्डक्ट) पालना गर्नुपर्छ। जुन कम्पनीले मजदुरका हित सम्बन्धी आचारसंहिता पालना गर्दैन, त्यसको उत्पादन बहिष्कार गर्नुपर्छ। त्यस्तो उत्पादनलाई पसलमा बेच्न दिने हुँदैन। यही भावनालाई अभियानको रूपमा प्रचारित गरियो।

गार्मेण्ट उत्पादनको आचार संहिता (कोड्स अफ कण्डक्ट)ले के भन्छ ?

विक्रेताहरू जिम्मेवार हुनुपर्छ। त्यसैले उनीहरू जुन गार्मेण्ट बेच्दैछन्, त्यसप्रतिको सम्पूर्ण उत्तरदायित्व लिनै पर्दछ। गार्मेण्ट जहाँ तयार भएको भए पनि मजदुरहरूको हित सम्बन्धी शर्त पालना गरी तयार गरेको पुष्टि गर्न सक्नु पर्दछ। यो शर्त सम्बन्धित उत्पादनको सबै तहमा लागू गरिनेछ। यसमा प्रयोग गरिएको 'मजदुर' शब्दले गार्मेण्ट उद्योगमा काम गर्ने घरेलु, अस्थायी, पार्ट टाइम, सिजनल, अवैध, प्रवासी आदि सहितको महिला तथा पुरुष दुवै मजदुरलाई मान्नु पर्छ।

विक्रेताले स्वतन्त्र अनुगमन समितिले मागेको कुनै पनि सूचना विना हिचकिचाहट दिन खुल्ला भएर रहनु पर्छ। (उनीहरूको विक्री नीति, आर्थिक प्रगति- नाफा, घाटा, उनीहरूले बेच्ने ब्राण्ड-लेवल र खरिद गर्ने देश वा कम्पनी आदि)।

यसका अतिरिक्त उनीहरूले आफ्नो वार्षिक आयबाट तोकिएको प्रतिशत अनुगमन गर्ने संस्थालाई चन्दा दिनुपर्छ।

उत्पादनका शर्तहरू के के हुन् ?

माथि उल्लेखित आचार संहितामा प्रयुक्त 'उत्पादनका शर्त' शब्दले निम्न कुराहरूलाई समेटेछ:

१. कम्पनीको स्वीकृत वेगर मजदुरहरूले आफूले चाहे अनुरूपको यूनियन बनाउन पाउने अधिकार
२. व्यवस्थापनको हस्तक्षेप वेगर मजदुरले आफ्नो यूनियन प्रतिनिधि मार्फत सामुहिक सौदावाजी गर्न पाउने अधिकार,
३. गाँस, वास, कपासका लागि मजदुरले आफू र आफूमाथि आश्रितका लागि 'बाँच्न पुग्ने ज्याला' पाउने अधिकार (यो कम्तिमा पनि सम्बन्धित देशले तोकेको न्यूनतम ज्याला भन्दा तल हुनु हुन्न),
४. अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठनको अभिसन्धि-१ मा उल्लेख भएअनुरूप बढी समय काम गरेवापत बढी ज्याला पाउने अधिकार,

५. व्यवसायजन्य स्वास्थ्य र सुरक्षासम्बन्धमा अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठनको अभिसन्धि १५५ मा उल्लेखित अधिकार,
६. बालश्रम प्रयोग नगरिएको ग्यारेण्टी,
७. जाति, भाषा, लिङ्ग, धर्म, राजनीतिक आस्था, राष्ट्रियता सम्बन्धी पहिचानको आधारमा भेदभाव नगरिएको ग्यारेण्टी,
८. उल्लेखित शर्त उल्लंघन गर्ने उत्पादकका विरुद्ध विक्रेताले सक्रियतापूर्वक विरोध गर्ने ।

अहिले के हुँदैछ ?

उल्लेखित आचार संहिता पालन नगर्ने कुनै पनि कम्पनीका विरुद्ध विश्वव्यापी अभियान शुरु भएको छ । गएको वर्ष अमेरिकाको टेक्सटायल गार्मेण्ट यूनियन “यूनाइट” ले नेपालको पनि केही गार्मेण्ट कारखानाहरूले मजदुरहरूको हित विपरित काम गरेको भए “माल रोक्का गर्ने” अभियान चलाएको थियो । ‘सन अपरेल्स’ जस्ता उद्योगले मजदुर यूनियन र मजदुरको पक्ष वा विपक्षमा गरेको गतिविधिको सूचना हाम्रो महासंघले प्रचारित गरेको थियो ।

त्रिवेणी गार्मेण्टले हाम्रा मजदुर साथीहरूलाई दिएको दुःखलाई उल्लेख गरी “त्रिवेणीको उत्पादनमा मजदुरको आँशुको दाग छ,” भन्दै हामीले बहिष्कार सञ्चालन गर्न ‘सफा लुगा अभियान’ लाई सूचित गरेका थियौं । पछि, व्यवस्थापन यूनियन सहमतिको स्थिति देखिएपछि, त्यसलाई स्थगित गरिएको थियो ।

नेपाल बाहिर अन्य देशमा यो भन्दा चर्का-चर्का अभियान जारी छन् । “स्वीस: लेट्स गो फेयर -स्पोर्ट्स सु क्याम्पेन”, “स्वीस-उपयुक्त खेलाडी जुत्ता अभियान सञ्चालन गर” नारामा सिंगो स्वीट्जरल्याण्ड आन्दोलित भएको छ । जनस्तरमा अभियान कार्ड छापेर एडिडास, एसिक, नाइक, रिबक र पुमा जस्ता जुत्ता उत्पादन कम्पनीलाई “आचार संहिता भित्र रहेर धन कमाउन” दबाव दिँदै छ । स्वीस टेलिभिजन र त्यहाँको प्रतिष्ठित खेल पत्रिकाले यो अभियानलाई तेज पार्न यथोचित प्रचार गरिरहेका छन् ।

फ्रान्समा यो वर्ष विश्वकप फुटबल हुँदैछ । यसैलाई ध्यानमा राखी ६ महिने "Jouez Le Jell: faites gagner les droits de l' Homme" (खेलाडीले लगाउने उत्पादनमा आचार संहिता लागू गराउने अभियान) नामक अभियान शुरु गरिएको छ ।

दुई लाखभन्दा बढी पोष्टकार्ड वितरण गरेर जर्मनीको सफा लुगा अभियानले ‘जनपरिचालन’ को कार्यक्रम लागू गरेको छ । “ठूला महिलाहरूको मेला” (टप विमेन्स फेयर) मार्फत् नयाँ-नयाँ उपाय तय गरेर गत ८ मार्चमा यो अभियानलाई व्यापक प्रचारित गरिएको छ ।

अमेरिकामा यो अभियान लागू गर्न ह्वाइट हाउसले ट्रेड युनियन प्रतिनिधि सम्मिलित 'राष्ट्रपतिको विशेष कार्यदल' खडा गरेको छ ।

निदरल्याण्डमा त्यहाँको ट्रेड युनियन एफ. एन भि. सम्मिलित संयन्त्रले अभियानको अनुगमन गर्ने प्रस्तावपत्र विकसित र लागू गरेको छ ।

बेलायतमा एक भन्दा बढी अभियान जारी छ । एकातिर, लेवलमा छोपिएका मजदुरहरू (लेवर विहाइण्ड दि लेवल) नामक अभियान गार्मेण्ट उद्योगमा आचार संहिता लागू गराउन क्रियाशील रहेको छ । अर्कातिर, यो अभियानसहित ट्रेड युनियन संलग्न रहेको मान्यतामा आधारित व्यावसायिक अभ्यास (एथिकल ट्रेडिङ्ग इन्सिएटिभ्स) नामक व्यापक अभियान शुरु भएको छ । यसले आचारसंहिता, श्रम मापदण्ड, अनुगमन र कम्पनीहरूको लेखा निरीक्षणलाई आफ्नो कार्यक्षेत्र भित्र राखेको छ । "सम्मानसहितको व्यवसाय" (ट्रेड विथ रेस्पेक्ट) भन्ने नारामा यो वर्ष युरोपका २५०० ठूला पसलहरूमा अभियान शुरु गरिएको छ । "मानवीय मूल्य आधारित" व्यापार व्यवसाय हुनुपर्ने निष्कर्ष सहित गार्मेण्ट विक्रेता र युरोपका राजनीतिज्ञलाई गार्मेण्ट तथा टेक्स्टायल उद्योगमा आचार संहिता लागू गराउन दबाव दिने उद्देश्यले यो अभियान शुरु गरिएको हो । अभियानकर्ताहरू युरोपेली संसदले उपभोक्तालाई युरोपमा बेचिने तयारी पोशाक, मजदुरको रगत र आँशुको दाग नभएको प्रमाणित गरोस् भन्ने माग राखिरहेका छन् ।

स्वीडेनले आफ्नो अभियान टि.भी. डक्युमेण्ट्री प्रसारबाट शुरु गरेको छ । अभियानकर्ताले ४ वटा प्रमुख कम्पनीमा ३० पेज लामो आचार संहिता तयार गरेर पठाएका छन् ।

हामीले के गर्नुपर्ला ?

नेपाल ट्रेड युनियन महासंघले पनि आफूलाई यो अभियानमा संलग्न गराइसकेको छ । नेपालका गार्मेण्टहरू आफै कुनै कम्पनी होइनन् अमेरिकी बजारको माग अनुसार तोकिएको मोडेलका तयारी पोशाक उत्पादन गर्ने कारखाना हुन् ।

त्यसैले, यदि कुनै कारखानामा श्रम ऐन लागू भएको छैन, युनियन बनाउन दिइएको छैन, न्यूनतम ज्याला दिइएको छैन र युनियनका नेता तथा सदस्यलाई अनावश्यक दुःख दिइएको छ भने त्यसको जानकारी आ-आफ्नो युनियन मार्फत् महासंघमा पठाऔं । महासंघले सम्बन्धित कारखानाबाट उत्पादनमा आचारसंहिता उल्लंघन भएको जानकारी तुरुन्तै सफा लुगा अभियानमा पठाइदिन्छ ।

त्यसको परिणाममा मजदुरलाई सताउने प्रतिष्ठानको उत्पादन बजारबाटै बहिष्कृत पनि हुन सक्छ ।