

Communication pour le développement rural

3.2. Le développement de supports de ComDev



Unité 3: La mise en œuvre d'une initiative de ComDev

Version textuelle

La version interactive de cette leçon est disponible gratuitement à l'adresse suivante:

<https://elearning.fao.org/>



Certains droits réservés. Ce(tte) œuvre est mise à disposition selon les termes de la licence CC BY-NC-SA 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.fr>)
© FAO, 2020

Dans cette leçon

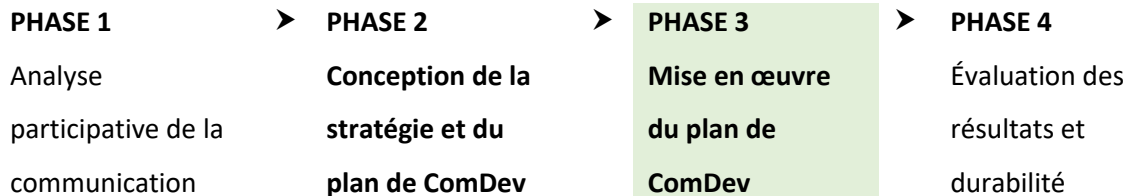
Objectifs de formation	3
Introduction	3
La participation des parties prenantes au développement des supports de ComDev.....	4
Les étapes du développement participatif des supports de ComDev	5
1. CONCEPTION DES SUPPORTS.....	5
2. PLAN DE PRODUCTION.....	8
3. PRÉ-TEST	13
4. PRODUCTION DES SUPPORTS	16
Conclusions	18
Résumé	18

Objectifs de formation

Après avoir suivi cette leçon, vous saurez:

- décrire différents niveaux de participation dans le développement des supports de ComDev ;
- illustrer les étapes de la conception et de la production de supports de ComDev efficaces et adaptés.

Introduction



ÉTAPES

1. Planification locale de la communication
- 2. Développement de supports de communication**
3. Activités participatives de ComDev

PRODUITS

Plans locaux de communication
Supports de ComDev
Activités de ComDe

Dans cette leçon, vous verrez comment impliquer les acteurs locaux comme partenaires et comment rendre la stratégie de ComDev opérationnelle grâce à une planification efficace et à la mise en œuvre d'activités de terrain. Une étape fondamentale dans la mise en œuvre du plan de ComDev consiste à **concevoir et à produire avec le plus grand soin des supports de communication**: vidéos, émissions de radio, prospectus, affiches, campagnes de médias sociaux, packs multimédia, etc.

Les personnels de projet, les techniciens locaux, les populations rurales et les spécialistes de la communication doivent tous contribuer au processus créatif.

Dans cette leçon, vous verrez comment concevoir et produire de manière participative des supports de ComDev efficaces.

La participation des parties prenantes au développement des supports de ComDev

Les **parties prenantes** peuvent être **impliquées selon diverses modalités** dans le développement des supports de ComDev. Ceux-ci peuvent être réunis pour parler du contenu et de l'utilisation des supports, ou des formats qui seraient le plus attrayants et qui fonctionneraient le mieux. Dans ce cas, les experts de la ComDev facilitent la discussion pour générer les informations nécessaires au développement des contenus, et produisent les supports de communication avec l'aide d'artistes locaux.

Les parties prenantes peuvent également contribuer directement à la génération de contenus et à la conception des supports, ou même diriger entièrement le processus de développement des supports. Dans ce cas, les experts de la ComDev se contentent de réviser les supports et d'aider à la production et à la distribution.

Exemple : Production participative d'affiches aux Philippines

Vingt **agriculteurs, mères au foyer et lycéens** à Banaue, Ifugao, ont développé et **rédigé le texte** d'une **série d'affiches** sur le système de gestion de la forêt indigène (*muyong*) qui protège les rizières en terrasse contre l'érosion et le ruissellement. Ils ont dessiné des illustrations approximatives pour les affiches. L'**affiche prototype** a été réalisée par un artiste professionnel, avec un texte traduit du dialecte local en anglais.

Le **processus de conception participative** a été perçu comme une activité d'apprentissage très engageante. Les participants ont éprouvé un sentiment de fierté en voyant leurs idées transformées en supports de communication. Une synergie entre les experts, les personnes ayant un minimum de compétences techniques et les membres de la communauté a été rendue possible grâce à la conception participative, au pré-test et à l'évaluation.

Faible participation - Des femmes agricultrices écrivent les paroles d'une chanson folk sur les revenus générés par la culture du manioc. Elles enregistrent la chanson dans une station de radio communautaire et, avec l'aide d'experts, elles distribuent leur CD audio à travers le pays pour encourager la culture du manioc chez les femmes agricultrices.

Participation élevée - Des leaders d'organisations de producteurs participent à un atelier pour développer une brochure pédagogique. À partir de leur expérience, ils décrivent les étapes de la

culture et de la gestion du riz jaune, puis dessinent des illustrations basiques et associent des textes à ces images. Les brochures sont ensuite produites par des experts.

Participation moyenne - Un groupe d'anciens issus d'un conseil de tribu est invité à une discussion facilitée sur le système autochtone de conservation de la forêt. À partir de leurs histoires, des experts de la ComDev développent un livre d'images en travaillant avec un graphiste.

Les étapes du développement participatif des supports de ComDev

- ① CONCEPTION DES SUPPORTS
- ② PLAN DE PRODUCTION
- ③ PRÉ-TEST
- ④ PRODUCTION DES SUPPORTS

1. CONCEPTION DES SUPPORTS

PRÉPARATION DES PARAMÈTRES DE CONTENU

Il faut d'abord préparer les paramètres de contenu pour chaque support de ComDev. **Passez en revue les données issues de la PRCA et la stratégie de ComDev** pour extraire les éléments suivants:

- ✓ problèmes ou besoins principaux à traiter;
- ✓ parties prenantes prioritaires et leurs caractéristiques pertinentes;
- ✓ objectifs spécifiques du support de communication;
- ✓ contenu de base.

Exemple de paramètres de contenu pour une vidéo

Problèmes principaux	Gouvernance responsable du régime foncier et reconnaissance des terres communes.
Parties prenantes principales	Communautés autochtones et agricoles détenant des droits fonciers sur les terres communes. Caractéristiques: faible niveau d'alphabétisation, pratique des langues autochtones, réticents à discuter des questions foncières sensibles du fait de conflits historiques.
Objectifs des supports de ComDev	Objectifs de connaissance: <ul style="list-style-type: none"> • Les parties prenantes de la communauté sont informées des options et des procédures existantes pour obtenir la reconnaissance légale de

	<p>leur jouissance en commun de la terre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les parties prenantes de la communauté connaissent les principes de base et les avantages d'une gouvernance responsable de la jouissance en commun de la terre. <p>Objectifs pratiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les parties prenantes dans la communauté sont en mesure d'analyser leur propre situation en matière de gouvernance et de droit foncier. • Les parties prenantes dans la communauté sont motivées pour entamer un dialogue et agir pour renforcer leur gouvernance interne et/ou réclamer des titres légaux.
Contenu de base	<p>Définition des terres communes, de la reconnaissance légale et de la bonne gouvernance. Options existantes pour obtenir des titres légaux sur des terres communes. Principes de base de la gouvernance responsable des terres. Leçons tirées des expériences d'autres communautés. Avantages à obtenir. Étapes à suivre pour demander un titre foncier sur une terre commune.</p>

CHOIX DU FORMAT DE MÉDIA

À partir des paramètres de contenu, vous devrez réfléchir au **canal et au format les plus adaptés** pour atteindre les parties prenantes et **attirer leur attention** en présentant les contenus planifiés. Lorsque vous choisissez entre différents types et formats de supports de communication, vous devez prendre en compte les caractéristiques de vos parties prenantes ainsi que les objectifs spécifiques de chaque support de ComDev, mais aussi les capacités de communication que vous allez pouvoir déployer.

Les formats les plus courants de supports de communication

Formats imprimés	Formats radio	Formats vidéo
<p>Journaux; Magazines; Bandes dessinées; Tableaux papier pré-imprimés (à utiliser comme outil visuel d'aide à la discussion) ; Livres illustrés; Livres et livrets; Prospectus et brochures; Affiches; Autocollants; Affiches et bannières</p>	<p>Spots radios; Fiction radiophonique; Interviews et talk-shows; Jingles; Annonces d'actualités; Magazines radios; Documentaires; Émissions de télé réalité</p>	<p>Clips vidéos; Documentaires; Émissions de télé réalité; Interviews; Animations; Vidéos pédagogiques</p>

**Éléments principaux à prendre en compte dans la conception de supports imprimés**

Le tableau ci-dessous montre les éléments principaux à considérer pour la production de supports imprimés.

Culture

- Référez-vous au rapport de la PRCA sur les caractéristiques culturelles des parties prenantes.
- Sélectionnez les images visuelles et le texte/les messages culturellement appropriés et pertinents à des groupes spécifiques de parties prenantes.
- Évitez les tabous.
- Créez des visuels ou des textes auxquels les parties prenantes pourront se référer et s'identifier. Si possible, choisissez un artiste issu de la communauté pour produire les illustrations.

Niveau d'éducation

- Prenez en compte le niveau d'alphabétisation verbale et visuelle des groupes de parties prenantes.
- Choisissez des visuels et des textes que les groupes de parties prenantes sont capables d'interpréter, de lire et de bien comprendre.
- Évaluez le niveau de lecture ou la lisibilité des textes dans les supports imprimés avant la production.

Niveau de langage

- Utilisez le dialecte ou la langue de la communauté ou des parties prenantes pour garantir la compréhension; autrement, le support imprimé ne sera pas accessible.

Application/utilisation technique

- Concevez le support imprimé selon sa fonction (par exemple, la formation, l'éducation, l'information, le partage, le débat, la sensibilisation, le plaidoyer, etc.).
- Examinez comment les connaissances techniques traditionnelles peuvent être communiquées par le biais de supports imprimés.

DÉVELOPPEMENT DU CONTENU

Sans perdre de vue les paramètres de contenu, l'équipe doit **développer les contenus de base** pour formuler l'idée principale, l'information ou le cours d'action proposé.

Toujours souligner les idées qui concernent directement les parties prenantes principales et les avantages qu'ils peuvent en tirer. Donnez des exemples qui peuvent générer de l'empathie et encourager les personnes à agir.

À partir de cette base, vous pouvez développer des produits plus sophistiqués suivant le type de support de ComDev (par exemple un résumé pour une brochure, un scénario de programme radio ou de vidéo).



Directives pour le développement de contenus

- ▲ **Insister sur une idée majeure** préoccupant un groupe de parties prenantes. Par exemple, que veulent-ils savoir ou discuter au sujet du problème?
- ▲ **Identifier les mots-clés** qui expriment l'idée en termes appropriés.
- ▲ **Offrir des avantages** qui répondent aux besoins du groupe de parties prenantes. Qu'est-ce qui les encouragerait à agir? Comment les avantages peuvent-ils être montrés ou prouvés? Qu'est-ce qui pourrait être une source de crédibilité?
- ▲ Ajouter des **exemples** qui peuvent aider les parties prenantes à faire preuve d'empathie.
- ▲ Développer quelques **éléments en appui, des statistiques ou des citations** appuyant le message (ce qu'on appelle «l'élaboration»).
- ▲ **Éviter tout langage ou jargon scientifique.**
- ▲ Garder le message **simple et concis.**
- ▲ Rendre le message **positif**: insister sur ce que les parties prenantes peuvent faire et non sur ce qu'elles ne peuvent pas faire.

Pour des directives détaillées indiquant comment écrire clairement et efficacement pour des supports radios et vidéos, vous pouvez vous référer à l'[Annexe 3](#), l'[Annexe 5](#) et l'[Annexe 6](#) du Guide de référence de la communication pour le développement rural.

2. PLAN DE PRODUCTION

Une fois définis le format et le contenu des supports de ComDev, vous devez réfléchir à **combien d'exemplaires** vous devrez produire, sous quels **délais** et quel en sera le **coût**.

Un plan de production vous aidera également à déterminer comment le support sera pré-testé et utilisé sur le terrain, et notamment la formation du personnel de terrain et la validation auprès des parties prenantes ciblées.

Éléments principaux à considérer dans la production radiophonique

Les supports de radiodiffusion doivent produire des images mentales marquantes dans l'esprit des auditeurs. Les facteurs-clés à considérer pour leur production portent principalement sur le son, le contenu et les animateurs.

Facteurs dans la production radiophonique	Points à considérer
Facteurs techniques	
Qualité du son	<ul style="list-style-type: none"> • Vérifiez la clarté de l'enregistrement audio. • Équilibrez le niveau de la musique. • Évitez les sifflements ou les sons inutiles. • Évitez de longs moments de silence.
Effets sonores	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisez des effets disponibles ou enregistrés comme des sons de pluie, des bris de verre, le souffle du vent, etc., afin d'ajouter au réalisme. • Utilisez des effets sonores pour établir le contexte de la scène ou situer l'histoire ou l'événement. • Choisissez des effets sonores qui attireront l'attention des auditeurs. • Évitez une trop grande utilisation d'effets sonores.
Contenu	
Type	<ul style="list-style-type: none"> • Développez un thème du programme de radio, un slogan, un logo pour établir son identité, promouvoir et renforcer les idées centrales. • Envisagez de jouer un slogan ou un jingle musical: de 30 secondes à une minute, avec des paroles et une composition significatives et mémorables. • Ajoutez de l'humour au support audio pour parer à la monotonie ou à l'ennui – mais sans en faire trop.
Qualité	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquez le principe de rester simple et direct. • La radio est en direct: une fois la conversation terminée, vous ne pouvez pas dire à l'orateur de répéter un message pour vous! • Vérifiez l'exactitude des informations: diffuser des informations erronées peut créer un impact négatif et réduire la crédibilité du support.
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> • Débutez et terminez le programme de manière dynamique pour encourager les auditeurs à écouter et les fidéliser.

	<ul style="list-style-type: none"> • Répétez les messages de différentes manières pour que les auditeurs s'en souviennent facilement. • Évitez un rythme de présentation très rapide ou très lent: cela peut réduire la clarté, l'intérêt et l'intelligibilité du message. • Assurez l'interactivité dans une émission de radio via le téléphone, SMS, jeux ou quiz radio, lettres de commentaire et d'autres mécanismes interactifs, afin d'ajouter de l'intérêt et de répondre à plus d'auditeurs.
Animateurs	
Clarté de parole	<ul style="list-style-type: none"> • Choisissez des animateurs ou des hôtes qui peuvent articuler des messages de manière claire et compréhensible. Évitez les types de voix aigus ou nasals. • Variez la voix ou les intonations pour souligner des points cruciaux ou rythmer le déroulement du programme.
Crédibilité	<ul style="list-style-type: none"> • Choisissez des animateurs avec une grande crédibilité de sorte que le message soit accepté. • Prenez en compte le profil de l'animateur – éducation, genre, familiarité avec le public, le fait d'être un membre de la communauté. •
Modèle	<ul style="list-style-type: none"> • Choisissez des animateurs respectés, connus et associés à la communauté d'auditeurs. • Recherchez des champions ou des témoignages pour promouvoir les technologies pertinentes ou les innovations dans la communauté.

Dans votre plan de production, vous devez préparer un **budget exact** en prenant en compte tous les coûts liés aux facteurs suivants:

- coût du travail de l'équipe de production (transport, logement, allocations, etc.);
- essais pilotes ou pré-tests du support prototype;
- modification ou révision du support;
- production;
- formation du personnel de terrain qui utilisera les supports;
- distribution et utilisation.

Après la modification du prototype, le coût estimé dans le plan de production est revu pour calculer le budget final.

Exemple de budget pour un jingle radiophonique

Le tableau ci-dessous donne une estimation de budget pour la production d'un jingle radio.

Unité de dépenses	Quantité	Coût unitaire	Estimation (USD)
Pistes démo	3	2 500	7 500
Arrangements	1	850	850
Musiciens	5	225	1 125
Leader	1	300	300
Chanteurs	3	400	1 200
Correction de pistes	2	200	400
Heures de studio	12	250	3 000
SOUS-TOTAL			14 375
Permis de 12 mois	1	2 000	2 000
Utilisation de 13 semaines	3	625	1 875
SOUS-TOTAL			3 875
Estimation année 1			18 250

Estimation du coût des supports imprimés

Vous devez d'abord prendre en compte le coût des activités de l'équipe de production: un chef d'équipe, un rédacteur, un illustrateur, un conseiller technique ou un spécialiste de la question traitée.

Activités de l'équipe de production	Coût approximatif
Préparation	
Visite de terrain pour recherche	
Per diem	
Essence	
Supports artistiques et photographiques	
Bureau, atelier d'artiste, téléphone	
Visites de terrain pour pré-test	
Per diem	
Essence	

TOTAL

Pour la quantité, vous devez prendre en compte les facteurs suivants: points de distribution, nombre d'utilisateurs, nombre de versions en langues différentes, nombre minimum d'exemplaires pour une impression économique.

Impression	Quantité	Coût approximatif
<ul style="list-style-type: none"> Paperboards Guide d'utilisation des paperboards Codes d'image Affiches Dépliants Livrets d'alphabétisation 		
SOUS-TOTAL ESTIMATIF		
Formation et distribution		
Formation et distribution	Quantité	Coût approximative
<ul style="list-style-type: none"> Atelier de formation des formateurs Formation locale du personnel de terrain Distribution, transport vers les zones locales Utilisation, activités 		
SOUS-TOTAL ESTIMATIF		
TOTAL		

Estimation des coûts d'une vidéo professionnelle

Pour estimer les coûts d'une vidéo professionnelle, vous devez prendre en compte les éléments suivants:

Unité de dépenses	Spécifications et quantité	Coût approximatif
Coûts de pré-production		
Repérages et autres dépenses de transport		
Location de studio		

Plateaux et construction de plateaux		
Dépenses sur place		
Location d'équipement		
Enregistrement et copies vidéos		
Coûts de l'équipe de production		
Honoraires du producteur, réalisateur et scénariste		
Honoraires des acteurs		
Assurances, permis de tournage, imprévus		
Montage en ligne ou autonome		
Annonces, publicité et promotion		
Recherche et suivi		
Supports, fournitures, divers		
TOTAL		

3. PRÉ-TEST

Avant de produire et de distribuer en masse un support, vous devez produire un **prototype pour pré-tester le support** et **obtenir** des retours et des **suggestions d'amélioration**. Vous devez pré-tester le prototype auprès d'un échantillon de 10 à 25 parties prenantes, en mesurant cinq aspects:

➡ Compréhension

Le support et son contenu sont-ils faciles à comprendre? Le langage est-il adapté? Le contenu est-il adapté à vos besoins?

Le pré-test doit mesurer la **clarté du contenu** et la manière dont il est présenté.

Un mot compliqué ou inconnu peut empêcher le public de comprendre le message. Malgré un message clair et un langage approprié, la taille de la police de caractères ou la qualité de l'audio peuvent faire une grosse différence.

➡ Attrait

Le message et le support attirent-ils l'attention? Sont-ils attrayants?

L'**attrait** des supports est **amélioré** grâce à l'utilisation de la couleur, d'illustrations, de photographies, de musique, d'effets sonores, d'images en mouvement et d'animations.

➡ Acceptabilité

Aimez-vous les supports? Les trouvez-vous crédibles?

Les recommanderiez-vous ou en parleriez-vous à des amis?

Sont-ils susceptibles d'offenser quelqu'un et comment pourraient-ils être modifiés afin d'éviter cela?

Le **contenu** et la manière dont il est communiqué doivent être **acceptables pour le public**. Si le support contient quelque chose qui est offensant, n'est pas crédible ou déclenche des désaccords parmi le public, il sera très probablement rejeté.

➡ Engagement personnel

Le support est-il adapté pour vous? Vous reconnaissez-vous dans le support / le contenu?

Les **parties prenantes** visées doivent pouvoir **s'identifier** au contenu et au support, et reconnaître qu'ils lui sont destinés. Pour s'assurer que l'auditoire perçoive que le support s'adresse bien à lui, utilisez des symboles et des graphiques qu'il comprend. Les illustrations et les personnages doivent refléter la population et son environnement.

➡ Appel à l'action

Le support vous pousse-t-il à l'action?

Le support doit **indiquer clairement le rôle des parties prenantes de la communication**. Le message doit demander, motiver ou encourager le public à effectuer une action particulière. Si le support ne concerne pas une action, cet aspect ne sera pas pré-testé.

Conseil: Directives pour pré-tester des supports de ComDev



Il n'existe pas de formule standard pour le pré-test. Chacun doit être adapté au type de support de communication à tester, aux parties prenantes ciblées, au budget disponible et aux dates d'échéance. Il est recommandé de suivre les étapes ci-dessous.

- Déterminez les objectifs et les effets attendus du support.
- Développez le matériel prototype; assurez-vous qu'il est conforme à ses objectifs.
- Sélectionnez une méthode appropriée pour la collecte de données.
- Préparez l'outil pour la collecte des données.
- Sélectionnez les participants au pré-test parmi le public visé.
- Effectuez le pré-test et collectez les données.
- Organisez les données (catégorisez les réponses aux questions ouvertes, dépouillez les réponses).
- Analysez et interprétez les données.
- Recommandez les changements au matériel prototype sur la base des résultats du pré-test.

Guide pour sélectionner les méthodes de pré-test appropriées

➡ But

Test de lisibilité -

Groupes de discussion - Obtenir des informations sur les perceptions, croyances, valeurs et modes d'apprentissage

Entretiens individuels en profondeur - Étude en profondeur des perceptions, croyances, valeurs et modes d'apprentissage

Entretiens en direct - Obtenir des réactions aux concepts et messages de plusieurs répondants sur une courte durée

Diffusion pilote - Obtenir des réactions aux concepts et messages de plusieurs répondants au même moment

Revue par les distributeurs de support - Obtenir des réactions des distributeurs de supports sur l'acceptabilité et l'utilité

➔ Supports/stratégies à pré-tester

Test de lisibilité - Dépliant, brochure, articles ou texte écrit

Groupes de discussion - Supports visuels, audios, imprimés et orientés vers l'action, messages, canaux, concepts et thèmes

Entretiens individuels en profondeur - Messages, concepts, supports visuels, audiovisuels, stratégies pour aborder les enjeux sensibles

Entretiens en direct - Messages, concepts, supports imprimés, de diffusion ou visuels

Diffusion pilote - Supports ou stratégies audios, audiovisuels ou orientés vers l'action

Revue par les distributeurs de support – Supports ou stratégies visuels, audiovisuels, imprimés

➔ Nombre idéal de répondants

Test de lisibilité – Pas applicable

Groupes de discussion - 8 à 12 par groupe ; Minimum de 4 groupes

Entretiens individuels en profondeur - 10 à 25

Entretiens en direct - 50 à 200

Diffusion pilote - 50 à 200

Revue par les distributeurs de support - 10 à 25

➔ Temps requis

Test de lisibilité - 15 min

Groupes de discussion - 4 à 8 semaines pour concevoir le plan, organiser, recruter, conduire, analyser et rédiger le rapport

Entretiens individuels en profondeur - 4 à 8 semaines pour concevoir l'enquête, organiser, recruter, conduire, analyser et rédiger le rapport

Entretiens en direct - 4 à 8 semaines pour concevoir l'enquête, la conduire, dépouiller les données et rédiger le rapport

Diffusion pilote - 4 à 8 semaines pour concevoir l'enquête, la conduire, dépouiller les données et rédiger le rapport

Revue par les distributeurs de support – 4 à 8 semaines pour concevoir l'enquête, recevoir les questionnaires auto-administrés, dépouiller les données et rédiger le rapport

➡ Ressources nécessaires

Test de lisibilité - Formule de lisibilité/Personnel formé

Groupes de discussion - Plan de discussion ; Modérateur formé ; Répondants ; Salle de réunion ; Enregistreuse ; Incitatifs

Entretiens individuels en profondeur - Enquête ou questionnaire ; Interviewer formé ; Lieu ; Enregistreuse ; Incitatifs

Entretiens en direct - Questionnaire structuré ; Interviewer formé ; Accès à un lieu central fréquenté par le public ; Stations d'entretiens

Diffusion pilote - Enquête structurée ; Interviewer formé ; Répondants ; Grande salle

Revue par les distributeurs de support – Liste des répondants éventuels ; Enquête courte et structurée

➡ Avantage

Test de lisibilité - Bon marché ; Rapide

Groupes de discussion - Plus de profondeur d'information ; Informations de plusieurs répondants en même temps[Des discussions dirigées livrent des informations utiles

Entretiens individuels en profondeur - Questions qui vont en profondeur ; Aborde les enjeux sensibles ; Adapté à des répondants à faible revenu ; Peut mesurer la compréhension

Entretiens en direct - Méthode rapide pour de grands groupes ; Technique flexible ; Analyse rapide utilisant des questions fermées

Diffusion pilote - Méthode rapide pour de grands groupes ; Technique flexible ; Méthode plus généralisable ; Analyse rapide utilisant des questions fermées

Revue par les distributeurs de support – Bon marché ; Donne des informations venant du groupe cible

➡ Inconvénient

Test de lisibilité - Ne mesure pas la compréhension du lecteur ; La plupart des modèles ne sont pas adaptés pour des lecteurs non anglophones

Groupes de discussion - Difficulté à généraliser ; Peut mener à des réponses socialement désirables

Entretiens individuels en profondeur - Chronophage à organiser, conduire et analyser ; Difficile à généraliser

Entretiens en direct - Pas adapté aux enjeux sensibles ; Doivent être des entretiens courts

Diffusion pilote - Pas adapté aux enjeux sensibles ; Peut mener à des réponses socialement désirables

Revue par les distributeurs de support - Peut mener à un faible niveau de réponses ; Pas généralisable

4. PRODUCTION DES SUPPORTS

Vous utiliserez les résultats du pré-test pour **affiner** les supports de ComDev et les rendre plus attrayants et compréhensibles pour les utilisateurs. Puis vous **transmettez les échantillons finaux des supports** et les paramètres complets à la société de production.

Par exemple, les paramètres pour des supports imprimés comprennent la police, la taille, le type de papier, les photographies, le type de finition (mat ou brillant, etc.). Pour des supports vidéos et télévisuels, les paramètres sont indiqués dans le scénario afin de guider correctement le producteur.

Le plus souvent, les supports de ComDev peuvent être autoproduits ou produits à faible coût selon les compétences, l'équipement et la disponibilité de certains contributeurs localement.

Conseils techniques pour l'autoproduction de vidéos efficaces

Facteurs dans la production vidéo	Éléments pertinents à la production
Séquences vidéos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Utilisez toujours le trépied de la caméra lors du tournage afin d'avoir des images stables. ➤ Si un trépied n'est pas disponible, tenez la caméra vidéo à deux mains pour obtenir des séquences stables. ➤ Réglez l'objectif de la caméra vidéo sur un grand angle pour capturer des images plus larges, plutôt que l'angle du téléobjectif qui limite la couverture. ➤ Si aucun trépied n'est disponible, placez la caméra sur une table ou une surface stable lorsque vous filmez un entretien long ou une démonstration. ➤ Filmez une interview à hauteur des yeux, il n'est pas recommandé d'utiliser un angle trop haut ou trop bas. ➤ Laissez un espace au-dessus de la tête ou sous le menton lorsque vous prenez des images d'un entretien en gros plan. ➤ Enlevez du cadre les objets distrayants ou les lignes à l'arrière-plan lorsque vous filmez une vidéo. ➤ Évitez un trop grand nombre de mouvements de caméra.
Son	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lorsque vous enregistrez un entretien ou une personne qui parle, utilisez un microphone unidirectionnel externe. Ce type de microphone ne captera que le son venant de la voix de la personne qui parle et éliminera les autres sons en arrière-plan. ➤ Choisissez un lieu ou un environnement qui n'est pas trop bruyant lorsque vous filmez un entretien ou des personnes en train de parler. ➤ Utilisez toujours des écouteurs lorsque vous prenez une séquence

	vidéo afin de pouvoir vérifier régulièrement la qualité de l'enregistrement sonore.
Éclairage	<ul style="list-style-type: none"> ⤴ Évitez de placer la caméra vidéo directement en face d'une source de lumière lors de l'enregistrement car il en résulterait une sous-exposition. D'ailleurs, de forts rayons de soleil peuvent endommager l'objectif. ⤴ Vérifiez toujours le moniteur LCD de la caméra pour vous assurer que l'éclairage n'est ni trop lumineux, ni trop sombre. ⤴ Évitez de trop utiliser la fonction de rétroéclairage du caméscope, car elle rend les images trop claires. ⤴ Évitez la fonction de nuit de la caméra vidéo, car elle rend les images verdâtres.

Conclusions

Le développement participatif de supports de ComDev, et en particulier la conception des contenus, est une tâche difficile. Celle-ci nécessite une **approche à la fois analytique et créative pour planifier et produire des produits de communication** qui sont correctement identifiés, compris, mémorisés et suscitent une action.

Les supports de ComDev sont développés autant que possible avec la participation de parties prenantes rurales, car ce sont ces personnes qui, au bout du compte, utiliseront les supports pour leur apprentissage et leurs actions.

Résumé

Le **développement de supports de ComDev** est un processus participatif qui **implique les parties prenantes, le personnel de projet et des experts de la communication** dans la planification, le développement, l'exécution de tests et la production de produits de ComDev (par exemple vidéo, programme de radio, brochures, affiches, médias sociaux et kits multimédias).

Ce processus de développement peut contenir **une part variable de participation**: les parties prenantes peuvent être impliquées à des discussions sur le concept des supports ou bien contribuer directement à l'exécution de ce dernier.

Pour développer des supports de ComDev, vous devez suivre les étapes suivantes:

- conception des supports;
- plan de production;

- pré-tests;
- production des supports.

En particulier, pour concevoir des supports de ComDev, vous devez commencer par préparer des paramètres de contenu et par formuler les idées de base de manière différente selon les objectifs et le type de supports sélectionnés.

Avant la production à proprement parler, vous devez établir une estimation correcte du budget et organiser des pré-tests des prototypes avec un échantillon sélectionné d'utilisateurs.