

## মালাউইতে ডিজে ভিডিও শো

ইমপ্যাক্ট  
স্টাডি

১৩

## ভূমিকা

যে-সকল কৃষক শিখন ভিডিওগুলো দেখেছে তারা নতুন ধারণা বুঝতে পেরেছে, তারা সৃজনশীলতার সাথে সেগুলো গ্রহণ করেছে এবং নিজেদের ফলন বাড়িয়েছে। তবুও সকল কৃষকের হাতে ভিডিও পৌঁছে দেওয়ার জন্য উপায় খুঁজে বের করতে হবে। কিছু প্রকল্প ভিডিওগুলো বিতরণে সহায়তা করে। তবে, যেসকল কৃষকের কোনো সম্প্রসারণকর্মী, প্রকল্প বা এনজিও-র সাথে যোগাযোগ নেই তাদের বেশিরভাগ নিজেদের ওপরই নির্ভরশীল।

## প্রতিটি ছোটো শহরে ডিজে

২০১৩ সালে রোনাল্ড কে. উদেদি নামের একজন গণমাধ্যম বিশেষজ্ঞ লক্ষ্য করেছেন যে, মালাউইয়ের প্রতিটি বাজার শহরে বাইরের কোনো উৎসাহ ছাড়াই কিছু তরুণ এবং মহিলা প্রায় রাতারাতি ছোটো আকারের ডিজিটাল বিনোদন ব্যবসায় শুরু করেছিল। এই যুবকেরা নিজেদের পরিচয় দিয়েছিল 'ডিজে' বলে। তারা ডিভিডি কিনে বা লেনদেন করে ছায়াছবি বা মিউজিক ভিডিও তাদের কম্পিউটারে কপি করে ছোটো শহরে বা গ্রামে বাস করে এমন লোকদের ফোনে (স্মার্ট ফোন নয়) ইনস্টল করে দিয়েছিল। বাজারের উদ্দেশ্যে শহরে যাওয়া কৃষকেরা ওইসব তরুণদের কাছ থেকে টাকার বিনিময়ে নিজেদের ফোনে কিছু ছায়াছবি ইনস্টল করে নিয়ে আসে। যেগুলো পরে তারা বাড়িতে বসে নিজেদের বন্ধু ও পরিবারের সদস্যদের সাথে দেখতে পারে। যেসকল কৃষক সেল ফোন কিনেছিল তারা হঠাৎ দেখে যে, তাদের ফোনে ছোটো আকারের বিনোদনের ব্যবস্থাও রয়েছে।



কিছু ভিডিওসহ নতুন ব্যবসায়ের পরামর্শ করা হচ্ছে, ডিজেরা প্রশিক্ষণ ভিডিওগুলো বিতরণ করবে

## ডিজেরা কৃষকদের শিখন ভিডিও-ও বিতরণ করেছিল

ডিজেরা কৃষকদের সাথে কৃষি-প্রশিক্ষণ ভিডিওগুলো শেয়ার করে কি না-২০১৫ সালের একটি স্টাডিতে দেখা হয়েছিল। এই ব্যবস্থা যদি কাজ করে তা হলে অনানুষ্ঠানিক বিনোদন বিক্রেতাদের মাধ্যমে সারা আফ্রিকায় ডিভিডি বিতরণ করা যেতে পারে। উদেদি ইংরেজি এবং মালাউইয়ের বেশ কয়েকটি ভাষায় তিনটি ভিডিওর কপি তৈরি করেন। তিনি এই ভিডিওর কপিগুলো দক্ষিণ মালাউইয়ের ৯৫ জন ডিজেকে দিয়েছিলেন এবং তাদের উৎসাহিত করেছিলেন কপি করে ভিডিওগুলো কৃষকদের সাথে শেয়ার করার জন্য।

২০১৬ সালের একটি স্টাডিতে দেখা যায়, ডিজেরা কেউ কেউ স্কুলে ফেরত গেছে অথবা অন্য কোথাও চাকরি নিয়েছে। তবে, স্টাডি দল ৫৬ জন ডিজেকে খুঁজে পেয়েছিল এবং জেনেছিল যে, তাদের মধ্যে ২৭ জন ডিজে ওই ডিভিডিগুলোর নতুন কপি তৈরি করেছিল এবং ৩৬টি নতুন কপি গ্রাহকদের সেল ফোনে ইনস্টল করে দিয়েছিল। সকল ডিজে কোনো উপায়ে ভিডিওগুলো বিতরণ করেছিল। অন্তত ২৮ জন ডিজে (৫০%) ভিডিও বিক্রি করেছিল। অন্যরা যেসকল গ্রাহক ছায়াছবি কিনেছিল তাদের বিনামূল্যে কৃষি-ভিডিও দিয়েছিল। কিছু ডিজে পাওয়া গেছে যারা গ্রামাঞ্চলের বয়স্ক লোকদের আকৃষ্ট করে ভিডিওগুলো নতুন গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দিয়েছিল। ডিজেরা আনুমানিক ২১০০ জনের কাছে সরাসরি এবং সম্ভবত ২১০০ জনের কাছে পরোক্ষভাবে ভিডিওগুলো পৌঁছে দিয়েছিল।

ডিজেরা তাদের পরীক্ষার অভিজ্ঞতা নিয়ে খুশি ছিল। তাদের শুধু অভিযোগ ছিল যে, তারা আরো ভিডিও কেন পায়নি। তারা প্রতিমাসে একটি নতুন ডিভিডি পেতে এবং তাদের গ্রাহকদের সাথে শেয়ার করতে পছন্দ করত।

এই কেস স্টাডিটি সুইস অ্যাজিঙ্কি ফর ডেভেলপমেন্ট (এসডিসি)-এর সহায়তায় সম্পন্ন হয়।

যোগাযোগ: জেফ বেন্টলে | [jeff@agroinsight.com](mailto: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.

[স্টাডিটি দেখুন](#)

AGRO  
insight  
communicating agriculture

AccessAgriculture

সারসংক্ষেপ ও  
ছবি : জেফ  
বেন্টলে