

प्रस्तावना

कहते हैं भारत की आत्मा गाँवों में बसती है और यह सत्य भी है। तमाम औद्योगिकीकरण और विकास के बावजूद आज भी देश की एक बड़ी आबादी गाँवों में रहती है तथा अपनी आजीविका के लिए कृषि तथा संबंधी व्यवसाय पर आश्रित है। लेकिन देश में किसानों की हालत से सभी भली-भाँती परिचित हैं। आजादी के 70 साल बाद भी किसान गरीब, बेबस और लाचार है। कहने को तो किसान अन्नदाता हैं, देश के भाग्यविधाता हैं। लेकिन आज वो खुद अन्न के दाने-दाने को मोहताज है। किसान की आय में आई कमी और बढ़ती महंगाई ने उसकी कमर तोड़ दी है। अनेक प्रयासों के बावजूद उनकी स्थिति दिन-ब-दिन दयनीय होती जा रही है। आज किसानों की बदहाली और आत्महत्या की खबरें आम हो गयी हैं। ऐसे हालात में मीडिया ही है जो बीच-बीच में उनकी आवाज तथा जरूरतों को समाज तथा सरकार के सामने रखता आया है। स्वतंत्रता के बाद पत्रकारिता का काफी विकास हुआ है। आज समाज से जुड़ा कोई भी विषय पत्रकारिता से अछूता नहीं है। कृषि भी शुरुआत से ही पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण अंग रही है। कृषि के विकास में कृषि पत्रकारिता ने अहम भूमिका निभाई है। हरितक्रांति के दौर में मीडिया की भूमिका भुलाई नहीं जा सकती है। कृषि पत्रकारिता की शुरुआत की बात करें तो यह प्राचीन काल से ही चलती आ रही है। समय के साथ जैसे-जैसे मीडिया का विकास हुआ, कृषि पत्रकारिता के स्वरूप में बदलाव आता गया। पहले जहाँ ऋषि मुनि घूम-घूम कर कृषि संबंधी जानकारी लोगों तक पहुँचाते थे वहीं आज इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट तथा इंटरनेट के माध्यम से पल भर में लाखों लोगों तक एक साथ किसी सूचना को पहुँचाया जा सकता है। लेकिन व्यवसायीकरण और शहरीकरण के इस दौर में मीडिया में कृषि सरोकार कहीं पीछे छूटता चला जा रहा है। आज हर मीडिया चाहे वह इलेक्ट्रॉनिक हो या प्रिंट, आगे आने के दौड़ में सिर्फ वहीं दिखाना पसंद करती हैं जो उनकी टीआरपी बढ़ाये। आज हमारे चारों ओर हज़ारों की तादाद में प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया उपलब्ध है। मगर कृषि पत्रकारिता की बात करें तो कृषि से संबंधित गिने-चुने कार्यक्रम तथा खबरें ही नजर आती हैं। यह बड़ी विडम्बना है कि देश 60-70 प्रतिशत आबादी जिस क्षेत्र से जुड़ी है मीडिया में उसकी ही कबरेज इतनी कम है।

भारत में दूरदर्शन का आगमन 15 सितम्बर, 1959 को हुआ था तथा यह कृषि प्रसार का एक सशक्त माध्यम साबित हुआ। जनसंचार के लिए टेलीविजन को सबसे प्रभावशाली माध्यम के रूप में जाना जाता है। दूरदर्शन का नियमित दैनिक प्रसारण वर्ष 1965 से हो पाया तथा यह तब से ले कर आज तक देश का नंबर वन चैनल के रूप में जाना जाता है। यह शुरुआत से ही ग्रामीण विकास की ओर अपनी प्रतिबद्धता दिखाता रहा है। इसके उद्देश्य हमेशा से ही राष्ट्रीय एकता को बढ़ावा देना, समाज को शिक्षित करना तथा स्वास्थ्य, कृषि एवं सरकारी योजनाओं संबंधी जानकारी आम जनता

तक पहुँचाना रहा है। ग्रामोन्मुखी कार्यक्रम प्रारंभ से ही इस चैनल की विशेषता रही है। इसी उद्देश्य को आगे बढ़ाते हुए 26 मई 2015 को प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी द्वारा ग्रामीणों तथा कृषकों को समर्पित डीडी किसान चैनल की शुरुआत की गयी। इसका उद्देश्य ग्रामीण तथा विशेषकर कृषि से जुड़ी विभिन्न महत्वपूर्ण जानकारी उन तक पहुँचाना है। एक तरफ इस औद्योगिकीकरण के युग में जहाँ सभी मीडिया चैनल बड़े-बड़े उद्योगों तथा शहरीकरण को दिखाने के पीछे पागल हैं वैसे समय में ग्रामीण तथा कृषि परिवेश पर केन्द्रित चैनल की शुरुआत करना सरकार द्वारा उठाया गया एक ऐतिहासिक कदम है।

साहित्य पुनरावलोकन

पुस्तक

साईनाथ, पी. 1996. एवरीबॉडी लव्ज ए गुड ड्राउट. दिल्ली. पेंग्विन बुक्स इंडिया

यह पुस्तक पी साईनाथ द्वारा तैयार किये गए कई रिपोर्टों का संग्रह है। पी. साईनाथ 'टाइम्स ऑफ़ इंडिया' के अनुदान की मदद से देश के हर राज्य के सबसे गरीब तथा पिछड़े जिलों में जाकर वहाँ के लोगों का रहन-सहन तथा समस्याओं का अध्ययन कर उनपर कई सारी रिपोर्टें तैयार की गयी थी। यह पुस्तक उसी पर आधारित है। यह सरकार की कागजी योजनाओं तथा उसकी व्यावहारिक सफलता के बीच के फासलों को समझने में मदद करती है।

पटनायक, किशन. 2006. किसान आन्दोलन : दशा और दिशा. नई दिल्ली. राजकमल प्रकाशन प्रा. लि.

यह पुस्तक भारतीय किसान आन्दोलन पर आधारित है। यह किसान आन्दोलन के सामाजिक- आर्थिक- राजनैतिक तथा सांस्कृतिक पृष्ठभूमि को समझने में मदद करती है। साथ ही यह उदारीकरण और ग्लोबीकरण का कृषि पर पड़ने वाली दुष्प्रभाव को समझने तथा उसे कम करने के उपायों से अवगत कराती है। इस पुस्तक में स्वतंत्र किसान राजनीतिके निर्माण, विकास तथा संगठन की जरूरत पर बल दिया है।

वधवा, प्रियंका. 2010. कृषि पत्रकारिता. नई दिल्ली. यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन

इस पुस्तक में कृषि पत्रकारिता की व्यापक रूप से व्याख्या की गई है। कृषि पत्रकारिता के विकास क्रम को समझाते हुए इसके प्राचीन काल, मध्य काल तथा आधुनिक काल के इतिहास की विस्तार से व्याख्या की गयी है। साथ ही कृषि पत्रकारिता के उद्देश्यों की भी चर्चा की गयी है। इस पुस्तक में कृषि पत्रकारों के कर्तव्यों एवं दायित्वों की भी व्याख्या की गयी है।

सरस्वती, स्वामी सहजानंद. 2011. किसान क्या करें. दिल्ली. ग्रन्थ शिल्पी

इस पुस्तक में किसानों के हक की बात कही गयी है। सदियों से किसानों के साथ हो रहे दुर्व्यवहार को किस प्रकार किसान एकजुट हो कर रोक सकते हैं तथा अपने हक तथा विकास के लिए प्रयास कर सकते हैं यह बताने का प्रयास किया गया है।

मिश्र, डॉ उन्मेष. 2010. दूरदर्शन का स्वरूप एवं हिंदी प्रस्तुतीकरण. दिल्ली. शब्द सेतु

इस पुस्तक में दूरदर्शन के आगमन से लेकर विकास तक के विभिन्न चरणों की विस्तृत वर्णन किया गया है। साथ ही इस पुस्तक में दूरदर्शन द्वारा प्रकाशित होने वाले विभिन्न हिंदी कार्यक्रमों और उनसे संबंधित चैनलों का भी विस्तारपूर्वक परिचय दिया गया है।

लेख

मधुसूदन, गजेन्द्र सिंह एवं कुमार, मनोज. नवंबर 16. कृषि एवं सम्बद्ध क्षेत्र : प्रगति और प्रबंधन की आवश्यकता. प्रतियोगिता दर्पण, आगरा. उपकार प्रकाशन

इस लेख में कृषि को लाभदायक बनाने और उसकी उत्पादकता को बढ़ाने के लिए उपयुक्त प्रौद्योगिकियों को अपनाए जाने की जरूरत पर विस्तार से चर्चा की गई है। साथ ही इस लेख में, किस प्रकार किसानों के हालात बेहतर किये जा सकते हैं तथा खेती से ज्यादा से ज्यादा मुनाफा कमाया जा सकता है, इसके सुझाव की भी चर्चा की गयी है।

सिंह, डॉ जीतेन्द्र. मार्च, 2017. भारत के कृषि एवं ग्रामीण विकास में कृषि क्रांतियों का योगदान. प्रतियोगिता दर्पण. आगरा. उपकार प्रकाशन

इस लेख में कृषि के क्षेत्र में लाये गए हरित क्रांति के प्रभाव कि चर्चा की गयी है। साथ ही अन्य विभिन्न प्रकार की क्रांतियाँ जैसे; गुलाबी क्रांति, श्वेत क्रांति इत्यादि के उद्देश्य तथा परिणाम को समझाने का प्रयास किया गया है।

गाँधी, मोहनदास करमचंद. 2015. किसान। प्रभात खबर- दीपावली विशेषांक. रांची. न्यूट्रल पब्लिसिंग हाउस लि.

गांधी जी एक महान समाज सेवक होने के साथ-साथ प्रभावी पत्रकार भी रहे हैं। उनके द्वारा लिखी गयी यह लेख किसानों के प्रति समाज तथा बड़े पूंजीपतियों की दृष्टि को समझने में बेहद सहायक है। उन्होंने इस लेख में किसानों के सामाजिक यथार्थ की व्याख्या की है।

प्रेमचंद, मुंशी. 2015. हतभागे किसान. प्रभात खबर- दीपावली विशेषांक. रांची. न्यूट्रल पब्लिसिंग हाउस लि.

प्रेमचंद ने अपने लेख में किसानों की दयनीय स्थिति का वर्णन किया है तथा उनकी जरूरतों का जिक्र किया है। इस लेख में उन्होंने सरकार द्वारा बनायी गयी योजनाओं कि असफलता तथा किसानों की जमीनी समस्याओं से अवगत कराया है।

विद्यार्थी, गणेश शंकर. 2015. भारतीय किसान. प्रभात खबर- दीपावली विशेषांक. रांची. न्यूट्रल पब्लिसिंग हाउस लि.

गणेश शंकर विद्यार्थी ने भारत में किसानों की दुर्दशा की ओर ध्यान केन्द्रित करते हुए उसकी सामाजिक, धार्मिक, आर्थिक एवं राजनीतिक अवस्था की बहुत ही बारीकी से व्याख्या की है। इस लेख में किसानों से हालात का संपूर्ण विवरण देने का भी प्रयास किया गया है।

उर्मिलेश. 2015. भारतीय मीडिया में किसान और ग्रामीण भारत. प्रभात खबर- दीपावली विशेषांक. रांची. न्यूट्रल पब्लिसिंग हाउस लि.

उर्मिलेश ने अपने लेख में भारतीय मीडिया में किसानों तथा ग्रामीणों की खबरों को नजरअंदाज करने की प्रवृत्ति पर जोर दिया है। इस लेख में मीडिया द्वारा खबरों के साथ पक्षपात तथा किसानों के प्रति भेदभावपूर्ण रवैया को दर्शाया गया है।

रिपोर्ट

Plann.ngomm.s.on.n.c..n

भारत सरकार योजना आयोग की वार्षिक रिपोर्ट, कृषि विकास के दर को समझने में काफी सहायक है तथा विकास को मापने का एक मापदंड है।

ncrb.n.c..n>ADS.>ads.-2014 full report

यह रिपोर्ट किसान की दयनीय स्थिति को समझने में सहायक है। यह अलग-अलग क्षेत्रों की अलग-अलग क्षेत्रीय समस्याओं से अवगत कराती है।

eands.dacnet.n.c..n

यह रिपोर्ट किसान की दयनीय आर्थिक स्थिति को दर्शाता है। कड़ी मेहनत के बावजूद भी अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति नहीं कर पाते तथा बीज, खाद इत्यादि के लिए महाजनों, बैंकों से कर्ज लेने पर मजबूर होते हैं।

लघु शोध प्रबंध

Httpc.teseerx..st.psu.eduv.ewdocdownloaddo.

इस शोध में किसानों द्वारा आत्महत्या करने की समस्या का अध्ययन किया गया है। इसका मूल उद्देश्य किसानों के आत्महत्या करने के पीछे के कारण को ज्ञात करना था। किसानों को आत्महत्या से रोकने के लिए उठाए जा सकने वाले ठोस महत्वपूर्ण प्रयास के सुझाव भी दिये गए हैं।

जोशी, धनेश कुमार. 2010. दूरदर्शन के पचास वर्ष : एक अध्ययन. वर्धा (महाराष्ट्र). महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय

इस शोध में दूरदर्शन की शुरुआत से लेकर पचास वर्षों तक के सफ़र के अध्ययन पर आधारित है। इस शोध में दूरदर्शन के भारत में आगमन से लेकर किस प्रकार उसकी विभिन्न प्रसारण केंद्र की स्थापना तथा देश के नम्बर वन चैनल के रूप में स्थापित होने तक की चर्चा की गयी है। दूरदर्शन के उद्देश्य, कार्यक्रम तथा उसके अंतर्गत प्रसारित होने वाली विभिन्न चैनलों के बारे में भी बताया गया है।

<http://hdl.handle.net/10603/8528>

यह शोध भी ढरवड़ जिले के किसानों पर केन्द्रित है। इस शोध में वहां के किसानों की समस्याओं पर विस्तार से चर्चा की गयी है तथा सुझाव के तौर पर वहां के किसानों को आत्महत्याना कर समस्याओं का मुकाबला करने के लिए प्रेरित किया गया है।

वेबसाइट

<http://www.ddindia.gov.in>

यह चैनल दुनिया में सबसे बड़ा स्थलीय नेटवर्क है। 92% आबादी और देश की 81% भूमि क्षेत्र को कवर करता है।' इसके वेबसाइट पर इस चैनल से संबंधित विभिन्न प्रकार की जानकारी मिल जाती है, जैसे इसकी शुरुआत से लेकर इसके उद्देश्य, कार्यक्रम तथा इसके अंतर्गत प्रसारित होने वाले विभिन्न चैनल आदि।

www.ddkisan.in

डीडी किसान की कार्यालिक वेबसाइट के अनुसार, देशभर में चैनलों की भरमार के बीच कोई भी ऐसा चैनल नहीं है जो किसानों के लिए और किसानों की बात क्रे दूरदर्शन किसान, देश के किसानों खेत-मजदूरों, कामगारों का मंच है तथा ग्रामीण भारत की सही तस्वीर पेश करता है।

निष्कर्ष

‘डीडी किसान चैनल की पत्रकारिता’ विषय पर किये गए प्रस्तुत शोध में डीडी किसान चैनल की पहुँच तथा इस चैनल पर आने वाले कार्यक्रम ‘किसान समाचार’ एवं ‘मंडी खबर’ की विषयवस्तु का अध्ययन किया गया, जिसके आधार पर निम्नलिखित निष्कर्ष पाए गये।

- कुल लोगों में से केवल 53 प्रतिशत लोग ही डीडी किसान चैनल देखते हैं तथा 47 प्रतिशत लोग चैनल नहीं देखते हैं। चैनल देखने वाले कुल लोगों में से भी केवल 50 प्रतिशत लोग चैनल के नियमित दर्शक हैं। अतः यह कहा जा सकता है कि चैनल शुरुआत के लगभग ढाई साल के बाद भी अपने लक्षित समूहों के बीच अपनी मजबूत पकड़ नहीं बना सका है।
- डीडी किसान चैनल नहीं देखने वाले कुल लोगों में से 57 प्रतिशत लोगों को डीडी किसान चैनल के बारे में जानकारी नहीं है, 36 प्रतिशत लोग इस चैनल के हिंदी भाषा में होने की वजह से देखना पसंद नहीं करते तथा 7 प्रतिशत लोग अन्य वजह से चैनल नहीं देखते हैं। अतः यह कहा जा सकता है कि डीडी किसान चैनल को लेकर लोगों में जागरूकता की कमी है तथा हिंदी भाषा इस चैनल को अपने लक्षित समूह तक पहुँचने में एक अवरोध का कार्य करती है।
- ‘किसान समाचार’ में आने वाली कुल खबरों में से 21 प्रतिशत खबरें अन्य वर्ग की हैं। अतः ‘किसान समाचार’ में कृषि संबंधी खबरों के साथ-साथ कुछ ऐसी खबरें भी आती हैं जिनसे कृषि का कोई संबंध नहीं होता है।
- ‘किसान समाचार’ में आने वाली कुल खबरों में से 4 प्रतिशत राजनीतिक खबरें हैं। कुछ खबरें सीधे तौर पर सरकार के प्रचार के लिए प्रयोग की जा रही हैं। जैसे ‘अमित शाह का लखनऊ में प्रेस वार्ता’।

- कुछ खबरों में अप्रत्यक्ष रूप से सरकार का प्रचार किया जा रहा है। जैसे 'केंद्र सरकार के नेतृत्व में हथकरघा उद्योग का कायाकल्प'।
- कृषि संबंधि सरकारी नीतियों तथा योजनाओं के जमीनी स्तर में जा कर उनका गहन अध्यन कर उनके सकारात्मक तथा नकारात्मक पक्षों को रखने के बजाय केवल उनका सीधे-सीधे वर्णन किया जाता है। जैसे 'देश के विभिन्न हिस्सों में 16 उद्योग मंडलों को सैद्धांतिक मंजूरी'।
- खबरों में कुछ विषयों का केवल एक तरफा पक्षरखा जाता है जैसे 'जीएसटी में कृषि के फायदे'।
- 'मंडी खबर' कार्यक्रम में केवल हिंदी भाषी राज्यों के मंडी भाव पर ही विशेष रूप से चर्चा की जाती है। उत्तर प्रदेश के मंडी भाव पर सबसे अधिक चर्चा की गयी है तथा उसके बाद मध्य प्रदेश, राजस्थान एवं गुजरात के मंडी भावों चर्चा की गयी है। कुछ अहिंदी राज्य कृषि प्रधान राज्य होने के बावजूद मंडी खबर में उन्हें स्थान नहीं दिया जा रहा है। जैसे; अरुणाचल प्रदेश, मेघालय, नागालैंड, इत्यादि।
- विशेषज्ञ द्वारा हर बार केवल कुछ मुख्य फसलों पर ही चर्चा की जाती है तथा अन्य फसलों के बारे में किसानों को कोई सलाह नहीं दी जाती है।

सुझाव

- हिंदी में होने के कारण अहिंदी राज्यों के लोगों को भाषायी समस्या होती है। इसलिए इसका प्रसारण हर राज्य विशेष की मुख्य भाषा में किया जाना चाहिए।
- साहित्यिक एवं अंग्रेजी शब्दावली के स्थान पर सरल देशज शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।
- किसान संबंधी ऊपर-ऊपर की खबरें देने के बजाय किसानों की समस्याओं की जड़ों तक जा कर उनके समाधान बताने की कोशिश करनी चाहिए।
- सरकारी योजनाओं और नीतियों के बारे में सीधे-सीधे बताने के बजाय उनका गहन अध्ययन कर उनकी खूबियाँ तथा कमियाँ भी बताई जानी चाहिए तथा उनमें सुधार के सुझाव देने चाहिए।
- किसी भी योजना या नीति का केवल वृहद वर्णन करने के अलावा इसके साथ-साथ किसानों को उसकी उपयोगिता तथा उससे लाभान्वित होने की विधि भी बताई जानी चाहिए।
- डीडी किसान के बारे में लोगों में जागरूकता की भी कमी है इसलिए चैनल के प्रचार प्रसार के लिए कार्य करने की जरूरत है। गाँव-गाँव जाकर कार्यक्रम का आयोजन कर या अन्य माध्यम से लोगों को डीडी किसान चैनल के कार्यक्रमों की जानकारी देने तथा उन्हें चैनल देखने के लिये प्रेरित करने की आवश्यकता है।
- डीडी किसान के कार्यक्रमों के फीडबैक जानने के लिए केवल 'चौपाल चर्चा' कार्यक्रम का उपयोग किया जाता है। जो की बहुत ही सीमित माध्यम है। किसी भी प्रकार के सफल संचार के लिए फीडबैक अत्यंत आवश्यक है।

इसलिए चैनल की तरफ से समय-समय पर सर्वे करवाए जाने चाहिए तथा उसके परिणाम के अनुसार चैनल में बदलाव तथा सुधार किये जाने चाहिए।

- डीडी किसान के वेबसाईट पर इसके कार्यक्रम को उपलब्ध कराना चाहिए ताकि कृषि से जुड़े विभिन्न वर्ग के लोग इससे लाभान्वित हो सकें।