

## प्रकरण १ ले

### कृषी पत्रकारितेचे स्वरुप व सद्यःस्थिती

- १.१ प्रस्तावना
- १.२ कृषी पत्रकारितेची गरज
- १.३ कृषी पत्रकारितेचे स्वरुप
- १.४ कृषी विकास आणि प्रसार माध्यमे
- १.५ कृषी पत्रकारितेची सद्यःस्थिती
- १.६ समारोप

## प्रकरण पहिले

### कृषी पत्रकारितेचे स्वरूप व सद्यःस्थिती -

#### १.१ प्रस्तावना-

भारत हा शेतीप्रधान देश म्हणून ओळखला जातो. देशाच्या अर्थव्यवस्थेचा कणा हा शेतीव्यवसाय आहे. वाढत्या लोकसंख्येची अन्नाची गरज, पशुसंवर्धनासाठी पशुखाद्य आणि उद्योगासाठी लागणारा कच्चा माल हा शेती व्यवसायातून पुरविला जातो. भारतात राष्ट्रीय उत्पन्नापैकी ५० % उत्पन्न शेतीतून मिळते. देशात सर्वाधिक रोजगार निर्मिती कृषी क्षेत्रात उपलब्ध आहेत. भारतात ७ लाख खेडी आहेत, तर महाराष्ट्रात सुमारे ४३ हजार खेडी आहेत. एकूण लोकसंख्येपैकी ६५% लोकसंख्या शेतीवर अवलंबून आहे.

सन २००७-०८ यावर्षाच्या अर्थसंकल्पात अर्थमंत्री पी. चिदंबरम् यांनी अपेक्षित मोठ्या योजना कृषिक्षेत्राच्या पारड्यात न टाकता अर्थमंत्र्यांनी या क्षेत्राकडे दुर्लक्षही केले नाही. यात ७ % पीक कर्ज, एकूण कृषी कर्जात सुमारे पन्नास हजार कोटींनी वाढ, नव्या ५० लाख शेतकऱ्यांना बँक आधारित कर्जपुरवठा, सिंचन, शंभर व पन्नास टक्के अनुदान आधारित भूमी, जल-पुनर्भरण योजना, विमा क्षेत्र, कृषी संशोधन, शिक्षण, शेतकरी प्रशिक्षण या करिता तरतूदीत वाढ करण्यात आली. सन २००७-०८ या वर्षी ११ व्या पंचवार्षिक योजनेला प्रारंभ होत आहे. याकरिता एकूण आर्थिक विकास दर १० % अपेक्षित असून कृषी क्षेत्रासाठी तो ४% निश्चित करण्यात आला आहे.

कृषीचा विकासदर वाढला तरच देशाचा अपेक्षित विकास दर साध्य करणे शक्य होते. मात्र गेल्या कांही वर्षात शेती आणि सिंचन क्षेत्रात भांडवली गुंतवणूक खूपच कमी झाली होती. दहाव्या योजनेतील उद्दीष्टांमध्ये २००७ पर्यंत दारिद्र्याचे प्रमाण २० टक्क्यांवर आणि २०१२ मध्ये १० टक्क्यांपर्यंत खाली आणण्याचे सरकारने ठरविले आहे. एकंदरित शासन दरबारी शेतीला चालना मिळण्यासाठी प्रयत्न होत असले तरी बदलत्या तंत्रज्ञानाची व विविध योजनांची माहिती शेतकऱ्यांच्या बांधापर्यंत पोहोचवणे महत्वाचे आहे.

सध्या शेतीच्या विकासात तंत्रज्ञानाला खूप महत्वाचे स्थान आहे. हे तंत्रज्ञान निटपणे राबविण्यासाठी शेतकऱ्यांची मानसिकता बदलणे आवश्यक आहे. भविष्यात शेतीसाठी संगणक, माहिती तंत्रज्ञानाच्या वापरामुळे रोजगारात निश्चित वाढ होणार आहे. वाढत्या साक्षरतेमुळे शेतकऱ्यांची मानसिकता बदलणे सोपे झाले आहे. या साक्षरता वाढीमुळे कृषी पत्रकारितेला चालना मिळत आहे. यातूनच अनेकांना रोजगार संधी प्राप्त झाली पाहिजे. कृषी विकास साधताना फक्त कृषीवरच भर न देता कुटुंब नियोजन, साक्षरता, परंपरा, अंधश्रद्धा अशा गोष्टींचा विचार केला पाहिजे. तरच कृषी विकास साधला जाईल.

## १.२ कृषी पत्रकारितेची गरज-

भारत हा विकसनशील देश जर, विकसित देश करायचा असेल तर प्रथम कृषी विकासावर भर दिला पाहिजे. कारण भारतात कृषी व्यवसाय आणि कृषीवर आधारित इतर व्यवसाय (मेंढीपालन, मत्स्यव्यवसाय, कुक्कूटपालन, दुग्धव्यवसाय) सर्वाधिक केले जातात. देशाच्या अर्थव्यवस्थेत महत्वाचा वाटा असलेला व सर्वाधिक रोजगार मिळवून देणारा शेती व्यवसाय आहे. वाढती लोकसंख्या, बेरोजगारी यामुळे या व्यवसायाला महत्त्व प्राप्त होत आहे. अन्नधान्ये, शेती व तत्सम विषयांवर अनेक संशोधन, प्रयोग होत आहेत. ती सामान्य शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचण्यासाठी माध्यमांची मदत मोलाची असेल. शेतकऱ्यांच्या परिपूर्ण विकासासाठी सखोल माहिती त्यांच्यापर्यंत पोहोचणे आवश्यक आहे.

कृषी पत्रकारितेचा मुख्य उद्देश शेती व शेतकऱ्यांचा आर्थिक विकास हा आहे. थोडक्यात कृषी पत्रकारिता म्हणजे कृषीविषयक माहिती माध्यमांद्वारे शेतकऱ्यांपर्यंत आणि शेतकऱ्यांच्या समस्या आवश्यक ठिकाणी पोहोचवण्याची एक कला आहे. शेतकऱ्यांच्या जीवनातील आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, आरोग्य, धार्मिकता, राजकीय परिस्थिती यांची चर्चा याला कृषी पत्रकारितेत महत्त्व आहे. फळे, फुले, भाजीपाला घेण्याच्या नविन पध्दती, नवीन कृषी अवजारे, किटकनाशके, खते, नवीन बि-बियाणे, मृदासंधारण, पीक संरक्षणाचे नवीन उपाय, कार्यक्रम, संमेलने, कृषी प्रदर्शन, शेतीविषयक योजना,

कृषीविषयक संस्था यांसारख्या विविध घटकांची सविस्तर माहिती शेतकरी व संबंधितांशी पोहोचविण्यासाठी प्रसारमाध्यमांची आवश्यकता आहे. त्यामुळे ग्रामिण विकासासाठी कृषीपत्रकारिता आवश्यक आहे.

### १.३ कृषी पत्रकारितेचे स्वरूप-

भारतातील पहिली कृषी पत्रिका १८२० मध्ये "Journal of Horticulture society of India" या नावाने प्रकाशित झाली. भारताचे तत्कालिन गव्हर्नर जनरल लॉर्ड हेस्टिंगच्या सांगण्यावरून डॉ. विल्यम कॅरी यांनी 'रॉयल ॲग्री हॉर्टिकल्चर सोसायटी' या संस्थेची स्थापना केली. यानंतर कृषीविषयक संस्था स्थापन झाल्या. त्यांनी नियतकालिके काढली. बिहार सरकारने १९३९ मध्ये कृषीविषयक नियतकालिके प्रसिध्द करण्यास सुरुवात केली. १९३८ साली रेडिओने सर्वप्रथम दिल्ली केंद्रावरून ग्रामिण क्षेत्रासाठी कार्यक्रम सुरु केले.

दूरदर्शनने गुजरातमधील खेडा जिल्ह्यात कृषी विकासासाठी स्वतंत्र कार्यक्रम आखला होता. यात स्थानिक कलावंत आणि स्थानिक कार्यक्रमाद्वारे शेती विकासाला पूरक प्रकल्प देशातच नव्हे तर आशिया खंडात राबविला. या योजनेमुळे गुजरातमध्ये धवलक्रांतीचा मार्ग सुलभ झाला, सध्या दूरदर्शनवरून सायंकाळी कृषी विषयक कार्यक्रम प्रसारित होतात.

महाराष्ट्रात कृषी पत्रकारिता अधिक सक्षम होत आहे. १९६५ पासून 'शेतकरी' मासिक सुरु झाले. त्यानंतर 'बळीराजा' हे मासिक निघाले. महाराष्ट्रात आज अनेक कृषी मासिके छापली जातात. दूरदर्शनवरून 'आमची माती आमची माणसं' हा शेतीविषयक कार्यक्रम प्रसारित केला जातो. तसेच ई टिव्ही वरून 'अन्नदाता' कार्यक्रम प्रसारित केला जातो. महाराष्ट्रात वृत्तपत्रांनी कृषी पत्रकारितेला भरघोस प्रतिसाद दिला आहे. प्रत्येक वृत्तपत्र आठवड्यातून एक दिवस कृषी पत्रकारितेला पान देतात. देशातील पहिले कृषी दैनिक महाराष्ट्रात 'ॲग्रोवन' या नावाने सुरु झाले. या वृत्तपत्रात संपूर्ण कृषी विषय

हाताळले जातात. वृत्तपत्रातून शेतीवर आधारित उद्योगधंदे प्रस्थापित करण्यासाठी मार्गदर्शन मिळते. शेतकऱ्याला सर्वांगाने माहिती पुरविणारी अशी महाराष्ट्रातील कृषी पत्रकारिता आहे.

#### १.४ कृषी विकास आणि प्रसार माध्यमे-

गेल्या कांही वर्षांमध्ये भारतीय शेती यशस्वी झाली आहे. शेतीमध्ये होणाऱ्या क्रांतीची नोंद घेतांना, प्रसारमाध्यमांनी केलेली मदत विसरून चालणार नाही. कृषी विस्ताराच्या कार्यामध्ये वृत्तपत्रे व मासिके ही अत्यंत महत्वाची साधने आहेत. विशेषतः ग्रामीण व भाषिक वृत्तपत्रांचे कार्य या संदर्भात अधिक महत्वाचे ठरते. शेतकऱ्यांना समजणाऱ्या सुलभ भाषेत कृषी संशोधनाचा विस्तार करणे हे महत्वाचे कार्य वृत्तपत्रे करतात. वृत्तपत्राप्रमाणे दृक्-श्राव्य माध्यमांची ही भूमिका अधिक आहे. भारतीय दूरदर्शनवर शेती विषयक कार्यक्रमांची गती वाढली आहे. शेतीवर आधारित उद्योगधंदे प्रस्थापित करू शकतात. 'आमची माती आमची माणसं' सारखे कृषीविषयक कार्यक्रम यशस्वी होत आहेत. सुबद्ध प्रश्नानुरूप व्यवहार्य कार्यक्रम देत असेल तर त्या-त्या भाषेतून सचित्र शेती शिक्षण देता येणे शक्य आहे. तसेच शेती प्रश्नावर लघुपटही प्रसारित करता येऊ शकतील. प्रसार माध्यमांनी शेती संशोधन अधिक सखोल पोहचवण्यासाठी पारंपारिक लोककला म्हणजेच गोंधळ, पोवाडा, भारुड, किर्तन यांचा वापर केल्यास ते पोषक ठरेल. कृषी विकास व ग्रामीण विकास ही केवळ योजनांच्या आखणीतून होत नाही. त्यात लोकांचा प्रत्यक्ष सहभाग आवश्यक असतो. तो सहभाग प्रसारमाध्यमातून घडवून आणला जातो. विशिष्ट समुदायासाठी तयार केलेला संदेश हा त्यांच्यापर्यंत पोहचवावा तो नाकारला जाऊ नये, त्यातील संदेश हा अधिक प्रभावी रहावा म्हणून प्रयत्न करणे गरजेचे आहे. कृषी उत्पादनात नव्या कल्पनांचा व विचारांचा प्रसार करणे हे तुलनेने अवघड काम आहे. गरजेनुसार अशा कल्पनांबाबत जनमाणसात रुची निर्माण करावी लागते. ही रुची प्रसारमाध्यमे करतात.

स्वातंत्र्योत्तर काळात पहिल्या पंचवार्षिक योजनेमध्ये शेती विकासावर भर देण्यात

आला तेंव्हा आरंभीच्या काळात नभोवाणी माध्यमाचा शेती विकासासाठी चांगला उपयोग करण्यात आला. भारतीय जनसंचार संस्थेचे भूतपूर्व संचालक नंदलाल चावला यांनी आकाशवाणी माध्यमाने भारतीय कृषी क्रांतीस कसा हातभार लावला यांबाबत साधारण विवेचन केले आहे. केरळमध्ये रेडिओ राईस हा स्वतंत्र तांदळाचा प्रकार आकाशवाणी माध्यमातून विकसित करण्यात आला.

#### १.५ कृषी पत्रकारितेची सद्यःस्थिती-

कृषी पत्रकारिता हे पत्रकारितेतील महत्वाचे अंग बनत आहे. कृषी पत्रकारिता जोमाने उभी राहत आहे. कृषी विकासासाठी व विस्तारासाठी शेती प्रश्नांवर संपूर्ण भर देणारे शेतीविषयक दैनिक ही महाराष्ट्राची गरज होती, ती 'अॅग्रोवन' हे दैनिक सकाळने वृत्तपत्र सुरु करुन महाराष्ट्रातील हरित क्रांतीला व्यापक संदर्भ लाभला आहे. कृषी संशोधन विस्तार क्षेत्रात महत्वाचे कार्य बजावले आहे. कृषी पत्रकारितेमुळे कृषी विकासाला गती येत आहे

कृषी विकासात प्रसार माध्यमांचा सहभाग मोलाचा असला तरी प्रसार माध्यमांचा योजकतेने वापर करण्यासाठी आपले प्रयत्न अपुरे पडल्यामुळे नवीन कृषी तंत्रज्ञान शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचत नाही, हे कटु सत्य आहे. ७० % लोक शेती करत असतांनाही शेतकऱ्यांचे प्रश्न मात्र माध्यमातून त्या प्रमाणात मांडले जात नाहीत. भारतीय दूरदर्शन वर शेती विषयक कार्यक्रमांची गती वाढली आहे. तथापि, अशा कार्यक्रमातून शेतकऱ्यांचा सहभाग कसा वाढवावा हा प्रश्न आहे. नवीन संशोधन शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचविताना अनेक अडचणी येतात. माध्यमांची पोहोच व उपलब्धता ग्रामीण भागात कमी आहे. त्यामुळे कृषी संशोधन छोट्या शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचत नाही. कृषी विकास व ग्रामीण विकास हा केवळ योजनांच्या आखणीतून होत नाही, त्यात लोकांचा प्रत्यक्ष सहभाग आवश्यक असतो. कृषी स्वावलंबन, कुटुंब कल्याण आणि वैयक्तिक व सामाजिक विकासातील संतुलन या बाबतीत ग्राम विकासाची फलिते माध्यमांनी रुजविल्या आहेत. माध्यमांचा वापर वाढला आहे, पण विकास संदेशाचा स्विकार मात्र वाढत नाही. हा कृषी विकासातील महत्वाचा

प्रश्न आहे. देशामध्ये पत्रकारितेच्या विविध शाखांचा अभ्यास सुरु आहे. मात्र कृषी पत्रकारिता अजून तारुण्यावस्थेत आहे. कृषी क्षेत्रातील तंत्रज्ञान व बदलते प्रवाह यांची पत्रकारांना माहिती व्हावी, यासाठी कृषी विद्यापीठातच एखादा विभाग स्थापन करावा अशी मागणी आहे. महाविद्यालयीन पातळीवरील कृषी पत्रकारितेचे प्रशिक्षण द्यावे. ज्या संस्था कृषी क्षेत्रात संशोधन करतात त्यांनी पत्रकारांसाठी खास प्रशिक्षण व संशोधनाची माहिती द्यावी. तसेच कृषी पत्रकारिता व शासन यांनी एकत्र येऊन कांही योजना राबविणे आवश्यक आहे.

#### १.६ समारोप-

कृषी प्रधान समाजात शेतीविषयक प्रश्नांची जितकी सखोल चर्चा होईल, तितकी कृषी संशोधनाच्या विस्ताराची गती वाढू शकेल. मराठी वृत्तपत्रे या विषयाला स्वतंत्र पान देतात. महाराष्ट्रातील लोकसत्ता, महाराष्ट्र टाईम्स या वृत्तपत्रांमध्ये कृषी क्षेत्रासाठी कमी स्थान दिले जाते. आकाशवाणी व दूरचित्रवाणीवरील कृषीविषयक कार्यक्रमांना मर्यादा जाणवते. शेतीविषयक मासिकांमध्ये प्रत्यक्ष शेतकऱ्यांचा सहभाग कमी दिसतो.

## संदर्भ

१. शेतकऱ्यांचे सोबती पुजारी रावसाहेब  
अहिल्या प्रकाशन संस्था,  
शिरोळ.- २००४
२. आपली शेती- नवी दृष्टी चौगले महादेव  
ठिकपूरुी, जि. कोल्हापूर.
३. माध्यम दृष्टीक्षेप डॉ. धारुरकर वि. ल.  
चैतन्य प्रकाशन,  
औरंगाबाद. १९९९
४. अर्थसंकल्प २००७-०८ १ मार्च २००७  
पान क्र. १ बातमी दै. 'अॅग्रोवन'
५. पाटील पी. ए. (एम.एस्.सी.-अॅग्री.) सहाय्यक महाव्यवस्थापक,  
यांच्याशी चर्चा गोकुळ दूध संघ, कोल्हापूर.
६. वाटाणे दिलीप (एम.एस्.सी.-अॅग्री.) जनसंपर्क अधिकारी  
यांच्याशी चर्चा सिडको, औरंगाबाद.
७. आरडे धनाजी यांचा लघुप्रबंध दैनिक 'अॅग्रोवन'  
एक अभ्यास २००६.