



मेरा सुझाव है हम सभी आइटम की हेडिंग एक ही रखें। कहानी अलग अलग हो। इससे ब्रांडिंग होगी। वरना दूसरा ऑप्शन भी है। इसी लाइन पर अलग अलग हेडिंग बना सकते हैं

क्योंकि हम हिंदुस्तान हैं  
यूं ही नहीं हैं हम हिंदुस्तान

ये वो देश है जिसकी दो तिहाई आबादी खेती किसानों करती है। हम इन्हें अन्नदाता कहते हैं क्योंकि ये सवा करोड़ से ज्यादा लोगों का पेट भरते हैं। अन्नदाता रूपी ये किसान प्राचीन काल से खेती किसानों कर रहे हैं और मिट्टी, पानी और मौसम की पहचान इन्हें विरासत में मिली है। इनकी यही खासियत आज भी हमारे देश में अनाज की कमी नहीं होने देती। बात चाहे अनाज उगाने की हो या फल सब्जी की, कब क्या, किसकी और कैसे बुवाई करनी है, इनसे बेहतर कोई नहीं जानता। कोई जान भी नहीं सकता। उपज बढ़ाने और खेती से आमदनी को बढ़ाने में हम केवल नई तकनीकों के जरिए उसे नई दिशा दे सकते हैं।

यही हमने भी किया। 15 वर्ष पहले पड़े सूखे से बेहाल चित्तूर के किसान रमेश नायडू को सिर्फ दिशा देने और किसानों में टेक्नोलॉजी का तड़का लगाने की जरूरत थी। बाकी काम तो उन्हें विरासत में मिले किसानों के संस्कारों ने किया। हमारे उन्नति प्रोजेक्ट की मदद से रमेश ने अल्ट्रा हाई डेनसिटी प्लांटेशन की अवधारणा को अपनाया। इसमें एक एकड़ में परंपरागत 60 पेड़ की जगह 700 तक पेड़ लगाये जा सकते हैं। यह इसलिए क्योंकि इस तकनीक में आम की कलम रोपते वक्त दो पेड़ों के बीच अंतर कम रखा जाता है और पौधा होने पर इनकी छंटाई एक खास तरीके से होती है जिससे पेड़ गोलाई में एक निश्चित आकार में तैयार होता है। नतीजा अधिक फसल, अधिक आमदनी। अब नायडू को एक एकड़ से पांच टन आम की फसल की उम्मीद है। पहले वो सिर्फ डेढ़ टन की फसल ले पाते थे।

कोका कोला इंडिया और जैन इरीगेशन की तरफ से चलाया जा रहा उन्नति प्रोजेक्ट सिर्फ नायडू ही नहीं, अनेक किसानों की जिंदगी में बदलाव लाया है। हमारी भी यही कोशिश है कि खेती किसानों की देसी तकनीकों में मामूली फेरबदल से अगर किसान परिवारों में खुशहाली आती है तो हम इसका प्रयास क्यों न करते रहें। हम हिंदुस्तान यूं ही तो नहीं है?

