

मिल मालिक वीडियो वितरित करते हैं और दिखाते हैं

प्रभाव
अध्ययन

8

राइस एडवाइस

अनाज कीमतों में बढ़ोतरी के बाद 2008 में चावल युगांडा का सफेद सोना बन गया था 2008, संयोग था कि एक जीवाणु-रोग ने पारंपरिक प्रधान फसल केला को नष्ट कर दिया। युगांडा के लोग पहले से अधिक चावल खाने लगे थे और कीमतें अधिक थीं। तो ऐसा लगा कि युगांडा के किसानों को पहले से ही बांग्लादेश, बेनिन, माली और बुर्किना फासो में फिल्माई गई 11 "राइस एडवाइस" वीडियो दिखाने के लिए एक आदर्श समय है। 2011 में, एक्सेस एग्रीकल्चर ने एक डीवीडी की 7,500 प्रतिलिपि अंग्रेजी, फ्रेंच, स्वाहिली और युगांडा की पाँच प्रमुख भाषाओं में वितरण का समन्वय किया।



जिन किसानों ने वीडियो देखा
उन्होंने अधिक चावल पैदा किया

अच्छा वितरण और गलत

सत्रह संगठनों ने डीवीडी प्राप्त की, लेकिन उनसे अनुरोध के बाद ही। बड़े संगठनों, सार्वजनिक क्षेत्र और किसान संगठनों के सर्वसमावेशी समूहों सहित बड़े संगठनों ने बस बैठकों और सम्मेलनों में डिस्क को बांट दिया और डीवीडी को जमीनी स्तर के कर्मियों के हाथ में व्यवस्थित रूप से लाने के लिए बहुत कम प्रयास किया। लेकिन जब इन अगली पंक्ति के विस्तारकर्ताओं को एक प्रति मिली, तो उन्होंने वीडियो दिखाए और किसानों के साथ चर्चा की।

अंतरराष्ट्रीय एनजीओ ने अपने फील्ड स्टाफ को डीवीडी भेजने का बेहतर काम किया, जो वीडियो का उपयोग करने के लिए सक्षम थे, लेकिन निजी क्षेत्र वास्तव में सजग था। मिल मालिकों ने मिल में चावल लाने वाले किसानों को दिखाया, क्योंकि मिल मालिकों ने जल्द ही महसूस किया कि जिन किसानों ने वीडियो देखा वो मिल के लिए अधिक चावल का उत्पादन कर रहे थे। मिल मालिकों ने पहले समूह उपयोग के बाद अधिक डीवीडी का अनुरोध करना शुरू किया। आदान (रसायन और बीज) वितरकों ने शायद ही कभी वीडियो दिखाए, लेकिन चावल बीज खरीदने वाले किसानों को डीवीडी की प्रतियां दी।

किसानों ने क्या सोचा

जिन किसानों ने वीडियो देखा, वे उनको पसंद करते थे, चाहे उन्होंने अकेले, किसान संगठन या एक विस्तारकर्ताओं के साथ कार्यक्रमों को देखा हो। आमतौर पर संगठित किसानों ने दूसरों को वीडियो दिखाने के तरीके पा लिये थे। एक रचनात्मक व्यक्ति ने शाम को अपने सामने के बगीचे में टीवी रख लिया और अपने पड़ोसियों को रुकने और देखने के लिए प्रोत्साहित किया।

किसानों ने नए विचारों को अपनाया, जैसे कि चावल रोपाई, भूमि समतलन, वरक उपयोग आदि। कुछ लोगों ने दावा किया कि उत्पादन लागत में बहुत कम वृद्धि के साथ तकनीकों ने उनकी पैदावार को दोगुना करने में मदद की। किसानों ने अन्य वीडियो की मांग की, विशेष रूप से पक्षी डराने पर। युगांडा के लोग अन्य देशों में अपने जैसे किसान परिवार को देखकर आनंदित होते थे।

इसलिए वीडियो नई, उपयोगी जानकारी के साथ किसानों की मदद करते हैं। जो वीडियो वितरित करते हैं उन संगठनों को ध्यान से चुने जाने की आवश्यकता है, और बड़े संगठनों को अपनी डीवीडी का वितरण योजना बनाने में कुछ विशेषज्ञ सहायता की आवश्यकता हो सकती है।

यह प्रभाव अध्ययन यूएसएआईडी और एमईएस संघटन द्वारा उदारतापूर्वक समर्थित थी।

Contact: Paul Van Mele paul@agroinsight.com

TO CITE THE ARTICLE:

Bentley, Jeffery, Van Mele, Paul, & Grace Musimami 2013 The Mud on Their Legs – Farmer to Farmer Videos in Uganda. MEAS Case Study # 3. Michigan State University



Summary and
photo by
Jeff Bentley