

डीजे मलावी में वीडियो दिखाते हैं

प्रभाव
अध्ययन
13

परिचय

प्रशिक्षण वीडियो देखने वाले किसान नए विचारों को समझते हैं, रचनात्मक रूप से उन्हें अनुकूलित करते हैं और अपनी पैदावार में सुधार करते हैं। फिर भी उन सभी किसानों के हाथों में जिनकी उन्हें जरूरत है वीडियो पाने के तरीके खोजे जाने चाहिए। कुछ परियोजनाएं वीडियो वितरित करने में मदद करती हैं, लेकिन अधिकांश किसान किन्हीं भी विस्तार कार्यकर्ताओं, परियोजनाओं या गैर-सरकारी संगठनों के संपर्क से परे अपने दम पर हैं।

हर छोटे शहर में डीजे

2013 में, द पॉलीटेक्निक (मलावी विश्वविद्यालय) के एक मीडिया विशेषज्ञ रोनाल्ड के. उवेदी ने देखा कि लगभग रात भर, बिना किसी बाहरी प्रोत्साहन के, युवा पुरुषों (और कुछ महिलाओं) ने मलावी के प्रत्येक बाजार शहर में छोटे डिजिटल मनोरंजन व्यवसाय शुरू किए थे। इन युवाओं ने खुद को "डीजे" कहा और उन्होंने डीवीडी खरीदी या कारोबार किया, अपने कंप्यूटरों पर फिल्मों और संगीत वीडियो कॉपी की और फिर छोटे शहरों और गांवों में रहने वाले लोगों के फोन (स्मार्ट किस्म नहीं) पर वीडियो स्थापित किए। बाजार के लिए शहर जाने वाले किसान अपने फोन पर कुछ फिल्मों को लोड करने के लिए खर्चा कर सकते हैं, बाद में दोस्तों और परिवार के साथ घर पर देख सकते हैं। सेल फोन खरीदने वाले किसानों को अचानक पता चला कि उनके पास एक लघु गृह मनोरंजन प्रणाली भी थी।



कुछ डीवीडी और एक नए व्यावसायिक कोण के बारे में सुझाव के साथ, डीजे प्रशिक्षण वीडियो वितरित करेंगे

डीजे ने किसान शिक्षण वीडियो वितरित किए

2015 में, एक्सेस एग्रीकल्चर ने यह देखने के लिए कि क्या डीजे किसानों के साथ वीडियो कृषि प्रशिक्षण साझा करेंगे एक परीक्षण का समर्थन किया, इस अनुमान के साथ कि यदि विचार काम करता है, तो डीवीडी वितरित की जा सकती है पूरे अफ्रीका में अनौपचारिक मनोरंजन डीलरों के माध्यम से। उदिदी ने 3 डीवीडी राइस एडवाइस, फाइटिंग स्ट्राइगा और मिर्च की अंग्रेजी और मलावी की कई भाषाओं में (चिचेवा, याओ और सेना) प्रतियां बनाईं। उन्होंने दक्षिणी मलावी में 95 डीजे को ये डीवीडी दी और उन्हें प्रोत्साहित किया कि किसानों के साथ साझा करने के लिए शिक्षण वीडियो की प्रतियां बनाएं।

2016 में एक अध्ययन में पाया गया कि कुछ डीजे स्कूल वापस चले गए थे, या कहीं और नौकरी ली थी, लेकिन अध्ययन दल ने 56 डीजे को खोजने में सफल हुआ, और जाना कि उनमें से 27 ने डीवीडी की नई प्रतियां बनाई थीं और 36 ने ग्राहकों के सेल फोन पर वीडियो कॉपी किए। सभी डीजे ने किसी तरह वीडियो वितरित किया। कम से कम 28 डीजे (50%) वीडियो बेचे। दूसरों ने फिल्मों को खरीदने वाले ग्राहकों को कृषि वीडियो को मुफ्त में दिये। कुछ डीजे ने पाया कि वीडियो देहात के नए ग्राहकों, गंभीर किसान परिवार के वृद्ध पुरुषों, को आकर्षित करते हैं। डीजे अनुमानित 2100 लोगों तक सीधे पहुंच गए और शायद 21,000 तक अप्रत्यक्ष रूप से।

सभी डीजे अपने परीक्षण के अनुभव से खुश थे। उनकी एकमात्र शिकायत यह थी कि उन्हें अधिक डीवीडी नहीं मिली थीं। वे हर महीने एक नई डीवीडी प्राप्त करना पसंद करते थे, अपने ग्राहकों के साथ ताज़े शीर्षक साझा करने के लिए।

यह प्रभाव अध्ययन स्विस् एजेंसी फॉर डेवलपमेंट एंड कोऑपरेशन (एसडीसी) द्वारा समर्थित था।

Contact: Jeffery Bentley jeff@agroinsight.com

Bentley, Jeffery, Paul Van Mele, and Ronald Kondwani Udedi 2014 Digital information flows in Malawi. Copy available from senior author.

Bentley, Jeffery W., Ronald Kondwani Udedi, and Paul Van Mele 2016 Malawi DJs Distribute Videos to Farmers. Access Agriculture.

[Read the study.](#)

AGRO
insight
communicating agriculture

AccessAgriculture

Summary &
photo by
Jeff Bentley