कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के दौर में स्वायत्तता

कंपनियों के तर्कों को चुनौती देने के कुछ उपाय

ए ग्रोइंग कल्चर और ईटीसी ग्रुप
ला विया कम्पेसिना और अलायन्स फॉर फूड सिक्योरिटी इन अफ्रीका के सहयोग के साथ

यह पुस्तिका ए ग्रोइंग कल्चर, ईटीसी ग्रुप, ला विया कम्पेसिना और अलायन्स फॉर फूड सिक्योरिटी इन अफ्रीका ने संयुक्त रूप से जुलाई/अगस्त 2023 में प्रकाशित की थी। इस पुस्तिका को तैयार करने में इलेवंथ आर प्रोजेक्ट और सेंटर फॉर स्टोरी-बेस्ड स्ट्रेटेजी द्वारा दिए गए समर्थन के हम आभारी हैं। इस पुस्तिका में शामिल किए गए कई विचारों को ए ग्रोइंग कल्चर, ईटीसी ग्रुप, ला विया कम्पेसिना और अलायन्स फॉर फूड सिक्योरिटी इन अफ्रीका द्वारा अप्रैल-जुलाई 2023 में आयोजित की गई ऑनलाइन कार्यशालाओं की श्रृंखला में विकसित किया गया था।

4 भूमिका
5 इन तरीकों का इस्तेमाल कैसे किया जाए

01 विमर्श की ताकत

11 विमर्श क्या होता है?
16 धारणाएं
21 भावनाएं
25 कहानी कहने के सिद्धांत
27 कहानी कहने की चुनौतियाँ
29 कहानी कहने के मौके

02 कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के विमर्श को बदलना

34 कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों के विमर्शों का विश्लेषण
40 जवाबी-विमर्श की तलाश
45 वैकल्पिक विमर्श की रचना
49 चश्मे को उलटना

03 संसाधन

54 कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) से जुड़े प्रमुख क्षेत्र
57 विभिन्न क्षेत्रों में कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक)
59 मीडिया विश्लेषण - कुछ बुनियादी पहलू

आज, खाद्य प्रणालियों के महत्व को एक बढ़ती हुई पहचान मिलने लगी हैं। पिछले कुछ वर्षों में किए गए अध्ययन दर्शाते हैं कि कृषि, और भूमि के उपयोग में हो रहे कृषि-संबंधित बदलाव, जलवायु परिवर्तन के सबसे प्रमुख कारणों में से एक हैं। इसके जवाब में, कॉरपोरेट कंपनियों और परोपकारी-पूंजीवादियों ने ऐसी योजनाओं में करोड़ों का निवेश करना शुरू कर दिया है, जो, उनके दावे के अनुसार, हमें टिकाऊ भविष्य की दिशा में ले जाने वाली है। लेकिन इन पहलों से जीवाश्म-ईंधन-पर-निर्भर-खेती से दूर जाने या शासन में सुधार (सत्ता का वितरण और निर्णय लेने की क्षमता) पर वास्तविक ध्यान केंद्रित नहीं करते हैं। बल्कि, इनमें ऐसी नई औद्योगिक कृषि तकनीकों को विकास और इस्तेमाल करने की सलाह दी जाती है, जो इनके मालिकों के लिए बड़े स्तर पर मुनाफा कमा सकती हैं। लेकिन यह तकनीकें और इनसे जुड़ा कॉरपोरेट शासन, खाद्य संप्रभुता (फ़ूड सोवेरेनिटी), कृषिपारिस्थिकी (अग्रोईकोलोजी), और किसानों की स्वायत्ता के लिए बड़ा खतरा साबित होने वाले हैं।

कृषि के शुरूआती सालों से ही, दुनिया भर में, किसान अपनी चुनौतियों और ज़रूरतों के अनुसार औज़ार और प्रणालियाँ (जैसे, हल, फसलों के बीच फसल बोने की (अंतर फसल) पद्धति, जैविक खाद, इत्यादि) विकसित करते रहे हैं। बल्कि, कृषि-प्रधान समुदाय हमेशा से तकनीकी विकास का हिस्सा रहे हैं, और इस प्रक्रिया के दौरान, भूमि से और एक-दूसरे से उनके आपसी संबंध लगातार बदलते रहे हैं। लेकिन, “कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक)” का विचार हाल ही में उभरा है।

बुनियादी तौर पर, कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) एक ऐसा नया उद्योग है जो पिछले कुछ सालों में तेज़ी से फैल रहा हैं और जो कई अन्य क्षेत्रों से भी जुड़ा हुआ है - कृषि-बिज़नेस, बायोटेक्नोलॉजी, डिजिटल/सॉफ्टवेयर प्रौद्योगिकी और वित्तीय प्रौद्योगिकी। हम अक्सर देखते हैं कि कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) का प्रचार करते समय, इसे “हाई-टेक”, आधुनिक कृषि यंत्रों, पद्धतियों और ऐप के रूप में दिखाया जाता है - जैसे ड्रोन और रोबोट से चलने वाले हार्वेस्टर से लेकर फसलों के लिए ई-मंडी और अनुवांशिक (जीएम) बीज। **लेकिन इसका सबसे महत्वपूर्ण पहलू है कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के पीछे मौजूद भविष्य को लेकर एक बहुत ही ताकतवर परिकल्पना - ऐसी परिकल्पना जिसमें हमारी खाद्य प्रणालियों पर कॉरपोरेट कंपनियों का शिकंजा पूरी तरह से कस जाएगा।**

इस परिकल्पना सरकारों और अन्य संस्थानों को अपनी ओर आकर्षित करती है - इसलिए भी क्योंकि इसके सहारे वे जीवाश्म ईंधनों (जैसे तेल, कोयला, इत्यादि) के इस्तेमाल को घटाने जैसे कठिन फैसले लेने से आसानी से कन्नी काट सकते हैं। इस रंगीन कल्पना के प्रभाव में आकर, कॉरपोरेट कंपनियों द्वारा तैयार की जा रही तकनीकों में करोड़ों डॉलर का निवेश किया जा रहा है, जिसके चलते, औद्योगिक कृषि पर कस चुका ताकतवर कंपनियों का शिकंजा अब और मजबूत और गहरा बनता जा रहा है।

कृषि-प्रौद्योगिकी के समर्थक यह भी दावा करते हैं कि आर्थिक विकास सुनिश्चित करते हुए बढ़ती आबादी, ऊर्जा और कच्चे माल की आसमान छूती लागत, मिट्टी और पानी के प्रदूषण और जलवायु परिवर्तन से जूझ रही इस दुनिया का पेट भरने के लिए उनकी तकनीकों के अलावा और कोई रास्ता नहीं है। लेकिन औद्योगिक कृषि का पिछले कुछ दशकों का इतिहास इस बात का गवाह है कि यह सभी सिर्फ झूठे वादे हैं। तीस साल पहले, जीन में फेरबदल करने वाली तकनीक को “आनुवंशिक रूप से संशोधित जीव” (जीएमओ) का नाम देकर, जनता से इसके खतरों को छुपाने की भरसक कोशिश की गई थी। वर्ष 1994 में, पहले जीएमओ बीज इस वादे के साथ बाज़ार में लाए गए थे कि ये दुनिया से भुखमरी ख़त्म कर देंगे, खाने की चीज़ों के दाम घटा देंगे और कीटनाशकों के इस्तेमाल में गिरावट लाएंगे। लेकिन हकीकत इन वादों से उल्टी निकली: जीएम कंपनियां मुट्ठी भर बीज ही बना पाई, जिसने औधोगिक स्तर पर की जाने वाली एक-फसल खेती (मोनोकल्चर) को बढ़ावा दिया है।[1] इस प्रक्रिया में, इस “क्रांतिकारी” तकनीक ने अपने पीछे विनाश का एक लंबा इतिहास छोड़ा है: जैसे, कमज़ोर उपजाऊ शक्ति वाली मिट्टी, ज़हरीले कीटनाशकों और रसायनों (जैसे डाईकेम्बा) का बढ़ता इस्तेमाल, जैव-विविधता का पहले कभी भी नहीं देखी गई रफ़्तार से नुकसान, बढ़ते कर्ज़े का शिकंजा, और किसानों की आत्महत्या में बढ़ोत्तरी।

इन कंपनियों द्वारा विकसित की जा रही मौजूदा तकनीकें चाहे कितनी ही नई और लुभावनी क्यों न लगें, इनके पीछे एक सीधा-सा सच छुपा है: इनके ज़रिए, उसी शोषणकारी आर्थिक और राजनीतिक व्यवस्था को नए लिबास पहनाकर पेश किया जा रहा है, जिसने मानव प्रजाति को विनाश की कगार पर लाकर खड़ा कर दिया है। लेकिन,

1 फ्रेंड्स ऑफ़ अर्थ, यूरोप (2022), “फ़ास्ट-ट्रैक टू फेलियर: विल न्यू जीएमो’स-रड्युस पेस्टिसाइड यूज़?...नो!”

सिर्फ बाहरी लिबास बदल देने का यह हथकंडा दुनिया भर की सरकारों, निवेशकों और आम लोगों को अपने मोहपाश में बांधने में इतना कामयाब रहा है कि ये सभी कृषि-प्रौद्योगिकी को "कृषि का भविष्य" मानने लगे हैं।

नई तकनीकों को, किसानों पर होने वाले इनके असर के बारे में कोई सोच-विचार किए बिना, तेज़ी से बनाया, बेचा और इस्तेमाल किया जा रहा है। इसके चलते, कृषि क्षेत्र में तेज़ गति से बदलाव आ रहे हैं, और किसानों के अधिकारों, आजीविका और ज़िंदगियों के लिए खतरे बढ़ते जा रहे हैं। इसलिए, कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के विस्तार की इस प्रक्रिया की, किसानों के नज़रिए से जाँच करना बहुत ज़रूरी हो गया है। अक्सर किसानों को उन औज़ारों और तकनीकों को चुनने के लिए मजबूर होना पड़ता है जो उनके सुझावों के बिना, उनके खेत से बहुत दूर किसी प्रयोगशाला में विकसित किए जाते हैं।

अंतरराष्ट्रीय मंचों पर होने वाली खाद्य प्रणाली से जुड़ी बहस में जिन महंगी तकनीकों पर ज़ोर दिया जाता है, वे ज़्यादातर इन्हें विकसित करने वाली कॉरपोरेट कंपनियों की जेबों को ही मोटा करती हैं और ये अक्सर उन किसानों के हितों के खिलाफ होती हैं जिनकी मदद करने का इन्हें बनाने वाली कंपनियों द्वारा दावा किया जाता है। नागरिक समाज के तौर पर हमारा काम है इन कॉरपोरेट परी-कथाओं को चुनौती देने और इनका मुकाबला करने के तरीके ढूंढना - अपनी खुद की कहानियों के ज़रिए अपनी आवाज़ों को, अपने नज़रिए को और अपने अपने मूल्यों को बुलंदी से लोगों तक पहुंचाना।

“किसान” शब्द पर एक टिप्पणी

ज़मीन के साथ नज़दीकी रिश्ता बना कर जीने और काम करने वाले समुदायों में गहरी विविधता देखी जाती है - छोटे किसानों से लेकर घुमंतू पशुपालक तक, शिकार या पेड़ों के फलों पर निर्भर समुदायों से लेकर मछुआरों तक, सभी तरह के समुदाय इस श्रेणी में शामिल हैं। दुनिया भर में मौजूद खाद्य संप्रभुता आंदोलन के सदस्य, भोजन पैदा करने वाले इन समुदायों के लिए अलग-अलग तरह की भाषा और शब्दावली का इस्तेमाल करते हैं। इस पुस्तिका के लेखक और आंदोलन के हमारे कई साथी, इस विविधता का सम्मान करने वाले शब्दों का इस्तेमाल करना पसंद करते हैं - इसलिए संदर्भ के अनुसार “छोटे किसान”, “खेतिहर” और “आदिवासी समुदाय” जैसे शब्दों का इस्तेमाल किया गया है।

लेकिन, हमारे समुदायों की इस ख़ूबसूरत विविधता को कहानियों के ज़रिए लोगों तक पंहुचा पाना आसान नहीं है। मौजूदा धारणाओं को चुनौती देने के लिए यह बहुत ज़रूरी है कि हमारे संदेशों में सादगी हो। इस ज़रुरत को ध्यान में रखते हुए, हमने इस पूरी पुस्तिका में “किसान” शब्द का इस्तेमाल किया है। हम जानते हैं कि इस शब्द का दायरा बहुत बड़ा है और अलग-अलग संदर्भ में इसका अलग-अलग अर्थ हो सकता है। हम इस बारीकी को त्यागना पड़ा - इसलिए नहीं क्योंकि हमें इसका महत्व नहीं पता, बल्कि इसलिए ताकि हम अपना यह संदेश ज़्यादा से ज़्यादा लोगों तक पहुँचा सकें।
इस पुस्तिका में बताए गए उपायों का इस्तेमाल कैसे करें

ए ग्रोइंग कल्चर और ईटीसी ग्रुप द्वारा इस पुस्तिका में सुझाए गए उपाय (टूल), सामाजिक आंदोलनों और नागरिक समाज संस्थाओं से जुड़े संवादकर्ताओं की समझ और अनुभव का निचोड़ है। यह उपाय कॉरपोरेट कंपनियों द्वारा कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के बारे में फैलाए गए विमर्श का मुकाबले करने में हमारी मदद कर सकते हैं। क्योंकि हर साल इतनी सारी नई तकनीकें बाज़ार में आती हैं और क्योंकि हर तकनीक को समझने के लिए बहुत समय और गहरा ज्ञान चाहिए होता है, इसलिए हम ऐसी रणनीति अपनाना चाहेंगे जिसमें इन नए उत्पादों के तकनीकी पहलुओं पर कम ज़ोर दिया जाए, और उन कहानियों और विमर्शों पर ज़्यादा, जिनके सहारे इन्हें आकर्षक बनाकर बेचा जा रहा है। हम ऐसी कुछ रणनीतियां सुझाएंगे, जिनकी मदद से हम जान पाएंगे कि इन तकनीकों से जुड़े लोकप्रिय विमर्श किस तरह अपना काम करते हैं, उनका क्या असर और नतीजा होता है, और ऐसा

क्या है जो उन्हें इतना असरदार बनाता है, तथा हम किस तरह से इनका मुकाबले कर सकते हैं।

यह उपाय और रणनीतियां अप्रैल और जुलाई 2023 के बीच, विमर्शों के विश्लेषण पर आयोजित की गई कार्यशालाओं की एक श्रृंखला से निकल कर आए थे, जिनमें ला विया कम्पेसिना और अलायन्स फॉर फूड सिक्योरिटी इन अफ्रीका के सदस्यों ने भी भाग लिया था। कार्यशाला में भाग लेने वाले सदस्यों द्वारा किए गए अद्भुत विश्लेषण को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत करने और इन्हें अपने अभियानों में इस्तेमाल कर पाने के तरीके सुझाने की हमने पूरी कोशिश की है।

यह कोशिश सेंटर फॉर स्टोरी-बेस्ड स्ट्रेटेजी के मार्गदर्शन और इलेवंथ आर प्रोजेक्ट के समर्थन के बिना संभव नहीं हो पाती। हम पोल्डन-पुक्खेम चैरिटेबल फाउंडेशन और सीएस फंड द्वारा दी गई आर्थिक सहायता के लिए उनके आभारी हैं।

01 विमर्श की ताकत

विमर्श क्या होता है?

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) उधोग, भविष्य की अपनी परिकल्पना को कहानियों के ज़रिए बेचता है। अभी तक किए गए अध्ययन बताते हैं कि कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियां दुनिया भर में कृषि-आधारित समुदायों के अधिकारों का हनन कर रही हैं, लेकिन इसके बावजूद, करोड़ों लोगों को यह यकीन दिलाया जा रहा है कि यह तकनीकें हमें विनाश से बचाने वाली हैं। इन धारणाओं को चुनौती देने के लिए, हमें अपनी खुद की ऐसी असरदार कहानियों को लोगों तक पहुँचाना होगा जो लोगों को यकीन दिला दें कि एक दूसरी दुनिया मुमकिन है और उसके लिए संघर्ष करना ज़रूरी है। लेकिन, सबसे पहले हमें समझना होगा कि कहानियों और विमर्श से हमारा क्या मतलब है?

कहानियाँ

हम लगातार जानकारी की भरमार से घिरे रहते हैं। हम हमेशा अपने आस-पास के वातावरण से - अन्य जीवों और जीवन प्रणालियों से - जुड़े रहते हैं और दुनिया को समझने की कोशिश करते हैं; रोज़ मिलने वाली ढ़ेर सारी जानकारी को अर्थ में बदलने के लिए कहानियों का सहारा लेते हैं। यह कहानियां, किरदारों और उनसे जुड़ी परिस्थितियों के बारे में होती हैं। कहानियों के ज़रिए हम अपने आस-पास होने वाली घटनाओं से जुड़े कौन, क्या, कहाँ, कैसे और क्यों जैसे पहलुओं को एक सूत्र में पिरो लेते हैं ताकि जानकारी के इस गुच्छे को आसानी से याद रख सकें और दूसरों के साथ आगे साझा कर सकें।

उदाहरण के तौर पर, नीचे एक अखबार की सुर्खी दी गई है जिसमें जेफ़ बेज़ोस द्वारा जलवायु परिवर्तन की समस्या से निपटने के लिए करोड़ों डॉलर दिए जाने की बात कही गई है। इसमें इस घटना से जुड़ा समय, जगह, और कुछ किरदारों और परिस्थितियों का ज़िक्र भी किया गया है।

The New York Times

Jeff Bezos Commits $10 Billion to Address Climate Change

(दी न्यू यॉर्क टाइम्स)
(जलवायु परिवर्तन से निपटने के लिए 10 बिलियन डॉलर देने की जेफ़ बेज़ोस की घोषणा)

विमर्श

अलग-अलग तरह के मीडिया के, खासतौर पर डिजिटल मीडिया के उभार के बाद, हमें रोज़ इतनी सारी कहानियाँ परोसी जाती हैं कि इन सभी को पचा पाना हमारे लिए लगभग नामुमकिन होता है। इसलिए ऐसी साझा कहानियाँ ढूँढना ज़रूरी होती हैं, जो हमें एक-दूसरे से जोड़ती हों, हमें एक साझे अर्थ और उद्देश्य का अहसास कराती हों, हमारे नज़रियों को एक दूसरे के नज़दीक लाती हों और हमें एक साझा भविष्य की ओर ले जाती हों। और यही काम विमर्श करते हैं। विमर्श सिर्फ किसी एक ख़ास जगह या समय पर किन्हीं किरदारों के साथ होने वाली घटनाओं के बारे में नहीं होता है - यह वो ऊपरी चश्मा (फ्रेम) है जिसके ज़रिए हम कहानियों को देखते हैं।

इस चश्मे की भूमिका को हम फोटोग्राफी के उदाहरण ज़रिए समझ सकते हैं। जब आप तस्वीर खींच रहे होते हैं, तो आप कैमरे के छोटे से छेद से अपनी एक आँख से देखकर यह तय करते हैं कि हमें अपने फ्रेम या तस्वीर में क्या चाहिए और क्या नहीं। हम कुछ लोगों/चीज़ों को तस्वीर के अंदर रखने का और कुछ को बाहर रखने का फैसला करते हैं। हम कुछ लोगों/वस्तुओं पर फोकस करने का और कुछ को फोकस के बाहर रखने का चुनाव करते हैं। हम यह भी तय करते हैं कि तस्वीर किस वक़्त खींचनी है। हो सकता है कि उस पल किरदार अलग-अलग इशारे, हाव-भाव या बातचीत कर रहे हों, जिसकी वजह से तस्वीर देखने वाले इसके अलग-अलग मतलब निकाल सकते हैं। दूसरे शब्दों में, चश्मा या फ्रेम वो संदर्भ है, वो पृष्ठभूमि है, मंच के पीछे का वो पर्दा है जो कहानियों को एक दूसरे से जोड़ता है। यह चश्मा या फ्रेम एक नज़रिया पैदा करता है, जो यह तय करता है कि हम किन कहानियों पर ध्यान (फोकस) देते हैं, किन बातों पर यकीन करते हैं और किन बातों को खारिज कर देते हैं, किन बातों पर सवाल करते हैं और किन बातों को स्वीकार कर लेते हैं।

जलवायु परिवर्तन से जुड़ी जेफ़ बेज़ोस की घोषणा भी एक ख़ास संदर्भ या नज़रिए से (कौन/क्या/कब/कहाँ/ क्यों) निकली है। लेकिन, हम किसी ऐसे चश्मे या फ्रेम के बारे में भी सोच सकते हैं जो इस कहानी को एक ऐसे नए नज़रिए से पेश करे जो इस कहानी के बारे में हमारी भावनाओं को पूरी तरह से बदल दे।

कुछ इस तरह के विमर्श सोचे जा सकते हैं:

विमर्श 01
जेफ़ बेज़ोस जैसे अरबपतियों के पास जलवायु संकट को हल करने के लिए ज़रूरी संसाधन और ज्ञान है।

विमर्श 02
जेफ़ बेज़ोस जैसे अरबपती ही इस जलवायु संकट का कारण हैं।

आप विमर्श 01 में यकीन रखते हैं या विमर्श 02 में, यह तय करेगा कि आप जेफ़ बेज़ोस की इस घोषणा के बारे में क्या महसूस करेंगे। अगर आप विमर्श 01 में यकीन रखते हैं तो बहुत मुमकिन है कि 10 बिलियन डॉलर देने की इस घोषणा को सुनकर आप उम्मीद से भरा हुआ महसूस करें। लेकिन अगर आप विमर्श 02 में यकीन रखते हैं, तो आपके निराश होने और नीचे दी गई सुर्ख़ियों से प्रभावित होने की संभावना ज़्यादा है:

Bloomberg

How the World's Richest People Are Driving Global Warming

(ब्लूमबर्ग)
(दुनिया के अमीर किस तरह से धरती के गर्म होने के लिए ज़िम्मेदार हैं)

जिसका भी इस चश्मे या फ्रेम पर नियंत्रण होता है, उसके हाथ में बहुत ताकत होती है। दमन करने वाली व्यवस्थाओं को (जैसे, उपनिवेशवाद, पूंजीवाद, साम्राज्यवाद, नस्लवाद और पितृसत्ता) सहारा देने वाले विमर्श, सदियों के विरोध के बाद, आज भी, इसलिए ज़िंदा हैं क्योंकि इन शोषणकारी व्यवस्थाओं से फायदा पाने वाले इन्हें लगातार मिट्टी और पानी देते रहे हैं।

विमर्श को बदलना

लोग जिन चश्मों से दुनिया को देखते हैं उन्हें बदलने के लिए और उन्हें कुछ करने के लिए तत्पर करने के लिए हमें मौजूदा विमर्श को बदलना होगा। हमें लोगों को नया चश्मा और नया नज़रिया देना होगा। यह नया चश्मा लोगों के लिए अर्थपूर्ण होना चाहिए- जिस प्रभावशाली चश्में के ज़रिए वे फिलहाल दुनिया को समझ रहे हैं, उससे कहीं ज़्यादा उन्हें इस नए चश्में से दिखाई देना चाहिए। नए विमर्श को गढ़ पाने में हमारी सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि हम दुनिया पर हावी हो चुके प्रभावशाली (कॉरपोरेट) विमर्श को और उसे असरदार बनाने वाले पहलुओं को कितनी गहराई से समझ पाते हैं। इस समझ के आ जाने के बाद, हमारा मकसद इस चश्मे को बदल कर नए विमर्श तैयार करना है- दुनिया पर हावी हो चुके प्रभावशाली विमर्श के तर्कों को उलटना है। लेकिन यहाँ चुनौती यह है कि हमें यह सब करना है इस प्रभावशाली विमर्श के मूल्यों और उससे जुड़ी धारणाओं को मजबूत बनाए बिना। चलिए एक उदाहरण लेते हैं:

मौजूदा चश्मा से
कड़ी मेहनत के बाद ही कोई अरबपति बनता है।

नया चश्मा से
मेहनतकश मज़दूरों के शोषण से ही कोई अरबपति बनता है।

धारणाएं

विमर्श इसलिए शक्तिशाली होते हैं क्योंकि वे तय करते हैं कि हम कहानियों को किस नज़रिए या चश्मे से देखते हैं, और अपने आस-पास की दुनिया को किस तरह से समझते हैं। लेकिन कोई विमर्श तभी असरदार हो सकता है जब वो खुद को आपके दिमाग में पहले से मौजूद विचारों से जोड़ता है। मान लीजिए कि कोई तेल की कंपनी किसी नई जगह पर तेल का कुआं खोदने के बारे में लोगों में उत्साह पैदा करना चाहती है। अगर कोई व्यक्ति यह मानता है कि जलवायु संकट एक हकीकत है और इसका सबसे बड़ा कारण तेल और कोयले जैसे जीवाश्म ईंधनों (फॉसिल फ्यूल) की खपत है, तो उसे इस नए तेल के कुंए के अच्छा होने के बारे में यकीन दिला पाना मुश्किल होगा। लेकिन, अगर किसी को जलवायु परिवर्तन की वास्तविकता पर शक है, तो उन्हें शायद तेल के कुंए की अच्छाई के बारे में यह कहकर यकीन दिलाया जा सकता है कि इससे होने वाले पर्यावरणीय नुकसान के मुकाबले आर्थिक किस्से होने वाला फायदा कहीं ज़्यादा है ।

किसी कहानी पर विश्वास करने के लिए जिन बुनियादी बातों पर यकीन करना ज़रूरी है उन्हें हम धारणाएं या मान्यताएं कहते हैं। हर कहानी की बुनियाद कुछ धारणाओं पर टिकी होती है, यानी ऐसी बातें जिन्हें हम बिना सवाल किए, सच मान के चलते हैं। कभी-कभी धारणाएं सबूतों/प्रमाणों से जुड़ी होती हैं - यानी हमने ऐसा कुछ सुना या देखा है जिसकी वजह से हम किसी बात या चीज़ के वास्तविक होने या न होने पर यकीन करने लगते हैं। कई बार किसी धारणा का सबूत या प्रमाण से कोई संबंध नहीं होता है, यानी हमने ऐसा कुछ भी देखा या सुना नहीं है जो उस धारणा की पुष्टि करे। यह कुछ प्रचलित, लेकिन संदिग्ध धारणाओं के उदाहरण हैं:

1. बड़ी कॉरपोरेट कंपनियों और अरबपतियों के लिए जो नीतियां अच्छी हैं वो आम जनता के लिए भी अच्छी हैं। (इसका एक मशहूर उदाहरण है ‘ट्रिकल-डाउन अर्थनीति’ जो कहती है कि अमीरों के और अमीर बनने से गरीबों को भी फायदा होता है क्योंकि अमीर जो पैसा खर्च करता है तो वो बूंद-बूंद करके गरीब की जेब में जाता है।)
2. अगर सरकार बड़ी कंपनियों पर नियंत्रण लागू करती है तो इससे सभी को नुकसान होता है।
3. गरीब देश इसलिए मुश्किल में हैं क्योंकि वे “विकसित” नहीं हैं। उनके पास औद्योगीकरण के लिए ज़रूरी ज्ञान और काबिलियत नहीं है तथा विकास के लिए ज़रूरी इंफ्रास्ट्रक्चर नहीं है।
4. लोग गरीब इसलिए हैं क्योंकि वे आलसी हैं और काम नहीं करना चाहते।

धारणाएं जानकारी के बारे में हो सकती हैं, और वे मूल्यों और मान्यताओं के बारे में भी हो सकती हैं। दूसरे शब्दों में, धारणाएं सिर्फ इस बारे में नहीं होती कि क्या सच है और क्या नहीं, बल्कि धारणाएं इससे भी जुड़ी हुई होती हैं कि क्या होना चाहिए और क्या नहीं - हम जिस तरह की दुनिया में रहना चाहते हैं उसमें क्या होना चाहिए और क्या नहीं।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के विमर्शों की बुनियाद भी कुछ आम धारणाओं पर टिकी है, लेकिन इसमें से एक धारणा ऐसी है जो सबसे प्रचलित और सबसे शक्तिशाली है:

अगर हम पर्याप्त भोजन पैदा कर सकें तो दुनिया में भुखमरी नहीं होगी।

इस एक धारणा के बिना, कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) से जुड़ा कोई भी विमर्श टिक नहीं सकता। सिर्फ एक ही कारण है कि तमाम कॉरपोरेट कंपनियां, सरकारें और संस्थान आज भी तकनीकी विकास को भुखमरी मिटाने के रामबाण इलाज के रूप में पेश कर पा रहे हैं - क्योंकि वे भुखमरी को तकनीकी समस्या के रूप में देखते हैं, खाद्य प्रणाली के मौजूदा ढांचे से पैदा हुई समस्या के रूप में नहीं। उनके लिए भुखमरी का एक ही इलाज है - पैदावार बढ़ाओ। शुरुआत से ही, हरित क्रांति की बुनियाद इसी धारणा पर टिकी रही है। और यह धारणा की बुनयाद यह मिथक है कि दुनिया की आबादी, फसलों की पैदावार से कहीं ज़्यादा तेज़ गति से बढ़ रही है और अगर पैदावार को तुरंत तेज़ रफ़्तार से नहीं बढ़ाया गया तो लोगों के भूखे मरने की नौबत आने वाली है।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों के विमर्शों में अब इस मिथक को जलवायु परिवर्तन का छौंक डालकर परोसा जाता है। जलवायु परिवर्तन की वजह से तेज़ हो रही प्राकृतिक आपदाओं के कारण, फसलों के बड़े पैमाने पर बर्बाद होने की वास्तविक समस्या की ओर इशारा करके, हमसे कहा जाता है कि खाद्य उत्पादन को तुरंत बढ़ाने की ज़रुरत है और इसके लिए कॉरपोरेट कंपनियों तकनीकें काम आएंगी। इन विमर्शों की तह में यह इशारा छुपा है कि अगर भुखमरी राजनीतिक समस्या हो तो भी जलवायु संकट इतना गहरा हो गया है कि इसका राजनीतिक हल खोजने का अब समय नहीं है। यह सब अंत में एक और मूल धारणा पर टिका है: कॉरपोरेट कंपनियां सामाजिक बदलाव लाने में सरकारों से ज़्यादा कारगर होती हैं।

सबूत

यह धारणा गलत है कि भुखमरी की वजह खाने की कमी है। हम पहले ही इतनी खाद्य सामग्री पैदा कर रहे हैं जो धरती के हर इंसान का पेट भरने के लिए काफी है।[2]

आज हर व्यक्ति के लिए जितना भोजन पैदा किया जा रहा है, उतना इतिहास में पहले कभी भी पैदा नहीं किया गया। यह उस 10 बिलियन की आबादी के लिए भी काफी होगा, जिस तक, अनुमानों के अनुसार, वर्ष 2050 में हम पहुंचने वाले हैं।[3]

इस हिसाब से तो इस दौर को खाने की भरपूरता का दौर होना चाहिए था। लेकिन, इसके बजाय, दुनिया में भूखे सोने वालों की संख्या बढ़ती जा रही है: कम से कम 78.3 करोड़[4] लोग या तो भूखे हैं या कुपोषित हैं और इस संख्या का अंदाज़ा लगाने के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले तरीकों में मौजूद कमियों को अगर दूर किया जाए तो यह आंकड़ा 250 करोड़[5] तक भी पहुँच सकता है।

उदाहरण

भुखमरी और खाद्य उत्पादन के बीच बताए जाने वाले इस रिश्ते की पोल खोलने के लिए, 19वीं शताब्दी के आखिरी दशकों में भारत में देखे गए दो अकालों के उदाहरण लेते हैं:

जेसन हिक्कल लिखते हैं कि जब ब्रिटिश सरकार ने भारत पर कब्ज़ा करने के बाद, जिस नई कृषि व्यवस्था को थोपना शुरू किया, उसके तहत किसानों को खाद्य फसलों के बजाय निर्यात बाजार के लिए फसलें उगाने के लिए मजबूर किया गया। भारतीय किसानों को और ज़्यादा "उत्पादक" बनाने के लिए, ब्रिटिश सरकार ने गाँवों के भंडारों

2 एरिक हॉल्ट-जिमेनेज़ और अन्य (2012). "वी ऑलरेडी ग्रो एनफ फ़ूड फॉर 10 बिलियन पीपल ... एंड स्टिल कांट एंड हंगर," *जर्नल ऑफ सस्टेनबल अग्रिकल्चर।*

3 एरिक हॉल्ट-जिमेनेज़ और अन्य (2012), "वी ऑलरेडी ग्रो एनफ फ़ूड फॉर 10 बिलियन पीपल ... एंड स्टिल कांट एंड हंगर," *जर्नल ऑफ सस्टेनबल अग्रिकल्चर।*

4 संयुक्त राष्ट्र खाद्य एवं कृषि संस्था, (2023), "122 मिलियन मोर पीपल पुश्ड इनटू हंगर सिन्स 2019 ड्यू टू मल्टीपल क्राइसिस, रिवील्स यूएन रिपोर्ट।"

5 हिक्कल, जेसन, (2019). *दी डिवाइड: ग्लोबल इनईक्वालिटी फ्रॉम कॉंक्वेस्ट टू फ्री मार्केट्स.* डब्ल्यू. डब्ल्यू. नॉर्टन & कंपनी।

में बुरे वक़्त के लिए रखे जाने वाले अनाज की बिक्री को बढ़ावा दिया और सामान्य भूमि व जल संसाधनों को गाँव के हाथों से छीन कर अपने काबू में कर लिया। यह भंडार और सामान्य संसाधन अकाल के समय काम आया करते थे, जो बुरे वक़्त में खेतिहर समुदाय को भुखमरी से बचाते थे।

लेकिन ब्रिटिश सरकार द्वारा थोपी गई निर्यात बाजार के लिए फसल उगाने और संसाधनों के निजीकरण की इस नीति के कारण, जब वर्ष 1876 में एल-नीनो की वजह से तीन साल का अकाल पड़ा, तो भुखमरी से एक लाख लोगों की मौत हो गई।[6] वर्ष 1896 में जब फिर एक बार एल-नीनो की वजह से अकाल पड़ा, तो भुखमरी से 1.9 लाख लोगों की जान चली गई। इन दो अकालों की वजह से हुई कुल मौतों की संख्या 2.9 लाख थी![7]

यहाँ यह मान लेना आसान होगा कि करीब तीन लाख भारतीयों की मौत खाने की कमी की वजह से हुई होगी। लेकिन जैसा कि हिक्कल बताते हैं:

> **"जब अकाल से हो रही दुर्गति अपने चरम पर थी, तब भी देश में खाने की कमी नहीं थी - पूरी आबादी का पेट भर पाने के लिए पर्याप्त खाद्य सामग्री उपलब्ध थी, सिर्फ उसे सही इलाकों तक पहुँचाने की ज़रूरत थी। लेकिन, ऐसा करने के बजाय, बाज़ार की गुलाम, रेल व्यवस्था की मदद से, व्यापारियों ने अनाज को भीतरी इलाकों से निकाल कर, भूखों की पहुँच से दूर, केंद्रीय भंडारों में भर दिया ताकि इस अनाज को जहाजों के ज़रिए यूरोप भेज कर वहाँ बेचा जा सके।"**[8]

> **"वर्ष 1877 और 1878 में, जब पहले अकाल का प्रकोप सबसे तीव्र था, इन व्यापारियों ने रिकॉर्ड 64 करोड़ टन गेहूं को, भारत में भूख से मर रहे लोगों के पेट भरने के बजाय, यूरोप भेजा था।"**[9]

6 हिक्कल, जेसन, *दी डिवाइड*

7 हिक्कल, जेसन, *दी डिवाइड*

8 हिक्कल, जेसन, *दी डिवाइड*

9 हिक्कल, जेसन, *दी डिवाइड*

भावनाएं

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों द्वारा फैलाया गया विमर्श, दो बुनियादी लेकिन ताकतवर भावनाओं का असरदार इस्तेमाल करता है - डर और उम्मीद।

सबसे ज़्यादा अगर लोग किसी बात से डरते हैं तो वो है असुरक्षा। हमें इस बात का डर रहता है कि हम अपना और अपने बच्चों का पेट नहीं भर पाएंगे। दुनिया में बढ़ती गैर-बराबरी और मंडराते हुए भयंकर जलवायु संकट के कारण, भुखमरी और अकाल का डर भी बढ़ता जा रहा है, और यह जायज़ भी है। इसके बीच, कॉरपोरेट कंपनियों, सरकारों और संस्थानों ने लोगों को इस बात का बखूबी यकीन दिला दिया है कि औधोगिक कृषि के बिना, दुनिया में भीषण भुखमरी फैल जाएगी। औद्योगिक कृषि की हिमायत करने वाले धीरे-धीरे अब इस मॉडल की कुछ कमियों की ओर इशारा तो करने लगे हैं (जैसे रसायनों के अत्यधिक इस्तेमाल से मिट्टी की उपजाऊ शक्ति की बर्बादी), लेकिन घूम-फिर कर उसी ढर्रे पर वापस आ जाते हैं कि दुनिया की आबादी का पेट भरने का और कोई चारा नहीं है।

इस प्रभावशाली विमर्श के अनुसार, औद्योगिक कृषि अपने सबसे विनाशकारी अवतार में भी एक “ज़रूरी बुराई” है, और अपने सबसे अच्छे अवतार में एक परोपकारी मसीहा है। इन विमर्शों ने इतने असरदार तरीके से लोगों को इस बात पर यकीन दिला दिया है कि भुखमरी से बचने के लिए औद्योगिक कृषि की ज़रुरत है कि लोगों के साथ इस औद्योगिक खाद्य प्रणाली को ख़ारिज करने या इसमें बुनियादी बदलाव लाने के बारे में बात कर पाना बहुत मुश्किल हो जाता है। जहाँ अस्तित्व खतरे में होने का डर हो, वहाँ स्वाभाविक है कि लोग बाकी सभी पहलुओं को नज़रअंदाज़ कर देते हैं। अगर लोगों को यह लगे कि पूरी प्रणाली को बदल देने से, उनके लिए खुद का और अपने परिवार का पेट भर पाना मुश्किल हो जाएगा, तो लाज़मी है कि वे इन बदलावों का विरोध करेंगे या कम से कम इस व्यवस्था के खिलाफ संघर्ष से खुद को दूर रखेंगे। इस तरह, कॉरपोरेट कंपनियां खुद को उम्मीद की आखिरी किरण के रूप में पेश करने में सफल हो जाती हैं। जब हम औद्योगिक कृषि के बिना किसी दुनिया की कल्पना करने से घबराने लगते हैं, तो कॉरपोरेट कंपनियों द्वारा सुझाए गए तकनीकी उपायों से उम्मीद लगाना आसान हो जाता है।

उदाहरण

वर्ष 2022 में, श्रीलंका, अपनी आज़ादी के बाद के सबसे बड़े आर्थिक और खाद्य संकट से गुज़रा। इस संकट के कारणों को समझाने वाला जो विमर्श उभर कर आया, उसमें श्रीलंका की सरकार द्वारा रासायनिक उर्वरक और कीटनाशकों के आयत पर 2021 में लगाए गए प्रतिबंध और रातों-रात 100% जैविक कृषि को अपनाने की नीति को अपराधी बताया गया। श्रीलंका की जैविक कृषि नीति की विफलता का उदाहरण देकर, औद्योगिक कृषि की सफलता का गुणगान किया जा रहा है, और कहा जा रहा है कि जैविक कृषि अपनाने पर खाद्य संकट का आना निश्चित ही है।

The New York Times

Sri Lanka's Plunge Into Organic Farming Brings Disaster

(दी न्यू यॉर्क टाइम्स)
(जैविक कृषि बनी श्रीलंका के लिए विपत्ति का कारण)

FP

In Sri Lanka, Organic Farming Went Catastrophically Wrong

(फॉरेन पॉलिसी)
(श्रीलंका में जैविक कृषि की विफलता से मचा हाहाकार)

TIME

The Crisis in Sri Lanka Rekindles Debate Over Organic Farming

(टाइम)
(श्रीलंका में उमड़े संकट ने फिर सुलगाई जैविक कृषि पर बहस)

इस पूरी कहानी को एक अलग चश्में से भी देखा जा सकता है। हम ब्रिटिश शासन से शुरू करते हुए बता सकते हैं कि किस तरह ब्रिटिश नीतियों ने यूरोपीय बाज़ार की ज़रूरतों को पूरा करने के लिए श्रीलंका की खाद्य व्यवस्था को पूरी तरह से बदल दिया, और इन नीतियों की वजह से वहाँ की जैव-विविधता और टिकाऊ खाद्य प्रणाली पूरी तरह से बर्बाद हो गई।

हम आगे बता सकते हैं कि इन बदलावों की वजह से आज़ादी के बाद भी श्रीलंका ज़रूरी खाद्य सामग्री के लिए दूसरे देशों से आयत पर निर्भर रहा। इस वजह से व्यापार में पैदा हुए असुंतलन (निर्यात के मुकाबले आयत कहीं ज़्यादा था) को प्रतिकार करने में और नागरिकों को बुनियादी सेवा देने में सरकार को क़र्ज़ का सहारा लेने पर मजबूर होना पड़ा।

हम इस बात पर भी ज़ोर दे सकते हैं कि श्रीलंका द्वारा लिए गए क़र्ज़ की शर्तों में आइएमफी की नीतियों को लागू करना भी शामिल था। इन नीतियों के कारण, मजबूर होकर श्रीलंका को सरकारी खर्च में कटौती करनी पड़ी, सब्सिडी घटानी पड़ी, कीमतें को काबू में करने की नीतियों को हटाना पड़ा, अपनी मुद्रा (रूपए) के मूल्य को घटाना पड़ा, और विदेशी मुद्रा दर को बाज़ार के जिम्मे छोड़ना पड़ा। हम इस पर भी ज़ोर दे सकते हैं कि किस तरह 1960 और 1970 के दशक में लागू की गई हरित क्रांति ने मिट्टी की उपजाऊ शक्ति को कमज़ोर किया, किसानों पर कर्ज़े के बोझ को बढ़ाया, कुछ व्यावसायिक फसलों के निर्यात पर निर्भरता को बढ़ाया और खाद्य सामग्री की कीमतों को अस्थिर कर दिया।

लेकिन प्रभावशाली और प्रचलित विमर्श में इस पेचीदा राजनीतिक इतिहास को नज़रअंदाज़ करते हुए, नीति में किए गए सिर्फ एक बदलाव (जैविक खेती अपनाने) पर पूरा दोष मढ़ दिया गया। इसके चलते, भविष्य में इसी तरह का बदलाव लाने की किसी भी दूसरे देश की मंशा के खिलाफ डर और संदेह पैदा करने में यह विमर्श सफल रहा।

कहानी कहने के सिद्धांत

जो पहले ही हमारे साथ हैं उनके लिए लिखने के बजाय उनके लिए लिखें जो किनारे पर खड़े हैं

क्योंकि हम अपने आंदोलनों में लगातार खाद्य प्रणाली से जुड़े पेचीदा मुद्दों के बारे में चर्चा और संवाद करते रहते हैं इसलिए अक्सर यह मान लेते हैं कि बाकी दुनिया भी इनके बारे में हमारे जितना जानती है या परवाह करती है। अगर हम यह मान के चलते हैं कि हमें देखने या सुनने वाले इन मुद्दों के बारे में परवाह करते हैं, तो हमारे तर्क उतने साफ़ और पैने नहीं होंगे जितने होने चाहिए, और वे उन्हीं लोगों तक पहुँच पाएंगे जो पहले से ही हमारे संघर्षों से जुड़े हैं। हम अपने दर्शकों को दो हिस्सों में बाँट सकते हैं - पहले वो जिनकी सोच, ज्ञान और मान्यताएं हमसे मिलती-जुलती हैं। अगर हम अपनी कहानी सिर्फ इन लोगों के लिए कहेंगे, तो हम उन लोगों तक नहीं पहुँच पाएंगे जो औद्योगिक कृषि के विमर्शों में ज़्यादा मानते या यकीन रखते हैं। सबसे अच्छी युक्ति यही है कि हम कभी भी यह मान कर न चलें कि हमें देखने या सुनने वाले इन मुद्दों के बारे में पहले से जानते हैं या परवाह करते हैं। इसके बजाय हमें उन लोगों पर ध्यान देना चाहिए जो किनारे पर खड़े हैं- ऐसे लोग जिनकी सोच, ज्ञान और मान्यताएं थोड़ा-बहुत हमसे मिलती-जुलती हैं, लेकिन जो इन मुद्दों के बारे में लगभग कुछ नहीं जानते हैं। अगर हमें उन तक पहुंचना है, तो हमें अपनी कहानियों को इतना सरल और दिलचस्प बनाना होगा कि किनारे पर खड़े लोग भी रुक कर हमारी बात पर ध्यान देने लगें।

थोपने के बजाय खींचना

क्योंकि हम अपने संघर्षों में गहरा विश्वास रखते हैं, इसलिए कभी-कभी हम चाहते हैं कि हमें सुनने और देखने वाले तुरंत "हमारी तरफ" आ जाएं। लेकिन, चीज़ों को अलग नज़रिए से देख पाने के लिए लोगों को बहुत कुछ नया सीखना होता है और पुराना सीखा हुआ भूलना होता है। अगर हम जबरन अपनी सोच उन पर थोपने की कोशिश करते हैं - अगर हम उनसे सीधे यह कहते हैं कि दुनिया को देखने का उनका तरीका पूरी तरह से गलत है - तो वे हम से दूर जाने लगते हैं। इसके बजाय हम ऐसी कहानियां कह सकते हैं जो लोगों की मौजूदा सोच का अपमान किए बिना, जिस मोड़ पर वे फिलहाल खड़े हैं, उसी बिंदु से उनके साथ संवाद की शुरुआत करें और उनके लिए दुनिया को समझने के नए नज़रियों को अपनाने का रास्ता खोलें।

बताने के बजाय दिखाना

लोग सिर्फ नई जानकारी मिलने पर ही अपनी सोच नहीं बदलते हैं। हम में से ज़्यादातर लोग, सीधे तौर पर हुए किसी नए अनुभव के बाद ही अपनी सोच बदलते हैं। हमारी कहानियां बदलाव लाने की प्रक्रिया में चिंगारी का काम तभी कर सकती हैं जब वे सिर्फ नई जानकारी नहीं, नए अनुभवों को भी लोगों तक पहुंचाए। कहानियों को जिया जाता है। अपनी कहानियों में जीवंत छवियों, चीज़ों और घटनाओं का बारीक वर्णन करने वाली भाषा और महसूस किए जा सकने वाले विवरण का इस्तेमाल करके, हम अपनी कहानियों में वास्तविकता ला सकते हैं, और देखने या सुनाने वालों को यह महसूस करा सकते हैं कि वे भी इन कहानियों का हिस्सा हैं।

कहानियां और विमर्श जीवित चीज़ें हैं

बीज की तरह ही, कहानियां और विमर्श भी हमारी सांस्कृतिक यादों (स्मृतियों) को अपने साथ लेकर चलते हैं। और बीज की ही तरह, हमारी कहानियों और विमर्शों को बढ़ने के लिए उनको नई परिस्थितियों और नज़रियों के अनुसार खुद को ढालने के लिए मुक्त छोड़ना होगा, ताकि वे फल-फूल सकें। हमारी कहानियों का उद्देश्य हमें किसी कभी-न-बदलने -वाली, जमी-हुई सोच में बांधें रखना नहीं है; बल्कि, ये हमें अपने आस-पास की बदलती हुई, पेचीदा दुनिया को लगातार समझते रहने के मौके देती हैं। इसलिए, अपनी कहानियों और विमर्शों में बदलाव लाने के प्रति हमें अपने दिमाग को खुला रखना चाहिए।

कहानी कहने की चुनौतियाँ

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के विमर्शों को चुनौती देने के लिए आकर्षक कहानियां गढ़ पाने में कुछ मुश्किलें पेश आती हैं। इनमें से कुछ चुनौतियों को ध्यान में रखें:

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों के दावों का पर्दाफाश करना

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों का दावा है, चाहे वो सच हो या नहीं, कि उनके उत्पाद खाद्य फसलों की पैदावार, उनकी पौष्टिकता, और बदलती जलवायु के अनुसार खुद को ढालने की उनकी क्षमता बढ़ाते हैं। इन कंपनियों ने वैज्ञानिकों की ऐसी टीमें बना रखी हैं जो इन दावों को सही साबित करने वाली अध्ययन रिपोर्ट देने के लिए तैयार रहते हैं। इसलिए हमें अक्सर ऐसी बहसों में घसीटा जाता है जहाँ हमें इन झूठे दावों का खंडन और पर्दाफाश करने पर मजबूर होना पड़ता है, जो संसाधनों की कमी की वजह से आंदोलनों का बहुत समय ले लेता है।

कृषि-पारिस्थितिकी (एग्रो-इकोलॉजी) की भाषा को हथियाना

कृषि-प्रौद्योगिकी कंपनियों ने औद्योगिक कृषि के विकल्प से जुड़े विमर्शों को बहुत ही असरदार तरीके से अपने फायदे के लिए हथिया लिया है। इसमें "रीजेनरेटिव कृषि" और "प्रकृति-आधारित समाधान" जैसे उदाहरण शामिल हैं। कभी-कभी यह कंपनियां, अंतर-फसल (मुख्य फसल के बीच एक और फसल) जैसे तरीकों के साथ कम साधनों के साथ की जाने वाली उच्च-तकनीकी खेती को कृषि-पारिस्थितिकी (एग्रो-इकोलॉजी) का नाम देती हैं। जब हमारी भाषा को अपने हित के लिए कंपनिया सहयोज करते हैं तो वो लोगों के मन में भ्रम पैदा करता है और यह जानना मुश्किल हो जाता है कि जिन कहानियों को बढ़ावा दिया जा रहा है वो हमारे आंदोलन के सिद्धांतों से मेल खाती है या नहीं।

नएपन का आकर्षण

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) का एक आकर्षण यह भी होता है कि यह हमेशा नई सी दिखाई देती है। और हमेशा यह मान लिया जाता है कि जो नया है वो बेहतर भी होगा। यह उम्मीद और यकीन पैदा करता है कि वैज्ञानिक और विशेषज्ञ, समस्या का कुछ न कुछ हल निकाल ही लेंगे। यह सामाजिक और पर्यावरणीय संकटों के इस दौर में हमें राहत महसूस कराता है। नयापन, मीडिया के बीच भी दिलचस्पी जगाता है - नए उत्पादों को जिस तरह से "खबर-लायक" समझा जाता है, पारंपरिक कृषि पद्धतियों और तकनीकों को नहीं समझा जाता।

आंदोलन को कहानी के किरदार के रूप पेश करना

जिस तरह की खबरों और कहानियों को मीडिया पसंद करता है और प्रचार करता है, वो अक्सर किसी व्यक्ति के किरदार पर केंद्रित होती हैं। देखने या पढ़ने वालों के रूप में हम निजी कहानियों की तरफ खींचे चले जाते हैं क्योंकि हम उनमें खुद को देख पाते हैं, उनके प्रति सहानुभूति महसूस कर पाते हैं, वे हमारी भावनाओं को छू जाती हैं। आंदोलनों के तौर पर हमारी कहानियां किसी एक व्यक्ति पर केंद्रित नहीं होती हैं - वे साझा कहानियां ही हो सकती हैं। तो चुनौती यह है कि हमें आंदोलनों को, किसी एक नेता या प्रवक्ता पर केंद्रित किए बिना, ऐसे दिलचस्प किरदारों के रूप में पेश करना है जिससे लोग खुद को जोड़ सकें और जिसके बारे में वे परवाह करने लगें।

संकीर्ण सोच का आकर्षण

जब हम अपने सामने खड़े इतने सारे संकटों से जुड़ी जानकारी के अपार ढ़ेर के बीच गुम हो जाते हैं, तो बाकी बातों को हटाकर कुछ ही बातों पर ध्यान देना हमारे लिए ज़िंदगी आसान बनाता है। कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) द्वारा सुझाए गए तकनीकी उपाय, आराम की इसी ज़रुरत का फायदा उठाते हैं। हम सरकारी फैसलों से लगातार दूर होते जा रहे हैं (या किए जा रहे हैं) और नई तकनीकों द्वारा अपने जीवन को बदले जाने के आदि होते जा रहे हैं। आजकल हर समस्या का जवाब यह कहकर दिया जाता है: "इसके लिए तो कोई न कोई मोबाइल ऐप बनी ही होगी।" तकनीकी उपाय पुख्ता, ठोस और तुरत-फुरत परिवर्तन लाते हैं, लेकिन सामाजिक और राजनीतिक परिवर्तन दीर्घ होते हैं। हम घटना और उसके कारण के बीच का रिश्ता ज़्यादा आसानी से समझते हैं। तकनीकी उपाय समस्या को बड़ी कुशलता से इस नज़रिए से पेश करते हैं कि समस्या की मूल वजह को छुपाना आसान होता है और समस्या के लिए ज़िम्मेदार लोगों या इकाइयों की पहचान करना मुश्किल। इस सबकी वजह से, तकनीकी उपायों से समस्या सुलझाने वाली कहानियों से उम्मीद लगाना और इस उम्मीद को पकड़ कर बैठे रहना ज़्यादा आसान हो जाता है।

कहानी कहने के मौके

बड़ी तस्वीर

आंदोलनों द्वारा खड़े किए गए विमर्श अक्सर तब सबसे ज़्यादा शक्तिशाली होते हैं जब वे समस्या का दायरा बढ़ा कर, यानी सभी सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक और पर्यावरणीय पहलुओं के साथ समस्या की बड़ी तस्वीर पेश करते हैं। किसी स्थिति को संकीर्ण निगाहों से देखने पर तकनीकी उपाय वाजिब दिखाई पड़ सकते हैं लेकिन जब बड़ी तस्वीर उजागर करने के लिए समस्या के दायरे का विस्तार किया जाता है, तो कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) द्वारा सुझाए गए कई उपाय मुश्किलों को सुलझाने के बजाए और बदतर बनाते हुए नज़र आते हैं।

भावनाओं का घेरा

वास्तविक बदलाव के लिए संघर्ष कर रहे सामाजिक आंदोलनों के तौर पर हम समस्याओं की जड़ों तक जाकर शोषणकारियों का पर्दाफाश करने में विश्वास रखते हैं। टकराव की भावना थोड़ी घबराहट ज़रूर पैदा करती है, लेकिन यह कहानियों को रोमांचक और प्रेरणादायक भी बनाती है। इस तरह, कृषि-प्रौद्योगिकी के विमर्श के मुकाबले, आंदोलन द्वारा कही गई कहानियों के ज़रिए हम कहीं ज़्यादा भावनाओं को छू सकते हैं, क्योंकि हमारा उद्देश्य कोई उत्पाद बेचना नहीं है, बल्कि हम समुदायों को संगठित करके उन्हें संघर्ष के लिए प्रेरित करना चाहते हैं।

टेक्नोलॉजी की राजनीति पर ध्यान केंद्रित करना

कृषि तकनीकों पर होने वाली बहस अक्सर इस मुद्दे के इर्द-गिर्द घूमती है कि ये खेतिहर समुदायों के लिए “अच्छी” हैं या “बुरी”। कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियां चाहती ही हैं कि चर्चा सिर्फ इन्हीं मुद्दों तक सीमित रहे कि कोई उत्पाद ज़्यादा असरदार, टिकाऊ, पौष्टिक या पैदावार बढ़ाने वाले है या नहीं; या कौन सी कृषि पद्धति (औद्योगिक, जैविक, कृषि पारिस्थितिकी) सबसे ज़्यादा कारगर है। इस तरह से, वे ध्यान को तकनीकी सवालों से हटने नहीं देते हैं। हालांकि कभी-कभी किसी तकनीक के अच्छे और बुरे पहलुओं का मूल्यांकन करना ज़रूरी होता है लेकिन रणनीति के तौर पर कंपनियों के दावों को गलत साबित करने की भूल-भुलैय्या में फसने के बजाय, आंदोलनों के लिए संसाधनों की संप्रभुता, मालकियत और नियंत्रण के बड़े सवालों पर ध्यान केंद्रित करना ही बेहतर होता है।

टेक्नोलॉजी की राजनीति से जुड़े इन सवालों को केंद्र में रखने पर, कंपनियों और सरकारों के लिए हमारे विमर्शों को अपने मतलब के लिए हथिया कर इस्तेमाल करना मुश्किल हो जाता है। इसे पूरी तरह से रोकना मुश्किल है, क्योंकि हमारे विमर्शों को अपने मतलब के लिए इस्तेमाल करना कंपनियों की पसंदीदा रणनीति है, लेकिन अगर हम अपने विमर्शों में ध्यान मालकियत और नियंत्रण जैसे राजनीतिक सवालों पर रखें, तो इसे तोड़-मरोड़कर अपने मतलब के लिए इस्तेमाल करना कंपनियों के लिए ज़्यादा मुश्किल होगा। कॉरपोरेट कंपनियों के लिए यह दावा करना लगभग नामुमकिन है कि उनके द्वारा बाज़ार में लाई गई टेक्नोलॉजी पर खेतिहर समुदायों की मालकियत और नियंत्रण होगा। अगर आंदोलन इस बहस को राजनीतिक व्यवस्था और सत्ता के संतुलन के इर्द-गिर्द रख कर चलें, तो वे कॉरपोरेट कंपनियों के एक कदम आगे रहेंगे।

02
कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के विमर्श को बदलना

अप्रैल और जुलाई 2023 के बीच आयोजित की गई विमर्श कार्यशालाओं में भाग लेने वाले विभिन्न आंदोलनों और संगठनों के सदस्यों ने कुछ कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कॉरपोरेट कंपनियों द्वारा किए गए प्रचार से जुड़ी कुछ कहानियों का विश्लेषण किया। इसमें हमारा लक्ष्य उन मुख्य विमर्शों की पहचान करना था जो इन सभी अलग-अलग कहानियों के केंद्र में थे।

इसके ज़रिए हमने जिन विमर्शों की पहचान की, उनमें ये सभी शामिल हैं:

1. **टेक्नोलॉजी हमें बचा लेगी।**
2. **कॉरपोरेट कंपनियां ही नई तकनीकों का ईजाद करती हैं।**
3. **किसान एंटरप्रेन्योर यानी व्यवसाय/धंधा चलाने वालों के रूप में देखना चाहिए।**

इन विमर्शों का मुकाबला करने के लिए हम दो रणनीतियां सुझाना चाहते हैं। पहली, इन प्रमुख आख्यानों को चुनौती देने और उनका विरोध करने के लिए, अपने प्रति आख्यानों का उपयोग करना होगा। और दूसरी, वैकल्पिक आख्यानों का इस्तेमाल।

हमने कार्यशाला के दौरान जिन जवाबी-विमर्शों के बारे में सोचा, वे कुछ इस तरह से हैं:

1. **कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियां = नशा बेचने वाले**
2. **व्यवसाय करने वाला 'एंटरप्रेन्योर' किसान = कंपनियों के चंगुल में फंसा हुआ उपभोक्ता**

एक वैकल्पिक विमर्श जिसे हम बढ़ावा देना चाहेंगे, वो इस तरह से है:-

1. **किसानी स्वायत्तता है**

आगे के पन्नों में हम इन विमर्शों का और गहराई से विश्लेषण करेंगे।

कृषि-प्रौद्योगिकी कंपनियों के विमर्शों का विश्लेषण

कंपनियों का विमर्श 01:
"किसान एंटरप्रेन्योर यानी व्यवसाय चलाने वाला है"

कृषि-प्रौद्योगिकी को बढ़ावा देने वाली कॉरपोरेट कंपनियां, सरकारें और संस्थाएं अक्सर कहती हैं कि किसानी को एक व्यवसाय या धंधे के रूप में देखा जाना चाहिए। दूसरे शब्दों में, कृषि को *संस्कृति* के रूप में देखने के बजाय, उसे *व्यवसाय* के रूप में देखने पर ज़ोर दिया जाता है। कृषि-व्यवसाय के इस नज़रिए के तहत खेती का सिर्फ एक ही उद्देश्य होना चाहिए: कम से कम लागत में ज़्यादा से ज़्यादा फसल पैदा करना, यानी, उनके अनुसार खेती का उद्देश्य जितना हो सके उतना मुनाफा कमाना है और इसमें सामाजिक, पर्यावरणीय और राजनीतिक मूल्यों का कोई महत्व नहीं है।

हम अक्सर इस तरह की बातें सुनते हैं कि किसान इसलिए मुनाफा नहीं कमा पाते या विफल हो जाते हैं क्योंकि वे खुद को एंटरप्रेन्योर यानी व्यवसाय चलाने वालों के रूप में नहीं देखते हैं और "स्मार्ट" फैसले नहीं लेते हैं। इस तरह के विमर्श को अक्सर गाँव के युवाओं के बीच फैलाया जाता है। यह उनकी सोच को प्रभावित करने की एक रणनीति है ताकि वे खुद को "बिज़नेस करने वाले" के रूप में देखना शुरू करें और अपने पारंपरिक कृषि ज्ञान और प्रणालियों को "पिछड़ा" मानकर खारिज कर दें। यह रणनीति असल में एक ऐसी संस्कृति को जन्म देती है जिसमें युवा किसान अपने माता-पिता और बुज़ुर्गों की सोच और तरीकों को "पिछड़ा" कहकर उनका तिरस्कार करना शुरू कर देते हैं और उन पर अपनी "आधुनिक" सोच और तरीकों को अपनाने का दबाव डालते हैं।

कॉरपोरेट कंपनियां इस सोच को बढ़ावा देती हैं कि जो किसान आत्म-निर्भरता के सिद्धांत पर टिकी पद्धतियों में विश्वास रखते हैं वो अतीत में फसे हुए हैं, और खुद को और अपने समुदायों को प्रगति से रोक रहे हैं। यही नहीं, इस विमर्श के अनुसार, "एंटरप्रेन्योर" होने का मतलब है "सशक्त" होना, यानी खेती को बिज़नेस (व्यवसाय) मानकर ऐसे फैसले लेना जो किसान की आमदनी को बढ़ाएगी और इसके ज़रिए किसान खुद को और अपने बच्चों को खुशहाल बना सकेगा। "एंटरप्रेन्योर" अब "स्वतंत्र" का पर्यायवाची बन चुका है। "एंटरप्रेन्योर" के इस आकर्षक विचार को चुनौती देना आसान नहीं है, क्योंकि यह किसान को उस दौर में गरिमा का अहसास देता है, जब किसानी को कमतर माना जाता है और बच्चों को कहा जाता है कि उन्हें ज़िंदगी में आगे बढ़ने के लिए गाँव और खेती को छोड़ना ही बेहतर है।

कंपनियों का विमर्श 02:
"टेक्नोलॉजी हमें बचा लेगी"

यह वो विमर्श है जो हर समस्या के हल के रूप में किसी टेक्नोलॉजी को खड़ा कर देता है - खाद्य प्रणाली की सभी पेचीदा समस्याओं का जवाब सिर्फ और सिर्फ टेक्नोलॉजी है। यह विचार कि हर समस्या को किसी "नई टेक्नोलॉजी" के ज़रिए सुलझाया जा सकता है, काफी आकर्षक है - सबसे पहले तो इसलिए कि यह उम्मीद और आशा की बुनियाद पर खड़ा है; दूसरा इसलिए भी क्योंकि यह हमारा ध्यान समस्या की जड़ से हटा कर (जिसके लिए हमें मौजूदा व्यवस्था को बदलना होगा) ऊपरी चोट पर सिर्फ पट्टी लगाने वाले तकनीकी उपायों की तरफ खींचता है। यह सतही इलाज लोगों को आराम महसूस करता है क्योंकि इसके लिए उन्हें अपने बुनियादी रवैये और व्यवहार में कोई बदलाव नहीं करना पड़ता। यह भरोसा सुकून देता है कि "जानकार व्यक्ति" कोई न कोई नई टेक्नोलॉजी का ईजाद करके संकट से हमें बचा ही लेंगे।

इस तरह की सोच इतिहास की अनदेखी करती है। इस विमर्श में यह स्वीकार करने की गुंजाइश तो है कि पहले की टेक्नोलॉजी ने नई समस्याओं को जन्म दिया था, लेकिन यह स्वीकारा जाना नामुमकिन है कि क्योंकि समस्या व्यवस्था के स्तर पर है इसलिए इलाज भी व्यवस्था के स्तर पर ही होना चाहिए। इसके बजाय, पहले की टेक्नोलॉजी द्वारा पैदा की गई समस्याओं को यह कहकर छिटक दिया जाता है कि "इसके अलावा कोई चारा नहीं था" या "कोई बड़ी बात नहीं है"। इस विमर्श को धक्का देने वाले कहते हैं कि असल में सोचने वाला सवाल सिर्फ एक है कि पुरानी टेक्नोलॉजी में सुधार करने के लिए नई टेक्नोलॉजी कैसे बनाई जाए (बजाय, यह सवाल पूछने के कि इस पुरानी टेक्नोलॉजी की वाकई में ज़रुरत थी भी या नहीं)।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों की ज़्यादार "नई" कृषि तकनीकें "प्रिसिशन"(स-टीक) और "क्लाइमेट-स्मार्ट" (जलवायु-चुस्त) खेती के इर्दगिर्द घूमती हैं। इनके पीछे यह विचार है कि जलवायु परिवर्तन के कारण खेती की अनिश्चितताएं बढ़ती जा रही हैं और फिर इन डिजिटल तकनीकों को बदलते पर्यावरण की वजह से पैदा होने वाले खतरों के तोड़ के रूप में, पैदावार बढ़ाने के दावे के साथ बेचा जाता है।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों द्वारा अपने उत्पादों और तकनीकों को बेचने के लिए ईजाद किया गया एक असरदार तरीका है इनके नाम में “स्मार्ट” जोड़ देना। इसे हम हर जगह देखते हैं - “स्मार्टफोन”, “स्मार्ट सेंसर”, “स्मार्ट फार्मिंग” (खेती) और “क्लाइमेट-स्मार्ट एग्रीकल्चर” (जलवायु-चुस्त खेती)। यहाँ “स्मार्ट” का सिर्फ यही मतलब है कि ये उत्पाद डिजिटल रूप से जुड़े हुए हैं। जब किसी कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) उत्पाद के साथ इस शब्द को जोड़ा जाता है, तो इसके ज़रिए उन सभी यंत्रों को इसका उल्टा - यानी “बुद्धू” - बताया जाता है जो डिजिटल रूप से जुड़े हुए नहीं हैं। डिजिटलीकरण को बुद्धिमता या समझ से जोड़कर, यह विमर्श जताता है कि समाज के हर पहलू को डिजिटल बनाना कॉरपोरेट कंपनियों की अपना मुनाफा बढ़ने की एक चाल नहीं है, बल्कि समाज के विकास की स्वाभाविक दिशा है। इसके कारण, इन नई तकनीकों का इस्तेमाल न करने वालों को अज्ञानी और पिछड़ा महसूस कराया जाता है।

यह विमर्श कि सिर्फ कृषि-प्रौद्योगिकी ही खेती को बचा सकती है, इस धारणा पर टिका है कि खेत में काम करना कोल्हू के बैल की तरह नीरस सी, बिना किसी गरिमा के, कमर-तोड़ मेहनत करना है। कॉरपोरेट कंपनियां इस धारणा का फायदा उठाकर, ऐसी टेक्नोलॉजी बाज़ार में बेचने कि कोशिश करती हैं जो खेती में लगने वाले कठिन परिश्रम को घटाती हैं। ज़्यादातर कॉर्पोरटे तकनीकों का प्रचार यह कह कर किया जाता हैं कि ये “खेती से मज़दूरों को आज़ाद” करती हैं। इसके केंद्र में यह विचार है कि खेती में लगने वाले मानव श्रम के बदले मशीनों और डिजिटल यंत्रों का इस्तेमाल करके किसानी को आसान बनाया जा सकता है। चाहे बाज़ार में जो भी प्रचार किया जाए, ज़्यादातर कॉरपोरेट तकनीकों का अंतिम परिणाम, किसानों और खेत-मजदूरों की जगह लेना ही होता है, जिन्हें “महंगा” और “अकुशल” करार दे दिया जाता है।

हो सकता है कि कुछ तकनीकें शारीरिक रूप से किसानों की जगह न लें, लेकिन फिर भी किसानों की पर्यावरण को लेकर समझ, जानकारी इकट्ठा करने और उसका विश्लेषण करके नया ज्ञान पैदा करने के उनके तरीकों और क्षमता की जगह यह तकनीकें ज़रूर ले लेती हैं। उदाहरण के तौर पर, मिट्टी के स्वास्थ्य के बारे में जानकारी इकट्ठा करने वाले सेंसर और खेत की तस्वीर लेने वाले ड्रोन। खेत के बारे में जानकारी इकट्ठा करने वाली इन तकनीकों और इनके आधार पर डिजिटल तरीकों से किसानों को भेजे जाने वाले सुझावों का कथित उद्देश्य “स्मार्ट” फैसले लेने में किसान की मदद करना है ताकि पैदावार

और खेत की उत्पादकता में बढ़ोत्तरी हो। लेकिन अपने आस-पास के पर्यावरण के बारे में किसानों के जानकारी इकट्ठा करने के तरीकों में बदलाव लाकर, कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) किसानों की स्वायत्तता और उनकी पारंपरिक ज्ञान प्रणालियों को कमज़ोर बनाती हैं और आगे चलकर, किसानों से उनके ये कौशल छीन लेती हैं।

कंपनियों का विमर्श 03:
"कॉरपोरेट कंपनियां ही नई तकनीकों का ईजाद करती हैं"

कृषि-व्यवसाय करने वाली कंपनियां लोगों को यह यकीन दिलाने में बहुत कामयाब रही हैं कि जलवायु परिवर्तन के इस दौर में भुखमरी की समस्या हल करने के लिए महँगी नई टेक्नोलॉजी ही एकमात्र रास्ता है। इसके सहारे, वे आसानी से खुद को "विशेषज्ञ" के तौर पर स्थापित कर लेती हैं। अगर हमें इस बात का यकीन दिला दिया जाता है कि हमें वाकई में ऐसी टेक्नोलॉजी की ज़रूरत है जो वैज्ञानिकों, इंजीनियरों और सॉफ्टवेयर बनाने वालों द्वारा बड़े-बड़े कंप्यूटरों की मदद से तैयार की जाती है, तो यह मानना आसान हो जाता है कि हमें इस संकट से सिर्फ वे ही पार लगा सकते हैं जिनके पास यह सभी संसाधन और ज़रूरी पूंजी है।

इन कंपनियों द्वारा जिस आख्यान को बढ़ावा दिया जा रहा है वो हमसे कहता है कि अगर हमें दुनिया बदल देने वाली, क्रांतिकारी नई टेक्नोलॉजी चाहिए, तो हमें निजी कंपनियों पर भरोसा करना होगा और उन्हें अपना काम करने की पूरी आज़ादी देनी होगी, यानी सरकार का कोई नियंत्रण नहीं होना चाहिए। यह विचार नव-उदारवाद के गर्भ से निकला है। इस सोच के अनुसार, सरकार का काम निजी कंपनियों को नियंत्रित करना या उन पर नज़र रखना नहीं है बल्कि उन्हें ऐसा माहौल देना है जहाँ कॉरपोरेट कंपनियां जितना हो सके उतनी आज़ादी के साथ अपना काम कर सकें। अक्सर आवारा-बाज़ारवाद की इस सोच को इस तर्क के ज़रिए जायज़ ठहराया जाता है कि इस तरह की बेलगाम आज़ादी और कंपनियों के बीच स्पर्धा ही प्रभावी अनुसंधान को बढ़ावा देने का सबसे असरदार तरीका है।

और, कॉरपोरेट कंपनियों को अनुसंधान करने या कुछ विकसित करने के लिए वैज्ञानिकों की एक फ़ौज की ज़रूरत तो होती ही है जो उन कंपनियों के हर सही-गलत काम को

जायज़ बताने के लिए तैयार रहते हैं। जैसे-जैसे सरकारों ने कंपनियों पर अपनी लगाम को ढ़ीला छोड़ते हुए, उन्हें ज़्यादा से ज़्यादा छूट देनी शुरू की है, वैज्ञानिक गतिविधियों पर खर्च की जाने वाली पूंजी ने सरकारी संस्थानों के बजाय निजी कंपनियों का रुख करना शुरू कर दिया है। इसके चलते, कृषि से जुड़े अनुसंधान और अध्ययन का एक बड़ा हिस्सा कॉरपोरेट टेक्नोलॉजी को सही ठहराने के लिए किया जाता है, खेती की सबसे ज़रूरी और पेचीदा समस्याओं को सुलझाने के लिए नहीं। विज्ञान पर हो रहे कॉरपोरेट कंपनियों के इस कबज़े पर शायद ही कभी बहस की जाती है या सवाल उठाया जाता है।

काफी लंबे समय से, कृषि-व्यवसाय कंपनियां, किसानों की अनदेखी करते हुए खुद को दुनिया के मसीहा के रूप में दिखाने की कोशिश कर रही हैं। अब क्योंकि किसानों की भूमिका को खेती से मिटाने की कोशिश करने के लिए इन कंपनियों और उनसे जुड़ी संस्थाओं की कड़ी आलोचना होने लगी है, तो उन्होंने अपनी रणनीति बदल ली है। कॉरपोरेट कंपनियों ने अब यह कहना शुरू कर दिया है कि किसान अब उनसे इन तकनीकों की "मांग" कर रहे हैं, और यह कंपनियां तो सिर्फ इस जायज़ मांग को पूरा कर रही हैं। इस तरह, एक सोची-समझी रणनीति के तहत, ये कंपनियां यह दावा कर रही हैं कि इस आलोचना के विपरीत, वे किसानों की बातों को दोनों कानों से सुनती हैं।

इस आख्यान के तहत, किसानों को इन नई तकनीकों के संदर्भ में एक ख़ास भूमिका दी जाती है। कॉरपोरेट कंपनियां इन तकनीकों को तैयार करती हैं और फिर वे किसानों को पहले इनकी "टेस्टिंग" यानी जांच करने और फिर इन्हें "अपनाने" के लिए आमंत्रित करती हैं। तो इस व्यवस्था में किसान, सक्रिय रूप से नई तकनीकों का विकास नहीं करते हैं - बल्कि उन्हें नई तकनीकों को आजमाने के लिए इस्तेमाल किया जाता है ताकि इन्हें फिर दूसरे किसानों को बेचा जा सके। लेकिन कंपनियों के आख्यान में इस भूमिका को अलग तरीके से पेश किया जाता है - उन्हें यह तय करने की अहम भूमिका दी गई है कि कंपनियों द्वारा विकसित की गई टेक्नोलॉजी वाकई में खेतों में "कारगर" होगी या नहीं।

प्रति आख्यान को पहचानना

जवाबी-विमर्श 01:
कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियां = नशा बेचने वाले

किसान को "एंटरप्रेन्योर" और किसानी को व्यवसाय बता कर अपना उल्लू सीधा करने वाली संस्थाएं, जैसे वन एकर फंड या अलायन्स फॉर ए ग्रीन रेवोलुशन इन अफ्रीका (अफ्रीका में हरित क्रांति के लिए गठबंधन), जिस विकास मॉडल की पैरवी करते हैं, उसके तहत किसानों को बीज, रासायनिक खाद, कभी-कभी कुछ उपकरणों और आर्थिक सहायता का एक पैकेज दिया जाता है। इन संस्थाओं का दावा है कि वे किसानों की स्वायत्तता और स्वतंत्रतता को बढ़ावा दे रहे हैं, लेकिन असल में इस मॉडल में किसान की कोई सक्रिय भूमिका नहीं है। जो ये संस्थाएं तय करती हैं उसे किसानों को चुपचाप स्वीकार करना होता है।

किसानों को, उनके विचार या सुझाव पूछे बिना, नई कृषि तकनीकों और पद्धतियों को अपनाने के लिए कहा जाता है। और किसी गलतफहमी में न रहिए, यहाँ "अपनाने" का मतलब "खरीदना" है। किसी भी टेक्नोलॉजी के कथित लाभ देखने से पहले किसानों को पहले उसे खरीदना होता है। कॉरपोरेट कंपनियों की ज़्यादातर तकनीकें किसानों तक तब ही पहुँच सकती हैं जब इनके लिए बाहर से सब्सिडी या आर्थिक सहायता दी जाए। ये सब्सिडी अक्सर या तो (क) किसी वित्तीय संस्था द्वारा मदद के तौर पर सीधे किसान को टेक्नोलॉजी खरीदने के लिए दी जाती है क्योंकि इसके बिना इसे खुद खरीद पाना किसान के लिए नामुमकिन होता है, और/या (ख) कॉरपोरेट तकनीकों को बढ़ावा देने के लिए, कंपनियों को कर में छूट या अनुसंधान के लिए आर्थिक सहायता या किसी और नीति के ज़रिए टेक्नोलॉजी को सस्ता बना कर गैर-सीधे तौर पर सहायता दी जाती है। लेकिन, दोनों ही तरह की सब्सिडी को कभी भी हटाया जा सकता है और उसके बाद किसान इनकी लागत का पूरा बोझ उठाने पर मजबूर हो जाता है।

कॉरपोरेट तकनीकों को तुरंत मरहम लगाने वाले इलाज के रूप में पेश किया जाता है (जैसे, "ज़्यादा पैदावार" वाले बीज और रासायनिक खाद या कीटनाशक) लेकिन फिर हमें कहा जाता है कि ये एक वक़्त के बाद तभी असरदार बने रहेंगे, जब हम इनके साथ दूसरी चीज़ें भी खरीदें। जिस तरह से हमारे शरीर को दवाई की लत लग जाती है, ज़मीन भी इन गैर-प्राकृतिक चीज़ों की आदि हो जाती है। समय के साथ, भूमि की खुद की क्षमता कम होती चली जाती है, और इन रसायनों का इस्तेमाल बंद करने से ज़मीन की क्षमता पूरी तरह से ख़त्म हो सकती है। कॉरपोरेट कंपनियां जानबूझकर किसानों को एक ऐसी

कृषि प्रणाली की “लत” लगा रही हैं, जो अंत में उन्हें उससे भी बुरी हालत में लेजा कर छोड़ेगी जिसमें वे आज हैं। जिस आर्थिक तंगी से दुनिया भर के किसान आज गुज़र रहे हैं, कॉरपोरेट कंपनियों पर निर्भरता को बढ़ाने वाला कोई भी उपाय या हल उनके लिए घाटे का सौदा ही साबित होगा। बल्कि, यह किसानों को क़र्ज़ के और ज़्यादा बोझ से लाद देगा।

यही नहीं, कॉरपोरेट कंपनियां जिन नई तकनीकों को बाज़ार में बढ़ावा दे रही हैं उनमें से ज़्यादतर जीवाश्म ईंधनों (कोयला, तिल, आदि) का बड़े पैमाने पर उपयोग करती हैं - चाहे इन यंत्रों को बनाने के लिए इस्तेमाल होने वाली धातुओं के खनन के लिए हो या इन्हें चलाने के लिए, और इसके अलावा उन रसायनों के उत्पादन में भी जिनका इस्तेमाल इन तकनीकों को असरदार बनाने के लिए ज़रुरी है। हालांकि ये कंपनियां दावा करती हैं कि इनकी डिजिटल टेक्नोलॉजी ज़्यादा सटीक (“प्रीसाईस”) हैं (यानी ज़रूरत से ज़्यादा बीज और खाद के फ़िज़ूल इस्तेमाल को कम करती हैं) और टिकाऊ तरीकों से पैदा की जाने वाली बिजली से चलती हैं, लेकिन सच्चाई यही है कि बिना जीवाश्म ईंधनों के इस्तेमाल के न इन नई तकनीकों का उत्पादन ही मुमकिन है, न ही इनका खेत में उपयोग। कमाल की बात यह है कि ये कंपनियां यह कहने की हिम्मत रखती हैं कि वे जलवायु संकट को “हल” कर रही हैं, जबकि यह सभी नई तकनीकें कोयले और तेल के उसी दोहन और गर्म हवाओं के उसी उत्सर्जन की बुनियाद पर खड़ी हैं जिसने इस जलवायु संकट को जन्म दिया है। इस संदर्भ में, कृषि-प्रौद्योगिकी कंपनियां नशे के सबसे बुरे व्यापारी हैं - जिस नशे का वे सौदा करते हैं खुद भी उसी नशे की लत में हैं।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियां क्रांतिकारी कृषि टेक्नोलॉजी का विकास करने और “किसानों को बाज़ार” से जोड़ने की अपनी क्षमता का अक्सर प्रचार करती हैं। उनके विज्ञापनों में कहा जाता है कि अपनी फसल बेचने के लिए ई-मंडियों से जुड़े बिना किसान सफल नहीं हो सकते हैं। लेकिन कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों द्वारा जिन प्लेटफार्म को बढ़ावा दिया जा रहा है उनके उद्देश्य किसानों की उपभोक्ता तक पहुंचने में मदद करने के बजाय कृषि-व्यवसाय कंपनियों की किसानों को अपने उत्पाद बेचने में मदद करना है। जब किसान किसी नए डिजिटल प्लेटफार्म से जुड़ते हैं, तो इसके ज़रिए उनके डेटा को आसानी से ट्रैक और इकट्ठा किया जा सकता है, और इस डेटा की मदद से कंपनियों के लिए उन्हें अपने उत्पाद (बीज, खाद, कीटनाशक और अन्य टेक्नोलॉजी) बेचना बहुत आसान हो जाता है। दूसरे शब्दों में, प्लेटफार्म से किसानों को जोड़ना कंपनियों के लिए अपने उत्पाद बेचने का एक ज़्यादा कारगर और सटीक तरीका है।

जवाबी-विमर्श 02: व्यवसाय करने वाला “एंटरप्रेन्योर” किसान = चंगुल में फसा हुए उपभोक्ता

डिजिटल तकनीकों के उभार ने स्वायत्तता, मालकियत और नियंत्रण से जुड़े कई बड़े सवाल खड़े किये हैं। जॉन डियर नाम की कंपनी का ही उदाहरण लेते हैं, जो कृषि उपकरण और मशीनें बनाने वाली अमेरिका की सबसे बड़ी कॉरपोरेट कंपनियों में से है। वर्ष 2016 में, एक बड़ा विवाद खड़ा हो गया जब जॉन डियर ने अपने उपकरणों के सॉफ्टवेयर पर ताला लगाने का फैसला किया, यानी अब किसानों की मशीनें ख़राब होने पर वे कुछ लाइसेंस-धारी डीलरों से ही इनकी मरम्मत करा सकते थे।[10] दूसरे शब्दों में, अब किसान अपने उपकरणों या मशीनों की न खुद मरम्मत कर सकते थे न किसी बिना लाइसेंस-वाले मैकेनिक के पास ही ले जा सकते थे; यह सब अब गैर-कानूनी हो गया था। सिर्फ यही नहीं, जॉन डियर ने अपनी मशीनों में ऐसा सॉफ्टवेयर भी लगाया था जिसकी मदद से अब कहीं भी दूर से, इंटरनेट के ज़रिए, इन उपकरणों और मशीनों को निष्क्रिय (डिसएबल) और यहाँ तक की बंद भी किया जा सकता था। ऐसा करने के लिए उन्होंने, अमेरिका के दो डिजिटल कानूनों का सहारा लेते हुए, यह कहा कि उनके उपकरण खरीदने वाले, न उस उपकरण के मालिक हैं न उसमें डाले गए सॉफ्टवेयर के - उन्हें सिर्फ इन्हें इस्तेमाल करने का ही लाइसेंस दिया जाता है।”[11]

कॉरपोरेट कंपनियों का यह भी दावा है कि आधुनिक सॉफ्टवेयर टेक्नोलॉजी किसानों का ज्ञान, उनकी समझ और क्षमता बढ़ाती है। लेकिन, अगर यह ज्ञान, समझ और क्षमता किसानों की ज़रूरतों को पूरा करे भी, तो भी अगर इस टेक्नोलॉजी पर किसान की स्वायत्तता न हो तो इसका क्या फायदा? अगर इन्हें बनाने वाली कंपनी इनके इस्तेमाल की एकतरफा शर्तों को किसानों पर थोप सकती है और मनचाहे तरीके से इन्हें निष्क्रिय/बंद कर सकती है, तो यह टेक्नोलॉजी तो किसान की कभी हो ही नहीं सकती। आगर किसान किसी टेक्नोलॉजी का मालिक नहीं है, तो किसान इसको लेकर कभी भी स्वायत्त नहीं हो

10 वॉल्ष, किट (2016), “जॉन डियर रियली डस नॉट वांट यू टू ओन दैट ट्रॅक्टर”, एलेक्ट्रॉनिक फ्राँटियर फाउंडेशन।

11 थॉमस जेफ्फ्री हॉरटन व डाइलन किर्छमेएर, (2020). “जॉन डियर'स अटेंप्टेड मोनपलाइज़ेशन ऑफ एक्विपमेंट रिपेर, एंड दी डिजिटल आग्रिकल्चरल डेटा मार्केट - हू विल स्टँड अप फॉर अमेरिकन फार्मर्स?”, *सीपीआई एंटी-ट्रस्ट क्रॉनिकल।*

सकता है। और इन तकनीकों के ज़रिए किसानों के डेटा को मुनाफे में बदलने की असीम संभावनाओं को देखते हुए यह कहना गलत नहीं होगा कि यह टेक्नोलॉजी कंपनियों को किसान और उनके फैसलों को अपने काबू में करने की पहले से कहीं अधिक क्षमता देती है, जो और ज़्यादा शोषणकारी है।

इस तरह, हम इन संस्थाओं द्वारा किसान के लिए इस्तेमाल किए गए शब्द "एंटरप्रेन्योर" को नया रूप देकर "चंगुल में फंसा हुआ उपभोक्ता" भी कह सकते हैं। यह कंपनियां और संस्थाएं जिस अर्थ में "एंटरप्रेन्योर" शब्द का इस्तेमाल करती हैं उससे इशारा ऐसे किसानों की ओर है जो अपनी स्वायत्तता का समर्पण करके इस कॉरपोरेट व्यवस्था का हिस्सा बन जाते हैं। वे कुछ समय के लिए आर्थिक रूप से स्वतंत्र ज़रूर हो सकते हैं, लेकिन इसे हासिल करने के लिए बदले में उन्हें दीर्घकालिक रूप के लिए इन कॉरपोरेट कंपनियों पर निर्भर होना होगा। कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के विमर्श में जिस "एंटरप्रेन्योर" किसान की कप्लना की गई है वो अपनी स्वायत्तता गंवा चुका है। उसे वही बीज बोने होंगे जिसे बोने के लिए उसे कहा गया है; उसे उसी कीटनाशक का छिड़काव करना होगा जिसके उसे निर्देश दिए गए हैं; वो खेत की मिट्टी को उसी तरह तैयार करेगा, जिस तरह उसे बताया गया है; वो अपनी फसल को वैसे ही बेचेगा जिसका उसे सुझाव दिया गया है। कृषि-व्यवसाय द्वारा गढ़ी गई कहानी के इस किरदार, "एंटरप्रेन्योर" की मदद से यह कंपनियां, पहले की तरह सिर्फ फसल की बिक्री के समय मुनाफा कमाने की बजाय, अब खेती के हर चरण पर किसान से पैसा वसूल कर सकती हैं।

वैकल्पिक विमर्श की रचना

किसानी = स्वाधीनता

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों के विमर्श में, किसानों को सुरक्षित और सशक्त बनाने के दो ही तरीके हैं: बाज़ार (जिसमें उनका ही दबदबा है) और टेक्नोलॉजी (जो वे ही बनाते हैं और जिनके वे ही मालिक बने रहते हैं)। इस विमर्श में मालकियत के महत्वपूर्ण सवाल को नज़रअंदाज़ कर दिया जाता है - किसी टेक्नोलॉजी के संबंध में फैसले लेने का हक़ उसी को होता है जो उसका मालिक है।

जैसे-जैसे अलग-अलग क्षेत्रों में विलय (एक या उससे अधिक कंपनियों को मिला कर नई कंपनी बनाने) की प्रक्रिया के ज़रिए कॉरपोरेट कंपनियों की संख्या कम और आकार बड़ा होता जा रहा है, यह भुला देना आसान है कि कुछ सालों पहले, हम नागरिक, हमारे समुदाय और यहाँ तक कि हमारी सरकारें भी, इन कॉरपोरेट कंपनियों के सामने इतने बेबस नहीं थे। बिना सोचे समझे इस “नई सच्चाई” से समझौता करना आसान है, जहाँ हर क्षेत्र में कुछ मुट्ठी भर कॉरपोरेट कंपनियां ही हमारे जीवन का हर फैसला ले रही हैं। व्यवस्थित रूप से हमारी ज़िंदगियों पर किए गए इस कब्ज़े का मुकाबला कर पाना पहाड़ की सीधी चढ़ाई चढ़ने जैसा है। लेकिन, हमसे हमारी स्वायत्तता छीने जाने का विरोध करने का एक तरीका है: स्वाधीनता के विचार की ओर वापस लौटना।

स्वाधीनता के केंद्र में यह विचार है कि व्यक्ति को अपने जीवन को अपनी मर्ज़ी से जीने का अधिकार होना चाहिए और समुदायों को अपना भविष्य तय करने का। हालांकि, हम में से कई लोगों को ऐसे माहौल में रहने की आदत हो गई है, जहाँ हमें बहुत सीमित आज़ादी ही दी जाती हैं, लेकिन आज़ादी का ख्याल पहले जितना ही शक्तिशाली है। कोई भी यह नहीं मानना चाहेगा कि वे गुलाम हैं। और आज़ादी की बुनियाद ही यह तय कर पाने की क्षमता पर टिकी है कि हम अपना भोजन कैसे पैदा करते हैं। भूख लगने पर पेट भरना एक बुनियादी इंसानी ज़रूरत है। जब हमें यकीन हो जाता है कि हम इस ज़रूरत को पूरा कर सकते हैं तो हम सुरक्षित महसूस करते हैं।

धंधे बंद हो सकते हैं। बाज़ार में गिरावट आ सकती है। पैसा कागज़ में तब्दील हो सकता है। लेकिन जो चीज़ कभी भी नहीं बदलती है वो है इंसान की ज़िंदगी में भोजन की अहमियत। दुनिया के सबसे अमीर इंसान को और सबसे गरीब इंसान को, दोनों को भोजन

चाहिए होता है। दुनिया का सबसे अमीर आदमी भी रिश्तों के उस ताने-बाने को नहीं खरीद सकता है जिसकी ज़रुरत पर्यावरण को बिंना नुकसान पहुंचाए, पीढ़ी-दर-पीढ़ी भोजन पैदा करने के लिए होती है। पेट भर पाने की सुरक्षा के बाद ही हम जीवन के बाकी हिस्सों में सुरक्षित महसूस कर पाएंगे।

अफ्रीकी क्रांतिकारी थॉमस संकारा ने एक बार कहा था, "जो तुम्हारा पेट भरता है, वो तुम्हें अपने काबू में रखता है।" अगर यह कोई और तय करता है कि आपका समुदाय अपने सदस्यों का पेट कैसे भरता है और उनका ख्याल कैसे रखता है, तो वे आपके समुदाय के अस्तित्व को और आपको अपने काबू में कर लेता है। कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों की केंद्रीय रणनीति है किसानों को अंतरराष्ट्रीय बाज़ारों और तकनीकी प्रणालियों से जोड़ना, जो कभी किसान के नियंत्रण में हो ही नहीं सकती हैं। जानकारी पाने और फैसले लेने के लिए किसान इन प्रणालियों पर जितना ज़्यादा निर्भर होते जाएंगे, वे उतने ही अपनी स्वायत्तता खोते जाएंगे। किसानी में जो ताकत है उसे अक्सर पहचाना नहीं जाता। किसानी के ज़रिए उन ताकतों का विरोध किया जा सकता है जो दुनिया से मुनाफे की आखिरी बूँद तक निचोड़ने पर तुली हुई हैं। और इसलिए ही, किसानी जीवन के प्रति प्रतिबद्धता की निशानी है।

अपने समुदायों का पेट भरने के लिए जो ज्ञान और मेहनत लगती है, वो अक्सर दुनिया से छुपी हुई होती है। किसानों को लंबे समय से सांस्कृतिक रूप से कमतर माना जाता रहा है। इसके चलते, उनके काम को किसी डॉक्टर, वकील, वैज्ञानिक या इंजीनियर के काम जितना महत्व नहीं दिया जाता। कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों का कहना है कि वे "विशेषज्ञों" की बड़ी टीमों की मदद से कृषि अनुसंधान और विकास के लिए इसलिए पैसा लगा रहे हैं ताकि किसानों को सशक्त बना सकें और उनकी सहायता कर सकें। दरअसल, वे कह रहे हैं, "तुम फसल पैदा करो, बाकी चीज़ों को हम देख लेंगे।"

हम इस बंटवारे का मुकाबला करने के लिए इस बात पर ज़ोर दे सकते हैं कि किसान खुद एक वैज्ञानिक हैं। वे खुद इंजीनियर हैं। वे भी नई चीज़ों का ईजाद करते हैं। वे इतिहासकार भी हैं। वे कलाकार भी हैं। वे रक्षा करने वाले, संरक्षण देने वाले, देखभाल करने वाले और पालने-पोसने वाले हैं। कॉरपोरेट कंपनियां, आराम और प्रगति के नाम पर किसानों से इन सभी पहचानों को छोड़ने के लिए कह रही हैं। हमें जवाब में कहना होगा कि इन पहचानों के

गुलदस्ते की वजह से ही किसान स्वाधीन रहा है और आगे भी रह सकता है।

लिआह पेनिमन ने कहा है, "खुद को आज़ाद करने के लिए हमें खुद अपना पेट भरना होगा।" जब अपने समुदायों का पेट भरने का तरीका हमारे काबू में होता है तो हमारी तकदीर हमारे हाथों में होती है। कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) कंपनियों का कहना है कि किसान किसानी इसलिए करता है क्योंकि उसके पास इसके अलावा दूसरा कोई चारा नहीं है, लेकिन स्वाधीनता का विमर्श किसान से यह ऐलान करने के लिए कहता है: "हम किसान हैं क्योंकि हम किसान बनना चाहते हैं।

चश्मे को उलटना

हमारा उद्देश्य है कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के सबसे बुनियादी विमर्शों की पहचान कर उन्हें चुनौती देना। लेकिन, कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) के सभी प्रमुख विमर्शों के पीछे कुछ ऐसी छिपी हुई धारणाएं और मूल्य हैं, जिनका अक्सर खुलकर ज़िक्र नहीं किया जाता है। नीचे हमने ऐसी ही धारणाएं और मूल्यों के कुछ प्रमुख उदाहरण दिए हैं और सुझाया है कि कैसे इन्हें उलटा जा सकता है या एक नया स्वरूप दिया जा सकता है।

कृषि-प्रौद्योगिकी के नज़रिए से	नए नज़रिए से
तकनीकी प्रगति सीधी रेखा में होती है। हम जिस युग में रह रहे हैं वो तकनीकी रूप से सबसे आधुनिक और विकसित मानव युग है। खेती के विकास को समय के साथ लगातार बेहतर होती तकनीक के इतिहास के रूप में देखा जा सकता है: सिर्फ अपने परिवार का पेट भरने के लिए बुनियादी तकनीक से की जाने वाली खेती से डिजिटल और सटीक तकनीकों वाली ऊंची पैदावार वाली खेती तक। जो समुदाय इन औद्योगिक तकनीकों के बिना खेती करते हैं, वे पिछड़े और मूर्ख हैं, जो अब भी भूतकाल में जी रहे हैं।	**विकास की कोई तय दिशा नहीं होती।** हालांकि अब हमारे पास पहले से कई ज़्यादा जानकारी और उसे लोगों तक पहुँचाने के नए तरीके ज़रूर हैं, लेकिन इसका यह मतलब नहीं हैं कि हम अब पहले की और आगे आने वाली पीढ़ियों से हर मायने में बेहतर हो गए हैं। अपने पूर्वजों की तरह, अपने दौर की व्यवस्था से जुड़े सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक और पर्यवरणीय फैसले भी हम ही ले रहे हैं। और हमारे पूर्वजों की ही तरह, हमसे कई गलतियां भी होंगी ही। अगर इतिहास का आंकलन विनम्रता के साथ किया जाए तो हम पहले की जा चुकी गलतियों को दोहराने की गलती से बच पाएंगे, और भविष्य के लिए नए विकल्पों की कल्पना कर सकेंगे।
तकनीकी प्रगति सभी को लाभ पहुंचाती है। तकनीकी विकास की निरंतर प्रक्रिया के कारण इंसान आज जितना खुशहाल है उतना पहले कभी भी नहीं रहा है। जैसे-जैसे टेक्नोलॉजी आगे बढ़ती है, इंसान उतना ही ज़्यादा स्वतंत्र होता जाता है।	**अगर इतिहास में देखें तो तकनीकी विकास का उपयोग दमन के लिए किया गया है।** गैर-बराबरी वाली दुनिया में टेक्नोलॉजी सत्ता की ताकत को और मजबूत ही बनाती है। यदि शासन और निर्णय प्रक्रिया में समता न हो और अगर संपत्ति और संसाधनों का बराबर बंटवारा न किया जाए, तो नई टेक्नोलॉजी ताकतवर तबकों के हाथ का खिलौना बन जाती हैं: मुट्ठी भर ताकतवर व्यक्ति तकनीकों पर अपने नियंत्रण के ज़रिए तमाम जनता को अपने अधिकारों से वंचित करते हैं। सभी को लाभ पहुंचाने के लिए मौजूदा राजनीतिक और आर्थिक व्यवस्था में बुनियादी बदलावों की ज़रूरत होती है। ↓

कृषि-प्रौद्योगिकी के नज़रिए से	नए नज़रिए से
तकनीकी प्रगति पर सवाल करना विज्ञान-विरोधी होता है। विज्ञान से मिला ज्ञान सबसे ऊँचा और सबसे वास्तविक ज्ञान है। प्रकृति के बारे में सच्चा ज्ञान सिर्फ वे ही हासिल कर सकते हैं जिन्होंने अकादमिक संस्थानों से डिग्री हासिल की है। किसी भी दूसरी तरह का ज्ञान, व्यक्ति के राजनीतिक मूल्यों या अंधविश्वासों से प्रभावित होने के कारण, त्रुटिपूर्ण होता है और उसे सच या जायज़ मानकर उसपर भरोसा नहीं किया जा सकता। विज्ञान के आधार पर विकसित की गई तकनीकों पर उठाए जाने वाले सभी सवाल बेबुनियाद हैं।	**विज्ञान का मतलब ही सवाल करना है। हर दावे की जाँच करना विज्ञान की बुनियाद है।** असली विज्ञान तो जिज्ञासा और आलोचना पर ही टिका है। प्रयोग और सीधे अनुभव के आधार पर मौजूदा समझ को चुनौती देना हमेशा से ही वैज्ञानिक प्रक्रिया का हिस्सा रहा है। भूमि से जुड़े समुदायों का ज्ञान और उनके सवाल भी उतने ही जायज़ हैं जितने “पेशेवर वैज्ञानिकों” के।
हमें प्रकृति को काबू में करना ही होगा। हमारा वजूद प्रकृति से अलग है और अक्सर हमारे और प्रकृति के बीच में टकराव होता है। धरती पर संसाधन सीमित हैं, इसलिए अपना वजूद बचाने के लिए इंसान को प्रकृति पर न सिर्फ काबू पाना होगा, बल्कि उसे “बेहतर” बनाने के तरीके भी खोजने होंगे। इसका मतलब हुआ कि जिन बुनियादी ईंटों को जोड़कर जीवन बना है, यानी हमारी जीन में मनमर्ज़ी से बदलाव कर पाना। इसका सबसे अच्छा तरीका है पश्चिम द्वारा विकसित किए गए विज्ञान की मदद से प्रकृति के बारे में ज़्यादा से ज़्यादा ज्ञान इकट्ठा करना और फिर इस ज्ञान के सहारे, अपने मतलब के लिए प्रकृति की शक्ति को काबू में करना।	**हम प्रकृति से अलग नहीं हैं।** इंसान और गैर-इंसान के बीच में फर्क करने की सोच उपनिवेशवाद की देन है। यह सोच दोहन और शोषण को बढ़ावा देती है। भूमि एक जीती-जागती इकाई है, हमारे साथियों, हमारे रिश्तेदार की तरह हमारा ही एक हिस्सा है। हम जितना एक-दूसरे से जुड़े हैं उतना ही पेड़ों से भी। हम प्रकृति के सम्राट नहीं हैं, इसलिए हमारा काम है उन रिश्तों को समझना है जो प्रकृति के हर हिस्से को एक-दूसरे से जोड़ते हैं और फिर इस जीते-जागते परिवार के साथ अपने रिश्तों को ईमानदारी से निभाना। इंसान का वजूद तब तक है जब तक प्रकृति का वजूद है।

03
संसाधन

TOXIC
PESTICIDE

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग्री-टेक) से जुड़े प्रमुख क्षेत्र

नीचे दी गई जानकारी, ईटीसी ग्रुप द्वारा लिखे गए और हेनरिक बोएल होंग कोंग द्वारा प्रकाशित किए गए लेखों का सारांश है।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक) का गुणगान करने वाले, "तकनीक के पुजारियों" की उस बड़ी जमात का हिस्सा हैं जो नई टेक्नोलॉजी की आ रही बाढ़ के पीछे हैं। इनमें नई तकनीकों में ये सभी शामिल हैं: डिजिटलीकरण (मानवीय व्यवहार, कृषि, मछली पालन और पर्यावरण पर डेटा इकट्ठा करना और उसका विश्लेषण करना); बायो-डिजिटल समन्वय (जीन के साथ छेड़छाड़ करके नए जीव तैयार करना); जिओ-इंजीनियरिंग (धरती की प्राकृतिक प्रणालियों (जैसे पानी, हवा, इत्यादि) में तकनीक की मदद से, जानबूझकर, बड़े पैमाने पर बदलाव लाना)।

01 - डिजिटलीकरण

खेती में इस्तेमाल होने वाले रसायनों (केमिकल) का उत्पादन करने वाली कंपनियों ने डेटा कंपनियों के साथ विलय करके एक बड़ा दाव खेल है। उनका उद्देश्य है "बिग डेटा", यानी, बड़े पैमाने पर इकट्ठा किए गए डेटा में अल्गोरिथम की मदद से पैटर्न खोजना और इन पैटर्न के आधार पर भविष्य के बारे में अनुमान लगाना और फिर वे सभी ज़रूरी फैसले लेना, जो अब तक स्वायत्त रुप से किसान लेते आए थे। स्वचालित (खुद से चलने वाले) ट्रैक्टर, ड्रोन, इत्यादि में लगे उपकरणों, खेतों में लगे सेंसर और पेड़ व पशुओं में लगाए गए यंत्रों की मदद से लगातार और तेज़ी से डेटा इकट्ठा किया जा रहा है।

विज्ञापनों में हाथ में स्मार्टफोन पकड़े, उद्योगी किसानों की तस्वीरों के ज़रिए दिखाया जाता है कि उनका डेटा खुद उन्हीं के हाथों में है। लेकिन सच्चाई यह है कि डेटा इकट्ठा करने वाला हर यंत्र, इकट्ठा किए गए डेटा को कॉरपोरेट कंपनियों के डेटा केंद्रों को भेजता रहता है। यह केंद्र फिर अल्गोरिथम के ज़रिए इन आंकड़ों का विश्लेषण कर, कंपनियों की भाषा में, "आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई)" उपलब्ध कराते हैं। इस डेटा का जो मालिक होता है, वो फिर इसे दूसरी कंपनियों को बेच सकता है, जैसे ज़मीन की खरीद-फरोख्त करने वालों को, व्यापारियों को, स्टॉक बाजार में निवेश करने वालों को और बीज की नई किस्में विकसित करने वालों को।

अंत में, अपने खेत के बारे में किसान को उपयोगी जानकारी मिले न मिले, लेकिन बायर जैसी कंपनियों और माइक्रोसॉफ्ट जैसे उनके भागीदारों को खेत की ज़मीन, पानी और फसलों से जुड़ी पूरे जानकारी हासिल हो जाएगी। इस जानकारी की मदद से वे किसानों को अपने उत्पाद और आसानी से बेच पाएंगे, जिनसे इन कंपनियों के शेयर-धारकों को तो मुनाफा होगा, लेकिन किसान इन कंपनियों के साथ किए गए करार (कॉन्ट्रैक्ट) के शिकंजे में बंध जाएंगे।

विशालकाय टेक्नोलॉजी कंपनियों ने फसलों के भंडारण, खुदरे व्यापार और ढुलाई (ट्रांसपोर्ट) में अरबों रुपयों का निवेश किया है। कोविड-19 माहमारी के दौरान, खाने और खाने के सामान की ऑनलाइन बिक्री में आई तेज़ी के चलते इन कंपनियों का खाने की डिलीवरी और किराने के व्यापार पर नियंत्रण पहले से और ज़्यादा मजबूत हो गया।

मौटे तौर पर, आहार और कृषि के डिजिटलीकरण के कई गंभीर प्रभाव हो सकते हैं। नागरिकों पर बड़े पैमाने पर नज़र रखे जाने (सर्वेलेंस), और उनके शोषण को बढ़ावा देने के साथ-साथ उनके कौशल को निरर्थक बनाने, उन्हें विस्थापित करने और उनमें अलगाव की भावना पैदा करने के खतरे इन प्रभावों में शामिल हैं। इसके अलावा, डेटा इकट्ठा करने और उसे रखने के लिए खर्च होने वाली ऊर्जा, और डिजिटल तकनीकों के लिए कच्चे माल के रुप में इस्तेमाल होने वाले खनिजों के खनन की वजह से डिजिटलीकरण का पर्यावरण पर बहुत बुरा असर हो सकता है।

02 - बायोडिजिटल समन्वय

जीन में बदलाव लाने वाली तकनीकों के विकास के बाद अब जेनेटिक इंजीनियरिंग (अनुवांशिक अभियांत्रिकी) का इस्तेमाल खेती, मछलीपालन और वन क्षेत्र में भी किया जा रहा है। जीवन प्रक्रियाओं को डेटा के रुप में देखा जाने लगा है, इन्हें आंकड़ों की तरह इकट्ठा करके इनका विश्लेषण किया जाता है। यूरोप ने जिस तरह दुनिया को अपना गुलाम बनाकर उसका शोषण किया था, उसी तर्ज पर इस नए डेटा-आधारित शोषण को कई बार 'डेटा उपनिवेशवाद' भी कहा जाता है।

जीएमओ (आनुवंशिक रूप से बदले गए जीव) का उदाहरण ही ले लें। खेती में इस्तेमाल किए जाने वाले ज़्यादातर जीएमओ दो तरह के होते हैं - खरपतवार को मारने वाले रसायनों (जैसे गलीफोसेट) के प्रयोग के बाद भी ज़िंदा रहने वाले पौधे; और फसल बर्बाद करने वाले कीड़ों को मारने वाला ज़हर पैदा करने वाले पौधे। फिलहाल सबसे ज़्यादा इस्तेमाल की जाने वाली जीएमओ फसलें हैं सोयाबीन, मक्का, रेपसीड (सफ़ेद सरसों) और कपास। कंपनियों के दावों के विपरीत, जीएमओ के इस्तेमाल से ज़हरीले रसायनों का इस्तेमाल घटने के बजाय और बढ़ा है, और जिन इलाकों में जीएमओ का इस्तेमाल किया गया है, वहाँ के लोगों और पर्यावरण की हालत बद से बदतर ही हुई है।

जीएमओ के खिलाफ बढ़ते गुस्से के चलते , कृषि कंपनियों ने "जीन एडिटिंग" जैसे नए शब्दों का इस्तेमाल करना शुरु कर दिया है। यह सिर्फ एक बाज़ारी तरकीब है; पुरानी जेनेटिक इंजीनियरिंग प्रक्रिया को थोड़ा व्यवस्थित किए जाने के अलावा, और कुछ भी नहीं बदला है। बल्कि एक ही प्रजाति या नज़दीकी प्रजातियों में से जीन निकालने या जीन को एक में से दूसरे में

डालने की लागत अब काफी कम हो गई है। इन नई तकनीकों में से सबसे प्रचलित तकनीक को CRISPR/Cas9 के नाम से जाना जाता है।

वैसे तो CRISPR/Cas9 का कई तरह से उपयोग किया जा रहा है, लेकिन इसमें सबसे गंभीर है प्रयोगों के लिए इस्तेमाल की जा रही एक तकनीक, जिसे इसमें निवेश करने वाली कंपनियों ने "जीन ड्राइव" का नाम दिया है। जीन ड्राइव की मदद से वैज्ञानिक अपनी प्रयोगशाला में कीड़ों और यौन-प्रजनन से पैदा होने वाले कुछ दूसरों जीवों में "विनाश जीन" डाल देते हैं। यह "विनाश जीन" एक पीढ़ी में डाले जाने के बाद अगली पीढ़ी में भी खुद-ब-खुद पहुँच जाती हैं। इनका कथित उद्देश्य, फसलों की ऐसी किस्म पैदा करना है जो नुकसान पहुँचाने वाली बीमारियों और कीड़ों को निशाना बनाकर उनकी पूरी आबादी को ख़त्म कर दे। लेकिन, जीन ड्राइव दूसरी प्रजाति के कीट-पतंगों को भी ख़त्म कर सकती है और पूरे पर्यावरण पर इसका क्या प्रभाव होगा, यह निश्चित तौर पर अभी कहा नहीं जा सकता है। कीटनाशकों और जीएमओ की ही तरह, जीन ड्राइव से बने जीव (जिन्हें जिडीओ भी कहा जाता है) ऐसे कीट-पतंगों को भी मार सकते हैं जो परागण (पॉलिनेशन) में मदद करके फसलों को फायदा पहुंचाते हैं। सिर्फ यही नहीं, ऐसी कोई गारंटी भी नहीं है कि इन नए बीजों से वो फायदे मिलेंगे ही जिनका अभी दावा किया जा रहा है।

जीन में बदलाव लाने वाली तकनीकों के व्यावसायिक इस्तेमाल का एक बड़ा और हमारे सामने तुरंत खड़ा खतरा है "जीन दबाने वाले कीटनाशक" का इस्तेमाल। ये गैर-प्राकृतिक तरीकों से बनाए गए नुक्लेओटाइड (जैसे कृत्रिम आरएनए) होते हैं जो अपने संपर्क में आने वाले सभी जीवों के जीन में बदलाव ला सकते हैं। माइक्रोब कीटाणुओं की जीन में बदलाव करके उन्हें खेतों की मिट्टी में छोड़ देने की यह तकनीक बहुत खतरनाक साबित हो सकती है।

जीन बदलने वाली तकनीकों का एक और गरम बाज़ार है जिसपर कॉरपोरेट कंपनियों ने अपनी निगाहें गड़ा रखी हैं: "वैकल्पिक प्रोटीन", जिसमें दूध और मांस ("वैकल्पिक-मांस") भी शामिल है। मांस के उपयोग को कम करने वाली सरकारी नीतियों के चलते, प्रभावशाली कंपनियों ने कृत्रिम रूप से तैयार किए गए प्रोटीन बनाना शुरु कर दिया है। इसमें गैर-प्राकृतिक रूप से बनाए गए अंडे और डेयरी उत्पाद शामिल हैं, जिन्हें विशेष सूक्ष्म जीवों की मदद से बंद मटकों में तैयार किया जाता है।

03 - वित्तीय प्रौद्योगिकी (फिनटेक)

वित्तीय प्रौद्योगिकी (जिसे अक्सर "फिनटेक" कहा जाता है) का मतलब उन डिजिटल तकनीकों से है जिन्हें वित्तीय क्षेत्र में इस्तेमाल किया जाता है। इसमें डिजिटल पेमेंट (भुगतान), बाज़ारों के प्रबंधन में कम्प्यूटरों का इस्तेमाल और क्रिप्टोकरेंसी जैसी डिजिटल करेंसी (मुद्रा) का इस्तेमाल शामिल है, जिनके लिए ऑनलाइन डिजिटल बहीखातों (लेजर) यानी "ब्लॉकचेन" का उपयोग होता है। फिनटेक से जुड़े "स्मार्ट कॉन्ट्रैक्ट" जैसे शब्द, इसमें होने वाले ऊर्जा के अत्यधिक उपयोग (इनके लिए इस्तेमाल होने वाली ब्लॉकचेन की पर्यावरणीय लागत) पर तो पर्दा डालते ही हैं, साथ ही ये संसाधनों के नियंत्रण को बिना किसी जवाबदेही के कॉरपोरेट कपनियों के हाथों में सौंप देते हैं।

कार्बन, नाइट्रोजन और जल चक्र जैसी "पर्यावरणीय सेवाओं" (उन प्राकृतिक प्रक्रियाओं का कॉरपोरेट कंपनियों द्वारा दिया गया नाम, जिनके बिना धरती रहने लायक नहीं रहेगी) की खरीद-बिक्री और उनका वित्तीयकरण (यानी उन्हें वित्तीय बाज़ार में बेचा और खरीदा जाना) भी फिनटेक के दायरे में आ सकता है। इनके ज़रिए कंपनियां इन प्राकृतिक सेवाओं को डिजिटल प्लेटफॉर्म के ज़रिए पैसे में बदलना चाहती हैं।

विभिन्न क्षेत्रों में कृषि-प्रौद्योगिकी

कृषि-प्रौद्योगिकी, निवेशकों के लिए

"कृषि-प्रौद्योगिकी " का हव्वा बनाकर नई स्टार्टअप कंपनियों के लिए बड़े पैमाने पर पूंजी जुटाई जाती है। पूंजी को आकर्षित करने के लिए "एग-टेक" को एक नए और उपयोगी विचार के रूप में दिखाया जाता है। निवेशकों के लिए, "एग-टेक" की उपयोगिता सिर्फ किसानों या उपभोक्ताओं की ज़रूरतों को पूरा करने में नहीं है, बल्कि वे इसे एक ऐसे चमकते-धमकाते विचार के रूप में पेश करना चाहते हैं जिसे देखकर "एंजेल निवेशक"[12] नई कंपनियों और स्टार्टअप की ओर दौड़े चले आएं और पैसों की बारिश करने लगे। पूरी धूम-धाम के साथ अगर यह धारणा पैदा की जाए कि यह तकनीक एक नया बाजार खड़ा कर सकती है, तो "एग-टेक" के गुब्बारे में हवा भर कर, कम समय में ज्यादा पैसा कमाया जा सकता है।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक), बड़ी टेक्नोलॉजी कंपनियों के लिए

एआई (आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस) और ब्लॉकचेन जैसी तकनीकों को कई तरह से उपयोग किया जाता है। कंपनियां इन नई तकनीकों को नए-नए तरीकों से इस्तेमाल करने के अवसरों की तलाश में रहती हैं ताकि इनके ज़रिए नया मुनाफे वाला बिज़नेस खड़ा किया जा सके। बड़ी टेक्नोलॉजी कंपनियों के लिए कृषि एक ऐसा क्षेत्र है जिसमें पहले से ही विकसित किए जा चुके कौशल, अल्गोरिथ और तकनीकों को नए, फायदेमंद उद्देश्यों के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है।

कृषि-प्रौद्योगिकी (एग-टेक), बड़ी कृषि/आहार कंपनियों के लिए

हरित क्रांति के बाद से, बड़ी कृषि और बड़ी आहार कपनियों ने कृषि से कमाए जाने वाले मुनाफे के जितना बड़ा हो सके उतने बड़े हिस्से को अपने लिए हथियाने की कोशिश की है। वे ऐसे उत्पाद बनाने की कोशिश में रहते हैं जिनकी मदद से किसानों को मज़दूरी पर कम और "खास" बीजों और रासायनिक खाद पर ज़्यादा खर्च करना पड़े। एग-टेक के मामले में, इन कंपनियों का दावा है कि वे खेती से जुड़ी "प्रक्रियाओं को व्यवस्थित" और "रुकावटों को दूर" करने की कोशिश कर रही हैं, लेकिन असल में वे धीरे-धीरे पूरी औद्योगिक खाद्य श्रृंखला (बीज से बाज़ार तक) को अपने काबू में करना चाहते हैं। नेताओं और नीति बनाने वालों के सामने बड़ी कृषि और बड़ी आहार कंपनियां "दुनिया का पेट भरने" और "खाद्य प्रणाली को जलवायु परिवर्तन से बचाने" के प्रति चिंता जताती हैं। इसके ज़रिए बड़ी टेक्नोलॉजी कंपनियां और निवेशक अपने हितों की रक्षा कर पाते हैं। अंत में, उनका उद्देश्य अपने शेयरधारकों के लिए, खेती से जितना हो सके उतना मुनाफा निचोड़ना है।

12 एंजेल निवेशक किसी नई कंपनी या स्टार्टअप में निवेश करने वाले शुरुआती निवेशक होते हैं।

मीडिया विश्लेषण - कुछ बुनियादी पहलू

खुद को अधिक प्रभावशाली बनाने के लिए आंदोलन अक्सर यह जानने और समझने की कोशिश करते हैं कि मीडिया उनके मुद्दों को कब और कैसे रिपोर्ट करता है। इस छोटी सी मार्गदर्शिका में ऑनलाइन मीडिया के एक छोटे से सैंपल (नमूने) का विश्लेषण सुझाया गया है।* इस विश्लेषण के नतीजे आंदोलनों की जवाबी-विमर्श तैयार करने में मदद कर सकते हैं और इसके आधार पर आगे जाकर विमर्शों का और गहरा विश्लेषण किया जा सकता है।

पांच कदमों वाले इस तरीके को आज़माना न बहुत ज़्यादा महंगा है न ही इसमें बहुत ज़्यादा समय लगता है। अगर आप सही मीडिया स्रोत चुनें, तो 10-15 लेखों के विश्लेषण के ज़रिए आपको प्रमुख प्रभावशाली और जवाबी विमर्शों का अंदाजा लग जाएगा। इस प्रक्रिया में कितना समय लगेगा वो मुद्दों की जटिलता और विश्लेषण के लिए चुने गए मीडिया लेखों की संख्या पर निर्भर करेगा, लेकिन आमतौर पर विश्लेषण और सिफारिशों को करीब 5 दिनों में पूरा किया जा सकता है।

* नोट: इस विश्लेषण में सोशल मीडिया को शामिल नहीं किया गया है।

कदम 1 -
मीडिया का जायज़ा लेना

अनुमानित समय: 0.5 दिन

खोजना

ऑनलाइन सर्च (खोज) के ज़रिए (गूगल न्यूज़ एक मुफ्त विकल्प है) आप मौटे तौर पर यह अंदाजा लगा सकते हैं कि आपके मुद्दों को मीडिया में किस तरह से दिखाया जाता है। आप की सर्च (खोज) में लोकप्रिय अखबार और टीवी चैनल तो शामिल होंगे ही, लेकिन इनके अलावा, इसमें कुछ विशेष मीडिया स्रोत भी हो सकते हैं, जैसे कोई वैज्ञानिक पत्रिका या किसी ख़ास-मुद्दे से जुड़ी व्यापार पत्रिका, इत्यादि।

प्रमुख शब्द

ध्यान रखें कि कभी-कभी पत्रकार किसी मुद्दे के बारे में लिखते या बात करते समय विभिन्न प्रकार के शब्दों का इस्तेमाल करते हैं। इसलिए आपकी सर्च में सभी तरह के मीडिया रिपोर्टों को शामिल कर पाने के लिए मुद्दे के संदर्भ में इस्तेमाल की जाने वाले सभी आम शब्दों की एक सूची बना लें।

प्रश्न

1. आप जिस मुद्दे से जुड़ा मीडिया विश्लेषण कर रहे हैं उसके बारे में मीडिया द्वारा किस हद तक (कितना ज़्यादा या कम) रिपोर्ट किया गया है?
2. कौन से मुख्य अखबार/टीवी चैनल/मीडिया इकाई इस पर रिपोर्ट कर रहे हैं या इसे नज़रअंदाज़ कर रहे हैं?
3. ये सभी लेख कितनी गहराई से मुद्दे की पड़ताल करते हैं?
4. क्या यह लेख सभी तरह की सामाजिक या राजनीतिक सोच वाले मीडिया ने प्रकाशित किए हैं या सिर्फ कुछ ही राजनीतिक विचारधारा वाले या खास मीडिया इकाइयों ने ही इस पर रिपोर्ट किया है?

नोट

अपने जवाबों को नोट कर लें। उन लेखों और रिपोर्टों को भी नोट कर के रख लें जिनमें मुद्दों की गहराई से पड़ताल की गई हो।

आप शायद पाएंगे कि कुछ लेख कई मीडिया इकाइयों द्वारा प्रकाशित किए गए होंगे। मीडिया कंपनियां अक्सर मुख्यधारा के मीडिया द्वारा प्रकाशित किए गए लेखों या रिपोर्ट को फिर से प्रकाशित करती हैं, या अंतरराष्ट्रीय न्यूज़ एजेंसियों (जैसे कि रॉयटर्स, एजेंस फ्रांस-प्रेस और पैन-अफ्रीकन न्यूज़ वायर) से लेख खरीद कर खुद अपने अखबार या चैनल या पोर्टल पर उन्हें फिर से प्रकाशित करती हैं। इस तरह लेखों को फिर से प्रकाशित करने वाली मीडिया इकाइयों का मुद्दे से जुड़े विमर्श पर काफी प्रभाव होता है। इसलिए आगे (कदम 2) आप जो विश्लेषण करने वाले हैं, उसके लिए इस तरह के कुछ लेखों को शामिल करना न भूलें। लेख के मूल लेखक (अगर नाम दिया गया हो तो) और स्त्रोत (जहाँ इसे पहली बार प्रकाशित किया गया हो) को भी नोट कर लें (अक्सर यह जानकारी लेख के ऊपरी हिस्से में दी गई होती है)। प्रमुख पत्रकारों की संपर्क जानकारी (फोन नंबर या ईमेल) ढूंढने के लिए भी कुछ समय दिया जा सकता है, ताकि आगे जाकर (कदम 5) हम उन्हें प्रेस विज्ञप्ति भेजने के बारे में सोच सकें।

कदम 2 -
तैयारी, प्राथमिकता, योजना

अनुमानित समय: 0.5 दिन

चुने गए लेखों और रिपोर्टों का विश्लेषण शुरू करने से पहले, अपने अध्ययन का उद्देश्य और दायरा स्पष्ट रूप से तय कर लें ताकि इस विश्लेषण को सही समय में पूरा किया जा सके। इसके लिए नीचे दिए गए प्रश्नों की भी मदद ली जा सकती है:-

प्रश्न

1 आपके विश्लेषण का उद्देश्य क्या है?
2 आपके अभियान के लिए कौन से भौगोलिक क्षेत्र या देश सबसे ज़्यादा महत्वपूर्ण हैं?
3 आपके अभियान के लिए कौन सा समय सबसे ज़रूरी है (जैसे, ऐसा कोई सम्मलेन या मीटिंग जिसमें कोई महत्वपूर्ण फैसला लिया जाना है या किसी 'नई' टेक्नोलॉजी का बाज़ार में आना)?

विश्लेषण के लिए लेखों और रिपोर्टों का चुनाव करना

कदम 1 के दौरान नोट की गई बातों के आधार पर ऐसे 10-15 लेखों का चुनाव करें जो आपके अध्ययन के लिए सबसे उपयुक्त हों। इसमें कुछ ऐसे लेख हो सकते हैं जिनमें मुद्दे की गहराई से पड़ताल की गई हो और कुछ ऐसे मूल और प्रभावी लेख हो सकते हैं जो बहुत ज़्यादा पढ़े गए हों।

लेखों को व्यवस्थित करना

चुने हुए लेखों की सूची बनाएं और इसमें मीडिया इकाई का नाम, लेख प्रकाशित किए जाने की तारीख, पत्रकार का नाम, और पत्रकार की भूमिका (यानी वे आमतौर पर किस विषय के बारे में लिखते हैं, जैसे, पर्यावरण, विज्ञान, टेक्नोलॉजी, राजनीति, इत्यादि) भी शामिल करें।

नोट

ध्यान रहे कि अगर कोई लेख किसी राजनीतिक संवाददाता/पत्रकार (पर्यावरण या विज्ञान या टेक्नोलॉजी पर लिखने वाले किसी पत्रकार के बजाय) द्वारा लिखा गया है, तो यह इस बात का संकेत है कि इस मुद्दे में लोगों की रुचि काफी ज़्यादा है, और यह निर्णय लेने वालों के एजेंडा का हिस्सा भी बन चुका है। इस मुकाम पर आंदोलन के पास मीडिया का उपयोग कर, जनता की राय को प्रभावित करने का सबसे अच्छा मौका होता है।

कदम 3 - विश्लेषण

अनुमानित समय: 1.5 दिन

अपने विश्लेषण के पैमाने तय कर लेने के बाद (कदम 2 में), अपने विश्लेषण को आसान बनाने के लिए विश्लेषण के लिए कुछ श्रेणियां चुनें।

कुछ आम श्रेणियां:
a) लेख में मौजूद गलत धारणाएं और एक-तरफा विमर्श
b) लेख में इस्तेमाल किए गए शब्द और भाषा तथा लेख का लहजा
c) लेख में इस्तेमाल किए गए चित्र
d) लेख का संदेश
e) संदेशवाहक (यानी का संदेश किसके ज़रिए दिया गया है)

इन श्रेणियों की मदद से अपने लेखों का विश्लेषण करें और चुने गए लेखों से उभर कर आ रहे रुझानों या पैटर्न पर नज़र रखें।

क. लेख में मौजूद गलत धारणाएं और एक-तरफा विमर्श

सबसे प्रभावशाली विमर्शों की पहचान करने के लिए यह सबसे ज़्यादा महत्वपूर्ण पहलू है। विमर्श (या कहानी) के स्वरूप का विश्लेषण करने के लिए, ध्यान दीजिए कि पत्रकार लेख के मुद्दे को लोगों के दिमाग में पहले से ही मौजूद कहानियों से किस तरह से जोड़ने की कोशिश कर रहा है। किसी विमर्श के तहत मुद्दे को जिस तरह से प्रस्तुत किया जाता है, उसके पीछे एक ख़ास नजरिया या सोच छिपी होती है। मुद्दे को आम अनुभवों से (सकारात्मक तरीके से या नकारातमक तरीके से) जोड़ा जाता है, और इसके ज़रिए, पढ़ने वाले लोगों में रूचि पैदा करने की कोशिश की जाती है। इस तरह से, मुद्दे को लेख में किस तरीके से प्रस्तुत किया गया है, इसे पहचान कर, लेख में छुपे संदेशों को या धारणाओं को उजागर किया जा सकता है। इसके ज़रिए यह जानना आसान हो जाता है कि यह लेख किस विमर्श को बढ़ावा दे रहा है (और किसे नहीं), और लेख के पीछे की धारणाएं सही हैं या गलत।

प्रभावशाली विमर्शों का इस्तेमाल करने वाले लेख अक्सर किसी गलत धारणा से शुरू होते हैं, आमतौर पर शीर्षक में ही और/या पहली कुछ पंक्तियों में ही इस गलत धारणा का उल्लेख मिलेगा। अक्सर, इन गलत धारणाओं के तहत कहा जाता है कि कोई नीति या टेक्नोलॉजी इतनी ज़रूरी है कि उसके खतरों को नज़रअंदाज़ किया जा सकता है। उदाहरण के तौर पर, दुनिया को भुखमरी से बचाने के लिए हमें अनुवांशिक रूप से संशोधित बीजों की तुरंत ज़रूरत है, या मलेरिया से मर रहे करोड़ों बच्चों को बचाने के लिए हमें मछरों की जीन में बदलाव लाने की तकनीक अपनानी ही होगी। पश्चिम के मीडिया में, अक्सर विमर्शों को जायज़ ठहराने के लिए विकासशील देशों की ज़रूरतों से जुड़ी धारणाओं का उपयोग किया जाता है। इसकी मदद से, उदाहरण के तौर पर, किसी ख़ास टेक्नोलॉजी या कृषि मॉडल को विकासशील देशों को थोपा जाता है।

सभी चुने गए लेखों को एक-एक करके पढ़ें और सोचें कि यह लेख मुद्दों को किस तरह प्रस्तुत करा रहा है और इसके लिए किन चश्मों का इस्तेमाल किया गया है।

1. **आपके अनुसार, कौन से विमर्श पूरी तरह से सही, कुछ हद तक सही या पूरी तरह से गलत हैं?**
2. **लेख में किन विषयो को या नज़रियों को या सोच को शामिल किया गया है और**

किन्हें नज़रअंदाज़ किया गया है या बाकी के मुकाबले कम जगह दी गई है?

3. **कौन सी सुर्खियां उन गलत धारणाओं पर टिकी हैं जिन्हें अक्सर प्रभावशाली विमर्शों के तहत बढ़ावा दिया जाता है?**

इन लेखों में उभरने वाले पैटर्न और रुझान ढूंढें और हर लेख से जुड़े अपने नतीजों और निष्कर्षों को नोट कर लें।

ख. लेख में इस्तेमाल किए गए शब्द और भाषा तथा लेख का लहजा

हर लेख को और गहराई से देखें। क्या कुछ शब्दों, वाक्यांशों, रूपकों या आँकड़ों का बार-बार इस्तेमाल किया गया है? आप नीचे दिए गए प्रश्नों से शुरू कर सकते हैं:

1. **इस शब्द, या वाक्यांश या रूपक को ही क्यों चुना गया है?**
2. **क्या इनका उपयोग पाठकों में कोई ख़ास भावना या धारणा जगाने के लिए किया गया है?**
3. **क्या इस्तेमाल की गई भाषा में एक-तरफापन झलकता है (आमतौर पर किसी गलत धारणा के कारण)?**
4. **क्या इस्तेमाल की गई भाषा किन्हीं व्यक्तियों/संस्थानों को जायज़ ठहराने की कोशिश करती है? क्या किसी और को गैर-जायज़ ठहरने की कोशिश करती है?**

उदाहरण के तौर पर, जीएमओ की हिमायत करने वाले प्रभावशाली विमर्शों में आंदोलनों को “इको-वारियर” यानी “पर्यावरण योद्धा” कह कर बुलाया जाता है। इस शब्द के इस्तेमाल के ज़रिए इस धारणा को बढ़ावा दिया जाता है कि जीएमओ का विरोध एक अतिवादी नज़रिया है, जो कुछ मुट्ठी भर लोगों तक ही सीमित है, और बहुमत जीएमओ के पक्ष में है।

ग. लेख में इस्तेमाल किए गए चित्र

शब्दों के आगे जाकर लेख में इस्तेमाल किए गए चित्रों पर भी ध्यान दें। चित्र भी एकतरफा विमर्श को आगे बढ़ाने में प्रभावी हो सकते हैं, लेकिन अक्सर मीडिया विश्लेषण में इन्हें शामिल नहीं किया जाता है। किसी लेख को चित्रित करने के लिए जो तस्वीरें या छवियां इस्तेमाल की जाती हैं, उनके विश्लेषण के ज़रिए हम अक्सर उसे प्रकाशित करने वाली मीडिया इकाई या पत्रकार के नज़रिए को भांप सकते हैं।

लेख में इस्तेमाल किए गए चित्रों को ध्यान से देखें और उनके पीछे छिपे संदेश को पहचानें। चित्रों पर गौर करते समय खुद से इससे पहले 'खंड ख' में दिए गए सवाल पूछें। सोचें, कि क्या यह लेख पाठकों के मन में बसी किसी गलत धारणा का फायदा तो नहीं उठा रहा है, जैसे किसी खास टेक्नोलॉजी की तुरंत ज़रुरत, या तोड़-मरोड़कर पेश किए गए विमर्श के ज़रिए किसी "समस्या" का "समाधान" सुझाया जाना।

उदाहरण के तौर पर, कृषि टेक्नोलॉजी के बारे में लिखे गए कई लेखों में वैज्ञानिकों को सफ़ेद कोट में, आधुनिक हाईटेक प्रयोगशालाओं में काम करते हुए दिखाया जाता है। इस तरह के चित्रों का उद्देश्य लोगों में मौजूद विज्ञान के प्रति भरोसे की भावना का फायदा उठाना है। इस तरह के चित्र, लेख से जुड़ी टेक्नोलॉजी के प्रति डर या संदेह की भावना को कम करने का काम करते हैं। इसे ध्यान में रखते हुए, हमारे अपने प्रचार-प्रसार में इन व्यक्तियों के लिए "वैज्ञानिक" शब्द के बजाय "इंजीनियर" या "टेक्नोलॉजिस्ट" जैसे शब्दों का इस्तेमाल इस धारणा को दूर करने में मदद कर सकता है।

किसी और से हासिल किए गए चित्र

मीडिया इकाइयां, आमतौर पर, अपने लेखों में इस्तेमाल किए जाने वाले सभी चित्रों को खुद से खींचना या बनाना पसंद करती है। लेकिन, पैसे और समय की सीमाओं के कारण, वे कई बार दूसरों द्वारा खींची गई तस्वीरों या बनाए गए चित्रों का इस्तेमाल भी करते हैं।

किसी और के द्वारा उपलब्ध कराए गए चित्रों का इस्तेमाल करने पर इसके लिए उन्हें श्रेय देना बहुत ज़रूरी है। आपके द्वारा विश्लेषण के लिए चुने गए लेखों में अगर किसी और द्वारा बनाए गए चित्रों का इस्तेमाल किया गया है, तो देखें कि क्या इसके लिए प्रभावशाली विमर्श के समर्थक को तो श्रेय नहीं दिया गया है? सोचें कि आप मीडिया के साथ अपनी प्रचार-प्रसार सामग्री या अपने नज़रिए से बनाए गए चित्र साझा करके, किस तरह तोड़-मरोड़कर पेश किए गए संदेशों का मुकाबला कर सकते हैं।

उदाहरण के तौर पर, किसी मुद्दे से प्रभावित होने वाले या उसके खिलाफ प्रदर्शन करने वाले लोगों की तस्वीरें मीडिया के साथ साझा की जा सकती हैं। अगर आप मीडिया को इस तरह की तस्वीरें भेजें तो ध्यान रखें कि यह अच्छी क्वालिटी की हों और वे आपके मुख्य संदेश को दर्शाती हों। क्योंकि पत्रकारों के पास बंद दरवाज़ों के पीछे होने वाली राजनीतिक बैठकों पर रिपोर्ट लिखते समय पत्रकारों के पास चित्र के रूप में दिखाने के लिए ज़्यादा कुछ नहीं होता है, इसलिए इनके दौरान होने वाले प्रदर्शनों की तस्वीरों को उनके साथ साझा करके इस कमी को भी पूरा किया जा सकता है और अपने संदेश को बहुत ही असरदार तरीके से लोगों तक पहुंचाया जा सकता है।

घ. लेख का संदेश

किसी भी मुद्दे के बारे में रिपोर्ट करते समय संतुलन बनाए रखना पत्रकारों की नैतिक ज़िम्मेदारी होती है, लेकिन, जाने-अनजाने में, वे अपने लेखों में संदेशों को इस तरह प्रस्तुत कर बैठते हैं जो प्रभावशाली विमर्श को ही आगे बढ़ाता है।

1 हर लेख के मुख्य संदेश की पहचान करें और उनकी सूची बनाएं।
2 क्या लेख में मुद्दे से जुड़े दोनों "पक्षों" के तर्कों को निष्पक्ष और संतुलित रूप से शामिल किया गया है? क्या सभी नज़रियों को बराबर जगह दी गई है?
3 इस सूची के संदेशों की तुलना आपके आंदोलन या संगठन के प्रमुख संदेशों से करके देखें कि आपके संदेशों को मीडिया रिपोर्टों में कितनी जगह दी गई है? अगर आपके संदेशों को अच्छी जगह दी गई है, तो यह नोट करें कि उन्हें मीडिया द्वारा किस तरह और कब रिपोर्ट किया जाता है। क्या उन्हें इस तरीके से पेश किया जाता है जो आपके अभियान में मदद करे या उन्हें हाशिए की आवाज़ की तरह प्रस्तुत किया जाता है (ताकि पत्रकार "दोनों पक्षों" की बात रिपोर्ट करने की खानापूर्ति कर सके)। यही विश्लेषण अब प्रभावशाली विमर्श के संदेशों के लिए करें और फिर दोनों की तुलना करें।

च. संदेशवाहक

किसी समाचार रिपोर्ट में किसके कथन को शामिल किया जाता है, किसे कोट (उद्धृत) किया जाता है, यह सब तय करता है कि जनता उस मुद्दे के बारे में क्या सोच बनाती है।

1 सूची बनाकर देखें कि किन समूहों के कथनों को ज़्यादा जगह दी गई है, या बार-बार कोट किया गया है। यह भी कि हर समूह के कितने लोगों को कोट किया गया है। इसके आधार पर एक चार्ट बनाकर, उसकी मदद से विश्लेषण करें कि कुछ समूहों को बाकी के मुकाबले क्यों ज़्यादा जगह दी गई है।
2 जांच करें कि समाचार रिपोर्ट में शामिल किए गए कथनों में कौन-कौन से कथन मुद्दे से जुड़े किन तर्कों का समर्थन करते हैं और फिर आंकलन करें कि इन लेखों में विभिन्न तर्कों या राय को संतुलित रूप से प्रस्तुत किया गया है या नहीं।

3 यह भी नोट करें कि आपके संगठन या आंदोलन के प्रतिनिधि के रूप में किसे और कितनी बार कोट किया गया है।

नीति-निर्माताओं और अकादमिक विशेषज्ञों का समर्थन करने वाले कथनों पर ख़ास ध्यान दें। जिन लोगों के कथन को लेख में कोट किया गया हो, ऑनलाइन जाकर उनके बारे में जानकारी इकट्ठी करें। मालूम करें कि वे किसके लिए काम करते हैं, कौन उनके काम में पैसा लगा रहा है, और उस संस्था या व्यक्ति के उद्देश्य क्या हैं। ध्यान रखें कि बड़ी-बड़ी कॉरपोरेट कंपनियां अक्सर अपने प्रचार-प्रसार की ज़िम्मेदारी जनसंपर्क (पब्लिक रिलेशन्स) एजेंसियों को सौंपती हैं। अगर आप इन एजेंसियों के बारे में मालूम कर सकें, तो आप जिस "मशीन" के खिलाफ संघर्ष कर रहे हैं, उसकी और उससे जुड़े लोगों और सत्ता समीकरणों की वास्तविक तस्वीर थोड़ी साफ़ होने लगेगी।

कुछ कॉरपोरेट कंपनियों ने तो विवादास्पद मुद्दों (जैसे जीएमओ) पर मीडिया में लिखे जाने वाले लेखों और टिप्पणियों के विश्लेषण में निवेश करना भी शुरू कर दिया है। इस तरह के निवेश से जुड़ी जानकारी अक्सर गोपनीय होती है, लेकिन ऑनलाइन जाकर कुछ देर खोजने से महत्वपूर्ण जानकारी हासिल की जा सकती है। उदाहरण के तौर पर, वेलकम ट्रस्ट सामाजिक बहस के केंद्र में रहने वाले वैज्ञानिक मुद्दों से जुड़े इस ब्लॉग को आर्थिक मदद देता है। हालांकि इन्हें मुख्यधारा के प्रभावशाली विमर्श के समर्थकों द्वारा ही पैसा दिया जाता है, लेकिन फिर भी जवाबी विमर्श तैयार करने के लिए इस जानकारी की मदद ली जा सकती है।

कदम 4 -
निष्कर्ष निकालना

अनुमानित समय: 1.5 दिन

निष्कर्ष

कुछ समय ले कर अपने निष्कर्षों का आंकलन करें और देखें कि ऊपर चुनी गई श्रेणियों के आधार पर क्या कोई रुझान या पैटर्न दिखाई दे रहा है या नहीं। अगर आपने अलग-अलग घटनाओं से जुड़े लेख चुनें हैं (जैसे, ऐसे विभिन्न राजनीतिक बैठकों से जुड़े लेख जिनमें कुछ महत्वपूर्ण फैसले लिए जाने हों) तो आप रिपोर्ट करने के तरीके में या एकतरफा रिपोर्टिंग के स्तर में होने वाले बदलावों को देख सकते हैं।

आमतौर पर, जब किसी उभरते मुद्दे या किसी नई टेक्नोलॉजी पर सामाजिक बहस ज़ोर पकड़ने लगती है, तो मीडिया में इन मुद्दों की ज़्यादा गहरी पड़ताल की जाती है। इसी तरह, जब मुद्दा राजनीतिक तूल पकड़ लेता है, तो इसमें मीडिया की रुचि भी बढ़ जाती है, और तब पत्रकार लगातार मुद्दे से जुड़ी नई कहानियों की तलाश में रहते हैं। संगठनों और आंदोलनों के लिए हस्तक्षेप करने और विमर्श को अपनी ओर मोड़ने का यह अच्छा मौका होता है, क्योंकि अब पत्रकार वैकल्पिक दृष्टिकोण सुनने के लिए - और नए नज़रिए से या नए “सुराग” के आधार पर मुद्दे की जांच करने के लिए ज़्यादा तैयार रहते हैं।

उन मीडिया इकाइयों और/या विशेष पत्रकारों की सूची बनाइए जिनका नज़रिए आपके नज़रिए के ज़्यादा नज़दीक हो, और उनकी सूची भी जिनका नज़रिया आपसे बहुत दूर हो। ध्यान रहे कि मीडिया के एकतरफा रवैये के पीछे कई कारण हो सकते हैं: हो सकता है कि समय की कमी की वजह से पत्रकार ने अपने लेख के लिए बहुत ज़्यादा गहरी पड़ताल नहीं की हो, या लेख जिस जानकारी के आधार पर लिखा गया है वो प्रभावशाली विमर्श के समर्थकों ने उन्हें दी हो। हो सकता है कि कुछ पत्रकारों के साथ आमने-सामने बात करने से या पत्रिका गोष्ठी आयोजित करने से कहानी का रुख बदलने में मदद मिले।
अपने प्रचार का मूल्यांकन करना

आपके द्वारा मीडिया में किए गए प्रचार-प्रसार का मूल्यांकन करें और देखें कि क्या आपके मुख्य संदेश और आपकी भाषा आपके प्रति आख्यान को आगे बढ़ाने में मदद करती है या प्रमुख आख्यान को और मजबूत करती है। जैसे:

एकतरफापन

आपकी प्रचार-प्रसार सामग्री में मुद्दे को इस तरह पेश किया जाना चाहिए ताकि मीडिया की रिपोर्टिंग में मौजूद एकतरफापन का मुकाबला किया जा सके। इस बात का ध्यान रखें कि आपका जवाबी विमर्श जाने-अनजाने में प्रभावशाली विमर्श के सिद्धांतों की पुष्टि न करे - अपनी कहानी को अपनी शर्तों पर और अपनी भाषा में कहें।

कथन

क्या आपके "प्रवक्ता" के कथनों में ऐसा कोई बदलाव किया जा सकता है जिसके ज़रिए नज़रअंदाज़ किए जाने वाले या तोड़-मरोड़ कर पेश किए जाने वाले नज़रियों को बेहतर और ज़्यादा असरदार तरीके से प्रस्तुत किया जा सके। आपके कथन के लहजे पर विशेष ध्यान दें। उन मूल्यों के बारे में सोचें जिनपर आपका आंदोलन ज़ोर देना चाहता है, जैसे "विश्वास", "सच्चाई", इत्यादि। आपके हर कथन से पाठकों को आपके मूल्यों के बारे में स्पष्ट संदेश जाना चाहिए। हालांकि जज़्बात अपने-आप में बहुत प्रभावी होते हैं, लेकिन हमें यह भी ध्यान में रखना चाहिए कि बहुत से पाठक इस मुद्दे के बारे शायद आपके जितना जज़्बा नहीं रखते हैं। इसलिए जज़्बाती भाषा का सावधानी से इस्तेमाल करें, ताकि ऐसा न हो कि इन जज़्बातों में आपके मुख्य संदेश और मूल्य कहीं खो जाएं।

भाषा

क्या कोई ऐसी तस्वीरें, या शब्द या लहजा है जिसे इस्तेमाल करने से आपको बचना चाहिए? या क्या कोई ऐसे शब्द या वाक्यांश हैं जिन्हें आपको और ज़्यादा इस्तेमाल करना चाहिए? उदाहरण के तौर पर, कुछ शब्दों का मीडिया द्वारा सही इस्तेमाल नहीं किया जाता है। किसी टेक्नोलॉजी या मुद्दे के समर्थकों द्वारा कई बार कुछ विशेष शब्दों के इस्तेमाल को बढ़ावा दिया जाता है। कई बार वे किसी टेक्नोलॉजी की ज़रूरत पर ज़ोर देने के लिए जज़्बातों से भरी भाषा का इस्तेमाल करते हैं, या इसका

विरोध करने वालों के लिए नकारात्मक शब्दों का इस्तेमाल करते हैं। क्या उन्हीं की भाषा का आपके प्रचार-प्रसार में उस टेक्नोलॉजी के हानिकारक पहलुओं पर ज़ोर देने के लिए किया जा सकता है।

कहानी कहने का अंदाज़

तोड़-मरोड़कर पेश किए गए तर्कों का मुकाबला करने के लिए अपनी कहानी को अलग अंदाज़ से कहने की कोशिश करें, जैसे चुने गए उदाहरणों के माध्यम से। ऐसा एक उदहारण है, कोविड-19 के दौरान स्थानीय समुदायों के लिए खाद्य सुरक्षा सुनिश्चित करने वाले अफ्रीका के छोटे और सीमान्त किसान। इसके ज़रिए "भुखमरी दूर करने के लिए टेक्नॉलजी की ज़रुरत" के उस विमर्श की हवा निकाली जा सकती है, जिसके बिनाह पर बाहर की टेक्नोलॉजी को अक्सर अनिवार्य बताया जाता है। इस कहानी को कुछ अंतरराष्ट्रीय सहायता एजेंसियों द्वारा इसलिए अनदेखा किया जा रहा है क्योंकि उन्हें पैसा देने वालों के विमर्श में यह कहानी फिट नहीं बैठती है।

आवाज़

आमतौर पर लोग ऐसे संदेशों में ज़्यादा रूचि दिखाते हैं जो उनके पास ऐसी व्यक्तियों के ज़रिए पहुंचती हैं जिनपर वे भरोसा करते हों या जिन्हें वे अपने जैसा मानते हों। इसलिए यह ज़रूरी है कि मुद्दे की मुख्य आवाज़ वे लोग हों जो इस मुद्दे से सबसे ज़्यादा प्रभावित हैं। लेकिन अपने संदेश को अलग-अलग तरह के लोगों तक पहुंचाने के लिए, रणनीति के तौर पर, वक्ताओं के रूप में दूसरों को भी शामिल किया जा सकता है। इसमें मशहूर हस्तियों से लेकर अच्छी साख रखने वाले इस क्षेत्र से जुड़े अकादमिक दुनिया के लोग भी हो सकते हैं। अगर वे आपके उद्देश्यों से सहमत हों और अख़बारों में संपादकीय लिख कर या साक्षात्कार देकर आपके संदेश को अपना समर्थन देने के लिए तैयार हों, तो यह आंदोलन की पहुँच और प्रभाव को बढ़ाने का एक शक्तिशाली तरीका हो सकता है।

आर्थिक हित

किसी मुद्दे या नई टेक्नोलॉजी के पीछे छिपे आर्थिक या राजनीतिक हितों के बारे में प्रचार करने से अगर मदद हो, तो इसके बारे में विचार किया जा सकता है।

कदम 5 - सिफारिशें

अनुमानित समय: 1 दिन

1. उन कदमों को प्राथमिकता दें जो आपके आंदोलन के लिए सबसे ज़्यादा प्रभावी हों और जिन्हें आपके पास उपलब्ध संसाधनों की मदद से लागू किया जा सके।
2. एक योजना और उसके लिए समय-सीमा (कौनसी चीज़ कब-कब की जाएगी) तैयार करें। इनमें यह सभी कदम शामिल हो सकते हैं:
   A. आपके संदेशों और प्रचार-प्रसार सामग्री का मूल्यांकन।
   B. कुछ प्रमुख “प्रवक्ताओं” के लिए साक्षात्कार देने का प्रशिक्षण।
   C. ऐसे कुछ प्रमुख पत्रकारों के लिए प्रेस विज्ञप्ति (या आमने-सामने व्यक्तिगत बातचीत) का आयोजन, जिन्हें आपका नज़रिया समझाए जाने या सही तथ्य और आकंड़े दिए जाने पर फायदा होगा।
   D. ऐसे लोगों से बातचीत जो मुद्दे से जुड़े हुए नहीं हैं लेकिन मुद्दों के या प्रभावित समुदायों के विषय के जानकार हों और आपके संदेश को अपना समर्थन देने के लिए तैयार हों।
   E. अपने मीडिया संपर्कों की लिस्ट तैयार करना, और प्रभावशाली मीडिया इकाइयों या पत्रकारों से रिश्ता बनाकर रखना, जैसे, उनके द्वारा साक्षात्कार की मांग करने पर जल्दी जवाब देना, उन्हें नई कहानियां या मुद्दे के बारे में बुनियादी जानकारी उपलब्ध कराना। आप कुछ मौकों पर सिर्फ किसी एक भरोसेमंद पत्रकार को कोई ख़ास कहानी (एक्सक्लूसिव) लिखने के लिए भी आमंत्रित कर सकते हैं।
   F. अपने विश्लेषण के आधार पर, जिन ख़ास कार्यक्रमों में मीडिया ज़्यादा रुचि दिखाता है, उस तरह के कार्यक्रमों पर ज़्यादा ध्यान देते हुए, अपनी प्रचार-प्रसार योजना में बदलाव करना और अपने खुद के फोटोग्राफर का इंतज़ाम करना ताकि आप मीडिया को अपने कार्यक्रमों और विरोध प्रदर्शनों की अच्छी और प्रभावी तस्वीरें भेज सकें।

अपने विश्लेषण के नतीजों और अपनी सिफारिशों को उपयुक्त फॉर्मेट (जैसे पावरपॉइंट) में अपने साथियों के साथ साझा करें। आप चाहें तो अपने विश्लेषण को प्रस्तुत करने के लिए ऊपर इस्तेमाल की गई श्रेणियों का उपयोग भी कर सकते हैं।

चित्रण: पिलर एमटसिन
डिज़ाइन: टॉम जोएस
अनुवाद: सिद्धार्थ जोशी

तस्वीरों के लिए श्रेय
पृष्ठ 6, सिविल ईट्स द्वारा ली गई फोटो
पृष्ठ 24, लियनवाटते/रायटर्स द्वारा ली गई फोटो
पृष्ठ 30, एमीलियो गार्सिया द्वारा ली गई फोटो
पृष्ठ 44, डुओन्ग ट्री द्वारा ली गई फोटो
पृष्ठ 58, बन्नोन मोरिसी द्वारा ली गई फोटो

ए ग्रोइंग कल्चर और ईटीसी ग्रुप
ला विया कम्पेसिना और अलायन्स फॉर फूड सिक्योरिटी इन अफ्रीका के सहयोग के साथ