The Opinion
International Journal of Arts & Social Sciences
Peer Reviewed Referred Journal
Published by Srijan Research Foundation, Varanasi India
DOI: https://doi.org/10.68868/1530to.202602
https://theopinion.navjyotijournal.in

THE IMPACT OF MASS COMMUNICATION ON THE FARMING COMMUNITY IN RURAL AREAS

(ग्रामीण क्षेत्र के कृषक समाज में जनसंचार का प्रभाव)

Dhirendra Kumar
Research Scholar, Department of Sociology
Maharaj Balwant Singh P.G. College, Gangapur, Varanasi U.P.(India)
Prof. Alok Kumar Kashyap
Research Spervisor, Department of Sociology
Maharaj Balwant Singh P.G. College, Gangapur, Varanasi U.P. (India)
https://orcid.org/0009-0009-5554-587X

ABSTRACT

The rural farming community is an important component of the Indian social and economic system. Agriculture forms the basis of social relationships, livelihood, employment and the local economy in rural areas. Traditionally, people depended on family, neighbours, local experience and agricultural experts for information related to farming. With the expansion of modern mass communication media, the sources of agricultural information have increased. Mass media can play an important role in delivering information about agriculture, government schemes, weather conditions, market prices and new agricultural technologies to farmers. Mass communication is extremely important for the development of the farming community. The appropriate, reliable and inclusive use of communication tools—radio, television, newspapers, mobile phones, the internet and social media—not only helps increase farmers' income but also contributes to the overall development of rural society. Undoubtedly, changes related to agriculture and the social relationships of farmers have had a profound impact on rural society. Changes in the structure of land ownership have also had wide-ranging and immediate effects on the farming community. The use of modern machines saves time and labour, while new methods of cultivation and other innovations are expected to bring changes in the demand for agricultural labour. Through mass communication, the farming community has become more empowered; its day-to-day activities have become easier, and its working capacity has improved.

Keywords: Farming community, means of mass communication, agriculture, rural development, technological system.

ग्रामीण कृषक समाज भारतीय सामाजिक एवं आर्थिक व्यवस्था का महत्वपूर्ण अंग है। कृषि ग्रामीण क्षेत्रों में सामाजिक संबंध, आजीविका, रोजगार, और स्थानीय अर्थव्यवस्था का आधार है। परंपरागत से चली आ रही कृषि संबंधी जानकारी के लिए परिवार, पड़ोस, स्थानीय अनुभव और कृषि विशेषज्ञों पर निर्भर रहते थे। आधुनिक जनसंचार माध्यमों के विस्तार से कृषि सूचना के स्त्रोतों में वृद्धि हुई है। जनसंचार माध्यम कृषकों तक कृषि संबंधी जानकारी, सरकारी योजनाओं, मौसम की जानकारी, बाजार भाव और नवीन कृषि तकनीकों को पहुँचाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं। कृषक समाज के विकास में जनसंचार अत्यंत महत्वपूर्ण है। जनसंचार के साधनों (रेडियो, टेलीविज़न, समाचार पत्र, मोबाइल फोन, इंटरनेट, और सोशल मीडिया) का सही, विश्वसनीय और समावेशी उपयोग से न केवल कृषकों की आय में वृद्धि हुई बल्कि ग्रामीण समाज के समग्र विकास में भी सहायक सिद्ध हुए। निःसंदेह कृषि से संबंधित परिवर्तनों अथवा कृषकों के सामाजिक संबंधी का प्रभाव ग्रामीण समाज पर गहरा प्रभाव पड़ा है। अतः भू–स्वामित्व की संरचना में आए परिवर्तन ने भी कृषक समाज पर व्यापक तथा तात्कालिक प्रभाव डाला है। नयी मशीनों के प्रयोग से श्रम में बचत होती है तथा फसलों की नवीन पद्धति इत्यादि के कारण मजदूर की माँग में परिवर्तन अपेक्षित होगा। जनसंचार के माध्यम से कृषक समाज सबल हुआ है, उसके दैनिक कार्यकलाप आसान हो गये हैं, उसकी कार्य क्षमता में विकास हुआ।

भारत एक कृषि प्रधान देश है। भारत एक कृषि प्रधान देश होने की श्रुति सदियों पुरानी है। लेकिन विडंबना यह है कि कृषि और किसानों का सन्दर्भ अक्सर गैर–प्रशिक्षित श्रम और अशिक्षा के आरोपण के लिए किया जाता है। किन्तु ऐसा हमेशा से नहीं था। प्राचीन भारतीयों को कृषि कार्यों में वैज्ञानिक पद्धति के उपयोग की गहन जानकारी थी। पराशर ऋषि एक कृषि वैज्ञानिक थे, जिन्होंने खेती की बारीकियों पर कई ग्रन्थ लिखे। उन्होंने सही तरीके से और सही समय पर बीजारोपण, सिंचाई इत्यादि प्रक्रिया अपनाकर अच्छी उपज लेने से जुड़े सूत्रों का उल्लेख किया है।

जनसंख्या का बड़ा भाग आज भी कृषि पर निर्भर है। कृषक समाज देश की अर्थव्यवस्था, संस्कृति और सामाजिक संरचना की रीढ़ माना जाता है। बदलते समय के साथ केवल परंपरागत आजीविका नहीं रही, बल्कि यह विज्ञान, तकनीक और सूचना से जुड़ा क्षेत्र बन गई है। ऐसे में जनसंचार की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाती है।

जनसंचार वह माध्यम है जिसके द्वारा सूचना, ज्ञान और विचार व्यापक स्तर पर समाज तक पहुंचाए जाते हैं। रेडियो, टेलीविजन, समाचार–पत्र, मोबाइल फोन, इंटरनेट और सोशल मीडिया जैसे साधनों ने कृषक समाज को नई दिशा दी है। इसके माध्यम से किसान न केवल कृषि संबंधी जानकारी प्राप्त करते हैं, बल्कि सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक रूप से भी जागरूक होते हैं।

इस प्रकार जनसंचार ने कृषक समाज को आत्मनिर्भर, जागरूक और आधुनिक बनाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। कृषक समाज और जनसंचार का समन्वय आज के समय में विकास और परिवर्तन का सशक्त माध्यम बन चुका है।

कृषक समाज की अवधारणा का इतिहास – कृषक समाजों का सामाजिक और आर्थिक जीवन में बदलाव तब देखने को मिला जब मानव ने कृषि भूमि पर खेती करके अपनी जिविका अर्जित करनी प्रारम्भ की। उन्होंने खेतों के नजदीक ही छोटे–छोटे बस्तियाँ बनाकर रहना शुरू कर दिया। धीरे–धीरे वह अपनी मूलभूत आवश्यकताओं को जुटाने में लग गया। विशिष्ट कृषक समाजों का स्वरूप पूर्व औद्योगिक पाया गया, औद्योगिक

क्रांति के प्रारम्भ से जैसे–जैसे अर्थव्यवस्था विकसित हुई वैसे–वैसे पारंपरिक कृषक जीवन शैली में धीरे–धीरे बदलाव देखने को मिले इन बदलावों ने शहरी जीवनशैलीयों की मार्ग प्रशस्त की।

इस वैधानिक परिप्रेक्ष्य में किसान वर्ग अनिवार्यतः एक संगठित सामाजिक समूह था। उनमें सामुदायिक एवं एकता की भावना पायी जाती थी। कृषकों में सामाजिक और आर्थिक संगठन के सदस्य संदर्भों में वे सभी एक दूसरे के समान थे। उन्होंने अपने–अपने जमीनों पर खेती की और इनमें उनके परिवारों ने मिलाकर–जुलकर सहयोग किया। उन्होंने पूर्ण रूप से अपने–अपने परिवारों के उपयोग हेतु उत्पादन किया।

सांस्कृतिक और सामाजिक संदर्भों में कृषकों को मूलरूप से 'आधुनिक उद्यमियों' के अलग रूप में देखा गया, एक में हम की भावना पायी जाती है तो दुसरे में लाभ की भावना। उनकी कार्य के प्रति अभिवृत्ति और भूमि के साथ संबंध आधुनिक औद्योगिक समाजों के लाभ–जिज्ञासु उद्यमियों से काफी भिन्न था। राबर्ट रेड फील्ड जो किसान वर्ग पर एक नृवैज्ञानिक अनुसंधान में अग्रदूत थे। उनका मानना है कि किसान वर्ग सार्वभौमिक मानव प्रकार था भावनाओं और मनोभावों के जरिए उनका अपनी भूमि से लगाव था। उनके लिए कृषि जीविका उपार्जन और जीवन की शैली थी न कि लाभ के लिए एक व्यवसाय था। 20वीं शताब्दी की शुरुआत में इसी ढ़ग से लिखते हुए रूस के अर्थशास्त्री ए० वी० च्यानोव ने अपना मत प्रस्तुत करते हुए लिखा कि "कृषक अर्थव्यवस्थाओं में भिन्न था।" नियामक (नियंत्रक) तर्क आधुनिक औद्योगिक अर्थव्यवस्थाओं से भिन्न था। औद्योगिक समाजों में जहाँ आर्थिक प्रक्रिया लाभ के सिद्धान्त और पूँजी–नियमों द्वारा नियंत्रित होती है, वहीं इसके विपरीत कृषक अर्थव्यवस्था का वर्ग निर्वाह मूलक है। रूसी ग्रामीण क्षेत्र में जोत के आकार और भूमि की उत्पादकता में विविधता जनसांख्यिकीय कारकों से प्रभावित थी न कि लाभ या वर्ग अंतर के कारण थी।

कृषक समाज के रूप में सामंतवाद – सामंतवाद मध्यकालीन इतिहास की एक प्रमुख सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक व्यवस्था थी, जिसमें मुख्य रूप से कृषक समाज के रूप में काम किया। इस व्यवस्था में पूरी अर्थव्यवस्था और सामाजिक ढाँचा, भूमि और उस पर खेती करने वाले किसानों के इर्द–गिर्द घूमता था। ऐतिहासिक तौर पर सामंतवाद की संकल्पना सामान्तः उस सामाजिक संगठन के लिए प्रस्तुत हुई जो जनजातीय समूहों के नियमित खेतीहर बन जाने के बाद यूरोप के हिस्सों में विकसित हुई। 18 वीं व 19वीं शताब्दी में औद्योगिक क्रांति की सफलता से सामंती समाज में बदलाव हुए जिसने आधुनिक पूंजीवाद के विकास के लिए राह बनाई।

सामंतवाद शब्द 'कृषि की संरचना' की एक बिल्कुल अलग धारणा को प्रस्तुत करता है। सामंत समाजों में खेती करने वाले कृषक समाज को अधीन वर्ग के रूप में देखा जाता था। कृषक जिस भूमि पर खेती करते थे वह कानूनी रूप से उनकी अपनी नही होती थी। उन्हें उस भूमि पर केवल खेती का अधिकार प्राप्त था, जिस भूमि के कानूनी स्वामी सामान्यतः अधिपति सामंत या राजा होते थे। सामंतवाद में कृषि को विशेष रूप से अग्रहणी माना जाता था। खेती करने वाले कृषकों को अपने अधिपतियों के प्रति वफादारी और अनुग्रह की भावना प्रदर्शित करनी होती थी। निष्ठा की यह भावना केवल भू–स्वामी को भूमि से होने वाली पैदावार को हिस्सों को देकर व्यक्त नही की जाती थी, बल्कि कृषक सामंत के लिए अक्सर काम करने के लिए बाध्य भी होते थे और कई ऐसे काम करते थे जिसके बदले उन्हें कोई भी मजदूरी आदि नही दी जाती थी।

समकालीन कृषि क्षेत्र – 19वीं शताब्दी के दौरान पश्चिमी देशों और 20वीं शताब्दी के दौरान शेष विश्व में औद्योगिक के प्रसार के कारण अर्थव्यवस्था के समकालीन कृषि में भी महत्वपूर्ण बदलाव हुये। कृषि क्षेत्र में औद्योगीकरण और विकास से आये दो महत्वपूर्ण परिवर्तनों को हम पहचान सकते है। पहला, यह कि समकालीन कृषि क्षेत्र के इस औद्योगीकरण/तकनीक का प्रयोग हुआ जिससे कृषि

उत्पादकता में अधिक लाभ मिल सके। विश्व के ही जनसख्या का बड़ा भाग कृषि क्षेत्र में लगा है, लेकिन कुल राष्ट्रीय आय में आधे से ज्यादा भाग कृषि में लगा है लेकिन कृषि क्षेत्र में राष्ट्रीय आय में इसका योगदान भी कम है।

कृषि क्षेत्र में जिस दूसरे महत्वपूर्ण परिवर्तन का अनुभव किया गया, वह है इसका आंतरिक सामाजिक संगठन। पिछली शताब्दी के दौरान विश्व के विभिन्न हिस्सों में कृषि उत्पादन के सामाजिक ढांचे में व्यापक परिवर्तन हुआ। सामाजिक संगठन के सामंतवाद और कृषक समाजों से पहले के रूप विघटित हुए। यह औद्योगीकरण और आधुनिकीकरण की प्रक्रियाओं के प्रभावस्वरूप हुआ। आधुनिक दौर में खेत जोतने और भूसी निकालने जैसी खेती–बाड़ी की गतिविधियों के लिए अनेक किस्म की मशीनें व उपकरण उपलब्ध कराए गए हैं। इन प्रौद्योगिकियों और विकास ने भू–स्वामियों के लिए कम समय में भूमि के बड़े भाग में खेती करना संभव बना दिया है। वैज्ञानिक शोधों ने रासायनिक उर्वरक और ज्यादा पैदावार करने वाले बीज की किस्में भी उपलब्ध कराई हैं। खेती की गई प्रौद्योगिकियों के आने से न केवल भूमि की उत्पादकता में वृद्धि हुई है बल्कि कृषि उत्पादन के सामाजिक ढांचे में भी महत्वपूर्ण बदलाव आए हैं।

जनसंचार एवं कृषक समाज –

मास मीडिया यानी जनसंपर्क के साधन अनेक प्रकार के होते हैं, जैसे – टेलीविजन, समाचार पत्र, फिल्में, पत्रिकाएं, रेडियो, विज्ञापन, वीडियो खेल और सीडी आदि। उन्हें मास मीडिया इसलिए कहा जाता है क्योंकि वे एक साथ बहुत बड़ी संख्या में दर्शकों, श्रोताओं एवं पाठकों तक पहुँचते हैं। इन्हें कभी–कभी जनसंचार के साधन भी कहा जाता है। जनसंचार माध्यम हमारे दैनिक जीवन का एक अंग है। देश भर के अनेक मध्यमवर्गीय परिवारों में लोग प्रातः बिस्तर से उठते ही सबसे पहले रेडियो या टेलीविजन चालू करते हैं अथवा प्रातःकालीन समाचार पत्र देखते हैं। उन्हीं परिवारों के बच्चे सर्वप्रथम अपने मोबाइल फोन पर यह देखने के लिए नजर डालते हैं कि मिस कॉल तो नहीं आई है।

प्राचीन काल में कृषक समाज में संचार का प्रमुख माध्यम मौखिक परंपरा थी। लोकगीत, कथा–वाचन और धार्मिक अनुष्ठान प्रमुख स्रोत थे। कृषि से संबंधित ज्ञान जैसे मौसम, सिंचाई और पशुपालन पीढ़ी–दर–पीढ़ी मौखिक रूप से स्थानांतरित होती है। इस काल में संचार सीमित और स्थानीय था। औपनिवेशिक काल में समाचार पत्रों का प्रसार हुआ इससे कृषक समाज में राजनीतिक चेतना का विकास हुआ। भूमि राजस्व नीतियों, किसान आंदोलनों और राष्ट्रीय आंदोलन की जानकारी ग्रामीणों तक पहुँची।

कृषक समाज वह सामाजिक व्यवस्था है जिसकी आर्थिक, सांस्कृतिक और सामाजिक संरचना मुख्यता कृषि पर आधारित होती है। भूमि उत्पादन का प्रमुख साधन होती है और अधिकांश जनसंख्या प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से कृषि एवं उससे संबंधित गतिविधियों में संलग्न रहती है। इसका अर्थ यह हुआ कि बहुत से भारतीयों के लिए भूमि उत्पादन का एक महत्वपूर्ण साधन है। भूमि संपत्ति का एक महत्वपूर्ण प्रकार भी है। लेकिन भूमि न तो केवल उत्पादन का साधन है और न ही केवल संपत्ति का प्रकार। न ही केवल संपत्ति का प्रकार, न ही केवल कृषि है जो कि उनके जीविका का एक प्रकार है। यह जीने का एक तरीका भी है। हमारी बहुत सी सांस्कृतिक रस्मों और उनके प्रकार में कृषि की पृष्ठभूमि होती है। उदाहरण के लिए भारत के विभिन्न क्षेत्रों में नव वर्ष के त्योहार जैसे तमिलनाडु में पोंगल, असम में बीहू, पंजाब में वैशाखी, कर्नाटक में उगाडी ये सब मुख्य रूप से फसल काटने के समय मनाए जाते है, नए कृषि मौसम के आने की घोषणा करते है। कृषि एवं संस्कृति के बीच एक घनिष्ठ सम्बंध हैं। हमारे देश में कृषि की प्रकृति और अभ्यास प्रत्येक क्षेत्र में भिन्न–भिन्न तरह का मिलेगा। ये भिन्नताएं विभिन्न क्षेत्रीय संस्कृतियों में बिंबित होती है। आप कह सकते है

कि ग्रामीण भारतीय सांस्कृतिक और सामाजिक संरचना दोनों कृषि एवं कृषक जीवन पद्धति से बहुत निकटता से जुड़ी है।

ग्रामीण कृषक समाज की विशेषताएं

1. **सामुदायिक भावना :–** कृषक समाज में सामुदायिक भावना पायी जाती है क्योंकि बिना सहयोग के कृषि करना असम्भव है। वे सुख–दुख में हमेशा साथ–साथ खड़े रहते हैं। उनकी रीति–रिवाज, आस्थाएं, रस्मों और परस्पर परम्पराएं भी समान होती है। ये सब उसके जुड़ाव को और मजबूत बनाती है।
2. **कृषि प्रधान अर्थव्यवस्था :–** कृषक आमतौर पर कृषि पर ही निर्भर रहते है उनका जीवन यापन कृषि पर चलता है। इसलिए उनकी अर्थव्यवस्था आवश्यक रूप से कृषि अर्थव्यवस्था होती है। वे फल, सब्जियाँ और मुख्य रूप से अनाज उगाते है। वे अपने उपज का एक बड़ा भाग परिवार के उपभोग के लिए रखते हैं और अतिरिक्त हिस्सा को बाजार में बेच दिया जाता है।
3. **प्रकृति पर निर्भरता :–** कृषक समाज हमेशा प्रकृति के नजदीक रहता है। वह वर्षा, तापमान, मिट्टी, जल–स्रोत और मौसम कृषि उत्पादन को प्रभावित करते हैं। इसलिए कृषक समाज प्राकृतिक परिस्थितियों के प्रति अपेक्षाकृत अधिक संवेदनशील होता है।
4. **परिवारों की भूमिका :–** परिवार कृषि कार्यों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। कई ग्रामीण परिवारों में खेती, पशुपालन और घरेलू कार्य सामूहिक रूप से किए जाते हैं।
5. **लोगों की सादा जीवनशैली :–** कृषक समाज आमतौर पर सीधे होते है सादा जीवनशैली जीते है। शहरों में होने वाले तेज बदलाव से वे अप्रभावित होते है। वे बहुत ही इमानदार, परिश्रमि और लगनशील होते है। हांलाकि संचार सुविधा के विस्तार से कृषक अब शहरी और आधुनिक जीवन शैली से परिचित होने लगे और धीरे–धीरे उसका अनुकरण करने लगे है।
6. **कृषि और पशुपालन का संबंध :–** कृषक समाज में कृषि के साथ–साथ पशुपालन, डेयरी, मुर्गीपालन और अन्य सहायक गतिविधियाँ ग्रामीण परिवार की आय का स्रोत हो सकती हैं।

पूर्व साहित्य सर्वेक्षण (Review of Literature)

- लर्नर डी0 (1958) और डब्लू0 शेहर्म (1964) ने अपने अध्ययन में यह बताया कि संचार के वृहद साधनों का कार्य समाज के आधुनिकीकरण के लिए तैयारी एवं प्रेरणा का कार्य करने में सहायक है। उनके अनुसार संचार के वृहद साधन केवल स्वतंत्र रूप से ही नही बल्कि नगरीकरण, औद्योगीकरण, साक्षरता जैसे अन्य कारणों के साथ परिवर्तन एवं विकास के रास्ते तैयार करते है।
- रोजर्स ए0 एम0 (2003) इन्होने अपने अध्ययन मे यह विश्लेषण किया है कि ग्रामीण समाज में नयी तकनीकों, कृषि पद्धतियों, स्वास्थ्य संबंधित प्रथाओं और विचारों का प्रसार संचार के माध्यम से ही प्रसारित होता है।

अध्ययन की शोध पद्धति

प्रस्तुत अध्ययन वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। इसमें तथ्य एवं आंकड़े द्वितीयक स्रोतों के माध्यम से जैसे – पुस्तकें, जर्नल्स, समाचार पत्र, शासकीय व अशासकीय स्तर पर प्रकाशित पत्र–पत्रिकाएं तथा विभिन्न वेबसाइटों के माध्यम से एकत्रित किए गए है।

उद्देश्य :– कृषक समाज के विकास और सशक्तिकरण में संचार माध्यमों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। इनके माध्यम से किसानों तक सूचना, ज्ञान और जागरूकता पहुँचाकर उनके जीवन स्तर में सुधार लाने का प्रयास किया जाता है। कृषक समाज में जनसंचार माध्यमों के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं :–

- कृषक समाज को आधुनिक तकनीकों से परिचय कराना।

- कृषक समाज को बाजार एवं मूल्यों की सूचना देना।
- कृषक समाज में सरकारी योजनाओं की जानकारी से अवगत कराना।

कृषक समाज में जनसंचार का प्रभाव

जनसंचार माध्यमों ने कृषक समाज के जीवन और कार्य–शैली में व्यापक परिवर्तन किया है। इन माध्यमों के सकारात्मक और कुछ नकारात्मक दोनों प्रकार के प्रभाव देखने को मिलते हैं।

सकारात्मक प्रभाव

(1) आधुनिक कृषि तकनीकों/यंत्रों का प्रसार :– जनसंचार माध्यम से जिस तरह फसल उत्पादन बढ़ाने के लिए नवीनतम तकनीक, उन्नतशील प्रजातियाँ और फसल संरक्षण आवश्यक है, ठीक उसी तरह खेती में आधुनिक कृषि यंत्रों का प्रयोग भी अति महत्वपूर्ण है। पहले बीजों की बुआई, पौधों की रोपाई और कटाई आदि के लिए किसानों को भारी श्रम करना पड़ता था। कृषि में आधुनिक यंत्रों के प्रवेश से किसान के शारीरिक श्रम का भार कम हुआ। इससे लघु और सीमांत किसानों के जीवन स्तर में सुधार आया है। आधुनिक यंत्रों (थ्रेशिंग मशीन, फर्टिसीडेड्रिल, पैडी ट्रांसप्लांटर) की सहायता से कृषि के तरीकों में क्रांतिकारी बदलाव आया है।

(2) किसानों को एस.एम.एस. सेवा :– सूचना प्रौद्योगिकी क्षेत्र में क्रांति के साथ ही किसानों तक अनेक माध्यमों से सूचना पहुँच रही है। मोबाइल पर एस.एम.एस और वापस मैसेज किसानों तक जानकारी पहुँचाने की नवीनतम तकनीक है। इसकी विषयवस्तु स्थानीय स्थितियों और जरूरतों के मुताबिक होती है। यह सलाह सप्ताह में दो बार भेजी जाती है और किसान अपनी स्थानीय भाषा में इसे प्राप्त करते है।

(3) किसान कॉल सेंटर :– सरकार की ओर से किसान कॉल सेंटर भी खोले गए हैं जहाँ कॉल करके किसान अपनी समस्या का समाधान पा सकते हैं। किसान कॉल सेंटर की शुरुआत वर्ष 2004 में हुई। आज भारत में करीब 144 से अधिक कॉल सेंटर कार्य कर रहे है। पहले इनका संचालन सिर्फ आठ महानगरों में किया गया था लेकिन बाद में इसका विस्तार कर दिया गया। किसान भूमि, सिचांई, उर्वरक आदि के प्रयोग के बारे में किसान कॉल सेंटर से जानकारी प्राप्त कर रहे है। देश का कोई भी किसान 1515 नम्बर पर डॉयल करके अपनी समस्या का हल पा सकता है। उसे किसी तरह के बिल की भुगतान नही करना पड़ता है।

(4) संचार क्रांति से बढ़े किसानों के सहयोगी :– संचार क्रांति के माध्यम से किसानों तक सूचनाओं का प्रसार हुआ है। कृषि विज्ञान केंद्र, कृषि मंत्रालय और दूरसंचार कंपनियों की ओर से भी किसानों को मोबाइल फोन के जरिए कृषि संबंधी विभिन्न तरह की जानकारी दी जा रही है।

(5) प्राकृतिक आपदा और मौसम की जानकारी :– आंधी–तूफान, बेमौसम वर्षा होने और ओले पड़ने से रबी फसलों की कटाई के समय जैसे गेहूँ, सरसों, चना और आम की उपज को काफी नुकसान पहुँचता था। कृषक समाज को मौसम विभाग द्वारा जानकारी मुख्य रूप से ग्रामीण कृषि मौसम सेवा के तहत प्रदान की जाती है। जिसमें SMS, मेघदूत मोबाइल ऐप, रेडियो और टोल–फ्री हेल्पलाइन नंबर का उपयोग होता है। इसके अलावा कृषि विज्ञान केन्द्रों और समाचार पत्रों के माध्यम से फसल की विशिष्ट सलाह दी जाती है।

(6) बाजार संबंधी जानकारी एवं सुधार :– खेती–किसानी आज भी जोखिम भरा व्यवसाय है। किसान कटाई उपरांत अपनी उपज को कम मूल्य पर ही आस–पास के बिचौलियों व व्यापारियों के हाथों बेचने के लिए मजबूर होते हैं। स्थानीय बाजार में कम कीमत होने से उसे आर्थिक नुकसान झेलना पड़ता है। इस समस्या के समाधान हेतु 'ई–नाम' (E-NAM – National Agriculture Market) योजना शुरू की गई जिसमें किसान स्मार्टफोन और इंटरनेट के माध्यम से अपने फसल उत्पादों को देश के किसी भी बाजार में उचित व अधिक मूल्य पर बेच सकता है। इसमें किसानों को अपनी उपज का सही मूल्य मिलेगा।

(7) सरकारी योजनाओं की जानकारी एवं पहुँच :– प्रधानमंत्री कृषि सिंचाई योजना के तहत सरकार ने आवश्यकतानुसार खेतों को सिंचाई सुविधा उपलब्ध कराने की पहल की है। बेहतर मृदा उपजाऊपन के लिए किसानों को मृदा स्वास्थ्य कार्ड बांटे गए हैं। ई–नाम के द्वारा सभी कृषि बाजारों को आपस में जोड दिया गया है। इससे किसान अपने फसल उत्पादों को बिचौलियों के चंगुल से बचा सकते हैं। जिससे किसान अपनी फसल को अच्छे मूल्य पर बेचने के लिए स्वतंत्र हैं। वित्त वर्ष 2018–19 में दो हेक्टेयर से कम जमीन वाले 12.5 करोड़ लघु और सीमांत किसानों की आर्थिक मदद के लिए प्रधानमंत्री किसान सम्मान निधि योजना की शुरुआत की गई थी। इसका दायरा बढ़ाकर इसमें सभी किसानों को शामिल किया गया है। इस योजना में दी जाने वाली वार्षिक राशि 6000 रूपये प्रति वर्ष प्रति किसान परिवार देने का प्रावधान किया गया है। यह एक सराहनीय योजना है जिसमें सरकार ने सीधे किसानों के खाते में नगद हस्तांतरण किया है इससे किसान फसली मौसम में बीज व खाद जैसी जरूरी चीजें खरीद कर फसलों की समय पर बुवाई कर सकेंगे।

(8) जागरूकता और शिक्षा :– कृषकों को आधुनिक कृषि तकनीकी, सरकारी योजनाओं और मौसम की जानकारी के लिए डिजिटल (स्मार्टफोन, ऐप्स, सोशल मीडिया), पारंपरिक (रेडियो, टीवी) और व्यक्तिगत (किसान कॉल सेंटर, क्षेत्रीय आधारित) संचार माध्यम सबसे प्रभावी हैं। साथ ही गली गाँवों, गली कूचों तथा छोटे कस्बों तक पत्र–पत्रिकाओं के माध्यम से भी किसानों को जागरूक करने का प्रयास किया जा रहा है। एम–किसान पोर्टल, किसान सुविधा ऐप और टोल–फ्री नंबर (1800–180–1551) जैसे साधन उन्हें सीधे जानकारी प्रदान करते हैं।

नकारात्मक प्रभाव

(1) भ्रामक जानकारी :– सोशल मीडिया के माध्यम से अक्सर कृषि तकनीकों, दवाओं, या बीजों के बारे में भ्रामक और अधूरी जानकारी साझा की जाती है जिससे कृषकों पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है, जिससे कृषकों को आर्थिक नुकसान उठाना पड़ता है। कई बार तो बात इतनी बढ़ जाती है कि सरकार सोशल मीडिया के गलत इस्तेमाल करने पर रोक लगा देती है ताकि असामाजिक तत्व किसी बड़ी घटना को अंजाम न दे पाएं।

(2) कृषकों के संबंधों में कमी :– आधुनिक और तेज जानकारी के पीछे दौड़ने से किसान टीवी और इंटरनेट की लत के कारण ग्राम में समय–समय पर होने वाली सभाओं और आपसी चर्चाओं में कमी आयी है। जिससे सामाजिक संबंध कमजोर हो रहे हैं।

(3) भ्रामक विज्ञापन :– कृषक समाज पर गलत विज्ञापनों का प्रभाव अत्यंत विनाशकारी है जो सीधे उनकी आजीविका, आर्थिक और फसलों की गुणवत्ता को प्रभावित करता है। भ्रामक विज्ञापनों के कारण किसान घटिया बीज, कीटनाशक और उर्वरक खरीदकर फसल बर्बादी, भारी वित्तीय घाटे और कर्ज के दुष्चक्र में फंस जाते हैं।

(4) सांस्कृतिक एवं परम्परागत जीवनशैली में कमी :– जनसंचार माध्यमों के कारण ग्रामीण युवा अपनी पारंपरिक संस्कृति, लोकगीत और रीति–रिवाजों से दूर हो रहे हैं। वे शहरी और पश्चिमी जीवनशैली की नकल करने की कोशिश करते हैं, जिससे ग्रामीण के परंपरागत जीवन शैली से दूर होते जा रहे हैं।

(5) पारंपरिक ज्ञान की उपेक्षा :– आधुनिक मीडिया पर अत्यधिक निर्भरता के कारण स्थानीय कृषि अनुभव और पारंपरिक ज्ञान की उपेक्षा की संभावना हो सकती है। उपयोगी दृष्टिकोण यह है कि वैज्ञानिक जानकारी और स्थानीय अनुभव का अधिक समन्वय किया जाए।

निष्कर्ष

कृषक समाज पर जनसंचार माध्यमों (रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र, मोबाइल फोन, इंटरनेट, और सोशल मीडिया) का व्यापक सकारात्मक प्रभाव पड़ा है जो पारंपरिक खेती को आधुनिक, वैज्ञानिक और

व्यावसायिक खेती में बदल रहे हैं। यह मौसम, बाजार भाव और उन्नत तकनीकों की समय पर जानकारी प्रदान कर किसानों की उत्पादकता बढ़ाते हैं। हालाँकि छोटे किसानों के लिए व्यक्तिगत सम्पर्क अभी भी भरोसेमंद है। कुल मिलाकर जनसंचार माध्यम ग्रामीण सशक्तिकरण का एक प्रमुख उपकरण है जो कृषकों को बदलते परिवेश के अनुसार सशक्त बना रहे हैं, लेकिन इन्हें स्थानीय कृषि विस्तार सेवाओं के साथ जोड़ना सबसे अधिक प्रभावशाली पाया गया है। कृषक समाजों को सुदृढ़ सशक्त बनाने के लिए भारत सरकार ने भी अनेक ऐसी योजनाएं एवं ऐप चलाये हैं जिससे भारतीय कृषकों को बड़े पैमाने पर लाभ हुआ है जिसके फलस्वरूप कृषक समाज का विकास हो रहा है। आज के दौर में लगभग समस्त कृषकों को जनसंचार के प्रयोग की सभी एवं उचित जानकारी मिल रही है जिसके परिणामस्वरूप उनका चौतरफा विकास दिखाई दे रहा है।

References

Uppal, S (2006). Social Awareness. National Council of Educational Research and Training, New Delhi. ISBN: 81-7450-614-4, pp. 42–43.

Uppal, S. (2007). Social Change and Development in India. National Council of Educational Research and Training, New Delhi. ISBN: 81-7450-762-0, pp. 58, 67.

Sajil Shyamvati. (2023). Role of Information Technology in Rural Development. ISSN: 2583-3189, p. 228.

Learner, D. (1958). The Passing of Traditional Society. The Free Press/Macmillan, Glencoe, Illinois, USA.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations. New York.

Kachhal, Deepika. (December 2018). Kurukshetra, Vol. 65, Issue 2.

Kachhal, Deepika. (February 2016). Kurukshetra, Vol. 62, Issue 4, p. 39.

Kamal Kulshreshtha. (December 2024). Kurukshetra, Vol. 71, Issue 2, p. 19.

Kamal Kulshreshtha. (December 2024). Yojana, Vol. 68, Issue 12, p. 45.

Shamima Siddiqui. (September 2019). Kurukshetra, Vol. 65, Issue 11, p. 14.

Kashyap, A. K., Gupta, R., and Pal, S. (2021). Nav Jyoti. ISSN: 2249-7331, pp. 12–13.

Chauhan, A. (2020). Rural Society in India. Vikas Publication House, E-28, Sector 8, Noida, pp. 12–15.

Koli, R. S. (January 2012). Kurukshetra, Vol. 58, Issue 3, pp. 17–19.