

हाथ में एक वीडियो अधिक मूल्य का है

प्रभाव
अध्ययन

10

स्वयंसेवक सामूहिक अपील के साथ एक वीडियो दिखाते हैं

2012 में, CIMMYT ने एग्रो-इनसाइट से कहा कि मिट्टी, पानी और श्रम को संरक्षित करने वाली दो छोटी जुताई मशीनों पर एक वीडियो बनाएं। वीडियो ने किसानों को रुचि पैदा करने कोशिश की, उन्हें सिखाने के लिए नहीं कि उपकरणों का उपयोग कैसे करें।

CIMMYT ने बांग्लादेश में 482 समुदायों में वीडियो दिखाने के लिए एक गैर सरकारी संगठन, AAS को अनुबंधित किया। 112,000 लोगों ने बड़ी, खुली जगह पर प्रसारण में भाग लिया। AAS ने 530 से अधिक सामुदायिक स्वयंसेवकों को 1439 डीवीडी भी दीं, जो फिर से वीडियो दिखाने के लिए सहमत हुए।



चाय की दुकान में प्रशिक्षण में वीडियो देखते हुए

इसे किसने दिखाया?

227 स्वयंसेवकों के एक फोन सर्वेक्षण में पाया गया कि 58% ने अपने कार्यालय या दुकान में वीडियो की स्क्रीनिंग की, 27% ने इसे अपने गांव में दिखाया, और 18% ने इसे घर पर परिवार और दोस्तों को दिखाया। लगभग 7% ने दूसरों को दिखाने के लिए डीवीडी दी।

प्रत्येक व्यावसायिक समूह ने वीडियो को अपने तरीके से प्रदर्शित किया। चाय स्टॉल मालिकों ने हर शाम कई रातों के लिए वीडियो दिखाया, क्योंकि उनके ग्राहक इसे देखना चाहते थे। दुकानदार, इनपुट या मशीन डीलर, और कस्टम जुताई ऑपरेटर वीडियो दिखाने के लिए कम इच्छुक थे, क्योंकि वे व्यस्त थे और अक्सर डीवीडी दिखाने के लिए सुसज्जित नहीं थे। केवल कुछ एक्सटेंशन एजेंटों ने वीडियो दिखाया। यूएसआईएस (स्थानीय सरकार में एम्बेडेड उद्यमी) ने वीडियो दिखाया, क्योंकि उन्हें सामुदायिक सेवा और डीवीडी चलाने के उपकरण की समझ थी। केबल टीवी संचालकों ने वीडियो भी दिखाया। एनजीओ ने वीडियो दिखाया, लेकिन भविष्य में वे CBO (समुदाय-आधारित संगठन) को डीवीडी वितरित कर ने मदद कर सकते थे। कुछ सीबीओ ने मशीनरी का अध्ययन करने और दूसरों के साथ जानकारी साझा करने के लिए कई बार वीडियो देखा।

स्वयंसेवक वीडियो परिचारक का सारांश परिणाम

	मशीन डीलर	चाय स्टॉल	गांव दुकान	एग्रो डीलर	टिलर ऑपरेटर	केबल टीवी	Govt. Ext. एजेंट	UISC	NGOs	CBOs
सर्वेक्षण	3	29	4	9	9	6	7	19	7	12
वीडियो दिखाया	1	27	3	8	8	All 6	4	16	4	9
औसत प्रदर्शन	15	9	5	3	4	6	3	3	13	7
औसत दर्शक	100	50	100	75	65	?	250	140	130	180
महिला दर्शक	0	कम	5	कुछ	14	?	85	20	80	50

निष्कर्ष

कुछ लोग डीवीडी वितरित करने में बेहतर हैं, और अन्य स्क्रीनिंग में। वास्तविक प्रभाव के लिए एक अच्छी वितरण रणनीति की आवश्यकता है। जब किसानों के हाथ में डीवीडी होती है तो वे सामग्री का अध्ययन करने के लिए एक से अधिक बार वीडियो देखेंगे। लेकिन उपकरण खरीदने से पहले, वे देखना चाहते हैं कि खेत में मक्का और गेहूं कैसे उगता है।

इस प्रभाव अध्ययन को MEAS प्रोजेक्ट और USAID द्वारा उदारतापूर्वक समर्थन किया गया था।

Contact: Jeffery Bentley jeff@agroinsight.com

Bentley, Jeffery, Paul Van Mele, & Harun-ar-Rashid 2013 The Story of a video on mechanical seeders in Bangladesh "If we are convinced, we will buy it" MEAS Case Study # 6.

Harun-ar-Rashid 2014 Scaling up the video Save More, Grow More, Earn More and selected videos under CSISA-MI project. Report for Cimmyt.



AGRO insight
communicating agriculture

Summary &
photo by
Jeff Bentley