



वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय
कोटा

एम.जे.एम.सी.-8
ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता
(Rural and Environment
Communication)

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता - 3

पत्रकारिता एवं जनसंचार स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम
(Master of Journalism & Mass Communication)

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता

3



वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय
कोट

एम. जे. एम. सी. - 8
ग्रामीण एवं पर्यावरण
पत्रकारिता

पत्रकारिता एवं जनसंचार
स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता-3

पाठ्यक्रम विशेषज्ञ समिति

* प्रो. जी.एस.एल. देवड़ा कुलपति कोटा खुला विश्वविद्यालय कोटा (अध्यक्ष समिति)	* प्रो. ए.के. बनर्जी पूर्व-अध्यक्ष, पत्रकारिता विभाग बनारस हिन्दू विश्वविद्यालय वाराणसी
* डॉ. ए. डबल्यू. खान कुलपति इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय नई दिल्ली	* प्रो. जे.एस. यादव निदेशक भारतीय जनसंचार संस्थान नई दिल्ली
* राधेश्याम शर्मा पूर्व-महानिदेशक माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय, भोपाल(म. प्र.)	* डॉ. भंवर सुराणा ब्यूरो चीफ/ विशेष संवाददाता दैनिक हिंदुस्तान जयपुर
* डॉ. ओ.पी. केजरीवाल महानिदेशक, महानिदेशालय आकाशवाणी नई दिल्ली	* डॉ. रमेश जैन अध्यक्ष-जनसंचार विभाग कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा

संयोजक

डॉ. रमेश जैन- अध्यक्ष, जनसंचार विभाग
कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा

पाठ-संपादक एवं भाषा-संपादक

पाठ-संपादक डॉ. महेन्द्र मधुप संयुक्त निदेशक, प्रशिक्षण और प्रचार राजस्थान राज्य कृषि विपणन बोर्ड, जयपुर सचिव, इन्टरनेशनल सोसायटी फॉर एथीकलचरल मार्केटिंग (अहमदाबाद)	भाषा-संपादक डॉ. विष्णु पंकज वरिष्ठ साहित्यकार-पत्रकार जयपुर
--	---

अकादमिक एवं प्रशासनिक व्यवस्था

प्रो.(डॉ.) नरेश दाधीच कुलपति वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा	प्रो.(डॉ.)एम.के. घड़ोलिया निदेशक(अकादमिक) संकाय विभाग	योगेन्द्र गोयल प्रभारी पाठ्य सामग्री उत्पादन एवं वितरण विभाग
---	--	---

पाठ्यक्रम उत्पादन

योगेन्द्र गोयल

सहायक उत्पादन अधिकारी,

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राज.)

पुनः उत्पादन - अगस्त, 2010

इस सामग्री के किसी भी अंश को व.म.खु.वि. कोटा की लिखित अनुमति के बिना किसी भी रूप में अथवा मिनियोग्राफी (चक्रमुद्रण) द्वारा या अन्यत्र पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है। व.म.खु.वि. कोटा के लिये कुलसचिव व.म.खु.वि. कोटा (राज.) द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित

पाठ्यक्रम - अष्टम

खण्ड - 3

3

इकाई 9	
ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता	9-21
इकाई 10	
ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार का योगदान	22-39
इकाई 11	
ग्रामीण जनसंचार और सामाजिक परिवर्तन	40-58
इकाई 12	
ग्रामीण पत्रकारिता की लघु एवं माध्यम पत्र-पत्रिकाएं	59-74

पाठ लेखक

1. **प्रो. वहीद अहमद काजी**
अध्यक्ष-भारतीय सूचना सेवा आयोग
भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली
2. **ईश्वरदेव मिश्र**
संपादक-जनवार्ता
मवड़या, सारनाथ
वाराणसी
3. **डॉ. महेंद्र भानावत**
लोक साहित्य विशेषज्ञ , लोककर्म
उदयपुर
4. **हमीदुल्ला**
हिन्दी नाटककार
जयपुर
5. **डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ**
पूर्व सह आचार्य, हिन्दी विभाग
सुखाडिया विश्वविद्यालय, उदयपुर
6. **गोपाल गुप्ता**
वारिष्ठ जनसंचार कर्मी
नई दिल्ली
7. **चिरंजीलाल माथुर**
संपादक 'समयकोण'
जयपुर
8. **रमेशदत्त शर्मा**
निदेशक-कृषि सूचना एवं प्रकाशन निदेशालय
भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद, नई दिल्ली
9. **अनुपम मिश्र**
निदेशक- पर्यावरण कक्ष
गांधी शांति प्रतिष्ठान, नई दिल्ली
10. **शुभ पटवा**
वरिष्ठ पत्रकार
भीनासर, बीकानेर
11. **रजनी**
उप संपादक 'कुरुक्षेत्र' (हिन्दी)
नई दिल्ली
12. **डॉ. लक्ष्मीकान्त दाधीच**
प्राध्यापक- वनस्पति विभाग
राजकीय महाविद्यालय, कोटा
13. **डॉ. महेन्द्र मधुप**
संयुक्त निदेशक, प्रशिक्षण और प्रचार
राजस्थान राज्य कृषि विपणन बोर्ड, जयपुर .
14. **रामकुमार**
स्वतंत्र पत्रकार, लेखक
कोटा

खंड एवं इकाई परिचय

खंड परिचय

पत्रकारिता एवं जनसंचार स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम (एम.जे.एम.सी)-8 'ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता' का है। ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता एसी विधा है जिस पर विश्व भर का ध्यान आकर्षित हुआ है। आज अनुभव किया जा रहा है की सर्वगीन विकास के लिए यह आवश्यक है की जनसंचार माध्यमों का रुख ग्रामीण विकास की ओर किया जाए। इस चिंतन से भारत के गवों को नई चेतना मिली है और उसके परिणाम स्वरूप ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विसास का अध्याय भी सुरु हुआ।

इस खंड की विभिन्न इकाइयों का अध्ययन करने के बाद आप ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की मूल संकल्पना को जान सकेंगे। आप यह भी जानेंगे की भरतीय कृषि एवं ग्रामीण क्षेत्रों के पर्यावरण के संदर्भ में आजादी से पूर्व एवं उसके पश्चात् किस प्रकार ग्रामीण पत्रकारिता का विसास हुआ। आज सरकारी सूचना सेवाओं, समाचारपत्रों प्रसार भारती एवं दूरदर्शन आदि के माध्यम से ग्रामीण पत्रकारिता को कितना सहयोग मिला? इन विविध माध्यमों ने इसके विकास में किस प्रकार की भूमिका का निर्वहन किया है?

इकाई परिचय

प्रस्तुत खंड -3 'ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता' में 4 इकाइयां हैं। ये हैं 9 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता, 10 ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार का योगदान, 11 ग्रामीण जनसंचार और सामाजिक परिवर्तन तथा 12 ग्रामीण पत्रकारिता की लघु एवं माध्यम पत्र-पत्रिकाएँ।

इकाई 9 - इकाई 9 'ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता' की है। इस इकाई में ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का तात्पर्य, ग्रामीण पत्रकारिता का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य, ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विविध माध्यम, ग्रामीण पत्रकारिता में बाधक तत्व, पत्रकारिता का दायित्व, ग्रामीण पत्रकारिता के विविध आयाम और ग्रामीण पत्रकारिता की भावी दिशा पर विस्तृत विवेचना की गई है।

यह इकाई ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विविध पहलुओं पर प्रकाश डालेगी। साथ ही ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता में अंतर स्पष्ट करेगी।

इकाई 10 'ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार का योगदान' विषय से संबद्ध है। प्रस्तुत इकाई में जिन बिन्दुओं पर विस्तृत चर्चा की गई है, वे हैं ग्रामीण क्षेत्र से तात्पर्य, ग्रामीण जनसंचार अर्थ एवं माध्यम, जनसंचार एवं ग्रामीण जनसंचार, ग्रामीण जनसंचार के माध्यम, ग्रामीण जनसंचार के आधुनिक माध्यम, ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंपर्क माध्यम, अराजकीय सेवा संस्थान का जनसंचार परक कार्य तथा ग्रामीण जनसंचार माध्यमों की उपयोगिता।

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आप यह जान पाएंगे कि जनसंचार व्यवस्था ने ग्रामीण क्षेत्रों को कैसे प्रभावित किया है? ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार का योगदान कैसे उपयोगी है?

इकाई 11 'ग्रामीण जनसंचार और सामाजिक परिवर्तन' की है। इस इकाई में सृष्टि और संचार, एक सिक्का दो पहलू, नई सूचना क्रांति और ग्रामीण जनसंचार, टेलीविजन और ग्रामीण

कार्यक्रम, आकाशवाणी : जिम्मेदारी का विवाह, प्रिंट मीडिया: गांवों की उपेक्षा, ग्रामीण संचार परंपरागत माध्यम तथा कुछ प्रमुख लोक विधाएं आदि विषयों पर विस्तृत प्रकाश डाला गया है ।

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप भारत के लिए ग्रामीण जनसंचार का महत्व और सामाजिक जीवन में उसकी परिवर्तनकारी भूमिका से अच्छी तरह परिचित होंगे ।

इकाई 12 में "ग्रामीण पत्रकारिता की लघु एवं मध्यम पत्र-पत्रिकाओं की विवेचना की गई है । ग्रामीण पत्रकारिता, जिसमें कृषि पत्रकारिता भी सम्मिलित है, के प्रादुर्भाव, विकास एवं वर्तमान स्थिति से आप अच्छी तरह अवगत हो सकें - इस इकाई का प्रमुख उद्देश्य है।

ग्रामीण पत्रकारिता: प्रादुर्भाव एवं विकास, मुद्रित संचार माध्यम के रूप में पत्रकारिता की विशिष्टता तथा उपयोगिता, पत्र-पत्रिकाओं में समायोजित सामाग्री एवं लेखन विधाएं तथा प्रभावी लेखन अवयव और सिद्धांत की विस्तार से चर्चा की गई है ।

आशा की जाती है कि ये चारों इकाइयां आपको ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के बारे में यथेष्ट जानकारी एवं ज्ञान-दर्शन देंगी।

इकाई 9 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

- 9.0 उद्देश्य
- 9.1 प्रस्तावना
- 9.2 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का तात्पर्य
- 9.3 ग्रामीण पत्रकारिता का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य
 - 9.3.1 स्वतंत्रता से पूर्व की ग्रामीण पत्रकारिता
 - 9.3.2 स्वतंत्रता के बाद की ग्रामीण पत्रकारिता
- 9.4 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विविध माध्यम
 - 9.4.1 ग्रामीण सूचना सेवा
 - 9.4.2 ग्रामीण भित्ति सूचना सेवा
 - 9.4.3 रेडियो सूचना सेवा
 - 9.4.4 दूरदर्शन ग्रामीण कार्यक्रम
- 9.5 ग्रामीण पत्रकारिता में बाधक-तत्व
- 9.6 पत्रकारिता का दायित्व
- 9.7 ग्रामीण पत्रकारिता के विविध आयाम
- 9.8 ग्रामीण-पत्रकारिता की भावी दिशा
- 9.9 निष्कर्ष
- 9.10 निबंधात्मक प्रश्न
- 9.11 उपयोगी पुस्तकें

9.0 उद्देश्य

इसव इकाई का अध्ययन करने के पश्चात् आप यह बता सकेंगे कि ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की मूल संकल्पना या तात्पर्य क्या है। इसके अलावा ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की विभिन्न प्रवृत्तियों एवं प्रयोजनों का भी आप परिचय देने में सक्षम होंगे। आप यह भी जानकारी दे सकेंगे कि भारतीय कृषि एवं ग्रामीण क्षेत्रों के पर्यावरण के संदर्भ में आजादी से पूर्व एवं उसके पश्चात् किस प्रकार ग्रामीण-पत्रकारिता का विकास हुआ।

आज सरकारी सूचना- सेवाओं, भित्ति- समाचारपत्रों, रेडियो एवं दूरदर्शन आदि के माध्यम से ग्रामीण- पत्रकारिता को कितना सहयोग मिला है? इन विविध माध्यमों ने इसके विकास में किस प्रकार की भूमिका का निर्वहन किया है?

इस इकाई का यह भी उद्देश्य है कि इसके अध्ययन से आप ग्रामीण पत्रकारिता के संदर्भ में देश के समाचार-माध्यमों के दृष्टिकोण एवं ग्रामीण- क्षेत्रों में संचार-माध्यमों की स्थिति का परिचय पा सकेंगे। ग्रामीण पत्रकारों के दायित्व इसके विविध आयामों एवं इसकी भावी दिशा के बारे में भी चर्चा कर सकेंगे।

9.1 प्रस्तावना

अंग्रेजी राज की आरंभिक राजधानी कलकत्ता भारतीय पत्रकारिता की जन्मभूमि है। ईसाई-धर्मप्रचार के उद्देश्य से केवल धर्मप्रचार के लिए साहित्य मुद्रण हेतु कलकत्ता के उपनगर श्रीरामपुर में मुद्रण शुरू किया। मुद्रण की सुविधा पत्र-प्रकाशन की प्रेरणा बनी। भारत में पहला पत्र 'बंगाल गजट ऑफ कलकत्ता जेनरल एडवरटाइजर' का प्रकाशन एक अंग्रेजी जेम्स आगस्ट हिकी ने 29 जनवरी, 1780 को किया। पत्र के प्रथम अंक में हिकी ने मन और आत्मा की स्वतंत्रता का आग्रह प्रकट किया। हिकी ने अपने पत्र के माध्यम से हेस्टिंग्स सरकार के प्रशासन की त्रुटियों की आलोचना शुरू की। इस प्रकार पहले अखबार ने ही पत्रकारिता की सही भूमिका की ओर संकेत दिया। हिकी को जेल जाना पड़ा और इसके बाद आजादी से पूर्व भारतीय पत्रकारिता अनेक कठिनाइयों के दौर से गुजरी।

भारत, गांवों का देश है और इसकी आत्मा गांवों में बसती है। लेकिन, आजादी से पूर्व ग्रामीण-परिवेश और पर्यावरण दयनीय स्थिति का शिकार रहे हैं और उनकी खोज-खबर का क्षेत्र भी अत्यंत उपेक्षित रहा। गांवों की आत्मा की आवाज दबी रही। कृषि पत्रकारिता, ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के संदर्भ में अगर किसी शुरुआत की चर्चा करें तो आजादी से पहले श्रीरामपुर की मासिक पत्रिका या अलीगढ़ की वैज्ञानिक परिषद् के 'अलीगढ़ गजट' से मानी जाती है।

परन्तु कुल मिलाकर आजादी से पूर्व एवं उसके पश्चात् ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता एक विशेष क्षेत्र का प्रतिनिधित्व करने की दृष्टि या अपने तीखे तेवर के साथ उभरने के लिहाज से निरंतर घोर उपेक्षा का शिकार रही और आज भी इसके विकास और उत्थान की दिशा में अनेक बाधाएं हैं। इस इकाई का लक्ष्य ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की लंबी यात्रा में इसके विविध आयामों की चर्चा करना है ताकि आप ग्रामीण एवं पर्यावरण-पत्रकारिता के बारे में विस्तृत जानकारी देते हुए, इसके भावी स्वरूप की दिशा का भी संकेत दे सके।

9.2 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का तात्पर्य

पत्रकारिता को वित्त, अर्थव्यवस्था, औद्योगिक विकास, कृषि, संस्कृति आदि विभिन्न क्षेत्रों के संदर्भ में अलग-अलग बांटें तो ग्रामीण-कृषि, गांवों के पर्यावरण, उनकी आकांक्षाओं, समस्याओं आदि के संदर्भ में ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता एक ऐसी विधा है जिस पर विश्व भर का ध्यान आकर्षित हुआ है। विकसित एवं विकासशील देशों ने लंबे समय तक उदासीनता और उपेक्षा की धुंध में पड़े रहे इस क्षेत्र की ओर विशेष ध्यान देना प्रारंभ-किया है। भारत में ही नहीं बल्कि दुनिया भर में यह अनुभव किया जा रहा कि सर्वांगीण विकास के लिए यह आवश्यक है कि जनसंचार माध्यमों का रुख ग्रामीण विकास की ओर मोड़ा जाए। विश्व संस्था यूनेस्को की चिंता भी ग्रामीण विकास की ओर बढ़ी है। इस चिंतन से भारत के गांवों की दशा को भी नई चेतना मिली है और उसके परिणामस्वरूप ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विकास का अध्याय भी प्रारंभ हुआ है। ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता को अभी पूरी तरह परिभाषित तो नहीं किया गया है क्योंकि इस संबंध में विविध प्रकार की विचारधाराएं हैं, परन्तु

यह तो तय है कि ग्रामीण- समाज, उसकी कृषि, पर्यावरण और उसके सरोकारों को महत्व देने वाली पत्रकारिता, इस वर्ग में गिनी जाएगी।

कुछ लोगों के अनुसार ग्रामीण-प्राकृतिक वातावरण या पर्यावरण तथा कृषि एवं कृषकों की समस्याओं से सरोकार रखने वाली पत्रकारिता को इस श्रेणी में रखा जाना चाहिए। जबकि अन्य लोगों का विचार है कि ग्रामीण समाज के अलावा सरकार द्वारा ग्रामीण- विकास के लिए क्रियान्वित की जाने वाली विभिन्न योजनाओं राष्ट्रीय- अंतर्राष्ट्रीय घटनाओं, ग्रामीण परिस्थितियों, ग्रामीण आवश्यकताओं, समस्याओं आदि को संचार-माध्यमों के द्वारा समुचित अभिव्यक्ति देना ही ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता है।

दूसरी ओर, इस विचार से मतभेद रखने वालों का कहना है कि ग्रामीण क्षेत्रों से प्रकाशित होने वाले या ग्रामीणों द्वारा पढ़े जाने वाले समाचारपत्र या पत्रिकाएं ही ग्रामीण पत्रकारिता का अंग माना जाना चाहिए। लेकिन यहां यह प्रश्न उत्पन्न होता है कि ग्रामीण क्षेत्रों से प्रकाशित होने वाले पत्र- पत्रिकाएं ग्रामीण विकास से संबद्ध न होकर राजनीति, अपराध या अन्य इस प्रकार के मुद्दों पर भी केंद्रित हो सकते हैं और आवश्यक नहीं कि उनका ध्यान खेती, पर्यावरण और अन्य ऐसे विषयों पर केंद्रित हो, जो ग्रामीण जीवन का आधार है। यह भी आवश्यक नहीं कि ऐसे माध्यमों के पाठक, केवल गांवों में ही हों।

ऐसे में, यह तय करने के लिए कि ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का स्वरूप क्या हो सकता है, यह कहा जा सकता है कि जिन पत्र-पत्रिकाओं या प्रसारण कार्यक्रमों का केंद्र बिन्दु अधिकांशतः ग्रामीण विकास, कृषि, पर्यावरण पंचायत व्यवस्था, सहकारिता आदि हों, वे ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की कोटि में आएंगे, चाहे उनका प्रकाशन स्थान नगर हो या गांव। उनका पाठक वर्ग भी नगर में रहे चाहे ग्रामीण परिवेश में।

अतः ग्रामीण समाज के अस्तित्व के आधार जैसे पर्यावरण, कृषि उनकी समसामयिक समस्याओं तथा उनके निदान की दिशा में जागरूकता पैदा करने के प्रयत्नों के संबंध में जन-संचार माध्यमों में प्रकाशन या प्रसारण आदि को ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की संज्ञा दी जा सकती है। यह सच है कि ग्रामीण जीवन का मुख्य उद्यम या सरोकार कृषि है। लेकिन कृषि कार्य एवं किसानों के हितों को अभिव्यक्ति देना एक सीमित कार्य क्षेत्र होगा। आमतौर से ग्रामीण पर्यावरण एवं परिवेश को संकुचित दायरे में देखते हुए इसे कृषि पत्रकारिता की संज्ञा दी जाती है लेकिन विस्तार में देखा जाए तो ग्रामीण क्षेत्रों में अधिक संख्या में बसे किसानों के साथ और भी कई प्रकार के उद्यम या श्रम करने वाले लोग बसते हैं। अतः विस्तृत दृष्टिकोण से ग्रामीण क्षेत्रों के व्यापक सरोकार ही ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता है।

9.3 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

पशु पालन, वन, हवा, पानी, भूमि, खेती, श्रम और सहज- जीवन ही ग्रामीण जीवन के संपूर्ण पर्यावरण एवं परिवेश का ताना-बाना बुनते हैं और उनके संपूर्ण पर्यावरण एवं जीवन को अभिव्यक्ति देने वाले माध्यम ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का आधार हैं। लेकिन आमतौर से ग्रामीण पत्रकारिता का दायरा छोटे रखते हुए सामान्यतः लोग ग्रामीण पत्रकारिता का अर्थ कृषि पत्रकारिता या खेती-बाड़ी के समाचारों और आलेखों को ही समझते हैं। ग्रामीण परिवेश को

अभिव्यक्ति देने का अर्थ है- समग्र ग्रामीण जीवन को प्रकट करना या जुबान देना। कृषि पत्रकारिता का व्यापक स्वरूप ही ग्रामीण पत्रकारिता है जिसमें कृषि कार्यों के साथ ग्रामीण जीवन के आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और धार्मिक सरोकार भी जुड़े हुए हैं।

ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य की चर्चा से पूर्व ग्रामीण पत्रकारिता के संदर्भ में यह बात कहना इसलिए उचित है कि प्रारंभ से ग्रामीण पत्रकारिता का अभिप्राय केवल कृषि जगत के संदर्भ तक सीमित रहा।

9.3.1 स्वतंत्रता से पूर्व की ग्रामीण पत्रकारिता

भारत में ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का उद्गम कृषि पत्रकारिता के साथ हुआ। यद्यपि कृषि को एक केंद्र बिन्दु माना जाता है लेकिन मुद्दे और भी जुड़े हुए हैं। पहला कृषि पत्र 1914 में 'कृषि सुधार' का प्रकाशन शुरू किया गया। लेकिन 9वीं सदी से पूर्व भी भारत में अनेक ग्रंथों की रचनाएं हुईं जिनमें 'कृषि पाराशर' प्रमुख है। चरक ने 90 वनस्पतियों की खोज करके उनके औषधीय उपयोग का चरक संहिता में विस्तार से वर्णन किया।

प्राचीन भारतीय ग्रन्थों में खेती, वनों, पशुपालन एवं कृषि के संबंध में अनेक पक्षों का शोधपूर्ण विवरण मीमांसा की कमी नहीं है। अथाह साहित्य इस संदर्भ में रचा गया। लेकिन बात आधुनिक कृषि-पत्रकारिता से प्रारंभ करें तो गत सदी में 'किसान और सहकारी समाचार' पत्रिका, 1909 में 'किसानी माला', बिहार में पटना से 'किसान मित्र' मासिक पत्रिका, उत्तर प्रदेश से 'किसानोपकारक' का 1913 में प्रकाशन, 1924 में 'खेतीबाड़ी समाचार' 1923 में दिल्ली से प्रारंभ 'हरिजन सेवक', 1936 में 'हलधर' साप्ताहिक, 1937 में पटना से 'गांव', वर्धा से 'ग्रामोद्योग पत्रिका', 1943 में कोटा से 'किसान संदेश', 1941 में 'पंचज्योति', काशी से 'सहकारी' तथा लखनऊ से 'सहकारिता' आदि पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन की एक लंबी सूची है।

9.3.2 स्वतंत्रता के बाद की ग्रामीण पत्रकारिता

आजादी के बाद कृषि एवं ग्रामीण जीवन को नई गति, नया रंग-रूप देने तथा पंचवर्षीय योजनाओं के माध्यम से गांवों की काया पलट के एक नए युग का आरंभ किया गया। सरकारी स्तर पर आजादी से पूर्व 1946 में 'खेती' का प्रकाशन शुरू हुआ और आजादी के तीन साल बाद 1950 में सरकार ने 'कुरुक्षेत्र' का प्रकाशन शुरू किया। गैर सरकारी स्तर पर 1946 में 'कृषक जगत' तथा 'फार्म जर्नल' निकले।

ग्रामीण क्षेत्र में राजनैतिक, सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक बदलाव के साथ ही ग्रामीण पत्रकारिता में एक नया मोड़ आया। शोध कार्य शुरू हुए। कृषि एवं ग्रामीण विकास के लिए अनेक विभागों एवं विश्वविद्यालयों की स्थापना की गई। पंचायतराज शुरू हुआ। सहकारिता आंदोलन चलाया गया। अनेक पत्र-पत्रिकाएं प्रकाशित होने लगीं। रेडियो ने संपूर्ण ग्रामीण संचेतना के माध्यम के रूप में एक क्रांतिकारी योग देना प्रारंभ किया। 1960 के दशक तक सेवा ग्राम, 'सहकारी पशुपालन' आदि पत्रों का प्रकाशन हुआ। 1966 में कृषि के क्षेत्र में क्रांति का सूत्रपात हुआ।

कृषि विस्तार निदेशालय ने 'घरनी', 'उन्नत खेती', 'पशुपालन', 'कृषि चनका' आदि पत्र-पत्रिकाएं निकालीं। अनेक राज्यों में यह क्रम चला और 'हरियाणा खेती', 'किसान भारती', अपना

पत्र, 'आधुनिक कृषि', 'किसान', 'विश्व उपज' आदि छपने शुरू हुए। राज्यों के विकास विभागों ने 'राजस्थान विकास', 'कृषि व पशुपालन', 'किसानी समाचार' आदि के द्वारा ग्रामीण पत्रकारिता को विकसित किया।

'आज की खेती', 'गांव', 'ग्राम की खेती', 'गौसंवर्धन', 'कृषि विकास', 'उजाला', 'सेवाग्राम', 'कृषि प्रजाति' 'नियमित मंडी', 'समय कोण', 'हरित क्रांति', 'मंडी एक्सप्रेस' आदि कई उपयोगी पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन होने लगा है।

इस ऐतिहासिक दृष्टि से कृषि पर आधारित पत्रकारिता में एक नया मोड़ आया है। राजनीति पर केंद्रित देश के समाचारपत्र भी जागने लगे हैं और 1970 से आज, अमर उजाला, नवभारत, नई दुनिया, देशबंधु, भास्कर, नवज्योति, राजस्थान पत्रिका, जलते दीप, आर्यावर्त आदि विभिन्न राज्यों के समाचार पत्रों ने कृषि पर विशेष स्तंभ शुरू किया। राजस्थान पत्रिका ने "आओ गाँव चले" स्तंभ की एक लंबी श्रृंखला की दिलचस्प शुरुआत की। नवभारत टाइम्स एवं हिंदुस्तान जैसे पत्रों का भी ध्यान इस ओर गया। आकाशवाणी और दूरदर्शन ग्रामीण पत्रकारिता को पुष्ट करने की दिशा में विभिन्न विशेष कार्यक्रमों के द्वारा महत्वपूर्ण योग देते रहे हैं।

इस प्रकार आजादी के बाद न केवल ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता को नए आयाम दिए गए हैं बल्कि इसका कृषि तक सीमित दायरा भी व्यापक हुआ है और एक स्वरूप उभरने लगा है।

9.4 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विविध माध्यम

आजादी के बाद ग्रामीण एवं पर्यावरण के एक नए अध्याय का प्रारम्भ हुआ। कृषि अनुसंधान के क्षेत्र में अनेक उपाय किए गए। देश में अनुसंधान संस्थानों, अनुसंधान केन्द्रों, सामग्री-स्रोत केन्द्रों, अनुसंधान परियोजना केंद्रों, कृषि महाविद्यालयों एवं विश्वविद्यालयों की स्थापना हुई। राज्यों के स्तर पर भी कृषि अनुसंधान तथा पशुपालन पर अनेक कार्यक्रमों का संचालन किया जाने लगा। लेकिन सूचनातंत्र के अविकसित होने तथा ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के पूर्ण विकास के अभाव में अनुसंधानकर्त्ता संस्थानों के परिणाम किसानों एवं ग्रामीण क्षेत्रों में नहीं पहुंच सके और यदि पहुंचे भी तो विलंब से। इसके अतिरिक्त ग्रामीण क्षेत्रों में जो परिवर्तन और प्रतिक्रियाएं हुईं, उनकी सूचना भी सरकारी एवं अनुसंधान तंत्र की पहुंच में नहीं आई। इस दिशा में समाचारपत्र, रेडियो और दूरदर्शन आदि की महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती थी, परंतु इस दिशा में ये विभिन्न माध्यम एक कड़ी के रूप में व्यापक स्तर की विशेष योगदान देने में पूरी तरह कामयाब नहीं हुए। ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण कड़ी की सूचना सेवाओं के द्वारा पूर्ण होना संभव है।

9.4.1 ग्रामीण सूचना-सेवा

ग्रामीण सूचना सेवा से तात्पर्य यह है कि एक ऐसी प्रेस सेवा द्वारा सरकार और अनुसंधान या परियोजना संस्थानों द्वारा समाचारपत्रों, पत्रिकाओं के प्रकाशन तथा रेडियो और दूरदर्शन प्रसारणों के लिए विशेषज्ञ पत्रकारों के माध्यम से समाचारों, फीचरों, भेंटवार्ताओं, परिचर्चा, रिपोर्टों आदि का प्रचार-प्रसार विभिन्न समाचार माध्यमों को भेजकर उनका विस्तार के साथ प्रसारण करना। ये सेवाएं हिंदी, अंग्रेजी एवं क्षेत्रीय भाषाओं में दी जा सकती थीं। इस

दिशा में कुछ कार्य हुआ भी। कृषि अनुसंधान परिषद् ने 1962 में ऐसी समाचार सेवा विभिन्न क्षेत्रीय भाषाओं में शुरू भी की थी। ये समाचार सेवा राज्यों के 250 समाचारपत्रों - पत्रिकाओं एवं आकाशवाणी केंद्रों को दी जाने लगी।

इसी प्रकार दूसरी समाचार सेवा ' फार्म सूचना सेवा ' कृषि मंत्रालय ने प्रारंभ की। यू.एन.आई. ने भी अंग्रेजी में ' कृषि एवं फीचर सेवा' का आरंभ किया। पी.टी.आई. समाचार सेवा ने भी ऐसी सेवा चालू की। भारत सरकार के पत्र- सूचना कार्यालयों ने भी इसमें योग दिया। छायाचित्र भेजने की भी व्यवस्था हुई। लेकिन कुल मिलाकर, आवश्यकता के अनुरूप तथा कारगर ढंग से संयुक्त प्रयास के रूप में यह कार्य अपनी जड़ें नहीं जमा सका।

9.4.2 ग्रामीण भित्ति समाचारपत्र

दीवारों पर लगाए जाने वाले समाचारपत्रों या सामग्री को भित्ति समाचारपत्र कह सकते हैं जो एक निश्चित अवधि के बाद प्रकाशित हों। किसी सार्वजनिक स्थान- स्कूल, पंचायत, कचहरी आदि की दीवारों पर बने बोर्ड पर ग्रामीण पाठकों के लिए हस्तलिखित टंकित या मुद्रित उपयोगी समाचारों का प्रसार संभव हो सकता है।

हर पखवाड़े या सप्ताह आसपास की घटनाओं एवं इस प्रकार के ग्रामीण जन-जीवन एवं पर्यावरण में संबन्धित सामग्री का प्रदर्शन सूचना- पत्रक के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह कर सकता है। यद्यपि ये पत्रकारिता की मूल संकल्पना में नहीं आते लेकिन ये ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता को पुष्ट करने की दिशा में अपना महत्वपूर्ण योग दे सकते हैं। दिल्ली में प्रौढ़ शिक्षा के प्रसार की दृष्टि से 'हमारा गाँव' या ' हमारा शहर ' दो भित्ति- समाचारपत्र शिक्षा विभाग ने निकाले। केन्द्रीय सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय का 'हमारा देश' नामक भित्ति समाचारपत्र भी लोकप्रिय हुआ। लेकिन यह विधा भी पूरे संकल्प एवं आंदोलन के रूप में अपनी पैठ नहीं जमा सकी।

9.4.3 रेडियो सूचना सेवा

भारत में नियमित रेडियो प्रसारण सेवा 1927 में हुई। स्वतंत्रता प्राप्ति के समय देश में 9 रेडियो स्टेशन थे जो 1990 में बढ़कर 104 हो गए। ब्रिटिश काल में रेडियो में नगरीय जनता के कार्यक्रमों का बाहुल्य था। साक्षरता, खेती, अर्थजगत, सामाजिक, राजनैतिक और ग्रामीण जीवन के विविध पहलुओं को लेकर 'ग्रामीण मंच', ' खेती और गृहस्थी' आदि विविध कार्यक्रमों तथा रेडियो द्वारा 1960 में गठित फार्म एंड होम यूनिट के द्वारा अशिक्षाग्रस्त और विकट भौगोलिक परिस्थितियों में जकड़े भारतीय परिवेश में रेडियो की भूमिका अत्यंत उपयोगी एवं कारगर रही और ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की दृष्टि से रेडियो या आकाशवाणी ने बेहतर एवं कारगर भूमिका का निर्वहन किया है।

9.4.4 दूरदर्शन ग्रामीण कार्यक्रम

दूरदर्शन, दृश्य एवं श्रव्य माध्यम के रूप में अपना महत्वपूर्ण स्थान रखता है। लेकिन अभी तक इस माध्यम की पहुँच ग्रामीण भारत में उतनी नहीं हुई है जितनी की रेडियो की है।

रेडियो की लोकप्रियता और उपयोगिता के संदर्भ में दूरदर्शन आज भी पीछे है। दूरदर्शन द्वारा भी नियमित ग्रामीण कार्यक्रमों का प्रसारण होता है लेकिन एक औपचारिकता की तरह अभी इस माध्यम की भूमिका अपीरभाषित और बहुत सीमित है तथा यह एक मनोरंजनात्मक स्तर पर काम करता है जबकि रेडियो का अपना सामाजिक और ग्रामीण दर्शन विकसित हुआ है। अभी ग्रामीण पत्रकारिता के क्षेत्र में दूरदर्शन की भूमिका विशेष कारगर और उपयोगी सिद्ध नहीं हो पाई है।

9.5 ग्रामीण पत्रकारिता में बाधक तत्व

स्वतंत्रता के पश्चात् ग्रामीण जीवन में आर्थिक, राजनैतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक स्तरों पर अनेक परिवर्तन हुए हैं लेकिन नगरीय संस्कृति के मोह ने ग्रामीण परिवेश का आकर्षण कम किया है। ग्राम्य परंपराओं एवं संस्कृति की सहज एवं आत्मीय अनुभूतियां, नगरीय आत्म-केंद्रित जीवन से प्रभावित हुई हैं। इसके अतिरिक्त नगरों की ओर पलायन, ग्रामीण क्षेत्रों में नगरों के समान सुविधाओं के अभाव, ग्रामीण उत्पादों का भी बढ़ते नगरों की ओर जाने का सिलसिला आदि अनेक पहलू उभरकर सामने आए हैं।

इस परिवर्तन होते ग्रामीण स्वरूप के बीच जहां गांवों की अपनी एक अलग पहचान धूमिल होने लगी है, वहां संचार के साधनों के बढ़ते रहने की प्रक्रिया के चलते भी ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता का अपना कोई स्वरूप उभरकर सामने नहीं आ रहा है।

अधिकांश ग्रामीण क्षेत्रों से प्रकाशित साप्ताहिक या मासिक पत्र भी कागज, छपाई, विज्ञापनों की कमी आदि अनेक कारणों से विकसित नहीं हो सके। समाचारपत्रों, पत्रिकाओं का रुख नगरों की ओर ही अधिक है, यद्यपि बढ़ती प्रतिस्पर्धा ने क्षेत्रीय समाचार-पत्रों का ध्यान ग्रामीण परिवेश की ओर काफी सीमा तक मोड़ा है। अखबारी उद्यत में ग्रामीण क्षेत्रों का दायम स्थान है क्योंकि ग्रामीण क्षेत्रों में पाठकों की संख्या भी साक्षरता के अभाव में कम होती है। अतः ग्रामीण क्षेत्रों के विकास और उनकी समस्याओं को नगरीय-समाचारों या सनसनीखेज चोरी-डकैती, दुर्घटना जैसे समाचारों और आलेखों की तुलना में कम तरजीह मिलती है।

इसके अलावा, नगरीय एवं क्षेत्रीय समाचारपत्रों के ग्रामीण क्षेत्रों में फैले अंशकालीन संवाददाताओं एवं रिपोर्टर्स विशेष प्रशिक्षण या ज्ञान प्राप्त नहीं कर पाते हैं। उन्हें संपूर्ण सुविधाएं या संतोषजनक पारिश्रमिक भी नहीं दिया जाता। इन कारणों से ग्रामीण समस्याओं, विकास कार्यों आदि को पत्रों में समुचित स्थान नहीं मिल पाता। यद्यपि धीरे-धीरे स्थितियां बदल रही हैं और अनेक समाचारपत्रों ने जिला मुख्यालयों एवं ग्रामीण अंचलों पर अपने प्रशिक्षित संवाददाताओं एवं आधुनिक सूचना साधनों की संरचना पर ध्यान देना प्रारंभ कर दिया है।

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विकास में एक बाधा यह भी है कि ग्रामीणजन अपने स्वयं के जीवन और अस्तित्व के लिए ही संघर्षरत हैं और उनकी आय अभी समाचारपत्र की आय बढ़ाने या विज्ञापन देकर समाचारपत्रों को आकर्षित करने में असमर्थ है। इस प्रकार साक्षरता की कमी, प्रशिक्षित पूणकालीन संवाददाताओं के अभाव, ग्रामीण-अर्थव्यवस्था के कमजोर होने तथा गांवों के प्रति नगरों की तुलना में कम ध्यान दिए जाने आदि बाधक तत्वों के कारण भारत में ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता उपेक्षा का शिकार हुई है।

9.6 ग्रामीण पत्रकारों का दायित्व

ग्रामीण पत्रकार सच्चे अर्थों में ग्रामीण पत्रकारिता में विशेषज्ञ होना चाहिए। उसे किसानों की स्थिति, समस्याओं तथा आवश्यकताओं का वास्तविक ज्ञान होना चाहिए। उसे कृषि कार्य में विज्ञान की उपयोगी शाखाओं में हो रहे शिक्षण- प्रशिक्षण तथा अनुसंधान कार्यों की जानकारी होनी चाहिए। उसे ग्रामीण समाजशास्त्र, ग्रामीण अर्थव्यवस्था, ग्रामीण राजनीति, ग्रामीण मनोविज्ञान के अलावा ग्राम्य जीवन संबंधी कुछ मूलभूत घटकों का भी सामान्य ज्ञान होना चाहिए जैसे- ग्रामीण समाज, ग्रामीण समुदाय, लोक संस्कृति, जाति सरचना। यदि पत्रकार ग्रामीण क्षेत्रों से संबंधित विषयों का सामान्य ज्ञान रखता है और ग्रामीण किसानों, श्रमिकों, हस्तशिल्पियों की उन्नति के लिए अपेक्षित जानकारी सुलभ कराने की क्षमता रखता है, तो वह अवश्य सफल हो सकता है। भारत में ग्रामीण पत्रकारिता की समृद्धि के लिए विभिन्न संचार माध्यमों के संपादक अथवा प्रसारकर्त्ता को अधिक ध्यान देने की आवश्यकता है। इन संचार माध्यमों के कार्यालय चाहे शहर में हों या गांव में संपादक के सम्मुख यह स्पष्ट लक्ष्य होना चाहिए कि वे जिस सामग्री का संपादन कर रहे हैं, वह मूलतः गांवों में रहने वाले सामान्य लोगों के लिए है।

पत्र- पत्रिकाएं यदि दैनिक हैं, तो उनके लिए केवल जिला स्तर पर ही नहीं पंचायत, विकास खंड और तहसील स्तरों पर भी संवाददाताओं का तंत्र होना चाहिए। यदि पत्र साधन-संपन्न है, तो वहां आवश्यकतानुसार पूर्णकालिक या अंशकालिक संवाददाता भी नियुक्त किए जा सकते हैं। अगर ऐसा संभव नहीं है, तो जिला स्तर पर एक या अधिक पूर्णकालिक, प्रशिक्षित तथा सुयोग्य संवाददाता नियुक्त करने चाहिए और उन्हें समय- समय पर अपेक्षित रिपोर्ट, फीचर लेख, भेंटवार्ताएं या वार्ताएं भेजने के लिए कहना चाहिए। शहरी क्षेत्रों में स्थित संचार माध्यम के कार्यालयों में जहां ऐसी सुविधा नहीं है, वहां संपादक सुविधा के अनुसार स्वयं संपर्क कर या पत्र-व्यवहार द्वारा ग्रामीण सरपंचों, कृषि अनुसंधान केन्द्रों, पशु विज्ञान केंद्रों अथवा गांवों में कार्य कर रहे स्वयंसेवी संगठनों से अपेक्षित सामग्री प्राप्त कर सकते हैं। यही नहीं, अपने संचार माध्यम में विज्ञापन आदि देकर ग्रामीणों को अपने क्षेत्र की विकासात्मक गतिविधियों अथवा अन्य समाचार या सामग्री भेजने के लिए प्रोत्साहित कर सकते हैं। इस दिशा में 'कुरुक्षेत्र' जैसी पत्रिका एक उदाहरण है जिसमें समय- समय पर 'सफलता की कहानी' शीर्षक स्तंभ के अंतर्गत जिला विशेष के व्यक्ति द्वारा भेजी गई विकासात्मक गतिविधियों पर लेख दिए जाते हैं। इसके अलावा अगर संभव हो तो संपादक को स्वयं भी ग्रामीण क्षेत्रों में जाकर सीधे जनसंपर्क के माध्यम से ग्रामीणों की समस्याओं और आवश्यकताओं का अध्ययन करना चाहिए।

9.7 ग्रामीण पत्रकारिता के विविध आयाम

नगरीय पत्र- पत्रिकाओं के समान ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं में भी चोरी, डकैती, हत्या, बलात्कार आदि से समाचार दिए जा सकते हैं, परन्तु इन्हें सनसनीखेज, भयकारक या चिंताजनक रूप नहीं दिया जाना चाहिए। संचार माध्यमों में परंपरागत त्यौहारों, मेलों, सांस्कृतिक कार्यक्रमों जैसे विशेष अवसरों पर उनकी उत्पत्ति और वर्तमान में आए परिवर्तनों को दर्शाते हुए

लेख या वार्ताएँ उपयोगी हो सकती हैं। इनसे हर वर्ग के ग्रामीणों को इनकी जानकारी होगी। साथ ही इससे मनोरंजन भी होगा और अपनी संस्कृति से जुड़ने का अहसास भी। ग्रामीणों के लिए उपयोगी ज्ञान - विज्ञान के विविध विषयों पर भी सामग्री दी जा सकती है। कृषि या कुटीर उद्योगों की उन्नति के लिए नित-नवीन तकनीकों या अनुसंधान विश्लेषण से प्राप्त ज्ञान की जानकारी ग्रामीणों को दी जानी चाहिए। देखा जाए तो हमारे देश में पिछले दो दशकों से कृषि पर जितना अनुसंधान कार्य किया गया है, उसका दस प्रतिशत व्यावहारिक ज्ञान उन किसानों तक नहीं पहुँच पाता, जबकि अनुसंधान योजनाओं में प्रतिवर्ष करोड़ों रुपये खर्च किए जाते हैं। संभवतः इसका सबसे बड़ा कारण इनके बीच व्याप्त संचार रिक्तता ही है। विज्ञान और किसान के बीच की दूरी ग्रामीण पत्रकारिता द्वारा समाप्त की जा सकती है। इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यमों में इस बारे में इस कमी को दूर करने का प्रयास किया जा रहा है। साथ ही कृषि आधारित पत्र-पत्रिकाओं में इसके बारे में जानकारी दी जाती है।

यही नहीं, गांवों की समस्याओं और आवश्यकताओं के संबंध में ग्रामीणों को जागरूक करने के लिए प्रगतिशील किसानों, ग्राम सेवकों, सरपंचों, जिला परिषद के अध्यक्ष तथा सदस्यों, निर्वाचित विधायकों, सांसदों और प्रांतीय एवं केंद्रीय मंत्रिमंडल के सदस्यों की भेंटवार्ताएं यथासंभव दी जानी चाहिए। विशिष्ट व्यक्तियों के भाषणों एवं कार्यक्रमों के समाचारों का संपादन करते समय संपादकीय दृष्टिकोण ग्रामीणोन्मुखी होना चाहिए। 'आम बजट' जैसे विषयों को आम जनता के सम्मुख रखते हुए उसके ग्रामोन्मुखी पहलू पर ही बल दिया जाना चाहिए। किसी व्यक्ति विशेष द्वारा ग्राम्य विकास में किए गए कार्यों का वर्णन व्यक्ति-परिचय सहित देना चाहिए ताकि अन्य ग्रामीण उससे प्रेरणा पा सकें। सभी संचार माध्यमों द्वारा संयुक्त राष्ट्र महासचिव श्री कौफी अन्नान द्वारा ' गरीबी के विरुद्ध लड़ाई ' पुरस्कार से सम्मानित कुरनूल जिले के कलवा गाँव की महिला सरपंच ' फातिबा बी ' और नोबेल पुरस्कार से सम्मानित भारतीय मूल में जन्मे अर्थशास्त्री ' श्री अमर्त्य सेन ' को सभी समाचारपत्रों ने अत्यधिक महत्व दिया।

ग्रामीण पत्रकारिता के अंतर्गत ऐसे विषय भी लिए जाने चाहिए जो ग्रामीण तथा नगरीय दोनों क्षेत्रों के लिए समान रूप से उपयोगी या महत्वपूर्ण हो सकते हैं। गांवों में किसानों के अलावा कुम्हार, बुनकर, चर्मकार, बढई, लोहार, सुनार, ग्वाले आदि अन्य कई पेशों वाले लोग भी रहते हैं। तिस पर यह भी संभव नहीं है कि किसान हर समय केवल कृषि कार्य या उससे संबंधित ज्ञान- विज्ञान की जानकारी में व्यस्त रहें। आज प्रगतिशील किसान अपने दैनिक कृषि कार्य के पश्चात् अपना खाली समय किसी व्यक्तिगत या सामूहिक मनोरंजन के रूप में व्यतीत करना चाहते हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले व्यक्ति भी देश- विदेश के समाचारों, राजनीतिक हलचलों, सामाजिक कार्यों, धार्मिक समारोहों में सक्रिय भाग लेते हैं। वे समाचारपत्रों में केवल ' खेत खलियान' ही नहीं पढ़ना चाहते या रेडियो में ' विज्ञान तथा किसान' विषय के कार्यक्रम ही नहीं देखना चाहते। वे तो प्रातःकालीन भजन, फरमाइशी फिल्मी संगीत, समाचार तथा अन्य कार्यक्रमों का आनंद भी उठाना चाहते हैं। ऐसा कौन- सा किसान होगा, जो दूरदर्शन पर ' कृषि दर्शन ' के अतिरिक्त अन्य कार्यक्रमों में रुचि न ले।

ग्रामीण विकास की दिशा में यों तो केंद्र तथा राज्य सरकारों द्वारा कई योजनाएं बनाई जाती हैं और उनके सफल कार्यान्वयन के लिए धनराशि भी आवंटित की जाती है। लेकिन स्वार्थी तथा लोभी तत्वों की वजह से वास्तविक लाभार्थी इनका लाभ नहीं उठा पाते। इन अशिक्षित ग्रामीणों को इन योजनाओं के बारे में पता ही नहीं चल पाता और वे गरीबी की रेखा से नीचे जीवन बसर करने के लिए विवश होते हैं। इन योजनाओं के तहत आवंटित राशि मुड़ी भर लोगों के पास चली जाती है। जागरूकता के अभाव की वजह से अनेक ग्रामीणजन मूलभूत बुनियादी सुविधाओं से भी वंचित रहने के लिए अभिशप्त होते हैं। कई गांवों में तो पीने का पानी भी सुविधा से उपलब्ध नहीं हो पाता। ग्रामीणजन इस तथ्य से भी अनभिज्ञ होते हैं कि वे अपने परंपरागत कौशलों का समुचित विकास करके बेरोजगारी की समस्या और शहरों में पलायन की प्रवृत्ति से मुक्ति पा सकते हैं। घर की चहार दीवारी में रहने वाली महिलाएं भी समूह बनाकर अपनी परंपरागत हस्तकलाओं को लघु उद्योगों का रूप दे सकती हैं। इससे एक ओर तो वे अपने खाली समय का सदुपयोग कर सकती हैं, तो दूसरी ओर परिवार की आय बढ़ाने में योग दे सकती हैं। वर्तमान में ऐसी कितनी ग्रामीण महिलाएं हैं जो पंचायतीराज व्यवस्था में सरकार द्वारा प्राप्त आरक्षण का लाभ उठा पाती हैं। जिन गांवों में इस ओर जागरूकता है भी, तो कितनी पंचायती महिला सदस्य सही मायने में पंचायत की गतिविधियों में भाग ले पाती हैं। महिलाओं को ढाल बनाकर उनके परिवार के पुरुष सदस्य ही पंचायत संबंधी कार्य करते हैं। महिला पंचायत सदस्य की भूमिका मात्र अंगूठा लगाने भर की होती है। सरकार द्वारा ग्रामीणों को अपनी निजी आवश्यकताओं, कृषि संबंधी जरूरतों और उद्यम लगाने एवं स्वरोजगार शुरू करने के लिए धनराशि जुटाने के लिए बैंकों द्वारा कम ब्याज दर पर ऋण उपलब्ध कराने की व्यवस्था है ताकि वे साहूकारों के चंगुल में फंसने से बच जाए। ग्रामीण जन-समुदाय को सरकार की नीतियों के प्रति जागरूक करने का कार्य संचार माध्यम बखूबी कर रहे हैं। उनका मुख्य जोर ट्रायसेम, द्वारिका, स्वर्णजयंती योजना आदि स्वरोजगारपरक कार्यक्रमों, विभिन्न हस्तशिल्पों के विकास की संभावनाएं, सहकारिता, ऋण सुविधाएं, साक्षरता, प्रौढ़ शिक्षा, पानी, बिजली, चिकित्सा, आवास, स्वच्छता एवं स्वास्थ्य, पशु-पालन जैसे कार्यक्रम पर होता है। प्रिंट मीडिया में ' कुरुक्षेत्र', ' ग्रामीण दुनिया', ' सेवाग्राम', ' राजस्थान पत्रिका' जैसे पत्र और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न कार्यक्रमों द्वारा सरल, सहज और बोधगम्य भाषा- शैली में इन कार्यक्रमों का प्रचार किया जा रहा है।

9.7.1 पर्यावरण की अनदेखी

स्वतंत्रता के बाद आधुनिक कृषि यंत्रों, उर्वरकों एवं कीटनाशक दवाइयों आदि का उपयोग बढ़ा है। वनों का क्षेत्र घटा है। वृक्षों एवं वनों को काटकर लकड़ी का उपयोग करने या अधिक से अधिक भूमि पर खेती करने का चलन बढ़ा है। इससे भूमि की उर्वरक शक्ति कम हुई है। भूमि को प्राकृतिक रूप से उर्वरक बनाने वाले कीटों का नाश हुआ है तथा वनों की कमी से खेती के लिए उपयोगी जीवों एवं पक्षियों की संख्या में कमी आई है। बाढ़ या सूखे का कारण भी वनों एवं पर्यावरण का क्षय होना है। जमीन के कटाव एवं जलस्रोतों के सूखने, वर्षा में कमी आने आदि अनेक ऐसी प्रवृत्तियां स्वतंत्रता के उपरांत उत्पन्न हुई हैं जिनसे संपूर्ण ग्रामीण-जीवन और

ग्रामीण अर्थव्यवस्था पर अनेक कुप्रभाव पड़े हैं। साथ ही प्रकृति एवं वन्य जीवों के संरक्षण के परंपरागत सोच एवं भाव में भी कमी हुई है।

ऐसी परिस्थिति में ग्रामीण क्षेत्रों के पर्यावरण के संरक्षण एवं पोषण से ग्रामीण-जीवन एवं अर्थव्यवस्था पर पड़ने वाले प्रभावों से भी ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता द्वारा ग्रामीणजनों को संचेत एवं संवेदनशील बनाने की आज की सबसे बड़ी जरूरत है।

लेकिन ग्रामीण पत्रकारिता से पूरी तरह संलग्न और ग्रामीण पत्रकारिता का महत्वपूर्ण भाग, पर्यावरण की अनदेखी से पत्रकारिता के क्षेत्र में एक अधूरापन है। अतः पत्रकारिता की इस कमी को पूरा करने के लिए ग्रामीण- अस्तित्व से पूरी तरह जुड़े और संचेतना का अभिन्न अंग पर्यावरण को इस इकाई में ग्रामीण पत्रकारिता से जोड़ते हुए उस पर विशेष बल दिए जाने का प्रयत्न किया गया है।

9.8 ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की भावी दिशा

जनसंचार तकनीक में आए भूचाल ने इस कल्पना को साकार कर दिया है कि गाँवों के लोग नगरों के करीब आ जाएं और यही नहीं बल्कि आधुनिक युग में दूरी के संकुचित होने, कंप्यूटर और अंतरिक्ष संचार प्रणालियों के विकसित हो जाने से गाँव भी सारी दुनियां से जुड़ जाए। ग्रामीण क्षेत्रों में दूरदर्शन का बढ़ता चलन और दूर दराज के ग्रामीण क्षेत्रों में टेलीफोन और एस.टी.डी. आदि का जाल बिछने की प्रक्रिया ने एक नए समाज की संरचना की है जहां गाँव नगरों से उतने दूर और अलग-थलग नहीं रहे, जितने कुछ सालों पूर्व थे। यातायात के साधनों ने भी संचार-प्रक्रिया को विकसित किया है।

इस प्रकार संचार तकनीक के विकास से ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के लिए एक नई जमीन तैयार हुई है। इसके विकास को गति मिलने के लिए एक नया द्वार खुला है। एक नई दिशा का उदय हुआ है। संभावनाओं का संचार हुआ है।

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के क्षेत्र में एक नया मार्ग प्रशस्त करने के लिए अब मात्र यह देखना काफी नहीं है कि ग्रामीणों के आर्थिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक जीवन स्तर को किस प्रकार उंचा उठाया जाए। किस प्रकार उन्हें साक्षर बनाकर उनके अंधविश्वासों को दूर किया जाए। बल्कि अब इस दिशा में आगे बढ़ने के लिए यह सोच भी जरूरी है कि अनुवर्तन या 'फॉलोअप' का रास्ता भी चुना जाए तथा यह देखने का प्रयास भी किया जाए कि विभिन्न सरकारी योजनाओं एवं कार्यक्रम से ग्रामीण जीवन में कितना परिवर्तन हुआ है। इससे ग्रामीण चेतना में वृद्धि होगी तथा यह भी ज्ञान होगा कि विकास की धारा उन तक पहुंची है या नहीं।

दरअसल, ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की प्रगति इस बात पर निर्भर करेगी कि पत्रकारिता के माध्यम ग्रामीण क्षेत्रों में आज भी अपने जड़ें जमाए हुए अंधविश्वासों, गलत धारणाओं और संयम के साथ अप्रासंगिक होती धारणाओं को कितना तोड़ पाई है। गाँव की आत्मा की तलाश-प्रक्रिया से ही ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता गाँवों में अपनी पैठ जमा सकेगी और उसका पोषण भी हो सकेगा।

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की पुष्टता इस बात पर भी निर्भर करेगी कि वह पश्चिमी तर्ज पर ग्रामीण क्षेत्रों के विकास या कायापलट के सोच से ग्रस्त है या भारतीय ग्रामीण

सोच, संदर्भ और ग्रामीण संस्कृति की समझ रखती है? ग्रामीण परंपराओं, आदर्शों और पर्यावरण की पारदर्शी अनुभूतियां संजोकर ही ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता आगे बह सकती है।

ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता, विकृत आधुनिक सभ्यता और संस्कृति से हटकर ग्रामीण संस्कारों, पर्व- त्यौहारों, लोक-नृत्यों और सहज-ग्रामीण अभिव्यक्ति में सहज रूप से समायोजन करके अपनी नई पहचान और नई दिशा खोजने में समर्थ हो सकती है। दरअसल, ग्रामीण शांति और उसके सदियों से चले आ रहे प्रकृति और पर्यावरण के बीच मुक्त एवं उमंगों से भरे जीवन के उज्ज्वल पक्षों की शक्ति से प्रेरणा लेकर तथा आधुनिक सभ्यता की विकृतियों के प्रभाव के प्रति सावधान करके, ग्रामीण पत्रकारिता अपनी अलग साख कायम कर सकती है और ग्रामीण-जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा बन सकती है।

9.9 सारांश

भारतीय ग्रामीण मिजाज आज भी अपनी अस्मिता बनाए रखने के लिए संघर्षरत है। वह नगरीय सभ्यता के प्रभावों आकर्षण और शोषण प्रवृत्तियों से काफी बचा हुआ है। ग्रामोत्थान एवं ग्राम विकास की रोशनी अभी भी गांवों से बहुत दूर है। विकास के लिए किए जा रहे प्रयासों की धार निस्तेज है। विकास की बड़ी राशि बिचौलिया और भ्रष्ट लोगों की जेबों में चली जाती है। ऐसे में ग्रामीणों की आवाज को बल देकर तथा उन्हें शोषण और भ्रष्टाचार के खिलाफ खड़े होने की शक्ति देकर ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता ग्रामीण जीवन में अपनी पकड़ मजबूत कर सकती है। संभावनाएँ भरी हैं। आवश्यकता है कि ग्रामीण पत्रकारिता सही अर्थों में गांवों से जुड़े उनके अंतर में झांकने का प्रयास करें।

9.10 निबंधात्मक प्रश्न

1. ग्रामीण पत्रकारिता से आप क्या समझते हैं?
2. कृषि एवं ग्रामीण पत्रकारों में क्या भेद है?
3. भारत में ग्रामीण पत्रकारिता की स्वतंत्रता से पूर्व की दशा में वर्णन कीजिए।
4. स्वतंत्रता के उपरान्त ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के विकास का वर्णन कीजिए?
5. ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के संदर्भ में सूचना सेवा से क्या अभिप्राय है?
6. भित्ति- समाचारपत्रों से आप क्या समझते हैं?
7. रेडियो की ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारों के विकास में भूमिका पर प्रकाश डालें।
8. ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता के संदर्भ में दूरदर्शन के योगदान की चर्चा कीजिये।
9. ग्रामीण पत्रकारिता के विकास में बाधक तत्वों का विश्लेषण कीजिए।
10. ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता की वर्तमान दशा एवं दिशा की विवेचना कीजिए।
11. भारत में ग्रामीण पत्रकारिता के विकास की संभावनाओं का विश्लेषण कीजिए।

9.11 कुछ उपयोगी पुस्तकें

कृषि पत्रकारिता का सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक पक्ष
रामकृष्ण पाराशर एवं नकुल पाराशर

हिंदी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय, दिल्ली विश्वविद्यालय,
ई. ए. 08/ मॉडल टाऊन-दिल्ली 110009

इकाई 10 ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार का योगदान

इकाई की रूपरेखा

- 10.0 उद्देश्य
- 10.1 प्रस्तावना
 - 10.1.1 ग्रामीण क्षेत्र से तात्पर्य
 - 10.1.2 वर्तमान गांव और ग्रामीण विकास
 - 10.1.3 ग्रामीण क्षेत्र का सामाजिक नियंत्रण
 - 10.1.4 ग्रामीण विकास के नए आयाम
- 10.2 ग्रामीण जनसंचार: अर्थ एवं माध्यम
 - 10.2.1 जनसंचार एवं ग्रामीण जनसंचार
 - 10.2.2 ग्रामीण जनसंचार के माध्यम
 - 10.2.2.1 मेले
 - 10.2.2.2 रामायण एवं देवी जागरण सप्ताह
 - 10.2.2.3 विवाहोत्सव
 - 10.2.2.4 लोकनाट्य आयोजन
 - 10.2.2.5 आल्हा, भगत नौटंकी
 - 10.2.2.6 अनुष्ठान
- 10.3 ग्रामीण जनसंचार के आधुनिक माध्यम
 - 10.3.1 मुद्रित माध्यम
 - 10.3.2 इलक्ट्रॉनिक माध्यम
 - 10.3.3 प्रदर्शनी माध्यम
 - 10.3.4 परिवहन माध्यम
- 10.4 ग्रामीणों क्षेत्रों में जनसंपर्क माध्यम
- 10.5 अराजकीय सेवा संस्थान का जनसंचारपरक कार्य
- 10.6 ग्रामीण जनसंचार माध्यमों की उपयोगिता
 - 10.6.1 सूचना
 - 10.6.2 अन्तःसंबंधों की व्यवस्था
 - 10.6.3 निरंतरता
 - 10.6.4 मनोरंजन
 - 10.6.5 विकास की गतिशीलता का निर्धारण सारांश
- 10.7 सारांश
- 10.8 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 10.9 निबंधात्मक प्रश्न

10.0 उद्देश्य

जनसंचार या जन-संप्रेषण (मास कम्यूनिकेशन) के विषय में आप बहुत कुछ जान चुके हैं। संचार अंतर्व्यक्तिक, सामूहिक और बहुलजनों (मास) की अपनी एक प्रक्रिया है। इसमें प्रथम स्तर पर आमने-सामने ' एक कहे, दूसरा सुने, दूसरा कहे, पहला सुने ' की प्रक्रिया है। दूसरी स्थिति में जहां श्रोता अधिक होते हैं, वहां सामूहिक संचार होता है और भीड़ या बहुलजनों की सभा को संबोधित करना हो तो वक्ता भीड़ या बहुलजनों में बहुतों को नहीं जानता, पर उन्हें अपनी बात कहनी तो उन तक अपना स्वर पहुंचाने के लिए यांत्रिक व्यवस्था पर बल देता है। इस संबंध में आप विस्तार से अध्ययन कर चुके हैं।

इस इकाई में आप जानेंगे कि

- ग्रामीण जनसंचार क्या है और उसका क्या स्वरूप है?
 - ग्रामीण जनसंचार के उपकरण क्या हैं?
 - जनसंचार की नवीनतम व्यवस्था क्या है?
 - जनसंचार व्यवस्था ने ग्रामीण क्षेत्रों को कैसे प्रभावित किया है? और
 - ग्रामीण जनजीवन में जनसंचार का योगदान क्या उपयोगी है?
-

10.1 प्रस्तावना

10.1.1 ग्रामीण क्षेत्र से तात्पर्य

नगरीय सभ्यता से परे, औद्योगीकरण और प्रौद्योगिकी से अप्रभावित परिवहन की सुविधाओं के अभाव में गिरे ऐसे आवासीय क्षेत्र जो साधनहीनता, निर्धनता, सामाजिक प्रतिबद्धता से आक्रांत, जीविकोपार्जन के लिए स्वयं के छोटे खेतों में रात-दिन श्रम करने वाले या फिर बड़े खेतिहरों के कृषि उत्पादों के लिए श्रम करने वाले लोग बसते हैं, ग्राम कहा जाता है और आवासियों को ग्रामीण कहा जाता है। लेकिन उन ग्रामीणों के कारण ही उस समग्र ग्राम परिवेश को ग्रामीण क्षेत्र के नाम से जाना जाता है।

ग्रामीण क्षेत्र में पुरातन काल से मौखिक व्यक्तिगत संचार सबसे प्रबल रहा है। प्रत्येक बटोही जब किसी गांव से निकलता है, वहां के गांव के लोग राम-राम कर पूछते हैं कहां जा रहे हो? हुक्का पानी पी लो तथा सुस्ता लो। इस दौरान बातचीत व जानकारी प्राप्त हो जाती है। रास्ते अधिकतर खेतों में से जाते और आने-जाने वाले की नज़र फसल पर पड़ती तथा अच्छी फसल देखकर कौतुहल जागृत होता और जानकारी प्राप्त करना स्वाभाविक था। इस प्रकार उन्नत फसल, बीज, खाद, पानी व अन्य जानकारी एक से दूसरे तक पहुंच जाती। यही प्रक्रिया विवाह आदि अवसरों पर जब लोग दूर-दराज के गांवों में जाते तो एक दो दिन ठहरते तथा एक-दूसरे से विचार-विमर्श कर जानकारी प्राप्त होती।

लोक-संगीत व लोक-नृत्यों के द्वारा कलाकार ऐसे संदेश ग्रामीण लोगों को देते जो शिक्षाप्रद होने के साथ-साथ उपयोगी व प्रायोगिक भी होते थे। यह संदेश अधिकतर लोक-

संगीत के कलाकार स्वयं ही बनाते थे। कठपुतली, फड़, डोला, स्वांग, राग- रागिनी आदि विभिन्न लोक कलाएं प्रचलित थीं।

भारत में लोकतंत्र की स्थापना के पचास वर्ष बाद विकास की स्थिति देखते हैं तो यह विदित होता है कि नगर महानगर में परिवर्तित होते चले गए हैं और कस्बे नगर बन गए हैं। इन क्षेत्रों के आसपास औद्योगिक विकास भी हुआ है तथा आबादी बढ़ गई है। आसपास के ग्रामीण क्षेत्रों से बड़ी संख्या में पलायन कर मजदूर सपरिवार नगरीय जनसंख्या में आकर जुड़े गए हैं, यद्यपि उनमें से अधिसंख्य अपने ग्रामीण क्षेत्रों से भी गई बीती स्थिति में झोपड़- पट्टी में जीवनयापन करने के लिए बाध्य हैं क्योंकि वहां पर दैनिक मजदूरी मिल सकती है अन्यथा वे ग्रामीण क्षेत्रों में भूखों मरने के लिए बाध्य हैं।

10.1.2 वर्तमान ग्राम और ग्रामीण विकास

स्वतंत्रता के पचास वर्ष के उपरांत भारत में ग्रामों में कहीं- कहीं विकास के चिह्न दिखाई देते हैं। समाजीकरण जिस अर्थ में यहां पचास वर्ष के बाद मिलना चाहिए था, वह लुप्तप्राय है। समाजीकरण की सैद्धांतिक प्रक्रिया में व्यक्ति समूह का एक क्रियाशील सदस्य बनता है तथा सामाजिक परिस्थिति से अनुकूलन करते हुए अपनी सहनशीलता की भावना से प्रेरित होकर समाज में अपनी भूमिका निभाता है। पर ग्रामीण क्षेत्र में सरकारी आकड़े कुछ भी कहते हों, वास्तविकता यह है कि समाजीकरण वहां नितांत उपेक्षित प्रक्रिया है। यद्यपि सामाजीकरण की प्रक्रिया आजीवन, स्वशिक्षण, स्थान एवं समय- सापेक्ष तथा संस्कृति के आत्मसातीकरण और स्वाभिमान से निरंतर जुड़ी है। समाजीकरण का उद्देश्य समाज के विकास के लिए आधारभूत नियमबद्धता, आकांक्षा- पूर्ति, सामाजिक दायित्व निर्वाह की शिक्षा एवं क्षमता का विकास करना है।

10.1.3 ग्रामीण क्षेत्रों का सामाजिक संगठन

भारत 85 प्रतिशत ग्रामीण जनसंख्या का उपमहाद्वीप है और उसमें विविध समाजों, धर्मों, संस्कारों तथा संस्कृतियों के लोग सह- अस्तित्व के सिद्धांतों का पालन करते हुए सदियों से रहते आए हैं। इसके लिए न किसी आवश्यक समाजशास्त्रीय शिक्षा की उन्हें आवश्यकता रही है और न नेतृत्व की। ग्रामीण क्षेत्रों की अपनी एक सामाजिक व्यवस्था है जिसमें ऐसी जनरीतियों (फोक वेज) का प्रचलन है जो सर्वमान्य हैं। उनमें ऐसी प्रथाएं (कस्टम्स) भी हैं जो दीर्घकाल से समाज को आदर्श नियमों में आबद्ध किए हुए हैं। यद्यपि आधुनिक औद्योगिक विकास ने उन्हें प्रभावित करने में कोई कमी नहीं की है, पर लोक मान्यताओं की प्रबल आग्रहशीलता ने अनेक बार औद्योगिक मानसिकता को हावी नहीं होने दिया है।

ग्रामीण क्षेत्रों में लोक संचार का प्रचलन आज भी है जो समूह कल्याण की भावना रखता है तथा वहीं कार्य करने की ऐसी विधियों को ही उचित बताते हैं जो जन रीतियों के अंतर्गत लोक- कल्याणकारी या समूह कल्याणकारी होती हैं; ग्रामीण समाजों में विशेषकर आदिवासी समाजों में आज भी अपने कानून हैं और उनकी पालना करना अनिवार्य दायित्व बोध है और उल्लंघनकर्त्ता को दंडित करने का सामाजिक विधान भी है। ग्रामीण क्षेत्रों में धर्म एवं

नैतिकता का लोकाचरण ही अधिक सार्थक है तभी सह- अस्तित्व का विकास ग्रामीण क्षेत्रों में अनवरत है।

10.1.4 ग्रामीण विकास के नए आयाम

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद महात्मा गांधी के ग्राम स्वरूप के स्वप्न को पूरा करने के लिए जो योजनाएं देश भर में क्रियान्वित हुईं वे भले ही गांधीजी की मान्यताओं के सांचे से नहीं निकली परन्तु ग्राम- सुधार के पंचायती- राज की परिकल्पना की व्यावहारिकता ग्रामीण क्षेत्रों में देखी जा सकती है। स्वतंत्रता के बाद शिक्षा, परिवहन व्यवस्था, कुटीर उद्योग, उन्नत कृषि, सुधारे हुये कृषि यंत्र सिंचाई साधनों का विकास, पेयजल समस्या का निदान, परिवार कल्याण, जच्चा बच्चा केंद्र, स्वास्थ्य रक्षा सुविधाएं सामुदायिक विकास कार्यक्रम, सहकारी समितियों आदि के कार्यक्रमों ने निश्चित ही ग्रामीण विकास के लिए नए आयाम उपलब्ध कराए हैं। ग्रामीण समाज में उक्त विकास कार्यों से परिवर्तन आया है, पर इसमें दो मत नहीं हैं कि ग्रामीण समाजों में परिवर्तन की गति बड़ी मंद है। आदिवासी समाजों में तो यह जिज्ञासा परक ही कही जा सकती है। ग्रामीण विकास के इस नवीनतम कार्य को व्यापक महत्व दिलाने की दिशा में ग्रामीण जनसंचार व्यवस्था का योगदान कम नहीं है। ग्रामीण जनसंचार क्या है, इसे जानना पहली प्राथमिकता है।

10.2 ग्रामीण जनसंचार: अर्थ एवं माध्यम

10.2.1. जनसंचार एवं ग्रामीण जनसंचार

जनसंचार के संबंध में आपको पहले से ही यह ज्ञात है कि- ' जब कोई किसी संदेश को एक साथ एक बड़े जनसमूह तक पहुंचाता है तो उसे जनसंचार कहते हैं। ' एक ऐसे समूह को जिसमें सुविधा से सभी के साथ संदेश संचरित किया जा सकता है और तत्काल उसकी अभिक्रिया या फीड बैक मिल जाता है तो उसे जनसंचार न कहकर समूह संचार कहा जाता है। इसलिए किसी बड़े जनसमूह या जनसमूहों तक अपनी बात, संदेश या विचार पहुंचाना के लिए यांत्रिक व्यवस्था पर निर्भर रहना होता है। ऐसी यांत्रिक या वाक्- उपकरणों पर आधारित संचरण व्यवस्था को ही जनसंचार व्यवस्था कहा जाता है।

जनसंचार मानव जीवन में बहुत ही महत्वपूर्ण बन चुका है। महत्वपूर्ण पहले भी था। अब इसके बिना व्यक्ति का व्यक्ति से, व्यक्ति का समाज से कोई संपर्क बन ही नहीं सकता और इस संपर्क के बिना हमारा जीवन एकदम अवरुद्ध हो जाता है, रिक्तता (वैक्यूम) हो जाती है। अतः जनसंचार की उपयोगिता मानव जीवन में सर्वमान्य हो चुकी है। ग्रामीण जनसंचार का अर्थ स्पष्ट करते हुए यह जान लेना भी उपयुक्त होगा कि जनसंचार की जो व्यवस्था ऊपर बताई जा चुकी है उसमें जिस जनसमूह या जनसमूहों तक संदेश संचरण करना है, वह नगरीय न होकर ग्रामीण क्षेत्रों से संबंधित हो तभी उसे ग्रामीण जनसंचार कहा जा सकता है।

10.2.2 ग्रामीण जनसंचार के माध्यम

ग्रामीण क्षेत्रों में बसे हुए विविध समाजों में सह- अस्तित्व का एक अक्षय स्रोत विद्यमान है। यही कारण है कि भिन्न धर्म, विभिन्न आचार-व्यवहार, संस्कृति- भेद के रहते हुए भी ग्रामीण क्षेत्रों में पारस्परिक सहानुभूति एवं सौहार्द मिलता है। ऐसी स्थिति में ग्रामीण जनसंचार की लोकमान्यता प्राप्त प्रक्रियाएं अपनाई जाती रही हैं, जिन्हें हम आगे ' लोक माध्यम' नाम दे सकते।

ग्रामीण जनसंचार मूलतः लोक माध्यम का स्वरूप लिए हुए है। प्राचीनकाल में समाज छोटी- छोटी इकाईयां, परिवारों या कबीलों में बंटा होता था। तब जनसंचार की इतनी व्यापक व्यवस्था नहीं करनी होती थी तथा सीमित जनसमुदाय के सभी सदस्यों का निर्वाह सीधे और सरलतम रूप में अन्तः वैयक्तिक और समूह जनसंचार पर ही आधारित था। फिर भी उस काल में इससे आगे बढ़कर गाँव से गाँव तक या सामूहिकता के विपुल समूहों तक जनसंचार के माध्यम अपनाए जाते थे।

प्राचीन जनसंचार के प्रकार निम्नलिखित हुआ करते थे-

1. मेले
2. रामायण एवं देवी जागरण सप्ताह
3. विवाहोत्सव
4. लोक नाट्य आयोजन
5. आल्हा, भगत या नौटंकी
6. अनुष्ठान

10.2.2.1 मेले

प्राचीनकाल में मेलों का आयोजन जनसंचार का उपयुक्त आधार था। ये मेले किसी धार्मिक पर्व पर या मंदिर प्रांगण में होते थे और तीन दिन से लेकर एक सप्ताह या दो सप्ताह की अवधि तक के होते थे, जिसमें आसपास के व्यक्ति अपनी सुविधा और सामर्थ्य के अनुसार आते थे। इन अवसरों पर परिवार के दूर-दूर तक रिश्तेदार भी आते थे और जो संदेश या विचार संप्रेषण किया जा सकता था, उसके लिए यह उपयुक्त अवसर था क्योंकि इसमें एक के बाद एक समूह को संदेश प्रेषित किया जा सकता था मंदिर प्रांगण में आवश्यक सूचनाओं या संदेशों का आदान-प्रदान सुविधा से हो जाया करता था।

ग्रामीण अंचल में साप्ताहिक बाजार लगता है जहां सभी आसपास के किसान व अन्य लोग अपना अपना सामान ले जाते तथा खरीद फरोख्त करते। इन बाजारों का प्रचलन आज भी है और इसी का बड़ा रूप शहरों में भी कहीं शनिवार बाजार, कहीं रविवार बाजार आदि के रूप में देखने को मिलता है।

साप्ताहिक बाजार के अतिरिक्त विशेष अवसरों व त्यौहारों पर मेले का आयोजन होता था और आज भी होता है। ये मेले देश भर में ही नहीं अपितु संसार प्रसिद्ध भी हैं, जैसे- सोनपुर का पशु मेला, मेरठ की नौचंदी, गोगामेड़ी में ऊंटों का मेला आदि। वैसे तो प्रत्येक छोटे व बड़े शहर के बाहर नुमाइश व मेले का स्थान निर्धारित हैं और मास व तिथि भी निर्धारित होती है। अधिकतर इन मेलों व नुमाइश की दुकानें एक जगह से दूसरी जगह जाती थी और इनका समय इस प्रकार होता था कि उस समय बारिश न हो क्योंकि सभी दुकानें कच्ची और काम चलाऊ होती थी।

इन्हीं नुमाइशों व प्रदर्शनी में सरकारी विभाग भी अपनी प्रदर्शनी का स्थान लेकर लोगों को जानकारी देने की व्यवस्था करते थे और आज भी करते हैं, क्योंकि यहां पर जन-समूह दूर-दूर के गांवों से आते हैं जहां अभी बिजली, पानी व अन्य संचार-प्रचार के साधन नहीं पहुंच पाए हैं और फिर सरकार के लोगों के लिए इतनी दूर जाना भी कष्टकारी होता है। अतः यहां पर आए लोगों को जानकारी देकर विकासात्मक संदेश पहुंचाना आसान व प्रभावशाली होता है। जो लोग यहां से वापिस अपने गाँव जाते हैं वह अन्य साथियों को जो यहाँ नहीं आए थे सब सुना देते हैं। इस प्रकार अन्य ग्रामीणों में एक विचार उत्पन्न हो जाता है और इच्छा जागृत होती है कि और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

10.2.2.2 रामायण एवं देवी जागरण सप्ताह

हमारे लोक जीवन में रामायण या रामचरित मानस या देवी जागरण या भागवत सप्ताह के आयोजन आज भी होते हैं। ये अब तक जनसंचार के उपयुक्त माध्यम रहे हैं। किसी व्यक्ति या परिवार द्वारा आयोजित रामायण सप्ताह या शतचंडी पाठ या देवी जागरण सप्ताह में किसी एक परिवार के सदस्यों का ही योगदान, आयोजक या यजमान का, ही रहता है, पर उसके समग्रता के साथ पूर्ण करने का काम मोहल्ले, गाँव तक ही सीमित नहीं रहता अपितु बाहर से आने वाले परिजन एवं उनके परिचितों तक सीमित रहता है और वे बारी-बारी से आकर ऐसे आयोजनों में भगीदारी करते हैं। इस आयोजन को जनसंचार और जनसंपर्क का उपयुक्त माध्यम कहा जाता है। आम निर्वाचन काल में आचार संहिता लागू हो जाने पर किसी प्रत्याशी के लिए अपने संदेश संप्रेषण का सर्वोत्तम माध्यम रामायण का सुंदर कांड पाठ बन गया। उन्होंने अपने अनुयाइयों से अपने निर्वाचन क्षेत्र के विभिन्न गांवों में क्रमशः सुन्दरकांड पाठ आयोजित कर दिए। परिणाम यह रहा कि वे सफल हुए। यद्यपि उनके ही दल में एक वर्ग उनका प्रबल विरोधी था, पर प्रत्याशी के इस सुरक्षा कवच का भेद वह भी नहीं पा सका, चुनाव आयुक्त तो क्या पा सकते थे।

10.2.2.3 विवाहोत्सव

सार्वजनिक जीवन में विवाह संस्कार का महत्व व्यापक है। विवाहोत्सव में एक ग्राम से दूसरे किसी ग्राम और सजातीय दूसरे परिवार का सहज मिलन होता है तो दोनों ही परिवारों - कन्या और वर पक्ष-के सभी रिश्तेदार दोनों ही स्थानों पर एकत्र होते हैं तथा परस्पर परिचय बढ़े ही आत्मीय रूप में होता है और यह आत्मीय रंग से ओतप्रोत जनसंचार माध्यम एक का संदेश दूसरे तक और एक स्थान से दूसरे स्थान तक वांछित पहुंचाने में पूर्णतः योग देता है।

10.2.2.4 लोक-नाट्यायोजन

ग्रामीण क्षेत्रों में सामूहिक विकास जनसंचार का यह विशिष्ट माध्यम आज भी अपनी सफलता सिद्ध करता है क्योंकि लोकनाट्य लोक-परंपरा का ऐसा स्वरूप है कि एक गाँव से दूसरे गाँव तक लोकनाट्य दल यात्रा करते हैं। प्राचीन लोक कथाओं में यह उपलब्ध होता है कि पति जब परदेश जाकर रम गया तो रानी ने अपने राज्य में ढोली दल को बुलाकर अपनी बात कही और अपनी विरह कथा का उल्लेख किया तो वह ढोली दल दूसरे राज्यों में जाकर उस विरह

कथा का गायन और नाट्य रूप प्रस्तुत करता रहा है। जहां वह राजा दूसरी ओर नव परिणीता रानी में रम गया था वहाँ जब सने ढोलियों से कथा गायन और उसका नाट्य रूपांतरण अपनी कथा के रूप में पाया तो उसे अपने राज्य और रानी का स्मरण हो आया। इस प्रकार ग्रामीण क्षेत्रों में लोकनाट्य जनसंचार माध्यम का विशिष्ट रूप है।

10.2.2.5 आल्हा, भगत या नौटंकी

ग्रामीण जनसंचार में लोकनाटक के अतिरिक्त जिस विशिष्ट लोकविधा का परिचय मिलता है, वह है लोक- गाथाओं का गायन। आल्हा, भगत, नौटंकी, ख्याल आदि का गायन एवं प्रदर्शन निरंतर चलता है और उसके लिए आसपास के ग्राम्य क्षेत्रों के लोग रात भर बैठकर सुनने आते हैं। राजस्थान में गबरी लोकनाट्य और हेली खेरी ख्याल के अतिरिक्त चिड़ावा और चूरू के ख्याल और भरतपुर- करौली के रसिया भी रात-रात भर असंख्य ग्रामीणों के आकर्षण का केंद्र रहते हैं तथा इन आयोजनों में वांछित संदेश संप्रेषण की अकूत क्षमता है।'

10.2.2.6 अनुष्ठान

लोक जीवन या ग्रामीण परिवेश में लोकानुष्ठानों का विशेष आयोजन जनसंचार के माध्यम के रूप में कार्यशील होता है। ये अनुष्ठान मूलतः ग्रामीणों की धार्मिक भावनाओं की अभिव्यक्ति के लिए ही होते हैं। मूर्ति स्थापना, मंदिर की प्राण प्रतिष्ठा, भैरंजी के थान का अनुष्ठान, नव दुर्गा पर पूजानुष्ठान आदि में किसी परिवार का योगदान होता है, परन्तु उनके पारिवारिक सदस्यों के अतिरिक्त ग्राम के ही नहीं आसपास के परिजन, जानकार तथा धर्मभावना प्रधान लोगों के समूह आकर भागीदारी करते हैं। इस प्रकार संदेश संप्रेषण का लाभ उठाया जा सकता है।

बोध प्रश्न- 1

1. ग्रामीण क्षेत्रों में सामाजिक नियंत्रण का क्या स्वरूप होता है?
2. जनसंचार और ग्रामीण जनसंचार का अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. ग्रामीण जनसंचार के विविध माध्यमों पर प्रकाश डालिए।
4. निम्नलिखित पर टिप्पणियां लिखिए- (पचास शब्द)

(1) लोकनाट्य आयोजन	(2) मेले
(3) अनुष्ठान	(4) भागवत सप्ताह

10.3 ग्रामीण जनसंचार के आधुनिक माध्यम

ग्रामीण क्षेत्रों में से कुछ क्षेत्र आधुनिक संसाधनों से युक्त हो गए हैं। स्वतंत्रता के पचास वर्षों के उपरांत वहां फोन, बिजली, परिवहन के साधन, स्कूल, चिकित्सा सुविधाएं उपलब्ध होने लगी हैं। प्रौढ़ शिक्षा, अनौपचारिक शिक्षा, आंगनबाड़ी, लोक जुंबिश जैसी योजनाओं ने ग्रामीण जनों के मध्य शिक्षा का प्रसार किया है। लोगों में अब साक्षरता का विकास हुआ है। इस प्रकार के विकसित ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार के नवीनतम आधुनिक माध्यम भी अपनाए गए हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में आधुनिक जनसंचार माध्यम निम्न प्रकार उपलब्ध हो जाते हैं :

1. मुद्रित माध्यम-समाचार पत्र-पत्रिकाएं
2. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम
(क) रेडियो या ट्रांजिस्टर
(ख) सामुदायिक या पंचायत केंद्रों पर टेलीविजन
3. प्रदर्शनी माध्यम
4. परिवहन माध्यम

10.3.1 मुद्रित माध्यम

जनसंचार का सर्वसुलभ और सस्ता माध्यम मुद्रित रूप है समाचार पत्र। भारत के अधिसंख्य गाँव आज शिक्षा के क्षेत्र में आगे बढ़े हैं। केरल राज्य में शत-प्रतिशत साक्षरता है। जहां शिक्षा प्रसार हो गया है चाहे वह प्रौढ़ शिक्षा, अनौपचारिक शिक्षा या आंगनबाड़ी और लोक जुंभिश क्यों न हो, ग्रामीण जूनों की जब मुद्रित शब्द से पहचान हुई है तब से ग्रामीण क्षेत्रों में समाचारपत्र और कुछ विशेष पत्रिकाओं का उपयोग जनसंचार के माध्यम के रूप में विकसित हो गया है। ग्रामीण वाचनालयों, पंचायत घरों, प्रौढ़ शिक्षा केंद्रों पर कोई न कोई समाचार पत्र उपलब्ध होता है और सुविधानुसार ग्रामीण पाठक उसका लाभ उठाते हैं। अतः आज मुद्रित शब्द से परिचय प्राप्तकर्ता ग्रामीणजन राष्ट्र में हो रहे विकास, राजनीतिक, सामाजिक हलचल, राष्ट्रीय सकट, बाढ़, अकाल, सीमा पर संघर्ष आदि की सूचनाएं पाने में समर्थ हुए हैं।

10.3.2 इलेक्ट्रॉनिक माध्यम

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का ग्रामीण क्षेत्रों में उतना प्रसार नहीं हो पाया है जितना मुद्रित माध्यम का लेकिन ट्रांजिस्टर क्रांति के कारण अनपढ़ किसान- मजदूर, महिलाएं ट्रांजिस्टर पर आने वाले विविध कार्यक्रमों से अपना ज्ञान विस्तार करते पाए जाते हैं। हल चलाते हुए किसान किसी स्थान विशेष पर ट्रांजिस्टर टांगकर अथवा कंधे पर लटकाकर विविध भारती के सभी प्रकार के कार्यक्रम सुनते हैं। विविध भारती केंद्र से प्रसारित समाचारों आदि से भी उन्हें देश में हो रही विभिन्न प्रकार की गतिविधियों की सूचनाएं भी मिल जाती हैं।

ग्रामीण क्षेत्रों में सामुदायिक केंद्रों और पंचायत केंद्रों पर टेलीविजन की सुविधा वहीं सुलभ है, जिस क्षेत्र में बिजली पहुंच चुकी है। टेलीविजन का मूल्य अधिक होने के कारण प्रत्येक या मध्यम श्रेणी का ग्रामीण टेलीविजन नहीं खरीद सकता है, पर वह ग्राम स्तर पर चल रहे सामुदायिक केंद्रों पर पंचायत घरों में उपलब्ध टेलीविजन से निरंतर देश में हो रही विविध गतिविधियों से अवगत रहते हैं। टेलीविजन माध्यम सर्वसुलभ माध्यम नहीं है और भारतीय ग्रामीण अर्थतंत्र में अभी उतनी समर्थता नहीं है कि ग्रामीण अपनी क्रय क्षमता की उदारता दिखाकर महंगे टेलीविजन सेट खरीद सके।

आकाशवाणी (ऑल इंडिया रेडियो) का ग्रामीण भाइयों के लिए कार्यक्रम 16 अक्टूबर, 1938 को दिल्ली से प्रारंभ हुआ तथा मद्रास से 01 नवंबर, 1938 को इसके बाद जहां - जहां रेडियो स्टेशन आए ग्रामीण सेवा प्रारंभ होती गई।

ग्रामीण कार्यक्रम बहुत प्रचलित कार्यक्रम था और इसका विशेष कारण यह था कि यह वहाँ के श्रोताओं की भाषा में था। इसके प्रस्तुत करने वाले भी ग्रामीण अंचल के थे। इस कार्यक्रम में उन्हीं लोकगीत गायक व मंडलियों को बुलाया जाता जो ग्रामवासियों में प्रसिद्ध थे, जिनको सुनने के लिए गांव वालों को दूर-दूर तक जाना पड़ता था। उस समय टेप रिकार्डर व कैसेट चलाने के यंत्र न तो उपलब्ध थे न ही प्रचलित थे और जो साधन थे वह केवल रेडियो स्टेशन पर थे व आम आदमी की पहुँच के परे। अतः रेडियो के अलावा इन गानों को सुनने का केवल एक ही साधन था ग्रामोफोन। इन लोकगीतों और लोक कथाओं के साथ-साथ इस कार्यक्रम में कृषि, लघु उद्योग, शिक्षा, स्वास्थ्य विषयक कार्यक्रम व समाचार भी प्रसारित होते। धारावाहिक, लघु नाटक व मुख्य प्रस्तुतकर्ता व उनकी भाषा बहुचर्चित होते। लोहासिंह, बरसाती भव्या, भव्याजी आदि कंपेयर आज भी उतने ही सराहे जाते हैं जितने पहले; इन कार्यक्रमों में प्रभाव का आकलन समय-समय पर होता था तथा कार्यक्रम सलाहकार समिति में कार्यक्रमों को और अच्छा कैसे बनाया जाए पर समय-समय पर चर्चा होती।

श्रोता संपर्क की प्रणाली दिसम्बर, 1936 से शुरू हुई जब पहली बार 1500 रेडियो लाइसेंस वालों को एक प्रश्न-पत्र भेजा गया। इसके अनुसार उन्हीं रेडियो के विभिन्न कार्यक्रमों के बारे में अपनी राय देनी थी और किस प्रकार के कार्यक्रम वे चाहते हैं इनके बारे में अपने विचार व्यक्त करने थे। श्रोताओं की संख्या अनुसंधान के लिए बढ़ती गई और आज प्रत्येक रेडियो स्टेशन पर श्रोता संपर्क एकांश सक्रिय है।

1. नया प्रयोग: पाइलट स्कीम

12 मई, 1958 को दिल्ली रेडियो केंद्र से एक प्रयोगात्मक योजना प्रारंभ हुई जिसके अंतर्गत कुछ घरों में रेडियो सेट लगाए गए और इनके द्वारा एक समय पर कार्यक्रम सुना जा सकता है। इन्हें और किसी स्टेशन पर नहीं बदला जा सकता था तथा उस समय पर केवल आवाज कम व अधिक करने का प्रावधान था। इससे महिलाओं और बच्चों के साथ-साथ सामूहिक व व्यक्तिगत विकास के कार्यक्रम प्रसारित किए गए और संचार माध्यम का प्रभाव समुचित रूप से दृष्टिगोचर हुआ।

2. फिल्म प्रभाग

सिनेमा व वृत्तचित्रों का प्रभाव भी ग्रामीण जनों पर समुचित रूप से पड़ा। बंबई (आज मुंबई) व अन्य स्थानों पर हिंदी व प्रादेशिक भाषाओं की फिल्मों में ग्रामीण लोगों की बहुत रुचि देखी गई। सिनेमा घर के अलावा चलता-फिरता टाकीज (सिनेमा) लगभग हर बड़ी प्रदर्शनी में होता या कभी-कभी एक जगह सर्कस की तरह तंबू गाड़कर रोज रात को सिनेमा दिखाया जाता। सरकार की नीति के आधार पर फिल्म प्रभाग के वृत्तचित्र दिखाना आवश्यक था तथा इनके द्वारा जो संदेश गांव वालों को मिलते उनसे लाभ होता था। फिल्म प्रभाग के द्वारा विशेष ध्यान देश की संस्कृति, विकास की नीतियों, विकास कार्यों व स्वास्थ्य तथा रोजगार संबंधी जानकारी आदि पर होता, साथ ही चलचित्र समाचार भी होते। यह सही है कि अधिकतर यह जानकारी पुरानी हो चुकी होती थी पर फिर भी ग्रामीण लोगों के लिए जहां रेडियो के अलावा और कोई माध्यम न हो यह भी लाभकारी थी।

फिल्म प्रभाग ने हर प्रदेश में फिल्म अधिकारी रखे थे जो उस प्रदेश की मुख्य घटनाओं और समस्याओं को कवर करते व चित्रांकन करके बंबई भेजते थे। इनके द्वारा किया गया चित्रांकन ऐतिहासिक दृष्टि से भी महत्वपूर्ण था परन्तु सूचना व प्रसारण मंत्रालय ने इन फिल्म अधिकारी की जगह समाप्त कर दी। इसका कारण यह बताया गया कि अब अधिकतर प्रदेशों में दूरदर्शन केन्द्र खुल गए हैं और इनके छायाकार इस कार्य को ज्यादा अच्छी प्रकार निभा सकेगे।

इसके अतिरिक्त क्षेत्रीय प्रचार निदेशालय ने भी ग्रामीण संचार में योगदान दिया है तथा राष्ट्रीय गीत और नाट्य प्रभाग ने दूरदराज क्षेत्रों में संगीत व नाटकों के माध्यम से लोगों को प्रगति की ओर प्रेरित किया है।

3. दूरदर्शन

दूरदर्शन प्रयोगात्मक सेवा 1959 से प्रारंभ हुई और सप्ताह में दो दिन आधे घंटे का कार्यक्रम विकासात्मक पत्रिका के रूप में प्रसारित किया जाता था। कृषि दर्शन कार्यक्रम 1967 में प्रारंभ हुआ और इस कार्यक्रम को देखने के लिए आकाशवाणी के 'खेती और घर' कार्यक्रम में जगाए गए सामुदायिक रेडियो सैट की भांति सामुदायिक टी. वी. सैट गांवों में मुफ्त लगाए गए। इस कार्यक्रम की रूपरेखा रेडियो के ग्रामीण भाइयों के कार्यक्रम से मिलती-जुलती थी। अंतर यह था कि यहां पर वे विधियां, क्रियाएं व कलाए दिखाई जाती थीं जो रेडियो पर मौखिक रूप से बताने पर समझ में न आतीं। कृषि दर्शन की सलाहकार समिति राष्ट्रीय और प्रादेशिक स्तर पर थीं और आज भी कुछ केंद्रों में चल रही हैं। कृषि दर्शन कार्यक्रम हिन्दी समाचारों से पूर्व रखा गया था तथा यह सप्ताह में पांच दिन था। इसका प्रभाव ग्राम्य जीवन पर उपयुक्त पड़ा तथा इसका योगदान किसानों व अन्य लोगों को विकास की ओर प्रेरित करने में दृष्टिगोचर हुआ।

व्यवसाईकरण और फैलाव के साथ-साथ कृषि दर्शन का स्तर गिरता गया और संदेश व संचार की उपयोगिता आज लगभग नष्टभ्रष्ट हो गई है। इसका छोटा-सा उदाहरण इस प्रकार है। दर्शक अनुसंधान विभाग की टीम प्रोड्यूसर व अन्य अधिकारियों के साथ राजस्थान के एक गाँव में गई। दूरदर्शन के उप-महानिदेशक भी साथ थे। उन्होंने गाँव में एक बुजुर्ग किसान से पूछा, "बाबा, आपको कृषि का प्रोग्राम कैसा लगता है?" उत्तर मिला- अच्छा है। "क्या आपको जो बात दिखाई जाती और बताई जाती है उसे समझते हैं?" बुजुर्ग का छोटा-सा उत्तर आया "हां..."

उप-महानिदेशक : "तो फिर आप जानकारी का इस्तेमाल करते होंगे।"
 किसान : "नहीं।"
 उप-महानिदेशक : "क्यों, फायदे की बात पर आप अमल क्यों नहीं करते हैं?"
 किसान : "भूल जाते हैं।"
 उप-महानिदेशक : "अरे, इतनी जल्दी आप भूल जाते हैं।"

बुजुर्ग किसान जो अब तक छोटे उत्तर दे रहा था बोल पड़ा, " साहब, हम तो अनपढ़ हैं, पर आपके जानकार लोग जो कार्यक्रम देते हैं वे तो पढ़े लिखे हैं बरसों से पढ़ रहे हैं, फिर कागद में देख कर क्यों बोलते हैं?"

उत्तर अकाट्य था और अस्त्र भी है। किसी भी संचार व्यवस्था का प्रभाव तब तक नहीं पड़ेगा जब तक संदेश व उसकी भाषा उन लोगों की समझ के अनुरूप न होगी जिन्हें संदेश पहुंचाना है। अर्थात् केवल यह मान लेना कि प्रत्येक व्यक्ति तक संदेश पहुँच रहा है और वह उसे समझ रहा है तथा उस पर वह अमल भी करेगा या कर पाएगा सही नहीं है।

4. उपग्रह दूरदर्शन: शैक्षणिक प्रयोग

1975 - 76 में भारत में दूरदर्शन ने नासा के ए.टी.एस, 6 नामक उपग्रह का प्रयोग कर 6 पिछड़े प्रदेशों के कुछ क्षेत्रों में दूरदर्शन द्वारा संचालित कार्यक्रमों के प्रभाव का अध्ययन किया। 2400 टी.वी. सैट जिनके द्वारा विशेष रूप से बनाए कार्यक्रम सीधे देखे जा सकते थे, गाँवों में, लगाए गए। प्रत्येक प्रदेश की सरकार से विशेष अनुरोध किया गया कि इन गाँवों में बिजली की व्यवस्था एक वर्ष के लिए प्राथमिकता के आधार पर कर दे ताकि लोग कार्यक्रम देख सकें। 2400 में से 400 सैट बैटरी द्वारा चालित थे क्योंकि चार गाँवों में बिजली की व्यवस्था नहीं थी। कार्यक्रमों का निर्माण चार उपग्रह दूरदर्शन केंद्रों पर किया गया। भारतीय स्पेस रिसर्च विभाग, व कई विश्वविद्यालय व अंतर्राष्ट्रीय संस्थाएं इस प्रयोग से परोक्ष व अपरोक्ष रूप में जुड़ी थीं। परिणामों ने सबकी धारणाओं को निराधार कर दिया जैसे -

1. अनपढ़ लोगों ने कार्यक्रमों से अधिक लाभ उठाया बजाय पढ़े लिखे - लिखे लोगों के।
2. परिवार नियोजन का संदेश महिलाओं में ठीक रूप से पहुंचा पर प्राइमरी स्वास्थ्य केन्द्र पर कोई सुविधा न होने से केवल संदेश का इच्छा होते हुए भी पूरा लाभ न उठाया जा सका।
3. बाल विकास संदेश पर भी कार्य न किया जा सका क्योंकि वे सुविधाएं व प्रावधान उपलब्ध न थे जो आवश्यक थे। टीकों के लिए लोगों को पास के कस्बे व शहर जाना पड़ता और अधिकतर को निराश होकर आना पड़ता था।
4. प्राथमिक शिक्षा के कार्यक्रमों को दूसरी-तीसरी कक्षा के छात्रों ने अधिक अच्छी प्रकार समझा बजाय पहली, चौथी और पांचवी कक्षा के छात्रों के। अधिकतर स्कूल एक अध्यापक के थे और अध्यापक महोदय को सरकार के अन्य कार्यों में अधिक स्कूल में कम ध्यान देने का समय मिलता था।
5. ग्रामीण लोगों की शब्दावली, किताबी व कार्यक्रम शब्दावली से भिन्न है और पूर्व अध्ययन के बाद भी उनकी शब्दावली को पूरी तरह प्रयोग न कर पाए।
6. उदाहरण के लिए " अंकुरण ' एक कार्यक्रम था जिसमें बीज बोने से लेकर पौधा व पेड़ बनने तक का वितरण विभिन्न ढंग से समझाया गया था। मध्यप्रदेश के रायपुर क्षेत्र में जब इस कार्यक्रम को बच्चों को दिखाया और पूछा गया कि क्या देखा? तो उत्तर मिला " झाड़ू। और प्रश्न पूछने पर या तो निरंतर चुप रहे या फिर छोटा झाड़ू और बड़ा झाड़ू के बारे में कहा गया। मामला गंभीर था। क्योंकि दिल्ली, उत्तरप्रदेश,

राजस्थान में तो इस कार्यक्रम की प्रतिक्रिया, अच्छी थी फिर क्या कारण है कि मध्यप्रदेश में वही कार्यक्रम असफल हो रहा है। अध्यापक महोदय से बातचीत का भी कोई लाभ न मिला। अंततः कुछ चित्र जो कार्यक्रम में प्रयोग किए थे दिखाए और बच्चों से पूछा यह क्या है? उत्तर आया झाड़ू, छोटा झाड़ू (छोटा पौधा) और बड़ा झाड़ू (बड़ा पौधा)। बात समझ में आ गई कि उनकी शब्दावली में पौधा शब्द का नहीं प्रयोग होता। बस, फिर क्या था पूरा कार्यक्रम जो पौधे और पेड़ शब्दों पर आधारित था बेकार हो गया। अतः यह मानकर चलना कि एक कार्यक्रम द्वारा सारे देश के बच्चों, कम पढ़े लिखे व अनपढ़ लोगों तक संदेश पहुंचाया जा सकता है गलत है।

7. कुछ लोगों का मानना है कि चित्रों की भाषा राष्ट्रीय ही नहीं अपितु अंतर्राष्ट्रीय होती है, यह भी कुछ हद तक ही सही। इस दिशा में स्व. कु. सौलत रहमान के पोस्टरों पर किया गया अध्ययन व खोज ने यह दर्शाया कि भारत सरकार व प्रदेश सरकार द्वारा पुरस्कृत पोस्टरों को जब जन साधारण को दिखा कर पूछा गया कि वह इन चित्रों के द्वारा क्या समझते हैं तो केवल निराशा ही हाथ लगी। क्योंकि एक प्रतिशत लोग भी ऐसे नहीं मिले जिन्हें वह संदेश मिला हो जिसके लिए यह पोस्टर बनाए गए थे और पुरस्कृत किए गए थे। यह शोध कार्य भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली के अंतर्गत किया गया था।

10.3.3 प्रदर्शनी माध्यम

ग्रामीण क्षेत्रों में विभिन्न समयों एवं पर्वों पर आयोजित मेलों में उपभोक्ता वस्तुओं के व्यवसायी अपनी प्रदर्शनियां लगाकर ग्रामीणजनों को अपनी उपभोक्ता वस्तुओं के गुणों से अवगत कराते हैं तो सरकार के विभिन्न विभाग भी इन मेलों में अपनी प्रदर्शनियों का आयोजन कर योजना की प्रगति, स्वास्थ्य सेवाओं की सुलभता, रोगों की रोकथाम के विविध उपाय, टीकाकरण, पशुरोग निदान, पशु बंध्याकरण, परिवार कल्याण आदि की व्यापक लाभदायी सूचनाएं उपलब्ध कराती है।

मेलों के अवसर पर चल इकाइयों के माध्यम से फिल्म प्रदर्शन द्वारा भी जीवंत प्रदर्शनी का आनंद दिलाते हुए ग्रामीणजनों को देशभर में हो रहे विविध क्षेत्रों के विकास और सफल योजनाओं के परिणामों से परिचित कराया जाता है।

10.3.4 परिवहन माध्यम

ग्रामीण क्षेत्रों पर सर्वाधिक दबाव होता है परिवहन की असुविधाओं का। अधिकांश ग्राम अभी भी मुख्य सड़कों से नहीं जुड़े हैं। आज भी लोगों को दस- दस किलोमीटर पैदल या बैलगाड़ियों से चलकर बस पकड़कर शहर जाने की विवशता भोगनी पड़ती है। पिछले बीस वर्ष में सड़क परिवहन का विस्तार हुआ है और अनेक ग्राम मुख्य सड़कों से जुड़ गए हैं। इस प्रकार जनसंचार माध्यमों की सुलभता भी उन्हें प्राप्त हो गई है।

इस प्रकार परिवहन सुविधाओं के विस्तार से ग्रामीणजनों को शहर जाने, महानगरों में जीविका अर्जित करने की सुविधाएं मिल सकी है तथा वे नगरों या महानगरों के निवासियों से सम्पर्क बढ़ा सके हैं।

परिवहन साधनों और सड़क यातायात की सुविधाओं के कारण आज लोगों में दूरिया कम हुई है क्योंकि पहले उन तक पहुंचना सुगम नहीं था। अतः किसी संदेश, विचार, समाधान, उत्पाद के संबंध में ज्ञान के आदान-प्रदान का अवसर परिवहन जैसे माध्यम ने उपलब्ध कर दिया है।

10.4 ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंपर्क माध्यम

जनसंचार माध्यमों में जनसंपर्क ऐसा माध्यम है जिसमें समस्या निदान यथा समय, यथा स्थान और तात्कालिक प्रक्रिया से कराया जा सकता है। ग्रामीण क्षेत्र आज भी अनेक प्रकार की समस्याओं से जूझ रहे हैं। ग्रामीण क्षेत्रों के विद्यालयों में अध्यापक नहीं पहुंचते न डॉक्टर, न ग्रामसेवक, न विकास अधिकारी पहुंचते हैं तो फिर, किसी भी प्रकार का जनसंचार असंभव है। जनसंपर्क इसीलिए एक ऐसा प्रबल माध्यम है जो समय-समय पर ग्रामीणों की समस्याओं से अधिकारियों का साक्षात् ज्ञान कराता है तथा समाधान का मार्ग प्रशस्त करता है।

ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंपर्क सामान्यतः संभव नहीं होता है क्योंकि अधिकारी और जनप्रतिनिधियों का सुविधाभोगी वर्ग ग्रामीण क्षेत्रों में रात्रि विश्राम एवं भोजनादि की मनचाही सुविधाएं नहीं पाते। इस कारण जब तब ही जनसंपर्क माध्यमों का प्रयोग होता है। जनसंपर्क की सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाचन के समय देखी जा सकती है। लोकसभा निर्वाचन हों या विधानसभा के लिए निर्वाचन हो, तो जन प्रतिनिधि अधिक से अधिक मत प्राप्त करने के लिए ग्रामीण मतदाता से जनसंपर्क करता है। इस समय ही ग्रामीण अपनी समस्याओं से उन्हें सही ढंग से परिचित करा पाते हैं।

जनसंपर्क जनसंचार का आधुनिक काल में सर्वाधिक उपयुक्त माध्यम कहा जाता है। आधुनिक विज्ञान और प्राद्योगिकीय विकास के साथ जनसंपर्क माध्यम की सुविधा अभी ग्रामीण जनसंचार व्यवस्था का अंग नहीं बना है।

जनसंपर्क में " जन " जन के पास होता है, उसके पार्श्व में होता है, उसके सामने होता है। इन पचास वर्षों में बहुत कुछ विकास हुआ है, निरंतर हो रहा है, पर जनसंपर्क जैसे जनसंचार माध्यम में जनप्रतिनिधि ग्रामीण जन के न पास है, न पार्श्व में है और न सामने है। वह परोक्ष में रहकर उनके मत से उनका प्रतिनिधित्व कर राजतंत्र के रूप में लोकतंत्र का प्रयोग करता दिखाई देता है। अतः परिवर्तन अपेक्षित है।

जनसंपर्क वास्तव में जनसंचार का ऐसा माध्यम है जिसमें अंतर्व्यक्तिक एवं सामूहिक जनसंचार की विशेषता निहित है तथा द्विपक्षीय संप्रेषण की भूमिका निर्वाह करता है। यदि जन प्रतिनिधि ग्रामीण जनता के मताधिकार के बल पर सत्तासीन होते हैं तो उनके प्रति प्रतिश्रुत रहने के लिए जनसंपर्क सर्वश्रेष्ठ माध्यम है।

10.5 अराजकीय सेवा संस्थानों का जनसंचारपरक कार्य

10.5.1 अराजकीय सेवा संस्थान

वर्तमान समय में अराजकीय सेवा संस्थानों का तेजी से विकास हुआ है। लोकतंत्रीय व्यवस्था में सभी कार्य सरकार द्वारा संपन्न किए जाना संभव नहीं है। ऐसी स्थिति में अराजकीय सेवा संस्थानों (एन. जी. ऑ.) का जन्म हुआ जो ग्रामीण क्षेत्रों के विकास कार्यों में अपनी सामर्थ्य और ज्ञान परिपक्वता से कार्यक्रम संचालित करते हैं। ऐसे संस्थान प्रायः राज्य सरकार से आर्थिक सहयोग राशि ' परियोजना ' (प्रॉजेक्ट) बनाकर प्राप्त करते हैं और प्रस्तावित कार्यक्रम के अनुसार अपने कार्यकर्ताओं की सहभागिता से कार्यक्रमों का संचालन करते हैं। समीक्षा की दृष्टि से ऐसे अराजकीय सेवा संस्थानों में कुछ संस्थान श्रेष्ठ कार्यों एवं उनकी सेवाओं के लिए पुरस्कृत भी होते हैं तथा वे दूसरों के लिए प्रेरणा- स्रोत भी होते हैं। यदि अच्छे प्रकल्प, विचारक और निदेशक तथा सहकर्मी मिल जाएं तो उसी मात्रा में कार्य की श्रेष्ठता सिद्ध हो जाती है अन्यथा कागजी संस्थान बनकर राजकीय अनुदान का दुरुपयोग होने की संभावनाएं कम नहीं हैं।

अराजकीय सेवा संस्थानों द्वारा जनसंचारपरक कार्यविधि दो स्तरों पर अपने श्रेष्ठ रूप में सामने आती है-

(क) अन्तर्व्यक्तिक संचार

(ख) सामूहिक संचार

ये दोनों विधियां तकनीक के आधार पर संचार कही जा सकती है पर वास्तविकता यह है कि ये जनसंचार के प्रत्यय के रूप में ही कार्य करती हैं। संस्थान के नियोजित सहकर्मी ग्रामीण क्षेत्रों में जाकर ग्रामीणों से अन्तर्व्यक्तिक एवं समूह संचार द्वारा संपर्क स्थापित कर अपने पीरयोजकीय उद्देश्यों की पूर्ति कर ग्रामीण जन की समस्याओं का निदान करते हैं तथा निष्कर्षात्मक अनुसंधानों के द्वारा राज्य सरकार या केन्द्र सरकार को यथार्थ स्थिति का परिचय कराते हैं तभी यह जनसंचार का कार्य सिद्ध होता है।

10.5.2 अराजकीय सेवा संस्थान द्वारा जनसंचार कार्यक्रम

अराजकीय संस्थानों द्वारा वर्तमान समय में विविध परियोजनाओं पर अपने नियमित कार्यक्रम संचालित किए जा रहे हैं और जनसंचार के विशेष अर्थ अपेक्षित कार्यों को समग्र संवेदनात्मक स्तर पर पूरा कराने में राज्य सरकारों या केंद्रीय सरकार के मध्य एक कड़ी बनकर ये संस्थान खड़े हो गए हैं, जो सरकार या प्रांतीय सरकार की योजनाओं को ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुंचाते हैं, उसके निदान का सकारात्मक पक्ष प्रस्तुत करते हैं तो ग्रामीणजनों की अभिप्रतिक्रिया (फीड बैक) को सरकार या सत्ता तक पहुंचाकर ऐसी जनसंपर्कीय इकाई का कार्य करते हैं जो उनकी पीरयोजना के अंतर्गत दी गई राशि के मूल्य से कहीं अधिक परिणामों का पोषण करते हैं। स्वास्थ्य, परिवार कल्याण, शिक्षा, अंधविश्वास उन्मूलन, कुटीर उद्योगों में गुणवत्ता विकास, लोककलाओं का विकास, आधुनिक पेयजल व्यवस्था, बायो गैस, निर्धूम चूल्हा और ऊर्जा स्रोत आदि के क्षेत्र में अनेक संस्थाएं भागीदारी के जनसंचार का मार्ग प्रशस्त कर रही हैं।

10.6 मीण जनसंचार माध्यम की उपयोगिता

ग्रामीण जनसंचार माध्यमों ने सदैव ही अपनी उपयोगिता सिद्ध की है क्योंकि लोकजीवन में सामूहिक भागीदारी सामान्य और सहज रूप से स्वीकार की जाती रही है। भारत जैसे देश में जो अधिकतर ग्राम्य परिवेश में बसा हुआ है, वहां सामूहिक भागीदारी की परंपरा प्राचीनकाल से चली आ रही है। कदाचित जब पहली सामाजिक इकाई की रचना हुई होगी तभी से सामूहिक कार्य निर्वाहकर्त्ता के रूप में आरंभ यह भागीदारी हुई होगी। लोकतांत्रिक व्यवस्था स्थापित हो जाने के उपरांत विकासशील देश एवं समाज में सामाजिक पुनर्निर्माण के क्षेत्र में जनसंचार माध्यमों की भूमिका अस्वीकार नहीं की जा सकती। इसीलिए सुरेश सेठ की मान्यता है - " एक समाजवादी अर्थव्यवस्था में समाज के पुनर्निर्माण और बुर्जुआ मूल्यों को ध्वस्त करने और संकटकलीन परिस्थितियों में संकट से जूझने में तथा जनता में चेतना व जागरण लाने में जनसंचार का भारी योगदान है। "

ग्रामीण जनसंचार इसलिए सर्वाधिक उपयुक्त व्यवस्था के रूप में देखा जा सकता है कि उसमें निहित शब्द, श्रव्य एवं दृश्य की सामर्थ्य ऐसी है जो ग्रामीण समाज के लिए निम्नलिखित रूप में उपयोगी सिद्ध होती है-

1. सूचना
2. अन्तःसंबंधों की व्याख्या
3. निरंतरता
4. मनोरंजन
5. विकास की गतिशीलता निर्धारण

10.6.1 सूचना

ग्रामीण जनसंचार ही नहीं, वैसे अन्य समाज और कहे कि नगरीय या महानगरीय समाजों के लिए समाज की परिस्थितियों, आक्रांत समस्याओं, दुर्घटनाओं, राजनीतिक एवं आर्थिक परिवर्तनों के साथ- साथ सामाजिक मूल्य परिवर्तनों तथा विश्व भर की हलचलों की सूचना देते हैं। जनसंचार माध्यम जहां सत्तापक्ष के जनसंपर्क और सत्ता द्वारा संचालित योजनाओं को ग्रामीण समाज तक पहुंचाने तथा ग्रामीणों को योजनाओं का लाभ दिलाने का अवसर ही प्रदान नहीं करते अपितु सत्ता के साथ जनता के और जनता के साथ सत्ता के संबंधों की सूचना देने का कार्य पूर्णतः उपयोगी है।

10.6.2 अन्तःसंबंधों की व्याख्या

ग्रामीण जनसंचार अन्य प्रकार के जन संचारित क्षेत्रों के अनुसार ही ग्रामीणों को मात्र सूचना ही नहीं देते अपितु सत्ता और जनता के अंतःसंबंधों का मूल्यांकन करने, उनके मध्य सामान्य परिस्थितियां बनाए रखने की व्यवस्था में सहयोगी बनते हैं तो विशेष तथा असामान्य परिस्थितियां की व्याख्या करते हुए सुव्यवस्था की स्थापना के लिए भी अवसर उपलब्ध कराते हैं। इस प्रकार बिखरे हुए ग्राम समाजों के एकजुट तथा अलग- अलग रहने वाली गतिविधियों को संश्लिष्ट रूप में बनाकर सार्वजनिक हितार्थ उनका समाजीकरण करने के लिए तथा यथारूप व्याख्यायित करने की भूमिका निभाते हैं। राजनीतिक, आर्थिक एवं सामाजिक मुद्दों पर ग्रामीण

जन समाज की सहमति के अवसर प्रदान करते हैं तथा उन्हें देश की प्राथमिकता का ज्ञान कराते हैं।

10.6.3 निरंतरता

ग्रामीण समाज की अपनी सांस्कृतिक पृष्ठभूमि और समाजीकरण की व्यवस्था है। ग्रामीण जनसंचार माध्यम संस्कृति, उपसंस्कृति एवं नव संस्कृति की व्याख्या करके नवजागरण की स्थिति उत्पन्न कर ग्राम्य समाज को कुरीतियों, अंधविश्वासों एवं आदिम रूढ़ मान्यताओं से मुक्ति दिलाने के साथ ही उस समाज या उन समाजों के श्रेष्ठ व्यवहारों को सार्वजनिक करते हैं और इस प्रकार के प्रयासों की निरंतरता बनाए रखते हैं। यही कारण है जब देश आक्रांत हुआ है तब ग्रामीण क्षेत्रों तक जनसंचार माध्यमों ने राष्ट्रीय एकता, देशभक्ति और स्वाभिमान के उग्र और एकात्मक भाव को उजागर करने का अवसर प्रदान किया है। ग्रामीण जनता को राष्ट्र चेतना से अवगत कराने के लिए वे कभी सोते या शांत नहीं होते हैं और अपनी जागृत और खुली दृष्टि रखकर जनसंचार माध्यम ग्रामीण जनता को भी देश को विस्मृत कर सोने नहीं देने के लिए निरंतर कार्यरत रहते हैं।

10.6.4 मनोरंजन

अन्य जनसंचार माध्यमों की भांति ग्रामीण जनसंचार माध्यम ग्रामीण समाजों के मनोरंजन के लिए विविध साधन और अवसर उपलब्ध कराते हैं। मेलों, उत्सवों आदि के अवसर पर अनेक अभिकरणों- सरकारी और गैर सरकारी- के प्रचार वाहन एवं प्रदर्शनी आदि पहुंचकर नवीनतम मनोरंजन के साधन और वास्तविक ज्ञान उपलब्ध कराते हैं। लोक और परंपरागत माध्यम भी लोकानुरंजन के विविध पक्षों के साथ अपनी संलग्नता दिखाने में पीछे नहीं हैं तो आधुनिक जनसंचार माध्यमों में फिल्मों के प्रदर्शन अन्य सारे अभावों की पूर्ति करते हैं।

जनसंचार माध्यम ग्रामीण क्षेत्रों में कभी-कभी विकसित तनावों एवं समुदाय के पारस्परिक वैमनस्य के निस्तारण में भी अपनी भूमिका निभाकर समाज निर्माण में योगदान करते हैं।

10.6.5 विकास की गतिशीलता निर्धारण

लोकतांत्रिक व्यवस्था स्थापित हो जाने के बाद स्वदेशी सरकार और जनप्रतिनिधियों के सत्तारूढ़ हो जाने पर देश के विकास कार्यक्रमों को जिस दुर्तगति से कार्यान्वित किया गया था, नगरों तक उनकी पहुंच बनी थी। पर ग्रामीण जनसंचार माध्यमों ने राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, सामुदायिक, कृषि के विकास के जो भी कार्यक्रम संचालित किए थे, उनकी जानकारी ग्राम स्तर तक पहुंचाने में अपनी बहुमुखी व्यवस्था से महत्वपूर्ण योगदान किया है। यही नहीं, इन जनसंचार माध्यमों ने ग्रामीण जीवन-स्तर सुधार के विभिन्न कार्यक्रमों जनस्वास्थ्य, पेयजल, सहकारी उपभोक्ता भंडार, कृषि उपकरण, सुधरे बीज एवं कृषि यंत्र, अधिक पैदावार की नई शोध, परिवार कल्याण विषयक सुविधाओं की उपलब्धता, टीकाकरण, जच्चा-बच्चा केंद्रों पर

मिलने वाली सुविधा, ग्रामीण जच्चाओं को पंचायतों से मिलने वाली नकद राशि, स्कूलों में दोपहर का भोजन आदि की जानकारी पहुंचाने में अपनी निरंतर सहभागिता सिद्ध की है।

यह कहा जा सकता है कि अब तक ग्रामीणों की उपस्थिति को अस्वीकार किया जाता रहा था और जनप्रतिनिधि के चुनाव के समय ही जनप्रतिनिधि या उसके प्रतिनिधि ही ग्रामीणों तक पहुंचते थे। लेकिन जनसंचार की गतिशीलता ने अब जनता, सत्ता और व्यवस्थापकों के मध्य एक कड़ी का काम किया है और ग्रामीण जन की पहचान बनाने के अवसर उत्पन्न किए हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में नारी को पंचायत स्तर पर सदस्यता और निर्णय करने की क्षमता का विस्तार इसका उदाहरण है।

अतः यह कहा जा सकता है कि ग्रामीण जनसंचार माध्यम अपने पाठकों, दर्शकों, श्रोताओं के मध्य एक जागरूक सामाजिक इकाई के प्रतिनिधि बनकर कार्यशील रहते हैं तथा उन्हें भी अपनी भागीदारी का अवसर प्रदान करने में योगदान देते हैं।

10.7 सारांश

जनसंचार माध्यम यों तो सर्वत्र अपनी प्रभावी भूमिका रखते हैं लेकिन ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार के परंपरागत माध्यम और आधुनिक माध्यमों ने मिलकर लोकतंत्र की स्थापना, उसके स्थैर्य और उन सब कार्यों में जनता की अपनी भागीदारी के प्रति सचेत बनाया है। ग्रामीण विकास जनस्वास्थ्य, जनमंगलकारी आयोजन एवं सरकारी योजनाओं का परिचय ग्रामीणों तक पहुंचाने में जनसंचार माध्यमों की भूमिका विशेष ही नहीं महत्वपूर्ण भी रही है।'

आधुनिक सत्तातंत्र ने जिन जनसंचार माध्यमों का विकास किया है उनसे भले ही (महंगी व्यवस्था के कारण) समग्र ग्रामीण समाज सुविधा नहीं पा सका हो पर मुद्रित एवं रेडियो तथा जनसंपर्क के विविध रूपों से अपेक्षित एवं सार्थक सहयोग अवश्य दिया है। संक्षेप में यदि ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंचार की उपयोगिता के लिए कहा जाए तो इतना ही उपयुक्त होगा कि ग्रामीणों के घर और झोंपड़ों पर जाकर जनसंचार माध्यम ने उन्हें सोते से जगाया है।

10.8 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. मधुकर गंगाधर	: रेडियो लेखन
2. विजय कुलश्रेष्ठ	: फीचर लेखन
3. राधेश्याम शर्मा (सं.)	: जनसंचार
4. जेम्स एस. मूर्ति	: दृश्य श्रव्य संप्रेषण और पत्रकारिता
5. रामकृष्ण पाराशर	: कृषि पत्रकारिता का सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक पक्ष

10.9 निबंधात्मक प्रश्न

1. ग्रामीण जनसंचार का तात्पर्य स्पष्ट कीजिए तथा ग्रामीण जनसंचार के परंपरागत माध्यमों का उल्लेख कीजिए।
2. ग्रामीण जनसंचार के क्षेत्र में आधुनिक जनसंचार माध्यमों की भूमिका स्पष्ट कीजिए।
3. ग्रामीण क्षेत्रों में जनसंपर्क माध्यम पर टिप्पणी कीजिए।
4. अराजकीय सेवा संस्थान द्वारा जनसंचार परक कार्यक्रम का स्वरूप स्पष्ट कीजिए।

5. ग्रामीण जनसंचार माध्यमों की उपयोगिता बताइए।

इकाई 11 ग्रामीण जनसंचार और सामाजिक परिवर्तन

इकाई की रूपरेखा

- 11.0 उद्देश्य
- 11.1 प्रस्तावना
- 11.2 सृष्टि और संचार: एक सिक्का दो पहलू
 - 11.2.1 पौराणिक आख्यान
- 11.3 नई सूचना क्रांति और ग्रामीण जनसंचार
- 11.4 गाँव और जनसंचार
 - 11.4.1 ग्रामीण संचार: अर्थ एवं स्वरूप
 - 11.4.2 ग्रामीण संचार: विविध पक्ष
 - 11.4.3 संचार के विविध अवयव
- 11.5 टेलीविजन और ग्रामीण कार्यक्रम
- 11.6 आकाशवाणी: जिम्मेदारी का निर्वाह
- 11.7 प्रिंट मीडिया: गांवों की उपेक्षा
 - 11.7.1 आंचलिक समाचार पत्र
 - 11.7.2 छोटे पत्र और सरकार
- 11.8 ग्रामीण संचार: परंपरागत माध्यम
 - 11.8.1 पारंपरिक जन माध्यमों की उपादेयता
 - 11.8.2 पारंपरिक माध्यमों की विशेषताएं
 - 11.8.3 गैर सरकारी प्रयास
 - 11.8.4 गीत और नाट्य प्रभाग
- 11.9 कुछ प्रमुख लोक विधाएं
- 11.10 सारांश
- 11.11 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 11.12 निबंधात्मक प्रश्न

11.0 उद्देश्य

इस इकाई का उद्देश्य भारत में ग्रामीण जनसंचार माध्यमों द्वारा सामाजिक परिवर्तन से लोगों को परिचित कराना है। इसमें संचार के विभिन्न माध्यमों के अध्ययन के साथ-साथ यह प्रयास किया गया है कि आपको ग्रामीण संचार की सार्थकता और उपादेयता से विस्तार से परिचित कराया जाए। इस संदर्भ में आपके अपेक्षा की जाती है कि आप निम्नलिखित बिंदुओं से पूर्णतः परिचित हो सकें -

- जनसंचार की व्युत्पत्ति, विकास और परिभाषा
- ग्रामीण जनसंचार व्युत्पत्ति एवं उसका स्वरूप
- इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार और गांव
- ग्रामीण जनसंचार के विविध अवयव और परम्परागत जन माध्यम

- ग्रामीण जनसंचार और पर्यावरण सुधार
- भारत के लिए ग्रामीण जनसंचार का महत्व और सामाजिक जीवन में उसकी परिवर्तनकारी भूमिका।

11.1 प्रस्तावना

चिंतन, मनन और विचार-मंथन मनुष्य का स्वाभाविक गुण है। उसकी अनुभूतियों की अभिव्यक्तियों में बड़ी ताकत होती है। इन्हीं विचारों से परिवर्तन और क्रांतियों का जन्म होता है। सूचना के संचरण से चिंतन प्रभावित होता है और इसीलिए सूचना की स्वतंत्रता या अधिकार की बात सारे संसार में स्वीकार की जा रही है। प्रभावी जनसंचार के लिए जो अनिवार्य शर्तें हैं उनमें सत्यं शिवं सुंदरम् की परिकल्पना निहित है। जन माध्यम देश के नैतिक, सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक, शारीरिक और पर्यावरणीय विकास में महत्वपूर्ण अवदान देते हैं। इनका ध्येय मात्र समुचित सत्य की सूचना तक ही सीमित नहीं है अपितु वांछित सामाजिक, आर्थिक एवं सर्वविधि परिवर्तन भी सूचना माध्यमों का अंतिम लक्ष्य है।

संचार माध्यमों का चरण लक्ष्य मानव ही नहीं प्राणी मात्र का विकास और कल्याण है। सूचना देने, मार्ग निर्देशन करने और मनोरंजन करने के दायित्वों के साथ-साथ सामाजिक मंगलेच्छा के प्रति मानव मात्र को प्रेरित (मोटिवेट) करना भी मीडिया का एक मुख्य दायित्व है। परिवर्तन और विकास की प्रक्रिया में सहभागिता के लिए समाज को तैयार करना उसका एक अनिवार्य कर्तव्य है। रेडियो, टेलीविजन, कंप्यूटर, उपग्रहों का विस्तार, प्रकाशन और संप्रेषण की आधुनिक तकनीकें सेलुलर फोन, इंटरनेट, फैक्स, मोडम, ई-मेल आदि ने सूचना विस्फोट का एक नया आयाम दिया है-बल्कि यों कहें कि इतने सारे विश्व को एक परिवार में बदल दिया है, तो इसमें किसी को आपत्ति नहीं होनी चाहिए। संचार साधनों ने दुनिया को बहुत छोटा बना दिया है।

महात्मा गांधी ने कहा था कि भारत केवल शहरियों का देश नहीं है। असली भारत तो गांवों में बसता है। इसलिए जब तक ग्रामीण क्षेत्रों का विकास नहीं हो जाता जब तक देश का विकास नहीं हो सकता। जब तक ग्रामीण अंचलों के हस्त-शिल्प को बढ़ाकर वह कुटीर उद्योगों का जाल नहीं बिछाया जाता तब तक गांवों का असली उत्थान संभव नहीं है।

मुंबई से बड़ौदा जितनी दूर है उसे दुगुनी दूरी मुंबई से लंदन की है। यह कथन कुछ अटपटा है, क्योंकि मुंबई और बड़ौदा की दूरी के मुकाबले मुंबई से लंदन की दूरी काफी अधिक है फिर भी यह गलत नहीं है क्योंकि मुंबई से बड़ौदा का जो संचार-व्यय है उससे दूना खर्च लंदन से बात करने पर पड़ता है। इसलिए यदि यह कहें कि संचार माध्यमों ने दूरिया घटा दी हैं तो अनुचित नहीं होगा। यह कहा जाता था कि जहां बिजली है वहां विकास है, किंतु नई संचार-क्रांति ने इस परिभाषा को बदल दिया है। अब कहा जा रहा है कि जहां आधुनिकतम संचार व्यवस्था है वही क्षेत्र सर्वाधिक विकसित है। 'कम्युनिकेशन इज डेवलपमेंट' की अवधारणा सामाजिक विकास का नवीनतम सत्य है।

किसी समय भारत के प्रधानमंत्री के संचार तकनीकी सलाहकार सैम पित्रोदा ने अपने प्रयोग के आधार पर कहा था- 'एक गांव में प्रयोग के तौर पर जब टेलीफोन की सुविधा

उपलब्ध कराई गई तो गांव का संबंध शहर से जुड़ गया। व्यापारियों और किसानों के बीच खाद्यान्नों की उपलब्धता और बाजार में आवक और उसके मूल्यों के संदर्भ में सूचना का आदान- प्रदान होने लगा। इससे किसानों को उनकी उपज का अच्छा दाम मिलने लगा। टेलीफोन केंद्र अर्थात् डाकघर की स्थापना पहले हुई और गाँव में बैंक बाद में खुला। भारत गांवों का देश है। यहां की अस्सी प्रतिशत आबादी देश के साढ़े छः लाख गांवों में निवास करती है।

11.2 सृष्टि और संचार: एक सिक्का दो पहलू

सृष्टि की सरचना और विकास के साथ ही साथ अभिव्यक्ति एवं भाव संप्रेषण की उत्पत्ति और उसका विकास भी हुआ। यही आज संचार के रूप में हमारा प्राणतत्व बना है। मानव सभ्यता के विकास के साथ ही संचार के साधनों का भी विकास हुआ। प्रस्तर युग से लेकर सम्राट अशोक के शासनकाल तक धार्मिक उपदेशों, राजा के आदेशों और राजाजाओं को शिला पट्टों पर उत्कीर्ण कराया गया था। कालांतर में गुफाओं और पत्थरों पर भित्ति चित्रों के माध्यम से हमारे आदि पुरुषों ने अपनी अनुभूतियों को अभिव्यक्ति दी। फिर भोजपत्र पर लिखने का कार्य तब शुरू हुआ जब मनुष्य ने अक्षरों का निर्धारण कर लिया। प्राणी मात्र की जीवंतता इसी से अभिव्यक्त होती है। मनुष्य हो, जानवर हो, जलचर हो, जीव- जंतु, कीड़े- मकोड़े हों या वनस्पतियां हों सबमें जीवन का प्रतीक संचार ही है। हर एक के बीच संचार और वार्तावहन की अपनी प्रणाली है। अपनी अनुभूतियों की दूसरों पर सार्थक अभिव्यक्ति को संचार कहते हैं। डैनिस मैक क्वैल ने " ईवर्ड्स ए सोसियालॉजी ऑफ कम्युनिकेशन " में कहा है कि संचार वह प्रक्रिया है, जिससे समता और सामुदायिकता की वृद्धि होती है। कम्युनिकेशन लैटिन शब्द कम्युनीज से बना है, जिसका अर्थ सामान्यतया साधारणतम के रूप में व्यक्त किया जाता है। जन सामान्य या प्राणीमात्र से संबंधित सूचनापरकता जनसंचार की परिधि में आ सकता है।

जिस प्रकार जीवन के लिए हवा, भोजन, पानी आदि अनिवार्य तत्व हैं उसी प्रकार विचारों का पारस्परिक आदान- प्रदान भी जरूरी है। भारतीय संस्कृति में 'ओम' के साथ सृष्टि की रचना और शब्द बल की परिकल्पना से स्पष्ट है कि यहाँ बातचीत, विचारों के आदान- प्रदान अनुभूतियों को अभिव्यक्ति और अंतश्चेतना के संप्रेषण को जीवन की अनिवार्यताओं में स्वीकार किया गया है। इसमें जीवन के सामान्यीकरण या साधारणीकरण एवं संदेशों की पारस्परिक हिस्सेदारी, अर्थात् संदेश देने और संदेश प्राप्त करने वाले पक्षों को उपस्थिति अनिवार्य है। हर समाज की भाषा और भावना अलग- अलग हो सकती है- होती है। पशु -पक्षी, कीड़े- मकोड़े, वनस्पति और मानवीय विचारों के संप्रेषण की अलग- अलग भाव, भाषा और भंगिमा होती है। जनसंचार में एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक सार्थक संदेशों का संप्रेषण ही शामिल होता है।

11.2.1 पौराणिक आख्यान

हमारे पौराणिक आख्यान ग्रंथ इस सत्य के साक्षी हैं कि देवलोक से पृथ्वी और पाताल लोक तक संवाद संप्रेषण का दायित्व नारद ने निभाया था। रामायणकाल में महावीर हनुमान ने इस भूमिका का निर्वाह किया। इस युग की विशेषता थी कि वानरों और भालुओं ने संवादी के

कार्य किए। काक भुशुंडी ने पक्षी होते हुए भी रामायण की कथा सुनकर एक संचारी का कार्य किया। महाभारत काल में संजय की दिव्य दृष्टि से धृतराष्ट्र ने पूरा महाभारत का युद्ध देखा। एक समय आया जब सूर्य, चंद्रमा, समुद्र, बादल, नक्षत्र तथा तारामंडल की गतिविधियों ने सूचना संकेतक का काम किया। सभ्यता के विकास क्रम में एक ऐसा भी युग आया जब वाद्य यंत्रों की छाप और घंटा-घड़ियालों की ध्वनियों से युद्ध, शान्ति, सांस्कृतिक संदेशों को ग्रहण किया जाता था। पशु-पक्षियों का उपयोग मानव ने संचार माध्यम और संवाहक के रूप में पहले भी किया और आज भी कर रहा है। कबूतर, तोता, मैना, बाज, कुत्ता, बंदर, भालू, घोड़ों के संचार माध्यमों के रूप में उपयोग से हमारा साहित्य भरा पड़ा है।

हमारे प्राचीनतम ग्रंथ ऋग्वेद में ग्रामीण भारत के लिए जो जानकारियां तत्कालीन समाज व्यवस्था, कृषि व्यवस्था, चिकित्सा, पर्यावरण आदि के विषय में दी गई हैं क्या वह तत्कालीन संचार का अद्भुत उदाहरण नहीं है? कृषि ग्रामीण अर्थ-व्यवस्था की मेरुदंड रही है। इसके संबंध में वैदिक 'ग्रंथों' से लेकर लोक जीवन की लोकोक्तियों को हम संचार के उपादान मानते हैं। महर्षि पराशर, कश्यप, चरक, पाणिनी, पतंजलि, कौटिल्य, मेगस्थनीज नाम, आदि ने अपने युग के किसानों को जो संदेश दिए थे वे आज भी हमारे वैज्ञानिकों और कृषि पंडितों के लिए उपयोगी हैं। उन्होंने खेतों की जुताई, वर्षा के लक्षण, धान की रोपाई कटाई, बीज की मात्रा, बोवाई, सिंचाई, कटाई ओसाई, खेती के बैल, उनके लक्षण, वर्षा सूखा आदि के संदर्भ में संस्कृत एवं लोकभाषाओं में जो संदेश दिए उसी के सहारे हमारी खेती बढ़ती रही, उत्पादन बढ़ता रहा।

आज जो ऐतिहासिक प्राचीन मंदिर, मस्जिद, स्मारक, राजाओं द्वारा निर्मित महल धर्मशालाएं, शिलालेख, पिरामिड आदि हम देख रहे हैं ये भी संचार के माध्यम हैं। ये आज हमें तत्कालीन कला, संस्कृति, सामाजिक चेतना और चिंतन का संदेश देते हैं।

किसी जमाने में सूचना देने का काम हाथ में भौंपू लेकर या घंटा या ढोल पीटकर जबानी तौर पर उद्घोषकों द्वारा किया जाता था। स्थान- स्थान पर धार्मिक तीर्थ स्थलों या नदियों के संगमों पर लगने वाले मेले, प्रदर्शनियां और धार्मिक सामाजिक बिन्दुओं पर होने वाले शास्त्रार्थ और वैचारिक समागम भी तो लोक संचार के माध्यम ही रहे हैं।

11.3 नई सूचना क्रांति और ग्रामीण जनसंचार

नई सूचना क्रांति ने वैश्विक गाँव की परिकल्पना को साकार कर दिया है। कंप्यूटर क्रांति इनफार्मेटिक्स या इकार्मेशन टेक्नालॉजी, ई-मेल (इलेक्ट्रॉनिक मेल), पेजर, सैल्यूलर फोन, इंटरनेट, मल्टीमीडिया आदि ने हमारे सामने उनकी ऊंचाई पर उठकर उनके उपभोग की चुनौती खड़ी कर दी है। 'सूचना- गरीबी' से मुक्ति के लिए राजीव गांधी ने जो अभियान छेड़ा था वह अभी पूरा नहीं हुआ है। फिर भी भारत इस दिशा में काफी आगे है। 'सूचना महामार्ग' इलेक्ट्रॉनिक्स की नई तकनीक एक वरदान है किन्तु इससे सांस्कृतिक प्रदूषण की बात भी उठी है। यह निराधार भी नहीं है, फिर भी इस पर सामाजिक नियंत्रण लगाकर दुष्प्रभावों से बचा जा सकता है। सरकार ऐसे प्रयास कर रही है, जिससे विदेशी चैनलों के दुष्प्रभावी प्रसारणों को नियंत्रित किया जा सके। महात्मा गांधी ने अपनी आत्मकथा में समाचारपत्रों को ग्रामीण

जनसंचार का दायित्व बोध कराते हुए कहा है कि समाचारपत्रों का महत्वपूर्ण उद्देश्य है कि वे जन भावनाओं को समझें और उन्हें अभिव्यक्ति दें। दूसरा उद्देश्य है कि वे उनमें जन-चेतना जागृत करें, और तीसरा कार्य है कि सभी प्रकार की खामियों का निर्भीकतापूर्वक प्रकाशन करें।

कवि माखनलाल चतुर्वेदी की मान्यता थी कि जब तक कोई भी गाँव पिछड़ा रहेगा तब तक हम देश को उन्नत नहीं मान सकते। 1915 में प्रभा के एक अंक में उन्होंने लिखा- भारत को उन्नत कहने के लिए गोंड, भील और कोलों को भी उन्नत करना होगा। यदि गणेशशंकर विद्यार्थी और पं. माखनलाल चतुर्वेदी द्वारा निर्धारित मानदंडों पर हम संचार माध्यमों की भूमिका को कसें तो स्पष्ट हो जाएगा कि मीडिया ने समग्र राष्ट्र के साथ न्याय नहीं किया है।

स्व. गणेशशंकर विद्यार्थी का कहना था कि " राष्ट्र महलों में नहीं रहता। प्रकृत राष्ट्र के निवास स्थल वे अगणित झोंपड़े हैं जो गांवों और पुरवों में फैले हुए आकाश के देदीप्यमान सूर्य और शीतल चंद्र एवं तारागण से प्रकृति का संदेश लेते हैं। इसीलिए राष्ट्र का मंगल और उसकी जड़ उस समय तक मजबूत नहीं हो सकती, जब तक कि अगणित लह लहाते पौधों की जड़ों में जीवन का जल नहीं सींचा जाता।"

11.4 गाँव और जनसंचार

गाँव से जुड़े विविध आयाम ग्रामीण की संज्ञा पाते हैं। गाँव को अंग्रेजी में "विलेज" कहते हैं। यह शब्द अंग्रेजी के ही विला (Villa) शब्द से बना प्रतीत होता है, क्योंकि " विला ' का हिन्दी अर्थ ग्राम्य-गृह होता है। इससे स्पष्ट है ग्राम-गृहों के समूह को गाँव कहा गया है। सरकार के राजस्व अभिलेखों में गाँव को एक प्रशासनिक इकाई के रूप में माना गया है। अंग्रेजों ने लगान वसूली और प्रशासनिक नियंत्रण की दृष्टि से यह व्यवस्था शुरू की होगी। किन्तु भारत तो गांवों और पुरवों का देश अनादि काल से ही रहा है। सृष्टि की सरचना के बाद पहले तो गाँव ही अस्तित्व में आए। इन्हीं गांवों में से कालक्रम के साथ विकसित हो कर शहर बन गए।

शहरों के विकास के साथ ही गांवों से अलग एक विकसित संस्कृति खड़ी हुई। कालक्रम से इन पिछड़े इलाकों को देहात संज्ञा मिल गई। इसे शहर के विलोमी और ग्रामीण के पर्यायवाची शब्द के रूप में ग्रहण किया गया, जिसे अंग्रेजी शब्द रूरल (rural) के हिन्दी रूपांतरण के रूप में मान्यता मिली। जनसंचार के संदर्भ में जब हम चर्चा करते हैं, तो हम देहाती के बदले ग्रामीण शब्द का उपयोग अधिक उपयुक्त समझते हैं। यहाँ यह बात स्पष्ट कर देना जरूरी है कि ग्रामीण जनसंचार शहरी जनसंचार का विलोमी नहीं है। हाँ, एक बात अवश्य है कि परंपरागत जन माध्यम ग्रामीण संचार के एक महत्वपूर्ण अवयव हैं, जो शहरी जनसंचार में कम महत्व पाते हैं।

जब हम ग्रामीण जनसंचार की परिकल्पना करते हैं तो तत्काल इसके समकक्ष या नगरीय जनसंचार की अवधारणा सामने आती है। संचार साधनों की उपलब्धता, श्रोताओं, दर्शकों और पाठकों द्वारा उनकी ग्राह्यता, प्रसारित- प्रकाशित सामग्रियों की उपयोगिता और उपादेयता, पात्र-व्यक्तियों की ग्रहण क्षमता आदि के आधार पर जनसंचार के माध्यमों के कार्यक्रमों का वर्गीकरण किया जाए तो यह मानना पड़ेगा कि इस 80 प्रतिशत ग्रामीण आबादी वाले देश के

जनसंचार माध्यमों ने देश की देहाती जिंदगी के प्रति अपने अपेक्षित दायित्व का निर्वाह नहीं किया है।

वाल्ट रोडने ने अपनी पुस्तक " हाउ यूरोप अंडरडवलप्ड अफ्रीका" (तंजानिया पब्लिशिंग हाउस, 1979) में लिखा है कि " उपनिवेश बनाने के बाद हमारे देशों को तकनीकों और साधनों के प्रयोग से वंचित कर दिया गया। " कहने का तात्पर्य यह है कि उपनिवेशवादी ताकतों ने एशिया और अफ्रीका के देशों को संचार कुंठा की स्थिति में डालकर उनकी प्रगति को कुंठित रखा। आज जिस गति से शोध कार्य हो रहे हैं उस गति से उनका प्रसार पात्र-व्यक्तियों तक नहीं हो रहा है। कृषि, बागवानी, पशुपालन, मत्स्य पालन, शस्य एवं पादप विज्ञान, पर्यावरण प्रदूषण आदि क्षेत्रों की उपलब्धियां ग्रामीणों तक बहुत देर से पहुँच पाती हैं, जो पहुँच भी पाती हैं वे सही ढंग से वांछित रूप में नहीं पहुँच पा रही हैं। इसका कारण ग्रामीण आवश्यकताओं के अनुसार सूचना- प्रसार के क्षेत्र में प्रशिक्षित व्यक्तियों, तकनीकों और साधनों का अभाव है।

11.4.1 ग्रामीण संचार: अर्थ एवं स्वरूप

गांवों की बहुविधि गतिविधि- विषयक सूचनाओं, समाचारों, जानकारियों, अनुसंधानों, विवेचनाओं, घटनाओं, समाचार एजेंसियों, भित्ति समाचारपत्रों, रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा, पोस्टरों, लोक संप्रेषण माध्यमों द्वारा गाँव के आम आदमी तक पहुँचाने की कला और विज्ञान को ग्रामीण संचार कहते हैं। विश्व की ग्रामीण आबादी को उसकी आवश्यकता की नवीनतम सूचनाओं, अनुसंधानों और उपलब्धियों से परिचित कराना ग्रामीण संचार का मुख्य दायित्व है। अविकसित समस्या प्रधान पिछड़े ग्रामीण भारत के विकास और उत्थान के साथ ही उसकी प्रगति में बाधक बहुमुखी समस्याओं के निराकरण के उपाय हर दरवाजे तक पहुँचाना जनसंचार का आधार स्तंभ है। इसका मूल प्रयोजन ग्रामीण जन जागरण और भय, भूख एवं दुष्प्रवृत्तियों से मुक्त समाज की संरचना है। ग्रामीण गरीबी, बेरोजगारी, अशिक्षा, अध विश्वास, भ्रष्टाचार, शोषण आदि के विरुद्ध निर्णायक संघर्ष का सशक्त माध्यम ग्रामीण जनसंचार है। यूनेस्को के एक अध्ययन ' मास मीडिया इन डवेलपिंग कंट्रीज' न. 33 में बताया गया है कि संचार- विकास और आर्थिक विकास में अन्योन्याश्रय संबंध है। कौन पहले आता है यह तो नहीं कहा जा सकता लेकिन दोनों में साध्य- साधन का संबंध है।

संचार माध्यमों द्वारा ग्रामीणों तक जानकारी पहुँचाने जनमत बनाने और विकास के अवसर उपलब्ध कराने की प्रक्रिया ग्रामीण जनसंचार की परिधि में आती है। इन जनसंचार माध्यमों का यह दायित्व है कि वह अपने पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों को सारी जानकारियां पहुँचाए जो उनके लिए जानना आवश्यक हो। जन साधारण जो चाहता है केवल वहीं परोसना संचार माध्यमों का काम नहीं है। उसके हित में जो भी सूचना जरूरी हो उसे ग्रामीणों को देना ग्रामीण जनसंचार की अनिवार्यता है।

11.4.2 ग्रामीण संचार: विविध पक्ष

ग्रामीण जनसंचार कला और विज्ञान दोनों कोटियों में आता है। कुछ लोग इसे विज्ञान की संज्ञा दिए जाने से सहमत नहीं होते, किन्तु आज संचार के क्षेत्र में जिस तेजी से वैज्ञानिक

उपलब्धियों का योगदान बढ़ रहा है उसमें इसकी वैज्ञानिकता को नकारा नहीं जा सकता है। जनसंचार के जितने भी पक्ष हैं और जो शहरी जनसंचार व्यवस्था पर लागू हैं वे सारे के सारे ग्रामीण जनसंचार के भी पक्ष हैं। उसकी कलात्मकता और वैज्ञानिक का विश्लेषण यहां का विचार्य विषय नहीं है, किन्तु विविध पक्षों में सैद्धांतिक, व्यावहारिक, व्यावसायिक, वित्तीय, ऐतिहासिक, कलात्मक, प्रबंधतंत्रीय एवं तकनीकी पक्षों का अध्ययन लोकसंचार की विषय- वस्तु है। संकल्पना (Concept) दार्शनिकता, वैधानिकता और वैज्ञानिकता इस संचार व्यवस्था में भी उसी प्रकार सन्निहित है जैसे संचार के अन्य क्षेत्रों में। राष्ट्रीय जनसंचार के लक्ष्यों में यदि सबसे बड़ा दायित्व किसी के सामने है तो वह ग्रामीण जनसंचार का है और ऐसी व्यवस्था होनी चाहिए, जिससे यह गंवई, गाँव और गंवार की जिन्दगी को गमका सकें। संप्रति ग्रामीण संचार साहित्य का वर्गीकरण हम निम्नलिखित आधारों पर कर सकते हैं -

1. भाषा, 2. क्षेत्रीयता या आंचलिकता, 3. प्रकाशन, प्रसारण की अवधि, 4. विषय-वस्तुपरकता, 5. शैक्षिक स्तर, 6. संचार माध्यमों की उपादेयता, 7. सूचना सामग्री का आकार, 8. पाठकों श्रोताओं और दर्शकों की अभिरुचि, 9. संदेश का प्रभाव, 10. सरकारी गैर सरकारी।

11.4.3 संचार के विविध अवयव

प्रेस, रेडियो, टेलीविज़न, वीडियो, सिनेमा जैसे माध्यमों का नाम दिया जा रहा है किन्तु जनसंचार (मास कम्युनिकेशन) या जन माध्यम (मास मीडिया) जैसे शब्द अविकसित या विकासशील देशों में सही अर्थों में प्रयुक्त नहीं होते हैं। ये ऐसे देशों के जन सामान्य तक पहुँच भी नहीं पाते इसलिए क्लास मीडिया (Class Media), Minority Media, Elite Media, ही कहा जाना चाहिए। ' गांधी एंड माओ कम्युनिकेटर' पुस्तक में कुसुम सिंह ने मास लाइन कम्युनिकेशन (Mass Line Communication) संज्ञा से एक विशेष संचार विधा का उल्लेख किया है, जिसमें महात्मा गांधी के सत्य, अहिंसा, देश की जनता के साथ समरसता और आत्मिक लगाव की जो पद्धति अपनी बात कहने की थी उससे पूरा देश उनके पीछे चल पड़ा। देश को एक अहिंसात्मक लड़ाई लड़कर ब्रिटिश समाजवाद से मुक्ति दिलाने का कार्य विश्व में एक नया प्रयोग था। इसी प्रकार सूत्रपात और संचालन वह भी उनकी व्यक्तिगत क्रांतिकारी भूमिका का ही परिणाम था। इसे "मास लाइन कम्युनिकेशन" की संज्ञा दी गयी।

11.5 टेलीविज़न और ग्रामीण कार्यक्रम

यद्यपि दूरदर्शन, आकाशवाणी और समाचारपत्रों में ग्रामीण समस्याओं के प्रसारण-प्रकाशन के लिए समय एवं स्थान सुरक्षित किए गए हैं, किन्तु इनकी संप्रेषणीयता अब भी उतनी नहीं है जितनी होनी चाहिए। दूरदर्शन का गाँव में अभी पर्याप्त विस्तार नहीं हो पाया है। शहरी आबादी के एक बड़े वर्ग की सूचना सेवा इस माध्यम द्वारा हो रही है, किन्तु ग्रामीण इलाकों के लिए यह पर्याप्त रूप में प्रभावी नहीं है। आज भी दो हजार की आबादी वाले एक गाँव में टी. वी. के चार पांच सैट ही हैं, जो संपन्न जातियों के लोगों के घरों में हैं, जहां गाँव के आम आदमी की पहुँच नहीं है। सैट के महंगा होने के साथ ही अनियमित विद्युत आपूर्ति भी टी. वी. के ग्रामीण विस्तार में बाधक है।

क्षेत्रीय कार्यक्रमों में किसानों, मजदूरों और ग्रामीण महिलाओं के लिए जो कार्यक्रम प्रसारित होते हैं वह अपर्याप्त होते हुए भी उपयोगी होते हैं। लोगों के दृष्टिकोण में परिवर्तन की पर्याप्त क्षमता होते हुए भी ग्रामीण अंचलों में टेलीविजन के सैटों के अभाव के कारण ये वांछित प्रभाव नहीं दिखा पाए हैं। फिर भी सरकार द्वारा संचालित विविध विकास योजनाओं, कृषि, महिला और बाल विकास कार्यक्रमों, सामाजिक कुरीतियों, जनसंख्या नियंत्रण, एड्स जैसी बीमारियों, कृषि सुधार, बागवानी, स्त्री- शिक्षा, दहेज प्रथा, पर्यावरण एवं सामाजिक प्रदूषण से मुक्ति जैसे मुद्दों पर संदेशों का प्रसारण गांवों के लिए उपयोगी और आकर्षक होते हैं। देश के विभिन्न भागों की आंचलिक संस्कृतियों, लोक-जीवन, लोककलाओं, लोकशिल्पों, आदि के संदर्भ में हो रहे प्रसारण गाँव के लिए भी सूचना और शिक्षाप्रद होते हैं। किन्तु जिस देश में बेरोजगारी की संख्या निरंतर बढ़ रही है वहां रोजगार के क्षेत्र में दूरदर्शन का क्या संदेश है? देश स्वदेशी की बात करता है, गृह उद्योग, ग्रामीण उद्योग की बात करता है, किन्तु कितने दूरदर्शन के धारावाहिक युवकों को इस दिशा में प्रोत्साहित करते हैं। सभी फिल्म ऐक्टर माडलिंग, जासूसी, शक्तिमानी और पत्रकारिता के ग्लैमर में अपना भविष्य ढूँढ रहे हैं। वस्तुतः दूरदर्शन ने नौकरियों के प्रति युवकों को अधिक महत्वाकांक्षी बनाया है। वे कुशल कामगार, ग्रामीण टेक्नोक्रेट बनने के बदले प्रशासनिक पदों की महत्वाकांक्षा ज्यादा रखते हैं।

टेलीविजन के कारण बच्चों में फैशन, चकाचौंध और प्रसिद्धि की चाह बढ़ती है। यह हमारी भौतिक इच्छाओं को बढ़ाता है। आध्यात्मिकता हमारी पूंजी रही है, किन्तु हम उसकी उपेक्षा कर रहे हैं। 'आराधना' कार्यक्रम में ग्रामीण संतों, भजन गायकों, लोक कलाकारों को स्थान दिया जाना अपेक्षित है। अच्छे आध्यात्मिक पुरुषों के छोटे- छोटे प्रवचन भी प्रसारित होने लगे तो यह उपयोगी होगा। हम अपने दूरदर्शन- कार्यक्रमों में यह भी दिखाते हैं कि बहुत से लोग कितने धोखेबाज और कमीने हैं, अच्छाइयां करने वाले कम हैं और दुष्प्रवृत्तियों में ज्यादा लोग लीन हैं। बच्चों पर इन दृश्यों का अच्छा असर नहीं पड़ता। कुटिल प्रतिद्वंद्विता, अंतर्द्वंद्व, उलझन, समस्याओं से जूझने की जो दृश्यावलियां बहुत से धारावाहिकों में दिखाई जाती हैं, उनका प्रभाव बच्चों पर प्रतिकूल पड़ता है। सेक्स और क्राइम जैसे दृश्य उनके लिए अधिक जिज्ञासा और आकर्षण की वस्तु होते हैं जोकि प्रौढ़ों की वस्तु होते हैं। प्रौढ़ों की समस्याओं से उलझा हुआ अंतर्द्वंद्व अधिक दिखाया जाता है। बच्चों के कार्यक्रम बच्चों द्वारा देखने से उन पर बुरा प्रभाव होता है। टेलीविजन पर इस प्रकार के कार्यक्रम दिखाए जाने चाहिए जो बच्चों को खेलकूद, शैतानियां करने के साथ- साथ विद्याध्ययन, राष्ट्र- भक्ति, योग्य और संवेदनशील मनुष्य बनाने और कर्तव्य - पूजा का संस्कार डालने वाले हो। हमारे यहां मादक पदार्थों का सेवन गुनाह है किन्तु अनेक कार्यक्रमों में लोगों को सिगरेट, शराब का सेवन करते हुये दिखाया जाता है। ऐसा कार्य वह लोग करते हैं, जो समाज में मानक स्थिति में दिखाये जाते हैं। विज्ञापन कोई भी हो उसके साथ एवं खूबसूरत या यों कहे की मादक सुंदरता वाली युवती अवश्य दिखाई जाएगी।

हमारे सामाजिक, सांस्कृतिक पृष्ठभूमि से मेल खाते दूरदर्शन सीरियल बनने चाहिए। 'हम लोग', 'रजनी', 'नुक्कड', 'ये जो है जिंदगी' आदि जैसे मध्यमवर्गीय परिवारों की समस्याओं, आम लोगों की उलझनों को उभाड़ने वाले अब कितने धारावाहिक चल रहे हैं? आजकल देश के 10 - 20 प्रतिशत लोगों की जिंदगी से जुड़े मुद्दे इस पर छाए रहते हैं, किंतु हमारे शहरी और ग्रामीण पर्यावरण एवं प्रदूषण- नियंत्रण के कार्यक्रम संकट की भयावहता के सामने बौने होते हैं।

पर्यावरण प्रदूषण के कारण मनुष्य की स्वास्थ्य संबंधी समस्याएं तो खड़ी हो ही रही हैं, प्रकृति भी उससे प्रभावित हो रही है। ओजोन की परत पर प्रभाव पड़ने से गर्मी बढ़ रही है, पृथ्वी का जल घट रहा है, मौसम में तब्दीली आ रही है, वनस्पतियों पर कुप्रभाव पड़ रहा है, मनुष्य और पशुओं की बीमारियां बढ़ रही हैं। किन्तु इन बिंदुओं पर लोक-प्रशिक्षण का काम ऊंट के मुंह में जीरा जैसा ही हो रहा है। टी. वी. प्रसारणों को हमारे ग्रामीण जीवन की आवश्यकता के अनुकूल बनाना जाना चाहिए और गांवों के लिए एक अलग चैनल की ही व्यवस्था हो जाए तो यह अधिक अच्छा हो।

11.6 आकाशवाणी: जिम्मेदारी का निर्वाह

देश के आर्थिक विकास के लिए 1951 में पंचवर्षीय योजनाओं की शुरुआत की गई। निर्धारित समय के अंदर लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए जो कार्यक्रम चलाए गए उन्हें जन-जन तक पहुंचाने का कार्यक्रम काफी महत्वपूर्ण रहा। आकाशवाणी की भूमिका इस संदर्भ में उल्लेखनीय रही। उसने विकास कार्यक्रमों को जन-जन तक पहुंचाने के लिए अनेक प्रकार के कार्यक्रम हाथ में लिए। ग्रामीण विकास, कृषि विकास, औद्योगिक और विद्यालय प्रसारण के कार्यक्रमों को महत्व दिया गया। युववाणी के माध्यम के शिक्षण-प्रशिक्षण का कार्यक्रम अपनाया गया। 'ग्रामीण कार्यक्रम' के माध्यम से ऊसर भूमि सुधार, खरीफ- रबी की फसलों की उन्नत खेती, कम वर्षा वाली खेती, सब्जी उत्पादन की उन्नत विधियों, फसलों के कृमीरोग एवं नियंत्रण, फलों की बागवानी और खेती के सुधरे यंत्रों के सन्दर्भ में विस्तृत जानकारी देने के साथ- साथ सरकार की ओर से किसानों को ब्लॉक स्तर से मिलने वाली सुविधाओं की भी जानकारी आकाशवाणी द्वारा किसानों को पर्याप्त मात्रा में मिल रही है। मौसम वैज्ञानिकों द्वारा आकाशवाणी से किसानों को दी गई सलाहें, उनके लिए पर्याप्त सिद्ध होती हैं। गांवों में सरकार की ओर से जो अनेक प्रकार की कल्याण योजनाएं चल रही हैं उनकी जानकारी भी पंचायत घर कार्यक्रम में किसानों को मिल रही है। अब किसान मृदापरीक्षण कराता है, और उसी के आधार पर किस खेत में कौन सी फसल बोई जाए, कौन सा उर्वरक प्रयोग किया जाए, कब कितना पानी दिया जाए इसकी जानकारी आकाशवाणी से प्राप्त करता है। मौसम के पूर्वानुमान, पाले पड़ने की आशंका, तेज आधी का खतरा, अतिवृष्टि, अनावृष्टि का पूर्वानुमान, फसलों के बचाव के उपाय, कीट रोगों से कृषि रक्षा किसान प्रशिक्षण आकाशवाणी की विशेषताए रही हैं।

मुर्गी, मछली, सूअर, बत्तक, मधुमक्खी पालने, पुष्प और फल उद्यानीकरण, सब्जी उत्पादन, बीज उत्पादन, मशरूम-उत्पादन जैसे कार्यक्रमों की जानकारी आकाशवाणी के आंचलिक कार्यक्रमों के माध्यम से ग्रामीणों को मिलती है। शिक्षा के संदर्भ में प्रौढ़ शिक्षा, प्राथमिक शिक्षा, स्त्री- शिक्षा एवं अन्य कार्यक्रमों के अतिरिक्त शुद्ध पेयजल, जल- निर्मलीकरण, प्रदूषण से मुक्ति, स्वास्थ्य शिक्षा, बेरोजगारी उन्मूलन की विभिन्न योजनाओं और महिला- कल्याण योजनाओं के बारे में विषय- विशेषज्ञों के विचारों से कृषि और ग्राम विकास से जुड़े समाज को पर्याप्त लाभ हुआ है।

11.7 प्रिंट मीडिया: गांवों की उपेक्षा

जहां समाचारपत्रों का संबंध है, गाँव की गतिविधियों, समस्याओं, उपलब्धियों और संभावनाओं को मुखर करने की दृष्टि से आंचलिक समाचारपत्रों की भूमिका महत्वपूर्ण है। ग्रामीण विकास को गति देने, वहाँ के लोगों के जीवन स्तर को ऊंचा उठाने, आम आदमी की आकांक्षाओं को स्वर देने के साथ ही उनके अभावों, निराशाओं और कुंठाओं को प्रकाशित करने का दायित्व प्रेस का है। स्थिति यह है कि भारत के गाँव अशिक्षा, अत्याचार और अभाव के गहन गर्त में अब भी पड़े हुए हैं। पिछले 50 वर्षों में बड़ी- बड़ी योजनाओं की घोषणा हुई, किन्तु आज भी कुल आबादी का 40% गरीबी की रेखा से नीचे की जिंदगी जी रहा है। देश की अस्सी प्रतिशत ग्रामीण आबादी जिन संकटों को झेल रही है उनके प्रति बड़े शहरी समाचारपत्रों की दृष्टि अनुकूल नहीं है। कुछ वर्ष पूर्व तक यह संकल्प किया जाता रहा है कि सन् 2000 तक सारा देश साक्षर हो जाएगा, सबको स्वच्छ पेयजल मिलने लगेगा और सबके सिर पर एक छत हो जाएगी, किंतु स्थिति यह है कि समस्याओं का सैलाब धीरे- धीरे हमारे ग्रामीण भारत को लीलता जा रहा है। आखिर इनको समाधान के स्तर तक कौन पहुँचायेगा? सरकारी जनसंचार माध्यम यथा दूरदर्शन, आकाशवाणी, फील्ड पब्लिसिटी आदि का ध्यान गाँवों की इन समस्याओं की ओर हो भी तो नहीं सकता। प्रसार भारती के गठन के बाद भी नंगे सत्य को उद्घाटित करने की दृष्टि और साहस इन माध्यमों में नहीं है। सरकार की सीधी-टेढ़ी उपलब्धियों को प्रसारित और प्रदर्शित करने में ही इन माध्यमों का करीब- करीब सारा समय बीत जाता है। उपलब्धियों के सरकारी आकड़े कितने सत्य और कितने असत्य हैं इसकी जांच ये माध्यम नहीं कर पाते। योजनाओं के लिए धन के आवंटन उसके उपयोग, उसका सत्यासत्य और उसकी उपलब्धि की ओर प्रेस अवश्य ध्यान दे सकता है।

समाज की जागरूक प्रहरी होने का दावा तो सभी माध्यम करते हैं किन्तु कार्यक्रमों के कार्यान्वयन एवं उसकी वस्तुस्थिति का सही ढंग से उचित भाषा- शैली में दायित्वपूर्ण चित्रण करने की जिम्मेदारी कितने लोग निभाते हैं? शहरी लेखक और शहरी अखबार गाँव और उनके निवासियों के प्रति न्याय नहीं कर पाते। उनमें अधिकतर ऐसे होते हैं जिन्हें गाँव की जिंदगी का दर्द मालूम भी नहीं होता। हमारे देश में दिल्ली से प्रकाशित होने वाले सभी अंग्रेजी- हिंदी के समाचारपत्र अपने को राष्ट्रीय कहने का दुराग्रह तो करते हैं किन्तु यदि इनमें प्रकाशित सामग्रियों का विश्लेषण किया जाए तो इनका दायरा काफी संकुचित और आकार- विस्तार काफी बौना दिखाई पड़ता है। इन समाचारपत्रों में गाँव और गरीब की चर्चा दूढ़ने पर ही मिलती है।

11.7.1 आंचलिक समाचारपत्र

जहां तक आंचलिक और जनपदीय समाचारपत्रों का प्रश्न है इनकी चालीस से पचास प्रतिशत सामग्री ग्रामीण जिंदगी से जुड़ी रहती है। इनमें गाँवों और ग्रामीणों के कार्य-व्यापार, उनकी आवश्यकताओं, उनकी आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक, धार्मिक, औद्योगिक और कृषि अन्य व्यवस्था पर समाचार, विचार और टिप्पणियां देखने को मिलती हैं।

आंचलिक पत्रों में खाद- बीज, बिजली, पानी आदि की समय से उपलब्धि, खेतों की नमी, सूखा, बाढ़, अतिवृष्टि, फसलों की बीमारियों, उपज पर लाभ-हानि, उन्नत कृषि के उपायों आदि पर समाचार विभिन्न शैलियों में मिलते हैं। ग्रामीण बेरोजगारी प्राकृतिक आपदा, महामारी, बैर-वैमनस्य, अपराध, भ्रष्टाचार, उत्पीड़न आदि पर समाचार- विचार ग्रामीण और आंचलिक पत्रकारिता में दिखाई पड़ते हैं। नए कानूनों का आम आदमी पर क्या प्रभाव पड़ा, किस रूप में यह लाभकर या हानिकर सिद्ध हुआ, छुआ- छूत, जातपांत, बाल- विवाह, बाल श्रम, दहेज- हत्या आदि पर आंचलिक एवं जनपदीय पत्रों में सामग्रियां अवश्य छपती हैं। उनके प्रकाशन के तौर-तरीकों में भेद हो सकता है। ग्रामीण अपराध यथा चोरी, डकैती, अपहरण, शीलहरण, फसल, कटाई, विकास कार्य और सरकारी कार्यालयों का भ्रष्टाचार, माफियागिरी, जातीय सेनाओं द्वारा नरसंहार, नीम हकीमों की करतूतों की खबरों के साथ ही समाज के विभिन्न क्षेत्रों में जन-जीवन में किस रूप में नया सवेरा आया है, इसकी सूचना भी इन पत्रों से मिलती है। कहने का तात्पर्य यह है कि ग्रामीण समाज में प्रवेश कर रही आधुनिकता की अच्छाइयों और बुराइयों के प्रभाव, पुरानी व्यवस्था की जीर्ण-शीर्ण दूट रही मान्यताओं के स्थान पर नए मानकों की ग्राह्यता, शहरी उपभोक्तावाद का ग्रामीण क्षेत्रों में प्रभाव, पर्यावरण-प्रदूषण की समस्या आदि का पूरा-पूरा नहीं तो आंशिक चित्र तो आंचलिक समाचारपत्रों से मिल ही जाता है।

11.7.2 छोटे समाचारपत्र और सरकार

आर. आर. दिवाकर की अध्यक्षता में गठित समिति ने सरकार से 1950 के बाद सिफारिश की थी कि छोटे समाचारपत्रों को आर्थिक और तकनीकी सहायता सरकार को देनी चाहिए, ताकि ग्रामीण और पिछड़े भारत के विकास- समाचारों पर ये विशेष ध्यान दे सकें। जाहिर है कि छोटे और क्षेत्रीय पत्रों का लक्ष्य विकास की गतिविधियों को गांव की झोपड़ी तक पहुंचाना था। " ऑपरेशन रिसर्च ग्रुप ' ' के, जिसके जिम्मे द्वितीय प्रेस आयोग को शोध सूचनाएं देने का दायित्व सौंपा गया था, एक सर्वेक्षण के अनुसार उड़िया भाषा के पत्रों में उस समय विकास एवं सरकारी सामग्री 40% छपती थी। असमी और तमिल पत्रों में यह प्रतिशत बहुत न्यून था। यहाँ राजनीति हावी थी। हिंदी पत्रों में 20% से कम स्थान विकास और सरकारी सूचनाओं को मिलता था, जबकि अपराध समाचारों का प्रतिशत भी 17% से ऊपर ही था। सिंधी पत्र तो अपराध समाचारों को एक चौथाई स्थान देते थे, जबकि गुजराती में सांस्कृतिक और मनोरंजक समाचारों का प्राबल्य था। इसी अध्ययन से यह भी पता चला कि अधिकांश दैनिक समाचारपत्रों ने विकास समाचारों की उपेक्षा की। इसका एक बड़ा कारण यह रहा सरकारी एजेंसियों अथवा सेवा द्वारा दी गई विकास सूचनाएं आकड़ों से बोझिल होती थी, इसलिए उनको पढ़ने में पाठकों की रुचि नहीं बनती थी। अंत एवं आवश्यक यह है कि विकास समाचारों को " लूमन स्टोरी ' ' मानवीय संवेदना को छूती हुई कहानी के रूप में दिलचस्प बनाकर प्रस्तुत किया जाए। किसी सरकारी, गैर- सरकारी विकास कार्यक्रम ने घुसहुआ (आम आदमी) की जिंदगी में

खुशहाली किस प्रकार पैदा की यह बताने से समाचार का आकर्षण बढ़ेगा, उसमें मानवीय संवेदना की झलक मिलेगी।

जिन पत्रों ने विकास एवं सामाजिक परिवर्तन की खबरों को संवेदनायुक्त कथा संवाद के रूप में प्रकाशित किया वे पत्र लोकप्रिय हुए। हमारे सामने ' राजस्थान पत्रिका' का उदाहरण है, जिसमें जब गाँव की बातें साफगोई से निर्भीकतापूर्वक कही जाने लगी तो उसे पाठकों ने पूरी तरह अपना लिया। कुलिश का " मैं देखता चला गया' ' स्तंभ राजस्थान पत्रिका में, ' चतुरी चाचा की चटपटी चिट्ठी' और ' मनबोध मास्टर की डायरी ' ' आज' में छपती रही। इन ग्राम्य जीवन पर आधारित स्तंभों ने ग्रामीण पत्रकारिता को भी दिशा और नई ऊंचाइयां दी।

11.8 ग्रामीण संचार: परंपरागत माध्यम

भारत में आज भी जनसंचार के परंपरागत माध्यम ही सर्वाधिक प्रभावी हैं। सच तो यह है कि आजादी के 50 वर्ष बाद आज भी भारतीय गांवों में परंपरागत माध्यमों कीर्तन, यक्षज्ञान, समूहगान, गौनई, रामलीला, कृष्णलीला, रासलीला, गौदाग लीला, नौटंकी, भागवत कथा, बहुरूपिया, जातीय नृत्य, संगीत, लोककला, लोकनाटक, लोक-नृत्य, लोकसंगीत, बंदर, भालू का नाच, सपेरा नृत्य, कठपुतली आदि प्रचार और संदेश- संप्रेषण के सर्वाधिक सशक्त माध्यम बने हुए हैं। ये काफी सस्ते पड़ते हैं, आसानी से इनके कार्यक्रम तैयार हो जाते हैं, इनका आयोजन नियमित हो जाता है और आम ग्रामीण जीवन पर इनका सीधा और काफी गहरा असर होता है। देश के हर भाग में इनका गहरा प्रभाव और प्रसार है। इन क्षेत्रों में इनके जितने लोकप्रिय कार्यक्रम रेडियो और दूरदर्शन के भी नहीं होते। लोक माध्यम या परंपरागत जन-माध्यम आदि काल से आर्थिक, नैतिक और सामाजिक- राजनीतिक उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए प्रयुक्त होते रहे हैं। मात्र मनोरंजन के लिए उनका प्रयोग नहीं होता था। कोई न कोई संदेश इनके साथ जुड़ा होता था। लोक साहित्य, गीत, कला, नाट्य आदि अभिव्यक्ति के जो माध्यम प्राचीन काल में प्रयुक्त होते थे उनमें धर्म, शिक्षा, न्याय, पंचायती- परामर्श, नैतिकता आदि पर विशेष ध्यान रहता था, अपेक्षाकृत मात्र मनोरंजन के वर्तमान-जनसंचार माध्यमों की तुलना में प्राचीन लोक माध्यम अत्यधिक वैयक्तिक, पारस्परिक, विश्वसनीय और समझदारीपूर्ण थे। लोक जिज्ञासा और समझदारी को पूर्णतः सतुष्ट करने की क्षमता पारंपरिक संचार माध्यमों में रही है।

ग्रामीण जनसंचार माध्यम गांव में निवास करने वाले लोगों के मन, मस्तिष्क और हृदय के अधिक निकट होता है। इसलिए उन पर व्यक्तिशः अधिक गहन प्रभाव पड़ता है। गाँव वालों की अपनी जिंदगी से जुड़ी भावनाओं, भाव भंगिमाओं और संदेशों की अभिव्यक्ति उन्हीं की बोली, उन्हीं की वेश-भूषा, उन्हीं के आचार- विचार की परिधि में होती है। परिणामतः उनके लिए यह सरलता से बोधगम्य और उन प्रभाव डालने वाली होती है। दोगली संस्कृति ग्रामीणों को उतना आकर्षित नहीं करती जितनी अपनी भाषा, वेश- भूषा और अपनी संस्कृति।

11.8.1 पारंपरिक जन माध्यमों की उपादेयता

यदि भाषा और बोली हर सौ किलोमीटर पर बदल जाती है तो ग्रामीण संचार के जो विभिन्न अवयव और संवाहक कलाकार हैं, उनकी टोलियों की संख्या और उनके कार्यक्रम भी

असंख्य होते हैं। परंपरागत माध्यमों की संप्रेषण शक्ति करीब- करीब शत-प्रतिशत कारगर और प्रभावी होती है।

लोक नाट्य, नृत्य, गीत, संगीत आदि हर अंचल ही नहीं अपितु हर गाँव से जुड़ा हुआ है। इनके कलाकारों की टोलियों गाँव-गाँव में हैं। इनके वाद्ययंत्र इनकी जमीन से जुड़े संस्थानों से ग्रामीणों द्वारा निर्मित होते हैं। धार्मिक कीर्तन, नाटक, समूह गान आदि यहां के दैनंदिन कार्यक्रम हैं, जिनसे यहां की आत्मा जुड़ी हुई होती है। लोक माध्यम के कार्यक्रम एक तो गांवों में, गाँव वालों के बीच होते हैं इसलिए उनका आनंद सभी वर्ग के स्त्री, पुरुष, बच्चे, बूढ़े ग्रामीण बिना कोई धन खर्च किए उठाते हैं। यदि धन देना भी पड़ा तो यह अत्यल्प होता है।

लोक माध्यमों में कोई भी कार्यक्रम हो उसे आसानी से बढ़ाया घटाया जा सकता है। नाटक, बंदर नृत्य, समूह लोकनृत्य और कठपुतली के कार्यक्रमों में कोई भी संदेश आसानी से समायोजित हो सकता है, अपेक्षाकृत इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के ' तमाशा ' हो या जात्रा अथवा कीर्तन इन कार्यक्रमों में किसी भी सामाजिक, आर्थिक, नैतिक संदेश को आसानी से कम समय, कम परिश्रम और कम धन खर्च करके प्रभावी ढंग से समायोजित किया जा सकता है। रामलीला और रासलीला के बीच में लघु हास्य प्रहसन में राम के लव- कुश और कृष्ण के प्रद्युम्न का उल्लेख परिवार नियोजन के " हम दो हमारे दो " संदेश काफी प्रभावशील ढंग से ग्रामीणों में संचारित होता है। भारतीय लोक माध्यम स्थानीय बोलचाल की भाषा में नृत्य, गीत, संगीत के उदार समवेत स्वरूप को प्रस्तुत करते हैं, जिनमें भजन- कीर्तन, मनोरंजन, शिक्षा, नैतिक उपदेश आदि सम्मिलित होते हैं। यह सही है कि इन कार्यक्रमों में श्रोता और दर्शकों की संख्या कम होती है, किंतु यह भी उतना ही सही है कि ये कार्यक्रम अपने श्रोताओं और दर्शकों पर बहुत गहरा प्रभाव छोड़ते हैं।

इन कार्यक्रमों में केवल कलाकारों की ही भागीदारी नहीं होती अपितु स्वयं श्रोता और दर्शन भी इनके भागीदार बन जाते हैं। वे इस स्तर तक प्रभावित हो जाते हैं कि वे स्वयं लोकगीत, संगीत, नृत्य और वाद्य- यंत्रों की थाप पर नाचने - गाने लगते हैं। कीर्तन, भजन, समूह गान, नौटंकी, रामलीला, कृष्णलीला आदि में तो यह प्रायः होता है कि सामने की भीड़ मस्त होकर स्वयं अगुवाई करने लगती है। ऐसा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में नहीं होता।

11.8.2 पारंपरिक माध्यमों की विशेषताएं

लोककला के विभिन्न अवयवों का मुख्य उद्देश्य अपनी हार्दिक अनुभूतियों को ठीक ढंग से अभिव्यक्त करना होता है। वे धार्मिक और नैतिक संदेश देने का काम कार्यक्रम के माध्यम से करते हैं। इसमें उत्तम नाटकीयता, मधुर गीत और आंचलिक वाद्ययंत्रों के सहारे क्षेत्र में कल्याणकारी संदेश पहुंचाने का दायित्व निर्दिष्ट होता है। हमारे पूर्वजों की संस्कृति और उनकी परंपराओं को ये पारंपरिक माध्यम जीवंततापूर्वक आज भी अक्षुण्ण बनाए हुए हैं। देश के सभी भागों में करीब 80 प्रतिशत आबादी संचार की दृष्टि से परंपरागत माध्यमों से जुड़ी हुई है, क्योंकि अनादिकाल से परंपरागत अनुभवों पर आधारित इस संप्रेषण पद्धति की जड़ें लोगों के जीवन में संस्कारों के माध्यम से अंगीकृत हो गई हैं। भारत के सभी राज्यों में अलग- अलग

जातियों, बोलियों, भाषाओं, धर्मों, संस्कारों, प्राकृतिक परिस्थितियों और अनिवार्य मानवीय आवश्यकताओं पर आधारित लोक माध्यमों की श्रृंखला जनजीवन को प्रभावित और अनुप्राणित करती है। इन क्षेत्रीय परंपरागत माध्यमों में परस्पर आदान- प्रदान भी हुआ है और एक दूसरे ने आपस में एक दूसरे को प्रभावित भी किया है। जनसंचार के आधुनिक माध्यमों अथवा सिनेमा का प्रभाव अब लोक माध्यमों पर भी दिखाई पड़ने लगा है। लोकगीतों पर सिनेमा के गीतों का स्पष्ट प्रभाव होता है। देश की स्वतंत्रता और विकास की गतिविधियों का प्रभाव भी ग्रामीण जनमानस में हुआ है, इसलिए ग्रामीण जनसंचार पर इसका भी प्रभाव पड़ा है।

कहने की आवश्यकता नहीं है कि सिनेमा और टेलीविजन ने भी अपने कार्यक्रमों को गांवों में लोकप्रिय बनाने के लिए लोक-माध्यमों की पद्धतियों को अपनाया है और संप्रति दोनों के बीच पारस्परिक संबंध बराबर बढ़ रहा है। ग्रामीण परिवेश में इस माध्यम के प्रचुर प्रभाव को देखते हुए ही अब सरकारी एवं गैर- सरकारी संगठन भी अपनी बात सही परिप्रेक्ष्य में ग्रामीणों तक पहुंचाने के लिए इन माध्यमों का प्रयोग बड़े स्तर पर करने लगे हैं। भारत सरकार एवं राज्य सरकारों ने अपनी विकास योजनाओं के संदर्भ में ग्रामीण आबादी को जानकारी देने के लिए सूचना मंत्रालय के अधीन 1954 में गीत और नाट्य प्रभाग की स्थापना की है। ये लोग परंपरागत माध्यमों जैसे कठपुतली, नृत्य, नाटक, नौटंकी, नृत्य नाटिका, हीर कीर्तन, हीर कथा, तमाशा आदि की आधार भूमि पर अपने संदेशों को आम ग्रामीण तक पहुंचाने का सफल प्रयास कर रहे हैं। ये लोग गाँव की भाषा में गाँव के लोगों द्वारा गाँव के लोगों के लिए ऐसे मनोरंजन मिश्रित विकास संदेश आम लोगों तक पहुंचाते हैं जिससे प्रभावित होकर ग्राम्य जीवन में विकास कार्यक्रमों के प्रति रुचि पैदा हो सके।

11.8.3 गैर सरकारी प्रयास

गैर सरकारी स्तर पर लोक माध्यमों का प्रयोग सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक संगठन आज भी काफी सक्रिय एवं प्रभावकारी ढंग से कर रहे हैं। मार्क्सवादी साम्यवादी एवं कुछ अन्य प्रगतिशील राजनीतिक दल नुक्कड़ नाटकों और सांस्कृतिक कार्यक्रमों के माध्यम से लोगों को प्रशिक्षण देते हैं। ईसाई पादरी अपने धर्म प्रचार के लिए ग्रामीण जीवन में हिल- मिल जाने के लिए लोक भाषा, लोक भावना और लोक चिंतन को ही आधार बनाकर अपना काम करते हैं। धार्मिक संगठन अपना संदेश लोगों के मन में बैठाने के लिए कीर्तन, मेला, यज्ञ, कथा- वार्ता, पूजा- पर्व त्यौहार का आयोजन धूमधाम से करते हैं जिनमें लोक जीवन की व्यापक भागीदारी सुनिश्चित की जाती है। पश्चिम बंगाल, केरल, महाराष्ट्र, तमिलनाडु उत्तरप्रदेश, बिहार, मध्यप्रदेश, राजस्थान आदि में गैर- सरकारी संगठन लोक नाट्य, तमाशा, एकल नाटक, सामूहिक एवं सामुदायिक महोत्सव, नृत्य, संगीतमय भजन, कीर्तन, रामकथा, लोक नायकों के जीवन पर आधारित कार्यक्रम आदि व्यापक स्तर पर प्रस्तुत करते हैं। यद्यपि लोक संचार के माध्यमों की ओर जितना ध्यान दिया जाना चाहिए था उतना ध्यान न तो पहले दिया गया और न अब दिया जा रहा है किंतु वे आज भी धरती से जुड़े हैं। सामाजिक विकास के साथ- साथ उनके रूप-स्वरूप में भी परिवर्तन आ रहा है किंतु उनके विकास पर किसी प्रकार की आर्थिक उदारता न होने के कारण कोई प्रोत्साहन नहीं है।

विश्वविद्यालयों में भी इन पर ध्यान नहीं दिया गया है। आकाशवाणी और दूरदर्शन के अतिरिक्त केंद्रीय सरकार की सूचना सेवा में प्रेस इन्फॉर्मेशन ब्यूरो, पब्लिकेशन डिवीजन, रिसर्च एंड रेफरेंस डिवीजन, डी. ए. वी. पी., फोटो डिवीजन आदि प्रभाग भी हैं। ये विकास क्षेत्र की गतिविधियों को आम आदमी या पात्र व्यक्ति तक पहुंचाने का दायित्व निभाते हैं और राज्यों के सूचना संपर्कों से तालमेल रखते हैं।

11.8.4 गीत और नाट्य प्रभाग

सरकार का गीत और नाट्य प्रभाग देश के नामी गिरामी परंपरागत जन माध्यम के प्रतीक संगठनों से संपर्क कर उन्हें अपने कार्यक्रम और संदेश लोक भाषा में उस विधा की मान्यताओं के अनुसार तैयार कर उन्हें देता है, उनका पंजीकरण करता है, उनका पुरस्कार या पारिश्रमिक निर्धारित करता है और भारत सरकार के फील्ड पब्लिसिटी प्रभाग के सहयोग और निर्देशन में इन संगठनों के कार्यक्रम ग्रामीण एवं पिछड़े इलाकों में प्रस्तुत कराता है। इस कार्यक्रम के निर्धारण में खंड विकास अधिकारियों और राज्य सरकार की सूचना सेवा के लोगों का सहयोग लिया जाता है। गीत और नाट्य प्रभाग के क्षेत्रीय कार्यालय प्रत्येक प्रदेश की राजधानी में भी हैं। ये मंडलीय स्तर पर क्षेत्र प्रचार अधिकारियों से संपर्क कर अपने कार्यक्रमों की प्रस्तुति करते हैं। ये लोक नाट्य, गीत, संगीत, कठपुतली नृत्य, जादूगरी, प्रवचन, तमाशा, जात्रा, समूह गान आदि के माध्यम से अपना संदेश ग्रामीणों के बीच पहुंचाते हैं। जिन संदेशों को लेकर ये संस्थाएँ अपने कार्यक्रम गांवों में प्रस्तुत करती हैं वे हैं- राष्ट्रीय एकता, राष्ट्रीय सुरक्षा, परिवार कल्याण, साक्षरता, पर्यावरण की शुद्धि, नारी शिक्षा, नयी अर्थनीति, छुआछूत, एड्स, महिला कल्याण एवं बालिकाधिकार, टीकाकरण, रक्तदान, नेत्रदान, इवाकरा एवं अन्य रोजगार परक योजनाएं, बाल विवाह, दहेज हत्या आदि। इनके अतिरिक्त क्षेत्रीय प्रसार निदेशालय गांवों में विद्यालयों के बीच उपरोक्त विषयों पर वाद-विवाद, भाषण एवं निबंध प्रतियोगिताएं, रैलियां, प्रभात फेरियां आयोजित कराता है। जन साधारण हेतु क्षेत्र के बुद्धिजीवियों की गोष्ठियां भी की जाती हैं जिनका उद्देश्य विकास बिन्दु ही होते हैं। पंजीकृत ड्रामा पार्टियों के माध्यम से जो लक्ष्य पूरा होता है उसका यदि सरकारी पार्टियों से काम लिया जाए तो खर्च काफी बढ़ जाता है।

इस माध्यम को बढ़ाने के लिए सरकार को जितना प्रश्रय देना चाहिए वह नहीं दे रही है। इन प्राइवेट सांस्कृतिक संस्थानों से काफी प्रतिभाशाली ग्रामीण कलाकार जुड़े होते हैं। यदि उन्हें प्रोत्साहन दिया जाए तो वे काफी अच्छे कलाकार हो सकते हैं। किन्तु संप्रति ऐसा नहीं हो रहा है। इन कलाकारों को उनकी स्थानीय भाषा में लिखी उत्तम सामग्री मिलनी चाहिए, उन्हें अच्छी प्रकार से दक्ष बनाया जाना चाहिए और उन्हें इतना तो पारिश्रमिक मिलना ही चाहिए जिससे इन लोक कलाकारों का कायदे से भरण-पोषण हो सके। कम पढ़े लिखे लोगों या नव-साक्षरों के लिए जो प्रयास हो रहे हैं उनमें व्यावहारिक दृष्टि अपनाने की आवश्यकता है। विज्ञान, पर्यावरण पर कथात्मक साहित्य, पहेलियों, चुटकुलों, स्वयं करके देखो, जिज्ञासा जगाने वाले कार्यकलापों, अन्धविश्वासों और रूढ़ियों को तर्क के आधार पर चुनौती देने वाली सामग्री उनके लिए अधिक बोधगम्य होगी। पर्यावरण, वनोपज तेल, औषधीय पौधों की खेती, अवशिष्ट पदार्थों

के उपयोग, मातृ शिशु कल्याण, स्वच्छता- सफाई, लघु उद्योग, कृषि यंत्रों की मरम्मत जैसे मुद्दों पर भी ग्रामीण जनसंचार को अभी बहुत कुछ करना बाकी है।

यूनियन बैंक ऑफ इंडिया और जीवन बीमा निगम ने बैंकों में धन जमा करने और जीवन बीमा कराने के लिए ग्रामीणों को प्रोत्साहित करने हेतु कठपुतली नृत्य का सहारा लिया और वे काफी सफल रहे। भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली के एक सर्वेक्षण के अनुसार दिल्ली के निकट एक गाँव में एक ही विषय पर डाकुमेंट्री फिल्म और कठपुतली नृत्य दिखाया गया, जिसमें कठपुतली नृत्य का प्रभाव अधिक सिद्ध हुआ। दूरदर्शन द्वारा बच्चों के लिए कठपुतली कार्यक्रमों का प्रयोग स्वयं में इस बात का साक्षी है कि कठपुतली नृत्य संचार का अधिक प्रभावी माध्यम है। देश में खासकर पश्चिम बंगाल, आंध्र, तमिलनाडु, केरल, बिहार, उत्तरप्रदेश, दिल्ली आदि में हजारों ऐसे संगठन हैं जो सामाजिक न्याय के उद्देश्य से नुक्कड़ नाटकों, संगीत कार्यक्रमों, लोक नृत्यों और लोक नाटकों के माध्यम से जन जागृति के कार्य में लगे हैं। इनमें राजनीतिक दल, धार्मिक सुधारक, छात्र संगठन और अन्य स्वयंसेवी संस्थाएँ शामिल हैं। उत्तर भारत में बिहार, उत्तरप्रदेश, मध्यप्रदेश, राजस्थान, गुजरात, दिल्ली आदि में रामलीला और कृष्णलीला के परंपरागत लोकनाट्य शताब्दियों से होते चले आ रहे हैं। बंगाल की गौरांग लीला भी इसी कोटि में है। उत्तरप्रदेश और बिहार में गोंडू नाच, धोबिया नाच और चमरुआ नाच काफी लोकप्रिय हैं, जो गोंड, धोबी और चमार जातियों के जातीय नृत्य हैं। पशुओं के माध्यम से भी जनसंचार का संदेश गाँव में लोकप्रिय हो रहा है। बंदर, भालू का नाच, सपेरों का खेल, आदिवासियों और नट-नटियों का समूह और एकल नृत्य आदि ग्राम्यांचल में मनोरंजन एवं जनसंचार के प्रभावी माध्यम हैं। इनमें ग्रामीण शोषण, दोहन, उत्पीड़न, अभाव और भक्ति भाव के संदेश होते हैं।

11.9 कुछ प्रमुख लोक विधाएं

महाराष्ट्र में तमाशा लगभग 450 वर्ष पुराना लोकसंचार का माध्यम है। अंतिम पेशवा शासक बाजीराव द्वितीय इसके प्रमुख संरक्षक थे, जिनके शासन काल में महिला गायिकाओं को इसमें शामिल किया गया था। तमाशा में साँगध नाम के मसखरे का उदय इसी कार्यकाल में हुआ था। यह मजाकिया लहजे में नायक-नायिका के बीच का सबसे महत्वपूर्ण संवादी था। इसमें व्यावसायिक मनोरंजन हेतु महिला लोक- कलाकार दर्शकों और श्रोताओं की फरमाइशी गीत गाती हैं और उसके बदले उन्हें पुरस्कार प्राप्त होता है। कभी- कभी ' ढोलकी बारिस' में नैतिक और दार्शनिक संदेश देने वाले कार्यक्रम भी होते हैं, जिनमें शाहिद की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। समूहगान में पुरुष-महिलाएं संयुक्त रूप से भाग लेती हैं। मराठी के अत्राभाबू साठे, जी. एल. देशपांडे, बसंत सवनिष, बसंत वापट, और वी. डी. मदगुलकर जैसे नाटककार तमाशा की विभिन्न विधाओं के पोषक रहे हैं।

सामाजिक और राजनीतिक बिन्दुओं पर जनभावना को प्रभावित करने के लिए महाराष्ट्र में लोकनाट्य का पर्याप्त प्रभाव रहा है। तमाशा का एक रूप ' संगीत बारिश ' भी है, जो मूलतः तमाशा से जुड़ा माना गया है। इसमें तीन से छः महिला नर्तकियां और गायिकाएं अपनी कला

का प्रदर्शन करती हैं और वाद्ययंत्र के रूप में तबला, हारमोनियम, झाल-मजीरा का उपयोग करती हैं। तमाशा का बनावटी स्वरूप हो या असली, शुरुआत गण (गणेश) आराधना से होती है। कृष्ण और गोपियों के नृत्य- गीत भी इस विधा के प्रशा हैं। तमाशा में बाग (कथावस्तु) का अलग महत्व है। यह गीत, नृत्य और वार्तालाप, तीनों माध्यमों से प्रस्तुत होता है और व्यंग्यात्मक पद्धति से सामाजिक दुर्वृत्तियों और राजनीतिक समस्याओं पर कटाक्ष करता है। स्वतंत्रता आंदोलन के समय अंग्रेजों के विरुद्ध जन जागरण के लिए तमाशा की विभिन्न विधाओं का उपयोग किया गया और बाद में परिवार कल्याण के संदेशों को जनमानस में उतारने के लिए उनका उपयोग हुआ।

सोलहवीं शताब्दी में महाराष्ट्र में पवाड़ा की नाट्य प्रस्तुति डाफ- मजीरा आदि के साथ होती थी। दक्षिण कोंकड़ में देशावतार के धार्मिक लोकनाट्य की लोकप्रियता आज भी देखने योग्य है। यह कर्नाटक के ' यक्षजान ' के समतुल्य है जो 400 वर्षों से अधिक समय से चला आ रहा है।

नौटंकी उत्तर भारत का एक प्रमुख लोकनाट्य हैं, जो खुले आसमान के नीचे प्रस्तुत किया जाता है। यह संभवतः मुल्लान की रानी नौटंकी के नाम से जानी जाती है जिसमें प्रेम कथाओं की प्रस्तुति होती है। लैला- मजनू शीरी- फरहाद, सुल्ताना डाक् अमरसिंह राठौड़ जैसी कहानियों की लोकमंच प्रस्तुति नौटंकी के माध्यम से पद्य और गद्यमय विधा में होती है। इसमें बीच- बीच में विदूषकीय प्रसंग भी प्रस्तुत होते हैं, जिनके माध्यम से मूल प्रदेश दर्शकों तक पहुंचाया जाता है। गीत- संगीत तथा वाद्य इसके अनिवार्य तत्व हैं। नौटंकी में ढोलक, नक्कारा (नगाड़ा) की विशेष भूमिका होती है। कव्वाली, गज़ल, शेर, दारा, ठुमरी, लवानी, दोहा और चौबाला आदि विधाओं में नौटंकी अधिक प्रसिद्ध है।

कर्नाटक में भागवत की कथा पर आधारित लोक नाट्य ' यक्षजान ' बहुत लोकप्रिय है। अन्य भारतीय लोकनाट्य की तरह इसमें भी संगीत, नृत्य और संवादों की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। यहां का संवादी भागवत कहा जाता है।

जात्रा बंगाल और उड़ीसा की लोकमंच प्रस्तुति है। इसमें कृष्ण और राधा के जीवन संदर्भों को भक्तिभाव से प्रस्तुत किया जाता है। 18वीं शताब्दी में मोतीलाल रे और मुकुन्द दास ने जात्रा में स्वतंत्रता की भावना भरी। उत्पल दत्त ने भी राजनीतिक शिक्षण के लिए अपने कार्यक्रमों में जात्रा का उपयोग किया।

गुजरात में भवाई लोकनाट्य मध्ययुगीन शैली का कार्यक्रम है जिसमें सौलों और नायक दो महत्वपूर्ण चरित्र होते हैं। यहाँ भी सैलो विदूषक है और नायक सूत्रधार। यह अंबा और गणेश की आराधना का लोकनाट्य है। थेरू कुथू तमिलनाडू का नुक्कड़ नाटक, जिसमें नृत्य, नाटक और संगीत तीनों का समावेश होता है। इसमें " नंदी नाटकम् " काफी लोकप्रिय है। कीर्तन, जिसे हरिकीर्तन भी कहते हैं, दक्षिण भारत से उत्तर तक सर्वत्र लोकप्रिय है। कहते हैं यह आराधना का नारद का तरीका है जो महाराष्ट्र, कर्नाटक तमिलनाडू मध्यप्रदेश और बंगाल से उत्तरप्रदेश तक लोकप्रिय है।

लोकमान्य तिलक ने हरिकीर्तन को राष्ट्रीय आंदोलन से जोड़ा। नारदीय हरिकथा, वर्कदी हरिकथा और राष्ट्रवादी हरिकथा। यही राष्ट्रवादी हरिकथा का अब राष्ट्रीय विकास, परिवार कल्याण

और सामाजिक न्याय के कार्यक्रमों के लिए कथाकारों और कीर्तनकारों द्वारा प्रयोग किया जा रहा है।

पद्यमय वीर गाथा का वर्णन उत्तरप्रदेश के आल्हा, आंध्र के बुरा कथा, पंजाब की जुगानी और वार, महाराष्ट्र के पोवाडा और तमिलनाडु के बिल्लु पट्टी लोकमाध्यमों में मिलता है। आल्हा और ऊ दल दो भाइयों की वीरता की बुंदेली भाषा में लिखी लोक कविता है। इस पद्धति का प्रयोग उत्तर भारत में ग्रामीण संचार माध्यम के रूप में अधिकतर होता है।

देश में 300 से अधिक लोकसंगीत की शैलियां हैं जिनमें बाउल, भीटयाली, दोहा और गरबा, चैती, कजरी, कथकली, पड्डूज, वीद्दू, मांड, पनिहारी, रौफ चक्री सुआ दादरी, माडो, ढोलो, वोली, और लवानी आदि प्रमुख हैं। कठपुतली का नृत्य भारत में बहुत लंबे समय से प्रचलित है। सूत्रधारिका कठपुतली नृत्य राजस्थान, ओड़ीसा, कर्नाटक और आंध्रप्रदेश में अधिक प्रचलित है। पुतुलनाच के नाम से लकड़ी के सहारे प्रस्तुत किया जाने वाला कठपुतली नृत्य पश्चिम बंगाल में अधिक प्रचलित है। आंध्र प्रदेश, कर्नाटक, केरल, उड़ीसा आदि राज्यों में छायापुतली नाम से तीसरे प्रकार का कठपुतली नृत्य होता है। इसकी कथा वस्तु सामान्यतया रामायण और महाभारत पर आधारित होती है। हाथ से संचालित होने वाला कठपुतली- नृत्य उड़ीसा केरल और तमिलनाडु में काफी लोकप्रिय है।

11.10 सारांश

प्रस्तुत इकाई में आपने ग्रामीण जनसंचार और सामाजिक परिवर्तन के बारे में विस्तार से जानकारी प्राप्त की आज हमारी धारणा है कि गांवों में रेडियो, टेलीविजन और समाचारपत्र ग्रामीण जनसंचार के प्रमुख माध्यम हैं ऐसा नहीं है। आज भी 'नावों में परंपरागत माध्यम- लोक नाट्य नृत्य, गीत संगीत आदि अपना विशेष महत्व रखते हैं ' देश के सभी भागों में लगभग 80 प्रतिशत आबादी संचार की दृष्टि से परंपरागत माध्यमों से जुड़ी हुई है।

भारत के सभी राज्यों में अलग-अलग जातियों बोलियों भाषाओं धर्मों संस्कारों प्राकृतिक परिस्थितियों और मानवीय आवश्यकताओं पर आधारित लोक माध्यमों की श्रृंखला जन- जीवन को सदैव प्रभावित और अनुप्रभावित करती है।

परंपरागत माध्यमों ने रेडियो और टेलीविजन पर भी अपना प्रभाव डाला है। राजनीतिक दल अपने उद्देश्यों के प्रचार-प्रसार के लिए नुक्कड़ नाटक का सहारा ले रहे हैं। राष्ट्रीय विकास परिवार कल्याण और सामाजिक न्याय के कार्यक्रमों के लिए कथाकार और कीर्तनकारों का प्रयोग किया जा रहा है।

11.11 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. दी प्रेस इन डवलपिंग कंट्रीज - ई. लायड समरलैंड, आत्माराम एड संस नई दिल्ली
2. मास कम्युनिकेशन इन इंडिया - केवल जे. कुमार, जैको पब्लिशिंग हाउस, बम्बई
3. कृषि पत्रकारिता- डी. रामकृष्ण पाराशर, नकुल पाराशर, हिन्दी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय, दिल्ली विश्वविद्यालय - दिल्ली
4. विकास पत्रकारिता - राधेश्याम शर्मा, हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़

5. जनसंचार विविध आयाम - बृजमोहन गुप्त, राधाकृष्ण प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली
 6. विलेज एडाप्सन-डॉ बी. सी. मरवाहा, 98, नेहरू प्लेस, नई दिल्ली
-

11.12 निबंधात्मक प्रश्न

1. जनसंचार से आप क्या समझते हैं? भारत में सबसे प्रभावी जनसंचार माध्यम आप किसे मानते हैं और क्यों?
2. राष्ट्रीय विकास में संचार माध्यमों की भूमिका का वर्णन करें।
3. ग्रामीण जनसंचार से आप क्या समझते हैं? इसकी व्याख्या और परिभाषा कीजिए।
4. भारत जैसे देश के लिए लोकसंचार का क्या महत्व है? इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मुकाबले यह किस रूप में अधिक प्रभावकारी है?
5. परंपरागत माध्यम (ट्रेडिशनल मीडिया) आज भी ग्रामीण संचार के सर्वाधिक प्रभावशाली माध्यम हैं, आप इस कथन से कहा तक सहमत हैं?
6. प्राचीन लोक माध्यम वैयक्तिक, पारस्परिक और अधिक विश्वसनीय होते हैं, उदाहरण देकर सिद्ध कीजिए।
7. सृष्टि और संचार की व्युत्पत्ति साथ-साथ हुई आप इस कथन से कहां तक सहमत हैं?
8. देश के कुछ परंपरागत माध्यमों का उल्लेख करें, जिनका उपयोग ग्रामीण संचार के रूप में अधिक किया जा रहा है। कठपुतली नृत्य, तमाशा और रामलीला पर प्रकाश डालिए।
9. ग्रामीण संचार में सूचना सेवा के गीत और नाट्य प्रभाग तथा फील्ड पब्लिसिटी के योगदान पर टिप्पणी लिखें।

इकाई 12 ग्रामीण पत्रकारिता की लघु एवं मध्यम पत्र पत्रिकाएं

इकाई की रूपरेखा

- 12.0 उद्देश्य
- 12.1 प्रस्तावना
- 12.2 ग्रामीण पत्रकारिता : प्रादुर्भाव एवं विकास
 - 12.2.1 स्वतंत्र भारत में ग्रामीण पत्रकारिता
 - 12.2.2 स्थानीय पत्रकारिता की आवश्यकता
 - 12.2.3 पत्र-पत्रिकाओं का वर्गीकरण
 - 12.2.3 ग्रामीण पत्रकारिता के मापदंड
- 12.3 मुद्रित संचार माध्यम के रूप में पत्रकारिता की विशिष्टता तथा उपयोगिता
 - 12.3.1 राष्ट्रीय विकास में पत्रकारिता की भूमिका
 - 12.3.2 मुद्रित सामग्री की पीरमितताएं या सीमाएं
 - 12.3.3 मुद्रित सामग्री की विशेषताएं
- 12.4 पत्र-पत्रिकाओं में समायोजित सामग्री एवं लेखन विधाएं
 - 12.4.1 समाचार की परिभाषा
 - 12.4.2 समाचार के तत्व
- 12.5 प्रभावी लेखन के अवयव एवं सिद्धांत
 - 12.5.1 कृषि एवं ग्रामीण आलेख तैयार करने के प्रमुख चरण
 - 12.5.2 लेखन विधाएं, समाचार, समाचार कथाएं विज्ञापन एवं भीति समाचारपत्र
- 12.6 सारांश
- 12.7 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 12.8 निबंधात्मक प्रश्न

12.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप राष्ट्रीय विकास कार्यक्रमों में जनसंचार माध्यमों, विशेष रूप से ग्रामीण पत्रकारिता की रचनात्मक भूमिका, सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक पक्षों को स्पष्ट कर सकेंगे। इस इकाई का उद्देश्य यह है कि आप निम्न बिन्दुओं का अध्ययन करके इन पर अपने विचार प्रगट कर सकें-

- ग्रामीण पत्रकारिता, जिसमें कृषि पत्रकारिता भी सम्मिलित है, के प्रादुर्भाव, विकास एवं वर्तमान स्थिति से आप अवगत हो सकें।
- मुद्रित समाचार माध्यम के रूप में ग्रामीण पत्रकारिता का राष्ट्रीय विकास में क्या योगदान है?
- लघु एवं मध्यम आकार की पत्र-पत्रिकाओं में समायोजित ग्रामीण सामग्री कौन- कौन सी है?
- विभिन्न विधाओं के लिए हमारी लेखन के सिद्धांत एवं लेखन के विविध चरण क्या है?

- लघु एवं मध्यम स्तर की ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं की स्थिति, समस्याएं और भावी दिशाएं तथा ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं के विविध पहलू।

12.1 प्रस्तावना

अपने विचारों एवं भावनाओं का आदान-प्रदान करने, सहयोगपूर्ण जीवनयापन करने और विकास यात्रा तय करने के लिए मनुष्य विभिन्न संकेतों या माध्यमों से अपने को अभिव्यक्ति देता आया है। अभिव्यक्ति के इन विविध माध्यमों ने सामाजिक कुरीतियों, अंधविश्वासों एवं आर्थिक पिछड़ेपन से मुक्ति पाने की दिशा में, मनुष्य की सहायता की है। देश की स्वतंत्रता के बाद संविधान के नीति- निर्देशक तत्वों में नागरिकों के सामाजिक न्याय एवं आर्थिक- विकास को महत्व दिया गया। देश के पुनर्निर्माण एवं सर्वांगीण विकास के लिए विभिन्न पंचवर्षीय योजनाएं बनाई गईं और इनके द्वारा प्रचार-प्रसार एवं सामुदायिक विकास के उद्देश्य को सामने रखा गया। इस संदर्भ में संचार- माध्यमों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। सामाजिक एवं आर्थिक परिवर्तन लाने के प्रयासों में ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं ने भी एक महत्वपूर्ण योग दिया है।

इन बिंदुओं को ध्यान में रखते हुए पत्रकारिता की संपूर्ण-पृष्ठभूमि में ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं की स्थिति उसकी भावी दिशा के बारे में इस इकाई से प्रकाश डाला गया है। साथ ही कृषि पर आधारित इन पत्र-पत्रिकाओं के विस्तार और संपूर्ण ग्रामीण विकास के प्रसंग में इनकी भूमिका की विस्तृत समीक्षा भी की गई।

12.2 ग्रामीण पत्रकारिता: प्रादुर्भाव, विकास एवं वर्तमान

शहरों का विकास और उनकी संरचना में ग्रामीण जीवन का महत्वपूर्ण योग है। इस विकास यात्रा में मनुष्य के भीतर आज भी गांवों की गंध छिपी है। ग्रामीण अर्थव्यवस्था एवं अस्तित्व का आधार कृषि रहा है। इसलिए अति प्राचीनकाल से चली आई पत्रकारिता का प्रारंभ कृषि- पत्रकारिता के इर्द- गिर्द ही घूमा लेकिन समय के साथ समाज बदला। आजादी के बाद नगरों का विस्तार तेजी से हुआ और ग्रामीण विकास का एक नया अध्याय भी प्रारंभ हुआ। इससे कृषि पत्रकारिता का क्षेत्र भी व्यापक हुआ। वह संपूर्ण ग्रामीण जीवन को अपने में समेटने की प्रक्रिया में ग्रामीण पत्रकारिता का रूप धारण करने लगी। विगत सदी की पत्रकारिता और लघु पत्र- पत्रिकाओं की चर्चा की जाए तो यह स्पष्ट होगा कि ग्रामीण- पत्रकारिता का प्रादुर्भाव किस प्रकार हुआ और समय के साथ इसमें परिवर्तन क्यों और किस प्रकार हुए?

प्राचीनकाल से चली आई ग्रामीण-पत्रकारिता ने आधुनिक युग तक पहुंचते-पहुंचते नया रूप धारण किया है। इस कार्य में आधुनिक मुद्रण- कला का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। कृषि विकास के लक्ष्य से प्रारंभ हुई कृषि- पत्रकारिता समय के साथ विस्तार पाती गई और इसने धीरे- धीरे ग्रामीण जीवन को अभिव्यक्ति देने की ओर अपने कदम बढ़ाए। अति प्राचीनकाल से मौखिक एवं अन्य रूपों में चली आई एक लंबी और वैज्ञानिक परंपरा के संदर्भों और पत्रकारिता के स्वरूप का ऐतिहासिक विवेचन भी अपना अलग महत्व रखता है लेकिन यहां यदि मुद्रण-कला के प्रारंभ से बात शुरू करें तो 19 सितम्बर, 1820 को, अंग्रेजी शासनकाल में डॉ. विलियम कैरी ने अंग्रेजी और बंगला भाषा में कृषि की पहली भारतीय वैज्ञानिक पत्रिका "

जरनल ऑफ एग्रीकल्चरल एंड हार्टिकल्चरल सोसायटी ऑफ इंडिया " का प्रकाशन प्रारंभ किया। डॉ. अर्पेरा ने श्रीरामपुर में एक प्रेस लगाया जिसमें उक्त पत्रिका प्रकाशित की जाती थी। कैरी की सोसाइटी के केवल 460 सदस्य थे। अतः मांग कम होने के कारण यह पत्रिका जल्दी ही बंद करनी पड़ी। सन् 1864 में कुछ सरकारी कर्मचारियों ने गैर- सरकारी प्रयास कर कृषि विकास की ओर ध्यान दिया। सर सैयद अहमद खा ने कुछ विद्वानों को साथ लेकर एक संस्था वैज्ञानिक समिति बनाई। ये विद्वान उत्तर भारत के विभिन्न प्रांतों के थे। इनकी गाजीपुर में हुई बैठक में यह तय किया गया कि वैज्ञानिक एवं आधुनिक कृषि के तौर-तरीकों से किसानों को अवगत कराया जाना चाहिए। इस संस्था ने 30 मार्च को ' अलीगढ़ इंस्टीट्यूट गजट' नामक साप्ताहिक पत्र का प्रकाशन शुरू किया। इसमें कपास की खेती, भारत में कृषि को सुधारने के प्रस्ताव, रूस में भूमिहीन मजदूरों की मुक्ति, देहातों में रूढ़िवाद आदि आलेख प्रारंभिक अंकों में प्रकाशित हुए।

यद्यपि हिन्दी का पहला साप्ताहिक पत्र ' उदंत मार्तण्ड' सन् 1826 में कलकत्ता से प्रारंभ हुआ लेकिन इसमें खेती के बारे में चर्चा नहीं होती थी। अतः " अलीगढ़ इंस्टीट्यूट गजट " को आधुनिक ग्रामीण- पत्रकारिता या कृषि- पत्रकारिता का पहला साप्ताहिक पत्र माना जाता है।

इस पत्र को शुरू करने के प्रसंग में अलीगढ़ के कलेक्टर जे. एच. प्रिंसिप को सर सैयद अहमद खां ने एक पत्र लिखा जो ग्रामीण पत्रकारिता और उसके आधार कृषि की उन्नति के लिए पत्रकारिता के उद्देश्यों एवं महत्व को रेखांकित करता है। पत्र में लिखा गया था कि- " वैज्ञानिक समिति का मुख्य उद्देश्य भारत में कृषि के उन्नत तरीकों का प्रवेश कराना है, जिससे आम लोगों की दशा सुधर सके और सरकारी आमदनी बढ़ सके। इस उद्देश्य को पूरा करने के लिए आवश्यक है कि उत्तरी पश्चिमी सूत्रों में जो कृषि पद्धतियां प्रचलित हैं, उनका पता लगाकर उन्हें प्रकाशित किया जाए। जिलेवार पैदा होने वाली फसल, उनके आवर्तन, भूमि पर उनके प्रभाव, उसकी खेती करने के तरीकों की विशद रूप से चर्चा की जाए। जब ये सारी सूचनाएं उपलब्ध हो जाए तो इस बात का पता लगाना वैज्ञानिक आधार पर बड़ा आसान हो जाएगा कि किस- किस जिले में खेती के जो तरीके चालू हैं, क्या वास्तव में वे व्यावसायिक और उपयोगी हैं। क्या वे मिट्टी की प्रकृति को देखते हुए सबसे अच्छे हैं?... इसलिए हमारी समिति ने यह निश्चय किया है कि विभिन्न कृषि विधियों और तरीकों को स्वयं परख कर और उनका अध्ययन करके उन्हीं तरीकों को भारतीय भाषाओं में प्रकाशित करें, जिनको किसानों के लिए लाभदायक समझा जाए।

इस प्रकार ग्रामीण- पत्रकारिता के लिए आम तौर से कृषि-पत्रकारिता की संज्ञा का उपयोग इसलिए अधिक प्रचलित हुआ कि ग्रामीण-पत्रकारिता का प्रारंभ कृषि पर आधारित पत्र- पत्रिकाओं से और कृषि- उन्नति के उद्देश्य को सामने रखकर किया गया। ' अलीगढ़ इंस्टीट्यूट गजट' के बाद सन् 1890 में अमरावती से गणेश नारायण घोखडे तथा सखाराम चिणाजी गोले के संपादन में खेती सुधारक मंडल ने ' कृषिकारक अर्थात् शेतकरी ' नामक मासिक पत्रिका का प्रकाशन आरंभ किया। यह मराठी और हिंदी दोनों भाषाओं में प्रकाशित होती थी। फिर सन् 1900 में ' खेत-खेतीहर' नामक पाक्षिक वाराणसी से प्रारंभ हुआ। सन् 1904 में मद्रास में एक सहकारी समिति का गठन हुआ। इससे भारत में सहकारी आंदोलन का सूत्रपात हुआ। नागपुर में ' किसान और सहकारी समाचार पत्रिका' मध्यप्रांत सरकार ने चालू की। एक और मासिक पत्रिका सन् 1909 में नागपुर के

देश सेवक प्रेस में छपने लगी। पटना में गणेश दीक्षित के संपादकत्व में ' किसान मित्र' पत्रिका सन् 1911 में प्रकाशित हुई।

कृषि अनुसंधानों, 1871 में भारत में अलग से राज्य कृषि एवं व्यापार विभाग की स्थापना, खेती एवं पशुपालन में हुए अनुसंधानों के परिणामों का प्रदर्शन करने के लिए खोला गया फार्म 1869 में प्लेग में गायों एवं पशुओं की भारी संख्या में मृत्यु के बाद पशु रोगों पर अध्ययन एवं शोध के लिए पुणे में कॉलेज एवं पशु चिकित्सालय का खोला जाना, 1860 - 61 एवं 1876-78 में भारत में पड़े भयानक अकालों में करोड़ों लोगों की मृत्यु के बाद कमीशन बना और उसकी रिपोर्ट के आधार देश में नहरों का बनना प्रारंभ हुआ। देश-विदेश के वैज्ञानिक गहन कार्य करने लगे। कृषि कॉलेज भी खुले। कृषि पर पुस्तकें भी लिखी गईं। पूसा इंस्टीट्यूट बना।

इस प्रकार समय और परिस्थितियों से कृषि विकास के लिए हुए विभिन्न कार्यों के साथ नई-नई पत्र-पत्रिकाएं भी प्रारंभ हुईं। सन् 1913 में प्रतापगढ़ (उत्तरप्रदेश) से 'किसानोपकारक' मासिक पत्रिका का श्यामनारायण ने प्रकाशन प्रारंभ किया। 1914 में इलाहाबाद से 'विज्ञान' मासिक पत्रिका निकली। इसी साल मैनपुरी से जीवालाल दुबे के संपादन में 'कृषि सुधार' मासिक निकला। आगरा से 1918 में 'कृषि' पाक्षिक छपने लगा और नागपुर से 'उद्यम' छपा। कई जिलों से उत्तरप्रदेश जिला किसान सभा ने 'किसान' शीर्षक से पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन किया।

1924 में इंदौर से 'खेती-बाड़ी समाचार', 1933 में गांधीजी ने 'हरिजन सेवक' दिल्ली से प्रारंभ कराया। इसमें कृषि सुधार और ग्रामोद्योग संबंधी सामग्री प्रकाशित होती रही। गांधीजी द्वारा कृषि को महत्व दिए जाने से अन्य समाचारपत्रों में कृषि-संबंधी समाचारों को महत्व मिला। कृषि-पत्रकारिता को विस्तार मिला और धीरे-धीरे इसका रूप ग्रामीण पत्रकारिता का बड़ा आकार ग्रहण करने लगा। गांधीजी के अतिरिक्त रवींद्रनाथ ठाकुर ने श्री निकेतन नामक संस्था के माध्यम से कृषि एवं ग्रामोद्योगों के विकास में योग दिया। सन 1933 में बिहार कृषि परिषद् द्वारा 'किसान' त्रैमासिक पत्रिका छपने लगी।

सन् 1935 में हमारे देश में 'ऑल इंडिया रेडियो' और इसके साथ ही ग्रामीण-पत्रकारिता के क्षेत्र में एक नई शुरुआत हुई। सन् 1936 में भागलपुर से गौरीशंकर झा ने 'हलधर' साप्ताहिक का प्रकाशन शुरू किया तथा दरभंगा से 'गोपालन' मासिक पत्रिका आरंभ हुई। 1937 में पटना से 'गांव' और वर्धा से 'ग्रामोद्योग' शुरू हुए। सागर से 'देहाती दुनिया' साप्ताहिक निकला। 1939 में इंदौर राज्य के ग्राम उत्थान विभाग ने 'ग्राम सुधार' पत्रिका प्रारंभ की और 1941 में इंदौर से 'दैनिक किसान' नामक पहला कृषि या ग्रामीण दैनिक पत्र शुरू हुआ, लेकिन यह 18 महीने ही चल पाया।

यह एक ऐसा समय था जबकि ग्रामीणों की दयनीय दशा को सुधारने के लिए एक देशव्यापी आंदोलन सहज रूप से शुरू हो गया था। इसका परिणाम यह हुआ कि एक जागृति की लहर-सी चली। अनेक स्थानों से ग्रामीण पत्र-पत्रिकाएं प्रकाशित होने का एक सिलसिला चला। लखनऊ से 'ग्राम सुधार' पाक्षिक, इलाहाबाद से 'गांव की बात', 'ग्रामवासी', 'ग्राम सेवक', 'ग्राम हितैषी' प्रकाशित हुए। 1943 में कोटा (राजस्थान) से किसान संदेश का प्रकाशन प्रारंभ हुआ। उत्तरप्रदेश से 'पंचज्योति', 'पंचदूत', 'पंचवाणी' और बिहार से 'पंचायत राज' साप्ताहिक का प्रकाशन

हुआ। जयपुर, लखनऊ और काशी से 'सहकारी', शिमला से 'सहयोग' पत्रिकाएं शुरू हुईं। सन् 1940 में इंपीरियल कृषि अनुसंधान परिषद् ने 'इंडियन फार्मिंग' नामक पत्रिका का प्रकाशन प्रारंभ किया।

इस प्रकार भारत में कृषि एवं ग्रामीण पत्रकारिता के आधुनिक विकास का एक नया सिलसिला, जो 1820 में 'जरनल ऑफ एग्रीकल्चर एंड हार्टी-कल्चरल सोसायटी ऑफ इंडिया' के प्रकाशन के साथ प्रारंभ हुआ वह भारत की आजादी के पूर्व अर्थात् 1947 के पूर्व तक विदेशी सरकार की जरूरतों के अनुसार पनपा। इस बीच योरोपीय देशों से नई फसलें, नई सब्जियां, फूल, नई किस्म के बीज आदि के साथ नए कृषि-यंत्र, ट्रैक्टर आदि भी भारत पहुंचे। नहरें भी बनीं। खेती में अनुसंधान भी शुरू हुआ। कृषि-शिक्षा के लिए कुछेक महाविद्यालय भी स्थापित हुए, सहकारिता का उदय भी हुआ और इस प्रक्रिया के साथ कई साप्ताहिक पाक्षिक और मासिक पत्र-पत्रिकाएं निकलीं। आकाशवाणी का प्रारंभ भी हुआ। समाचार एजेंसियां भी बनीं। अंग्रेजी से हटकर हिंदी एवं भारतीय भाषाओं में पत्रिकाओं का प्रकाशन काफी संख्या में हुआ। इस प्रकार समय के दौर में आधुनिक ग्रामीण पत्रकारिता की एक बुनियाद पड़ी। पत्रकारिता के इन आरंभिक वर्षों में सूचनाएं और आलेख अंग्रेजी से रूपांतरित करने की विवशता भी रही। लेकिन धीरे-धीरे अपनी भाषाओं की आत्मनिर्भरता बढ़ी। भारत में " ग्रामीण- पत्रकारिता का पहला दौर ब्रिटिश साम्राज्य की समाप्ति के साथ ही संपन्न हुआ। स्वतंत्रता के बाद गांवों की कायापलट का एक नया इतिहास शुरू हुआ और इसके साथ ग्रामीण-पत्रकारिता का भी अगला अध्याय प्रारंभ हुआ।

12.2.1 स्वतंत्र भारत में ग्रामीण-पत्रकारिता

स्वतंत्रता से पूर्व भारत में ग्रामीण पत्रकारिता का स्वरूप कृषि तक अधिक सीमित रहा और ग्रामीण पत्रकारिता के स्तर पर अविकसित स्थिति में था। खेती करने वाला खेत का मालिक नहीं था। फसलों की उपज कम थी। दुर्बल बैलों और वर्षा की अनिश्चितता के बीच किसान का भाग्य अधरझूल में था। खेती करना घाटे का सौदा था। विदेशी सरकार की रुचि लूट, कपास, सनई, गन्ना, तम्बाकू जैसी उन फसलों में थी जिनकी उन्हें ब्रिटेन की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए जरूरत थी। किसानों को मोटे अनाज पर बसर करना पड़ता था तथा बार-बार पड़ने वाले अकाल के काल का किसानों और उनके पशुधन को सामना करना पड़ता था।

देश आजाद हुआ लेकिन देश के टुकड़े हो गए और सिंचाई के साधनों का बड़ा हिस्सा पाकिस्तान में चला गया। जूट और कपास उगाने वाले अधिकांश क्षेत्र भी पाकिस्तान के हिस्से में आ गए। आजादी के बाद अकाल और अन्न के अभाव की स्थिति से निपटने तथा ग्रामीण विकास के योजनाबद्ध प्रयास शुरू किए गए। 'अधिक अन्न उपजाओ' आंदोलन चला। देश में बड़े-बड़े बांध बनाकर सिंचाई सुविधाओं का जाल बिछाने का सुनियोजित कार्यक्रम चलाया गया। देश में कृषि अनुसंधान परिषद् के द्वारा कृषि विश्वविद्यालयों, महाविद्यालयों का प्रसार किया गया। कृषि योग्य भूमि का क्षेत्रफल बढ़ा। किसान खेत का मालिक बना। जागीरदारी प्रथा समाप्त हुई। कई कानून बने। इस प्रकार भारतीय कृषि में आई क्रांति ने ग्रामीण जीवन में एक नई जिंदगी और नई उमंगों की प्रक्रिया का श्री गणेश किया। ग्रामीण जीवन में शुरू किए गए चहुंमुखी विकास कार्यों के साथ रेडियो पत्र-पत्रिकाओं एवं विभिन्न माध्यमों के द्वारा जागृति के प्रयास भी किए गए। इस प्रकार ग्रामीण जीवन में आए नए मोड़ के साथ ग्रामीण- पत्रकारिता

को भी एक नई दिशा मिली। सहकारिता और बैंकों के माध्यम से किसान को ऋण से मुक्ति का मार्ग मिलने लगा। कृषि यंत्रों का भी विस्तार होने लगा। इन सब प्रयासों से किसान की आय बनने लगी। उसकी समस्याएं घटने लगी। इस महा अनुष्ठान में क्षेत्रीय एवं हिंदी की पत्र-पत्रिकाओं ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

'भारतीय अनुसंधान परिषद्' ने भी कृषि-पत्रकारिता के विकास के संदर्भ में कार्य शुरू किया और सन् 1908 में इसने 'खेती' मासिक पत्रिका शुरू की। 1951 में दिल्ली से 'धरती के लाल' साप्ताहिक आरंभ हुआ।

कृषि मंत्रालय में कृषि प्रसार निदेशालय के फार्म सूचना एकांश (Farm information unit) ने 1952 में 'उन्नत कृषि' का प्रकाशन चालू किया। महिलाओं के लिए 'गृहिणी' मासिक पत्रिका का प्रकाशन हुआ। मध्यप्रदेश कृषि विभाग ने नागपुर में 1948 में 'किसानी समाचार मासिक पत्रिका' निकाली।

ग्रामीण पत्रकारिता के विकास में कुछ दैनिक पत्रों ने भी योग दिया। दिल्ली से प्रकाशित दैनिक हिन्दुस्तान, दैनिक प्रताप (कानपुर) आदि ने जर्मींदारी उन्मूलन चकमदी, भारतीय कृषक और ऋण आदि कई विषयों पर आलेख प्रकाशित करना शुरू किया। कृषियंत्र क्या, क्यों और कैसे ग्रामउद्योग आदि विषयों पर आलेख प्रताप पर छपे। इसके अलावा उत्तर प्रदेश में 'विकास, 'हमारा गाँव, विकास की ओर 'गाँव सुधार', 'ग्राम हितैषी' आदि पत्रिकाएँ निकालने लगीं। कानपुर के तत्कालीन राजकीय कृषि महाविद्यालय, वर्तमान चन्द्र शेखर आजाद कृषि प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय के 'कानपुर एग्रीकल्चरल जरनल' में भी हिंदी भाषा में कृषि लेख छपने लगे।

1950 में उत्तरप्रदेश कृषि विभाग ने 'कृषि और पशुपालन' मासिक पत्रिका निकाली। पंचायत राज (1949), हमारा गाँव (1948), पंचवाणी, पंचपुष्प, पंचप्रकाश, पंचायत राज, पंचदूत, पंचपरमेश्वर, पंचसंदेश, पंचायत सभा, पंचायत, पंचज्योति, पंचलोक, पंचायत गजट आदि कई छोटी-बड़ी पत्र-पत्रिकाएँ उत्तरप्रदेश में विभिन्न स्थानों से प्रकाशित होने लगीं। बिहार में 'पंचायती राज', आदर्श किसान तथा मध्यप्रदेश से 'जमीन की पुकार' का प्रकाशन हुआ। राजस्थान में कोटा से 'किसान संदेश', अलवर से 'किसान साथी', भरतपुर से 'ग्राम की बात', और हिंडौन से 'ग्रामवासी' का प्रकाशन हुआ। आगरा से 'ग्राम जीवन', मिर्जापुर से 'ग्रामवासी', मैनपुरी से 'ग्राम सुधार', मेरठ और मुजफ्फरपुर से 'देहात', जबलपुर से 'धरती', इंदौर से 'ग्राम सुधार' नामक साप्ताहिक पत्रों का प्रकाशन शुरू हुआ। दिल्ली के समाज शिक्षा विभाग ने 'हमारा गाँव' निकाला। यह 'भित्ति समाचारपत्र' था। श्रीमती कृष्णा सोबती इसकी संपादक थीं। ग्रामीण-पत्रकारिता में इस पत्र ने एक नया अध्याय जोड़ा। ट्रैक्टर निर्माता एस्कोर्ट कंपनी ने अंग्रेजी में 'फूड एंड फार्मिंग' तथा हिंदी में 'किसान जगत' मासिक का प्रकाशन किया।

इसके अलावा स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद ग्रामीण-पत्रकारिता के क्षेत्र में एक तेजी का दौर आया। हालांकि इस सभी पत्र-पत्रिकाओं का केंद्र बिंदु कृषि रही परन्तु नए आयाम भी धीरे-धीरे जुड़ते गए और कृषि-पत्रकारिता का स्वरूप भी बदलता गया और उसने ग्रामीण विकास के विस्तृत परिवेश को समेटना शुरू किया।

स्वतंत्रता प्राप्ति के आरंभिक दशक में उत्तरप्रदेश, बिहार, राजस्थान, दिल्ली आदि से प्रकाशित लघु एवं मध्यम ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं में 'गांव की ओर', 'ग्रामदूत', 'ग्राम पत्रिका', 'ग्राम विकास', 'ग्रामोदय', 'ग्राम की बात', 'ग्रामोत्थान पत्रिका', 'ग्राम्य जीवन', 'ग्राम सेवक', 'सेवाग्राम', 'कृषक जगत्', 'पशुपालक', 'सहकारी', 'सहयोग', 'सहकारिता' मासिक आदि प्रमुख हैं।

गांधीजी के सेवाग्राम आश्रम से 'नई तकनीक', जालंधर से हिंदी-पंजाबी में 'समग्र शिक्षा नई शिक्षा' मासिक का प्रारंभ ग्रामीण-पत्रकारिता के विकास को नई दिशा दिए जाने के संदर्भ में महत्वपूर्ण साबित हुआ। वाराणसी से 'जीवन शिक्षा' शुरू हुई।

ग्रामीण जीवन में कृषि के बाद पशु-पालन भी महत्वपूर्ण है। पशुपालन पत्र जबलपुर से 'गो पुकार', कानपुर से 'गोरक्षक', रामनगर से 'गोरक्षा', दिल्ली से खाद्य एवं कृषि मंत्रालय की गो संवर्धन परिषद की ओर से 'गो संवर्धन' मासिक पत्रिका 1957 में प्रारंभ हुई। भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद ने 'पशुपालन' नामक त्रैमासिक पत्रिका शुरू की थी। भारत गो सेवक समाज के दिल्ली समाज ने भी दिल्ली से 'गोधन' नामक मासिक पत्रिका 1957 में शुरू की थी। 'ईख समाचार', 'उपज' आदि का प्रकाशन भी महत्वपूर्ण है। लेकिन लघु एवं मध्यम पत्र-पत्रिकाओं की इस इखला में एक नया दौर 1960 में पंत नगर में कृषि विश्वविद्यालय की स्थापना के बाद शुरू हुआ। भारत में इसके बाद कृषि विश्वविद्यालयों से कृषि प्रसार पत्रिकाओं का प्रकाशन 1968-69 से आरंभ हुआ। 1970 में पंत नगर में 'किसान भारती' नामक पत्रिका निकली। हरियाणा कृषि विश्वविद्यालय से 'हरियाणा खेती' तथा राजेन्द्र कृषि विश्वविद्यालय बिहार में 'आधुनिक किसान' का प्रकाशन होने लगा।

इसके साथ ही 'कृषि विश्व' 'पहाड़ी खेती - बड़ी', 'प्रसार दूत' आदि का प्रकाशन भी हुआ। उत्तर भारत के अधिकांश कृषि विश्वविद्यालयों के कृषि वैज्ञानिकों के लेख विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में छपने लगे। इनमें कृषि एवं किसान के जीवन पर अधिक बल दिया गया और ग्रामीण पत्रकारिता इन लघु एवं माध्यम पत्र पत्रिका में सम्पूर्ण परिवेश के साथ स्थान नहीं पा सकी। कृषि यंत्र एवं खाद, और खेत और खाद, सहयोग कृषि, गाँव, पूर्वांचल खेती में सुधार आदि विभिन्न स्थानों में प्रकाशित लघु एवं मध्यम पत्रिकाओं के शीर्षक ही यह बात स्पष्ट करते हैं कि ग्रामीण शिक्षा समाज, संस्कृति, खेतीहर, मजदूर, ग्रामीण शिक्षा और उद्योग, महिलाओं एवं बच्चों की स्थिति, चिकित्सा एवं स्वराज्य, ग्रामीण योजनाएं और विकास, ग्रामीण पर्यावरण, पेयजल समस्या आदि ऐसे अनेक पहलू जो गांवों के संपूर्ण विकास या उनके जीवन से संबंध रखते हैं वे ग्रामीण पत्रकारिता के अंग नहीं बन सके। आमतौर से खेती के विकास और किसान की आम समस्या आदि तक ही पत्रकारिता की पहुँच रही और ग्राम स्वराज्य एवं गांवों की कायापलट के विस्तृत लक्ष्य के संदर्भ में ग्रामीण पत्रकारिता अविकसित रही। ग्रामीण पत्रकारिता का एक पहलू कृषि ही केंद्र बिंदु रही और इस कारण ग्रामीण पत्रकारिता मात्र कृषि पत्रकारिता की सीमा में संकुचित रही या यों कहें कि पत्रकारिता ग्रामीण जन-जीवन के लगभग तीन चौथाई भाग से अपरिचित रही। खेती के अलावा भी ग्रामीण जीवन के अन्य सरोकार हैं। यह बात पत्रकारिता एवं माध्यमों की नजर में धीरे-धीरे विकसित हुई है, लेकिन इसे पूर्ण अभिव्यक्ति मिलना, अभी भी बाकी है।

भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद ने 'फलफूल चयनिका' आई. सी. ए. आर. समाचार' नियमित पत्रिकाएं भी निकाली हैं। हरियाणा से 'कृषि आंदोलन', 'उद्यान पत्रिका' निकली।

राजस्थान में ' कृषि विकास', ' समय कोण', ' हरित क्रांति', ' मंडी एक्सप्रेस ', ' कृषि व्यवस्था', 'राजस्थान किसान समाचार', ' गो विकास', ' कृषि निहारिका आदि का प्रकाशन शुरू किया गया। राजस्थान राज्य कृषि विपणन बोर्ड 1990 से ' नियमित मण्डी' द्वैमासिक का प्रकाशन कर रहा है।

कुरुक्षेत्र, योजना आदि भारत सरकार की पत्रिकाओं के अलावा ग्रामीण पत्रकारिता में सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाने का कार्य रेडियो ने किया। कई क्षेत्रीय समाचारपत्रों का ध्यान भी ग्रामीण जीवन की ओर मुड़ा। ' राजस्थान पत्रिका' ने ' आओ गाँव चलें ' कॉलम से गाँव-गाँव की सुध ली, ग्रामीण पत्रकारिता में एक नया अध्याय जोड़ा। राजस्थान में ' भास्कर' ग्रामीण क्षेत्रों के लिए प्रति सप्ताह निर्धारित दिन कृषि और ग्रामीण क्षेत्रों के लिए विशिष्ट कार्यक्रमों पर विशेष सामग्री प्रकाशित करता है। कई अन्य क्षेत्रीय समाचारपत्रों का भी गाँवों की ओर ध्यान गया लेकिन पत्रकारिता अपने वर्तमान स्वरूप में राजनीति के रंग में अधिक रंगी रही और ग्रामीण पत्रों की अपनी समस्याओं के कारण वे ग्रामीण सरोकार का दायित्व अपने सीमित साधनों से पूर्ण करने में समर्थ नहीं हो पाए। नगरीय समाचारपत्रों की तुलना में ग्रामीण पत्रकारिता की स्थिति बहुत दयनीय रही है। भारत जैसे गाँवों का देश है और इसकी 75 प्रतिशत जनसंख्या आज भी ग्रामीण है, लेकिन इस ग्राम समाज को मुखर स्वर देने वाली लघु एवं मध्यम पत्र- पत्रिकाओं में अधिकांश दम तोड़ चुकी हैं और जो पत्र- पत्रिकाएं प्रकाशन में हैं, वे आज भी ग्रामीण जीवन का पूर्ण प्रतिनिधित्व नहीं करतीं। लेकिन ग्रामीण पत्रकारिता के विकास की संभावनाएं कम नहीं हैं। समय के साथ इसका रूप भी विकसित होने की अपेक्षा की जा सकती है।

12.2.2 स्थानीय पत्रकारिता की आवश्यकता

सुदृढ़ संचार व्यवस्था की आवश्यकता राष्ट्रीय उत्थान के संदर्भ में समाचार पत्रिकाओं के प्रभावी योगदान में कई बधाएं आईं। जनसंख्या का लगभग तीन चौथाई भाग ग्रामीण क्षेत्रों में रहकर जीवनयापन करता है। हर क्षेत्र में विविधता पाई जाती है। असंख्य जातियों, जनजातियों, संस्कृतियों, एवं संप्रदायों में संगठित देश में हर 50 से 100 किलो मीटर की दूरी पर भिन्न भाषाई क्षेत्र विद्यमान है। प्राकृतिक साधनों जल, जमीन, जलवायु, की विविधता देश को सामाजिक, व्यवसायिक गति में असमानता का आभास कराती है।

आर्थिक एवं सामाजिक विकास के लिए ग्रामीण क्षेत्रों के कुटीर उद्योग, कृषि एवं पशुपालन तथा कृषि आधारित उद्योगों पर अधिक ध्यान दिया जाने लगा है। अब कृषि की संकल्पना निर्वाह खेती (subsistence Farming) से आधुनिक कृषि (Modern Farming) की अवस्था की ओर अग्रसर है। समाज के दुर्गम एवं अविकसित क्षेत्रों में बसे अधिक निर्बल को राष्ट्र के विकास की मुख्यधारा से जोड़ने के लिए प्रस्फोट (Break Through) की आवश्यकता है। विभिन्न अध्ययन दर्शाते हैं कि किसानों ने 20 प्रतिशत से अधिक सुलभ प्रौद्योगिकी को नहीं अपनाया है और उनमें से केवल 10 प्रतिशत ने ही उसका लाभ उठाया है। यही स्थिति ग्रामीण क्षेत्रों से जुड़े अन्य व्यवसायों और विकास कार्यक्रमों की है।

हिंदी भाषा के समाचारपत्रों का ध्यान ग्रामीण क्षेत्रों पर भी गया है। 1970 से 'नवभारत टाइम्स' ने अलग से कृषि परिशिष्ट प्रकाशित करना प्रारंभ किया। राष्ट्रीय पत्रों ने क्षेत्रीय

समाचारपत्र के स्वरूप को स्वीकारा। दिल्ली से प्रकाशित होने वाले पत्रों ने 1965 के बाद एक-एक पृष्ठ अपने क्षेत्र के राज्यों के लिए रखा, जिन्हें दिल्ली संस्करण से अलग कर दिया जाता है। आजकल प्रादेशिक समाचारपत्र प्रदेश के विभिन्न शहरों से प्रकाशित अपने संस्करणों में उस क्षेत्र के समाचारों को प्रमुखता देने लगते हैं। यह भी महसूस किया जाने लगा है कि राष्ट्रीय समाचारपत्रों की तुलना में प्रदेश एवं जिला मुख्यालय से प्रकाशित लघु एवं मध्यम पत्र-पत्रिकाएं स्थानीय स्तर पर संचार प्रक्रिया में अधिक कारगर साबित हुई हैं।

12.2.3 पत्रकारिता का वर्गीकरण

सुविधा के अनुसार पत्रकारिता को हम निम्न वर्गों में बाट सकते हैं -

- (अ) प्रकाशन अवधि के आधार पर- दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक, अर्द्धवार्षिक, वार्षिक आदि।
- (ब) विक्रय के आधार पर बृहद्, मध्यम तथा लघु।
- (स) बड़ा दैनिक समाचारपत्र 50,000 से अधिक प्रतियां।
- (द) मध्यम 15,000 से 50,000।
- (य) छोटा 15,000 प्रतियों तक।
- (र) क्षेत्रीयता के आधार पर प्रादेशिक, राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय।

(ल) उद्देश्य के आधार पर, साहित्यिक, बाल पत्र, वाणिज्यिक, व्यावसायिक, विज्ञान, तकनीकी, धार्मिक, आध्यात्मिक, महिला उपयोगी, ग्रामीण, औद्योगिक, कृषि विकास, स्वास्थ्य, खेल, रोजगार, सहकारिता आदि। परंपरागत लोककला, लोक संस्कृति के प्रचार, कुटीर उद्योग, ग्रामीण स्वास्थ्य, कृषि एवं पशुपालन द्वारा गांवों के समग्र विकास हेतु समर्पित पत्रकारिता को ग्रामीण पत्रकारिता कहना समीचीन है। जो ग्रामीण समाज की आवश्यकताओं के अनुरूप न होकर केवल कृषकों के हितों व लाभों तक सीमित होती है उन्हें हम कृषि पत्र-पत्रिकाएं कह सकते हैं।

कृषि पत्रकारिता कृषि विकास संबंधी सरकारी नीतियों, योजनाओं एवं कार्यक्रमों के लिए प्रयुक्त अथवा उपलब्ध साधन एवं सुविधाओं के साथ-साथ उपयुक्त सामयिक व नवीनतम कृषि तकनीकी संबंधित सूचना एवं विचारों के संप्रेषण के लिए समर्पित होती है।

ग्रामीण एवं कृषि पत्र-पत्रिकाएं अधिकांशतः मध्यम तथा लघु स्तर पर ही प्रकाशित होती हैं। लघु पत्रिकाएं छोटे आकार की सीमित प्रसार संख्या वाली ऐसी छोटी पत्रिकाएं हैं जिनका क्षेत्र सीमित होता है। ऐसी पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन प्रायः किसी विशेष साहित्यिक प्रवृत्ति अथवा विशिष्ट द्रष्टिकोण, विचारधारा या प्रयोजन से प्रोत्साहन हेतु किया जाता है। ये पत्रिकाएँ ज्वलंत विषय को लेकर अधिक विस्तार से पाठको तक पहुँचती हैं, जबकि दैनिक समाचारपत्र इस उद्देश्य में बहुधा पिछड़ जाते हैं।

12.2.4 ग्रामीण पत्रकारिता के मापदंड

ग्रामीण पत्र- पत्रिकाओं की पहिचान के लिए कई कसौटियां हो सकती हैं। इनमें से कुछ इस प्रकार के मापदंड भी हैं -

1. प्रकाशन के स्थान के अनुसार ग्रामीण क्षेत्रों से प्रकाशित पत्र-पत्रिकाएं।

2. समाचारपत्र की अंतर्वस्तु अर्थात् ग्रामीण समुदाय, उनके सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक एवं शैक्षणिक समस्याओं, उनके चिंतन और आकांक्षाओं से संबंधित सामग्री का प्रकाशन जो ग्रामीण जनों को प्रभावित कर सके। इस प्रयोजन के लिए भारतीय ग्रामीण समाचारपत्र संगठन (Indian Rural Press Association) द्वारा निर्धारित सही कसौटी यह है कि 40 प्रतिशत संपादकीय स्थान कृषि, सामुदायिक विकास, सहकारिता, पंचायतीराज पर समाचारों एवं दृष्टिकोण पर दिया जाना चाहिए।
3. उन समाचारों को ग्रामीण माना जा सकता है जो गांवों में बोली जाने वाली भाषा व ग्रामीण पाठकों के मुहावरों, लोकोक्तियों का उपयोग कर पाठकों को आकर्षित कर सके।
दैनिक समाचारपत्रों, पत्रिकाओं, भित्ति समाचारपत्रों को अधिकतर ग्रामीण पाठकों द्वारा पढ़ा जाना चाहिए और उनमें ग्रामीण समाचारों, घटनाओं, विषयों, आकांक्षाओं एवं समस्याओं का विवेचन होना चाहिए।

12.3 पत्रकारिता ' मुद्रित संचार माध्यम के रूप में विशिष्टता एवं उपयोगिता

समाचारपत्र, पत्रिकाएं, पुस्तकें आदि मुद्रित संचार माध्यम की श्रेणी में माने जाते हैं। समाचारपत्र, पत्रिकाएं चाहे वे लघु पत्र- पत्रिकाएं हों या मध्यम दर्जे की, जनमत के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करती हैं। लघु एवं मध्यम पत्र- पत्रिकाएं तथा समाचारपत्र लोगों के लिए एक आइने की तरह हैं जिसके माध्यम से वे संसार को या अपने आपको देख व जान सकते हैं। अपनी आवाज लोगों तक पहुंचा सकते हैं। मुद्रित पत्र-पत्रिकाएं एवं समाचारपत्र, संचार के सबसे पुराने मुद्रित माध्यम हैं। आज इलेक्ट्रॉनिक एवं अन्य संचार के माध्यमों का प्रसार काफी हो गया है, लेकिन मुद्रित माध्यमों की अपनी विशिष्टता एवं उपयोगिता के कारण इनकी प्रसार संख्या एवं मुद्रण तकनोलॉजी के कारण इनकी साज- सज्जा पहले की तुलना में कहीं अधिक है। देश के दैनिक समाचारपत्रों की संख्या से कोई 15 गुणा संख्या में पत्रिकाएं प्रकाशित होती हैं।

समाज के विकास एवं जागृति के लिए मुद्रित माध्यम अहम भूमिका निभाते हैं। यही कारण है कि इनकी लोकप्रियता पहले की तुलना में अन्य माध्यमों के विकास के बावजूद तेजी से बढ़ रही है।

ग्रामीण लघु एवं मध्यम पत्र-पत्रिकाएं विज्ञापनों की कमी एवं अन्य सीमाओं के कारण अपने लक्ष्य में अधिक सफल नहीं हो पाई हैं और उनके मार्ग में निरक्षरता, आर्थिक कठिनाइयां एवं उपयुक्त मुद्रण- सुविधाओं की कमियां जैसी अनेक रुकावटें हैं, लेकिन अपने लघु एवं मध्यम आकार-प्रकार में भी ये एक अत्यंत उपयोगी भूमिका निभाती हैं।

12.3.1 राष्ट्रीय विकास में पत्रकारिता की भूमिका

राष्ट्र उत्थान एवं जनजागरण की दिशा में जनसंचार माध्यम के रूप में मुद्रित सामग्री का रचनात्मक योगदान है। राष्ट्रीय विकास में पत्रकारिता के योगदान को हम चार प्रमुख संदर्भों में विभाजित कर सकते हैं -

1. **सजग प्रहरी के रूप में** - यह विकास प्रक्रिया को त्वरित गति प्रदान करने में सहायक है। व्यक्तियों के दृष्टिकोण को व्यापक बनाकर उन्हें प्रबुद्ध नागरिक बनने में सहयोग प्रदान करती है। इससे लोगों की आदत, सोच, व्यवहार, दृष्टिकोण एवं तौर तरीकों में वांछित बदलाव आता है। सामाजिक बुराइयों एवं अभिशापों जैसे बंधुआ मजदूरी, बाल-विवाह, दहेज प्रथा, भ्रष्टाचार आदि से मुक्ति दिलाने में योगदान करती है। इस प्रकार सार्वजनिक शिक्षक का दायित्व निभाते हुए सामाजिक परिवर्तन लाने में पत्रकारिता की महत्वपूर्ण भूमिका है।
2. **दिशा निर्देशन** - दूरस्थ स्थानों में रहने वाले व्यक्तियों एवं विभिन्न समाज के प्रचलित रीति- रिवाजों तथा दैनिक कार्य- कलापों की जानकारी एवं दिग्दर्शन कराती है। पत्रकारिता संचार व्यवस्था की कड़ी के रूप में दूरदराज के लोगों तक समाचार पहुंचाने के साथ-साथ दिशा निर्देशन के क्षेत्र में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।
3. **सहानुभूति में सहायक** - सहानुभूति वह मौलिक गुण, है जिसके आधार पर मनुष्य खुद को दूसरों की स्थिति में रखकर, दूसरे के प्रति अपने दृष्टिकोण बनाता है तथा इसे समझने की कोशिश करता है। इससे सहभागिता का विकास होता है, जो विकसित समाज के लिए अत्यंत आवश्यक है। आधुनिकीकरण (Modernisation) को प्रोत्साहित करने एवं संबल प्रदान करने वाले मनुष्य के मनोवैज्ञानिक गुणों जैसे सहानुभूति तथा सहभागिता के विकास में पत्रकारिता का सक्रिय योगदान है। व्यक्ति अपने चारों तरफ व्याप्त विभिन्न योजनाओं, कार्यकलापों, उपलब्ध तकनीक के बारे में प्राप्त सूचना तथा ज्ञान के आधार पर अपने विचारों एवं दृष्टिकोण की संरचना करता है। पत्रकारिता सूचना, ज्ञान, विचार एवं मार्गदर्शन द्वारा व्यक्ति को विभिन्न पहलुओं के गुण-दोष के आधार पर तर्क संगत करने एवं किसी निर्णय करने एवं किसी निर्णय पर पहुंचने में सहयोग प्रदान करती है।
4. **व्यक्तियों में महत्वाकांक्षा (Aspirations) का विकास** - व्यक्तियों में परिवर्तन उन्मुखता (Change Process) के विकास का आधार सूचना का निरंतर उपलब्ध होना है जो व्यक्ति को आधुनिकतम एवं उच्च जीवन यापन के लिए प्रेरित करना है। सूचना का अर्थ यहां किसी निर्दिष्ट पहलू के प्रति अनिश्चितता में कमी घटित होने से है।
5. **निर्णय लेने में सहयोग (Facilitates in Decision Making)** - पत्रकारिता लोगों के दृष्टिकोण एवं अनिश्चित विचारों में निर्दिष्ट दिशा में परिवर्तन लाने में अपरोक्ष रूप में दिशा- निर्देशन प्रदान करती है : बहुधा लोग स्थानीय परिवेश में उपलब्ध अंतरागत सूचना स्रोत (Inter-personal information sources) जैसे मित्र, पड़ोसी, रिश्तेदार अथवा स्थानीय प्रसार कार्यकर्ता के माध्यम से सूचना एवं विचारों का आदान-प्रदान करते हैं। ये लोग पत्रकारिता (मुद्रित सामग्री) से सूचना प्राप्त कर किसी ठोस रचनात्मक निर्णय लेने में समर्थता उत्पन्न कर अपने सुझावों से अन्य लोगों को प्रेरित कर प्रभावित करते हैं।
6. **सामाजिक सूचना देना** - समाज में कुछ व्यक्ति अधिक प्रभावशाली एवं मान्य होते हैं। इन लोगों द्वारा स्वीकृत सूचना तकनीक अथवा निर्णय मान्य होता है। पत्रकारिता उन्हें सामयिक सूचना प्रदान कर प्रबुद्ध नागरिक तैयार करने में मदद करती है।

7. **प्रतिष्ठा एवं साख** - नवीनतम उपयोगी ज्ञान एवं सत्य सूचना वाले व्यक्तियों को पत्रकारिता की समाज में अपनी प्रतिष्ठा एवं साख (Credibility) स्थापित करने में सहयोग प्रदान करती है।
8. **नीति संवाद** - नीति संवाद (Policy Dialogue) के क्षेत्र को व्यापकता प्रदान कर अधिक से अधिक लोगों को सूचित करने, उनके अनुभव एवं विचारों के आदान- प्रदान के लिए पत्रकारिता उपयोगी, उत्प्रेरक (Stimulator) माध्यमों में एक प्रमुख भूमिका निभाने में सक्षम है। राष्ट्र के विकास की दिशा, प्राथमिकता, नीति एवं कार्यक्रमों के निर्धारण का सशक्त माध्यम है। सामाजिक उत्थान एवं विकास कार्यों में अवरुद्धता के विभिन्न पहलुओं एवं कारणों को जगजाहिर कर विचार- मंथन से बहु समर्थित कार्यक्रमों को क्रियान्वित कर पत्रकारिता के माध्यम से जन सहयोग एवं समर्थन प्राप्त किया जाता है।
9. **सामाजिक मानदंडों (Social Norms) को संबल प्रदान करना** - सामाजिक परिवेश में व्यक्ति का व्यवहार सामाजिक मानदंडों से प्रभावित होता है। समाज स्वीकृत व्यवहार के लिए व्यक्ति प्रशंसा एवं विपरीत व्यवहार के लिए निंदा का भागी होता है। पत्रकारिता के द्वारा दोनों ही प्रकार के व्यवहारों को समाज के संमुख लाया जा सकता है। इस प्रकार स्वीकृत सामाजिक मानदंडों के अनुरूप व्यक्तियों के अपने व्यवहार से संबंधित निर्णय लेने में पत्रकारिता की अहम भूमिका होती है। अनिश्चित अथवा ढिलमिल, क्षीण विचारों में वांछित परिवर्तन लाने में पत्रकारिता सक्षम है।
10. **शैक्षणिक योगदान-सांस्कृतिक धरोहर को विकसित करने एवं इसे भावी पीढ़ी को हस्तांतरित करने में योगदान** : शिक्षण की प्रक्रिया एवं निरंतर जीवन पर्यंत चलने वाली चेष्टायुक्त सक्रिय प्रयत्नों पर आधारित प्रक्रिया है। व्यक्ति शिक्षा एवं अनुभव के आधार पर ही अपना व्यवहार तय करता है। इसी से सामाजिक तथा नैतिक मान्यताओं एवं भौतिक कृतियों का सृजन एवं विकास होता है। विकास की यह गति सूचना की उपलब्धि पर निर्भर होती है। पत्रकारिता सभी प्रकार की सूचना तीव्र गति से जन- समुदाय को सिर्फ उपलब्ध ही नहीं कराती बल्कि उसे सुरक्षा एवं स्थायित्व देते हुए पीढ़ी- दर- पीढ़ी हस्तांतरण प्रक्रिया को सुगम भी बनाती है।
11. **मनोरंजन** - व्यक्ति के सर्वांगीण विकास में उमंग एवं उत्साह के लिए मनोरंजन का जीवन में अत्यंत महत्व है। समय एवं दूरी की खाई को पाट कर फुर्ती के समय हम पत्रकारिता के माध्यम से स्वयं समाजोपयोगी स्वरूप में मनोरंजन प्राप्त कर सकते हैं। प्रजातंत्र के सुचारू संचालन और सुदृढ़ता प्रदान करने में कार्यपालिका, विधायिका, न्यायपालिका एवं पत्रकारिता (समाचार जगत) चारों स्तंभ प्रमुख भूमिका निभाते हैं।

12.3.2 मुद्रित सामग्री की पौरमितताएं या सीमाएं

1. मुद्रित सामग्री की सफलता पाठक की पठन योग्यता (शैक्षणिक स्तर) तथा लेखक की सरल एवं रुचिकर लेखन- निपुणता पर निर्भर करती है।
2. बहुधा पाठक मुद्रित सामग्री का कुछ भाग पढ़कर छोड़ देते हैं। इसका प्रमुख कारण लेख के प्रारंभ पर भी निर्भर करता है। इसका कारण लेखक द्वारा लोगों (पाठकों) का ध्यान एवं उत्सुकता उत्पन्न करने में विफलता है। प्रभावी एवं रुचिकर लेखन कला प्रशिक्षण

एवं सफल अभ्यास से ही अर्जित की - जा सकती है। वर्तमान में लेखन दक्षता में अपूर्ण पत्रकारों एवं लेखकों की बहुल्यता, लघु पत्र-पत्रिकाओं की सिर्फ साख ही नहीं कम करती परन्तु उनके अनियमित प्रकाशन तथा बंद होने की स्थिति भी पैदा कर देती है।

3. अनुसंधान के नित्य-प्रतिदिन नए नवाचारों को सम्मिलित करने के लिए संशोधित संस्करण निकालना पड़ता है, जिससे आर्थिक बोझ बढ़ता है।
4. सामान्य स्थितियों के लिए मुद्रित सामग्री स्थानीय परिस्थितियों के लिए उपयुक्त नहीं हो सकती है।
5. व्यक्तिगत संपर्क एवं संवाद के अभाव में केवल मुद्रित सामग्री प्रभावी नहीं हो पाती है। पूर्ण प्रभाव प्राप्त करने के लिए मुद्रित सामग्री के साथ-साथ अन्य संचार माध्यमों का समावेश तथा उपयोग आवश्यक है।

12.3.3 मुद्रित सामग्री की विशिष्टताएं

1. साखपूर्णता (Credibility) - सामान्यतया मुद्रित सामग्री पर लोग विश्वास करते हैं।
2. प्रकाशनों में सामग्री को पक्षपातरहित एवं विश्वसनीय माना जाता है।
3. स्मृति पटल पर मुद्रित संदेश अधिक समय तक रहता है। सुविधा एवं आवश्यकतानुसार मुद्रित सामग्री को पढ़ा जा सकता है और भविष्य में संदर्भ के लिए सुरक्षित रखा जा सकता है।
4. अन्य संचार साधनों जैसे रेडियो, दूरदर्शन, विभागीय विज्ञप्तियों, सभाओं के लिए आवश्यक पूरक सामग्री के रूप में उपयोग किया जा सकता है।
5. सूचनाएं प्रायः निश्चित तथा प्रस्तुतीकरण सुसंगठित होने से सरस और आसानी से समझने योग्य होती हैं।
6. जिज्ञासु व्यक्तियों द्वारा सूचना प्राप्ति के लिए मुद्रित सामग्री का अधिकतर उपयोग किया जाता है। इससे अपेक्षाकृत कम लागत पर संदेश के ग्रहण की संभावनाएं बढ़ती हैं।

बोध प्रश्न-2

1. "राष्ट्रीय विकास में कृषि एवं ग्रामीण पत्रकारिता की सजग-प्रहरी भूमिका होती है।" कीजिए।
2. कृषि पत्रकारिता की पीरमितताएं (सीमाएं) क्या हैं?
3. ग्रामीण पत्रकारिता के मापदंड क्या हैं?
4. मुद्रित सामग्री की कुछ विशिष्टताएं बताइए।

12.4 पत्र- पत्रिकाओं में समायोजित सामग्री एवं लेखन विधाएं

पत्रकारिता का प्राणतत्व समाचार है। इनमें एक तो तथ्यात्मक समाचार होते हैं तथा दूसरे व्याख्यात्मक या विश्लेषणात्मक समाचार होते हैं विश्लेषणात्मक या व्याख्यात्मक समाचारों में घटना या समाचार की गहन छानबीन की जाती है। इसमें घटना का संपूर्ण परिवेश एवं परिणाम सम्मिलित किए जाते हैं। समाचारपत्र या पत्रिकाओं की सामग्री और समाचार या आलेख

आदि का निर्धारण उनके प्रकाशन की अवधि, स्थान और उनके परिवेश के साथ तय होती है। सामग्री में समाचार, आलेख, रिपोर्टाज, छायाचित्र, साक्षात्कार, फीचर आदि का समावेश किया जाता है।

12.4.1 समाचार की परिभाषा

समाचार या किसी भी लेखन विधा को परिभाषा के बंधन में बांधना कठिन है। फिर भी एक सरल परिभाषा किसी भी विषय को समझने में सहायक होती है। आमतौर से कोई भी समाचार या आलेख या फीचर या रिपोर्टाज आदि का प्रकाशन आम पाठक की रुचि को ध्यान में रखकर किया जाता है। इस दृष्टि से सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्य लोगों की अधिकतम रुचि हो। प्रोफेसर विलियम जी. ब्लेयर के शब्दों में ' एक असाधारण घटना की अविलंब जानकारी या सूचना ही समाचार है, जिसको अधिकांश संख्या में लोग जानना चाहें'। सत्य और तथ्य पर आधारित सूचना ही समाचार है। स्नातक-पाठ्यक्रम में समाचार की परिभाषा और इसके विविध पक्षों का अध्ययन करने के बाद आप इसके बारे में जानकारी देने में सक्षम हैं।

12.4.2 समाचार के तत्व

समाचार लेखन में विशेष रूप से कुछ बातें ध्यान में रखना आवश्यक होता है। समाचार में प्रमुख तत्व इस प्रकार हैं -

नूतनता - समाचार ताजा और नवीन हो। ऐसा होने पर ही वह पाठकों का ध्यान आकर्षित करेगा। विलंब से दिया गया समाचार या सूचना निस्तेज होती है।

सत्यता - किसी भी घटना का सत्य, परिशुद्ध एवं संतुलित विवरण, समाचार की साख बढ़ाता है। इसके अतिरिक्त समाचार या घटना के घटने के स्थान की निकटता, सुरुचिपूर्णता आदि अनेक ऐसे तत्व हैं जो समाचार को रोचक एवं पठनीय बनाते हैं।

12.5 लेखन के अवयव एवं सिद्धांत

किसी भी समाचारपत्र, पत्रिका आदि का आकार भले ही बड़ा हो, लघु हो या मध्यम, इसे आकार के आधार पर प्रभावी नहीं बनाया जा सकता है। लेखन का मूल सिद्धांत यह है कि वह पाठक की रुचि का हो। ऐसा तभी संभव है जबकि उसमें नूतनता, सत्यता, सामयिकता, समीपता आदि मूल तत्वों का समावेश हो। समाचार, लेख या फीचर की भाषा सरल, सुग्राह्य हो तथा वह पाठक के मन को छूने की क्षमता से भरपूर हो। ग्रामीण पत्रकारिता में कोई भी लेख या समाचार लिखते समय पाठकों की भाषा, उनकी परंपरा, मनोविज्ञान, संस्कृति, रुचि आदि को ध्यान में रखना आवश्यक है। ग्रामीण-पत्रकारिता में ग्रामीणों की शिक्षा के स्तर को भी प्रमुखता से ध्यान में रखा जाना चाहिए।

12.5.1 ग्रामीण आलेख तैयार करने के प्रमुख चरण

ग्रामीण पत्रकारिता के क्षेत्र में भी पत्रकारिता के मूल सिद्धांत लागू होते हैं। कोई भी समाचार या आलेख तैयार करते समय समग्र तथ्यों का संकलन, लेखन विधा का चयन अर्थात्

समाचार या आलेख या फीचर के लेखन की अलग- अलग विधाओं को ध्यान में रखना, शीर्षक, आमुख, आलेख का मुख्य भाग, सारांश आदि का निश्चय करना और आकड़ों या उबाऊ भाषा का प्रयोग करने के बजाय रुचिकर ढंग से पाठक की आलेख या फीचर या समाचार को पढ़ने की रुचि को उत्प्रेरित करने पर विशेष ध्यान दिया जाना चाहिए।

12.5.2 लेखन विधाएं, समाचार कथाएं, विज्ञापन एवं भित्ति- समाचारपत्र

पत्रकारिता चाहे ग्रामीण हो या अन्य प्रकार की, इसका मूल उद्देश्य मात्र सूचना या संदेश देना ही नहीं है बल्कि पाठक- समूह या पाठकों का ज्ञानवर्द्धन करना, उन्हें सूचित करना, शिक्षित और उत्प्रेरित करना है।

यह कार्य कोई भी समाचारपत्र, लघु या मध्यम पत्रिका आदि द्वारा समाचारों, संपादकीय, सामाजिक आलेखों, समाचार कथाओं, कहानियों, रूपक, फीचर या विज्ञापन आदि विविध विधाओं के द्वारा किया जाता है। अतः पत्रकारिता की मौलिक विधाओं और सिद्धांतों का सैद्धांतिक ज्ञान एवं व्यावहारिक अभ्यास आवश्यक है। किसी भी विधा में लिखी हुई सामग्री की प्रभावोत्पादकता और उसके लिखने एवं प्रस्तुत करने के ढंग पर पत्र या पत्रिका की सफलता निर्भर करती है।

बोध प्रश्न- 3

1. राजस्थान से प्रकाशित होने वाली प्रमुख कृषि पत्र-पत्रिकाओं का विवरण कीजिए।
2. प्रभावी समाचार से आप क्या समझते हैं? समाचार के प्रमुख तत्वों का परिचय दीजिए।
3. 'आमुख पाठक को आलेख पढ़ने के लिए प्रेरित करता है'। विभिन्न स्वरूपों के आमुखों का विवरण देकर उपरोक्त कथन को स्पष्ट करें।

12.6 सारांश

'ग्रामीण एवं कृषि की लघु पत्र- पत्रिकाएं' इकाई में आप भारत की ग्रामीण एवं कृषि पत्र- पत्रिकाओं की स्थिति समझाएंगे एवं भविष्य से अच्छी तरह परिचित हो गए हैं। भारत एक कृषि प्रधान देश है। भारत गांवों में बसा हुआ है फिर भी हमारे यहां कृषि पत्र- पत्रिकाओं की संख्या अधिक नहीं है और न ही उनकी प्रसार संख्या अधिक है।

कितने कृषक, कृषि एवं ग्रामीण पत्र- पत्रिकाओं को पढ़ते हैं? उन पर अध्ययन कर अपनी खेती करते हैं? यह एक शोध का विषय है। रेडियो और टेलीविज़न पर कृषि संबंधी जो कार्यक्रम आते हैं क्यों उन्हें कृषक सुनता या देखता है? इस संदर्भ में भी गंभीरता से विचार किया जाना चाहिए।

अधिकांश दैनिक पत्रों में कृषि संबंधी स्थाई कॉलमों का अभाव है। हिंदी के बहुत ही कम पत्र हैं जिनमें स्थाई रूप से कृषि संबंधी कॉलम दिए गए हों? कृषि को दैनिक पत्रों में विशेष स्थान नहीं मिलता है। हां आलू प्याज के बढ़ते- घटते भाव जरूर छाप दिए जाते? ग्रामीण एवं कृषि पत्र- पत्रिकाओं की स्थिति कैसी बनाई जाए इस पर गंभीरता से विचार किया जाना चाहिए। इस कार्य के लिए ग्रामीण एवं कृषि पत्र- पत्रिकाओं से संबद्ध जनसंचार कर्मियों को आगे आना होगा तभी स्थितियों में बदलाव लाना संभव हो सकेगा।

12.7 संदर्भ ग्रंथ

1. हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम, भाग- 1 संपादन डॉ. वेदप्रताप वैदिक, हिन्दी बुक सेंटर, नई दिल्ली
2. कृषि संचार माध्यम एवं पद्धतियां, डॉ. कन्हैयासिंह प्रकाशन निदेशालय, गोविंदबल्लभ पंत कृषि एवं प्रौद्योगिक विश्वविद्यालय, पंतनगर (उ. प्र.)
3. विकास पत्रकारिता, राधेश्याम शर्मा, हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़।
4. राजस्थान में कृषि पत्रकारिता-दशा एवं दिशा डॉ. विजयसिंह कुल्हरी (समय कोण द्वारा आयोजित सेमीनार में पत्र वाचन)
5. आधुनिक पत्रकारिता, डी. अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
6. पत्रकारिता-सिद्धांत एवं स्वरूप, डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी, राधा पब्लिकेशन, नई दिल्ली।
7. कृषि पत्रकारिता का सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक पक्ष, रामकृष्ण पाराशर, नकुल पाराशर, हिंदी माध्यम कार्यन्वयन निदेशालय, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली।
8. Writing for farm families - by M.G Kamath
Allied Publication Pvt. Ltd. New Delhi

12.8 निबंधात्मक प्रश्न

1. 'राष्ट्रीय विकास में ग्रामीण पत्रकारिता की विशिष्ट रचनात्मक भूमिका है।' इस कथन से आप कहा तक सहमत हैं?
2. 'बड़े समाचारपत्रों की तुलना में लघु पत्र-पत्रिकाओं का ग्रामीण एवं कृषि विकास में अधिक प्रभावशाली योगदान है।' इस कथन की पुष्टि कुछ उदाहरण देकर कीजिए।
3. कृषि एवं ग्रामीण लघु पत्र-पत्रिकाओं के उद्भव एवं विकास पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए।
4. ग्रामीण पत्र-पत्रिकाओं को कैसे बेहतर एवं उपयोगी बनाया जा सकता है? अपने विचार प्रकट करें।
5. दैनिक समाचारपत्रों में प्रकाशित कुछ ग्रामीण परिशिष्टों का उल्लेख करते हुए, उन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।

NOTES

विश्वविद्यालय द्वारा संचालित पाठ्यक्रमों की सूची

पाठ्यक्रम का नाम	अवधि
1. स्नातक उपाधि प्रारम्भिक पाठ्यक्रम	6 माह
2. भोजन एवं पोषण में सर्टिफिकेट	6 माह
3. कम्प्यूटर ज्ञान एवं प्रशिक्षण का प्रारम्भिक पाठ्यक्रम	6 माह
4. सर्टिफिकेट इन कम्प्यूटिंग	6 माह
5. पंचायती राज प्रोजेक्ट में प्रमाण-पत्र	6 माह
6. संस्कृति एवं पर्यटन में प्रमाण-पत्र	6 माह
7. महिलाओं में वैधानिक बोध में प्रमाण-पत्र	6 माह
8. राजस्थानी भाषा एवं संस्कृति में प्रमाण-पत्र	6 माह
9. बी.ए.एफ./बी.सी.एफ. (त्रिवर्षीय पाठ्यक्रम)	1 वर्ष
10. एम.ए.(अर्थशास्त्र, राजनीति विज्ञान, इतिहास, हिन्दी)	2 वर्ष
11. एम.बी.ए.	3 वर्ष
12. पी.जी.डी.एच.आर.एम.	1 वर्ष
13. पी.जी.डी.एफ.एम.	1 वर्ष
14. पी.जी.डी.एम.एम.	1 वर्ष
15. पी.जी.डी.एल.एल.	1 वर्ष
16. टी.एच.एम.	1 वर्ष
17. डी.एन.एच.ई.	1 वर्ष
18. डी.सी.ओ.	1 वर्ष
19. डी.एल.एस.	1 वर्ष
20. डी.सी.सी.टी.	18 माह
21. बी.जे.(एम.सी.)	1 वर्ष
22. एम.जे.(एम.सी.)	2 वर्ष
23. बी.लिब.	1 वर्ष
24. पर्यावरण विज्ञान में स्नातकोत्तर डिप्लोमा	1 वर्ष
25. बी.एड.	2 वर्ष
26. पी.एच.डी.	3 वर्ष
27. पी.जी.डी.ई.एस.डी.	1 वर्ष