

Communication pour le développement rural

2.2. L'analyse participative de la communication rurale



Unité 2: La planification participative de la 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 PRCA	3
Les dimensions de la PRCA.....	4
1. Priorisation des problèmes de communication	4
2. Analyse des parties prenantes	10
3. Analyse des connaissances, compétences, attitudes et pratiques	11
4. Analyse des ressources de communication	12
5. Analyse des réseaux sociaux	15
L'analyse des résultats de la PRCA.....	15
Le rapport d'analyse de la communication	16
Conclusions	18
Résumé	18

Objectifs de formation

Après avoir suivi cette leçon, vous saurez:

- expliquer ce qu'est une analyse participative de la communication rurale (PRCA) et quels sont ses objectifs;
- décrire les principales étapes d'une PRCA;
- décrire la manière dont doit être structuré un rapport final complet sur l'analyse de la communication.

Introduction

PHASE 1

Analyse participative de la communication



ÉTAPES

1. Analyse de situation
2. **Analyse participative de la communication rurale**



PRODUIT

Rapport d'analyse de la communication



PHASE 2

Conception de la stratégie et du plan de ComDev



PHASE 3

Mise en œuvre du plan de ComDev



PHASE 4

Évaluation des résultats et durabilité

Pour concevoir une stratégie de ComDev qui ait du sens, il faut en premier lieu réunir des informations pertinentes au moyen d'une analyse de la communication. Après avoir mené une analyse préliminaire de la situation, vous êtes prêt(e) à effectuer une **analyse participative de la communication rurale (PRCA)**.

Dans cette leçon, nous allons voir ce qu'est une analyse de situation ainsi que les premières étapes de cette démarche.

La PRCA

Qu'est-ce que la PRCA?

L'analyse participative de la communication rurale (PRCA) est une **méthodologie de recherche permettant d'évaluer la communication** sur le terrain.

L'analyse utilise des **outils participatifs**, des techniques de visualisation, des entretiens et des sessions de groupe pour générer des informations pertinentes tout en favorisant les interactions avec les parties prenantes. La PRCA permet aux participants d'exprimer leurs idées et d'analyser leurs savoirs en utilisant leurs propres mots et leur propre langage.

En utilisant la PRCA, vous pourrez enrichir et valider les informations contextuelles rassemblées au cours de l'analyse de situation.

Pourquoi la PRCA est-elle importante?

La valeur de la PRCA réside dans l'importance d'**écouter les parties prenantes du projet** pour comprendre les différentes perceptions et répondre à leurs réels besoins en information et en communication.

La PRCA est une première étape pour engager un dialogue avec les parties prenantes visées par la communication, selon une approche du bas vers le haut de la conception et de la mise en œuvre des projets. Cette méthode aide à développer **l'appropriation et l'engagement** dans le projet.

La PRCA est essentielle pour une planification efficace de la ComDev.

Les dimensions de la PRCA

Une PRCA possède cinq dimensions:

- ① **Priorisation des problèmes de communication**
- ② **Analyse des parties prenantes**
- ③ **Analyse des connaissances, compétences, attitudes et pratiques**
- ④ **Analyse des ressources en communication**
- ⑤ **Analyse des réseaux sociaux**

1. Priorisation des problèmes de communication

L'analyse de terrain commence par une **discussion avec les parties prenantes** autour des principaux problèmes de développement et de la manière dont ces derniers se rapportent à la communication.

OUTILS ASSOCIÉS

Les groupes de discussion, l'arbre à problèmes et les systèmes de score et de classement aident les participants à exprimer leurs opinions et à identifier, évaluer et prioriser les problèmes de communication.

En profondeur :

De nombreux outils et techniques peuvent être utilisés pour effectuer la PRCA.

Arbre à problèmes	Entretien avec informateurs clés
Groupes de discussion	Cartographie sociale
Matrice de classement	Observation directe
Ligne de temps	Diagramme de Venn

Ces outils peuvent être utilisés pour: identifier et analyser les problèmes critiques, mieux connaître le groupe ou la communauté de parties prenantes, rassembler des données concernant la communication.

➡ L'arbre à problèmes**De quoi s'agit-il?**

C'est un outil visuel d'analyse qui permet de réfléchir aux causes et aux effets d'un problème, et d'identifier les rapports possibles entre ces derniers.

Comment cela marche-t-il?

On dessine un arbre dont le tronc est représenté par le problème central, les racines par ses causes et les conséquences par ses branches.

Quelle est sa fonction?

Dresser une carte des principaux problèmes qui affectent une communauté, ainsi que ses causes et effets principaux.

En remplaçant les problèmes avec les situations désirées, **l'arbre à problèmes** peut être inversé dans un **arbre à objectifs** qui servira de guide pour identifier les objectifs spécifiques de l'initiative de ComDev.

➡ Entretiens avec des informateurs clés**Qu'est-ce qu'un entretien avec un informateur clé?**

Il s'agit d'un entretien approfondi avec des individus choisis pour leurs compétences sur un sujet.

Comment fonctionne-t-il?

Un questionnaire ou un guide de discussion sert de référence pour sonder les problèmes avec la personne interrogée. Les questions sont généralement ouvertes, pour lui permettre de répondre librement.

Quelles sont ses fonctions?

Ces entretiens sont plus utiles pour la collecte de données sur des sujets très sensibles, lorsque les répondants sont répartis à l'intérieur d'une large zone, et quand la pression des pairs peut influencer la réponse d'un répondant dans un groupe.

Exemple de guide de discussion pour entretien avec un informateur clés

Objectif:

Déterminer le réseau de communication local des rizicultrices dans un village donné.

Interviewer:

_____ Date: _____

Nom et fonction de l'informateur clé:

1. Auprès de qui cherchez-vous ou recevez-vous des informations sur la culture du riz?
2. Quelles sont les informations spécifiques que vous recherchez ou recevez de ces sources?
3. Avec qui partagez-vous habituellement ces informations ou connaissances? Réfléchissez-vous beaucoup lorsque vous décidez avec qui partager ces informations et connaissances? Pour quelle raison?
4. Quels sont les problèmes que vous rencontrez en sollicitant l'information et les connaissances dont vous avez le plus besoin à propos de la culture du riz? Comment résolvez-vous ces problèmes?
5. Une fois que vous avez obtenu ces informations, comment les transmettez-vous à d'autres collègues agriculteurs? Pouvez-vous s'il vous plaît dessiner ou illustrer la circulation de ces informations?

➡ Groupe de discussion

Qu'est-ce qu'un groupe de discussion?

La technique consiste à réunir un groupe de parties prenantes pour parler d'un sujet spécifique.

Comment fonctionne-t-il?

Un animateur qualifié guide le groupe pour examiner les questions en profondeur, en partant d'un guide thématique (similaire à celui utilisé dans l'entretien avec des informateurs clés). Les groupes doivent être homogènes, avec six à dix participants.

Quelles sont ses fonctions?

Il est généralement utilisé pour stimuler la réflexion collective sur un problème clé et mieux comprendre les attitudes et comportements des participants. Il peut également être très utile

pour vérifier et obtenir davantage de détails sur des informations collectées au moyen d'autres outils de PRCA.

Exemple de guide de discussion pour groupe de discussion

Objectif:

Déterminer le réseau de communication local des rizicultrices dans un village donné.

Identifier la perception et les attitudes des agriculteurs envers les champs écoles des producteurs (CEP) et la probabilité de maintenir leur participation.

Animateur: _____ Date: _____

Participants: _____

1. Quelle est la valeur du CEP dans votre projet d'agriculture? Quels en sont les avantages pour vous?
2. Selon vous, quels sont les facteurs les plus susceptibles d'affecter votre participation à cette activité? Comment pensez-vous traiter les facteurs négatifs le cas échéant?
3. Comment pensez-vous que le CEP en place peut être amélioré pour bénéficier davantage aux agriculteurs?
4. Vous voyez-vous encore participer au CEP dans trois ans? Pour quelle raison?
5. Allez-vous recommander le CEP à d'autres agriculteurs dans votre communauté? Pour quelle raison?

➡ Cartographie sociale

Qu'est-ce que la cartographie sociale?

C'est une technique de groupe dans laquelle les participants sont libres de représenter de manière visuelle leurs connaissances et leurs informations.

Comment fonctionne-t-elle?

Un exercice de cartographie fait le lien entre des données et des lieux géographiques, en examinant par exemple les infrastructures d'un village, les médias, les services agricoles, les ressources naturelles, l'usage des terres, etc. Les participants peuvent également tracer des cartes représentant des données sociales: liens interpersonnels, flux de communication et réseaux sociaux.

Quelle est sa fonction?

Les cartes peuvent apporter un aperçu sur les connexions entre les personnes, les lieux et les organisations à travers le temps et/ou l'espace. Grâce aux cartes, des données complexes peuvent

être transformées en images facilement compréhensibles par des personnes de milieux divers, et notamment par les participants illettrés.

➡ Matrice de classement

Qu'est-ce que c'est?

C'est un outil qui permet d'établir des priorités entre divers éléments ou de distinguer les forces et les faiblesses de différentes opportunités.

Comment fonctionne-t-elle?

La matrice implique de classer divers éléments de manière objective, comme par exemple le classement des problématiques de développement ou des canaux de communication par ordre d'importance. On devrait toujours partir de quatre à huit éléments à classer. Le classement offre une occasion d'examiner les raisons qui motivent les choix des participants.

Quelle est sa fonction?

Cet outil est utilisé pour compléter d'autres formes de collecte de données et pour rassembler des informations de base menant à des questionnements plus directs. Il peut également servir à comparer les préférences et les priorités de différents groupes.

➡ Observation directe

Qu'est-ce que l'observation directe?

C'est une technique par laquelle on collecte les informations en observant le contexte étudié.

Comment marche-t-elle?

Le chercheur observe systématiquement les individus, groupes, événements, processus ou relations, et enregistre ses observations. Les résultats de l'observation directe peuvent être enregistrés en utilisant une liste de contrôle basée sur un guide d'observation qui oriente la prise de notes détaillées dans le carnet de notes de terrain.

Quelle est sa fonction?

Cet outil est utilisé pour collecter des données sociales actuelles. Elle est utile pour la validation car elle peut être utilisée pour vérifier les réponses des participants.

Il existe une autre technique similaire, l'**observation participante**. Elle consiste pour le chercheur à rester un certain temps dans une communauté afin de procéder à une étude approfondie.

➡ Ligne de temps

Qu'est-ce qu'une ligne de temps?

C'est un outil visuel qui présente les expériences des parties prenantes sur une période de temps.

Comment fonctionne-t-elle?

On demande aux participants de faire la liste des événements clés de leur histoire pour identifier des tendances passées, des problèmes ou des succès. Par exemple, des membres de la communauté peuvent être appelés à travailler sur une ligne de temps indiquant l'évolution des ressources de communication dans leur communauté. La ligne de temps peut remonter sur autant de générations que les participants sont en mesure de se rappeler.

Quelle est sa fonction?

La ligne de temps est utilisée pour mieux comprendre l'histoire d'un groupe de parties prenantes et les événements locaux, régionaux ou internationaux qui ont influé sur leur vie.

 **Diagramme de Venn****Qu'est-ce qu'un diagramme de Venn?**

C'est un outil utilisant des cercles pour illustrer comment les différentes composantes d'une institution ou d'une communauté sont liées en montrant leur importance relative.

Comment fonctionne-t-il?

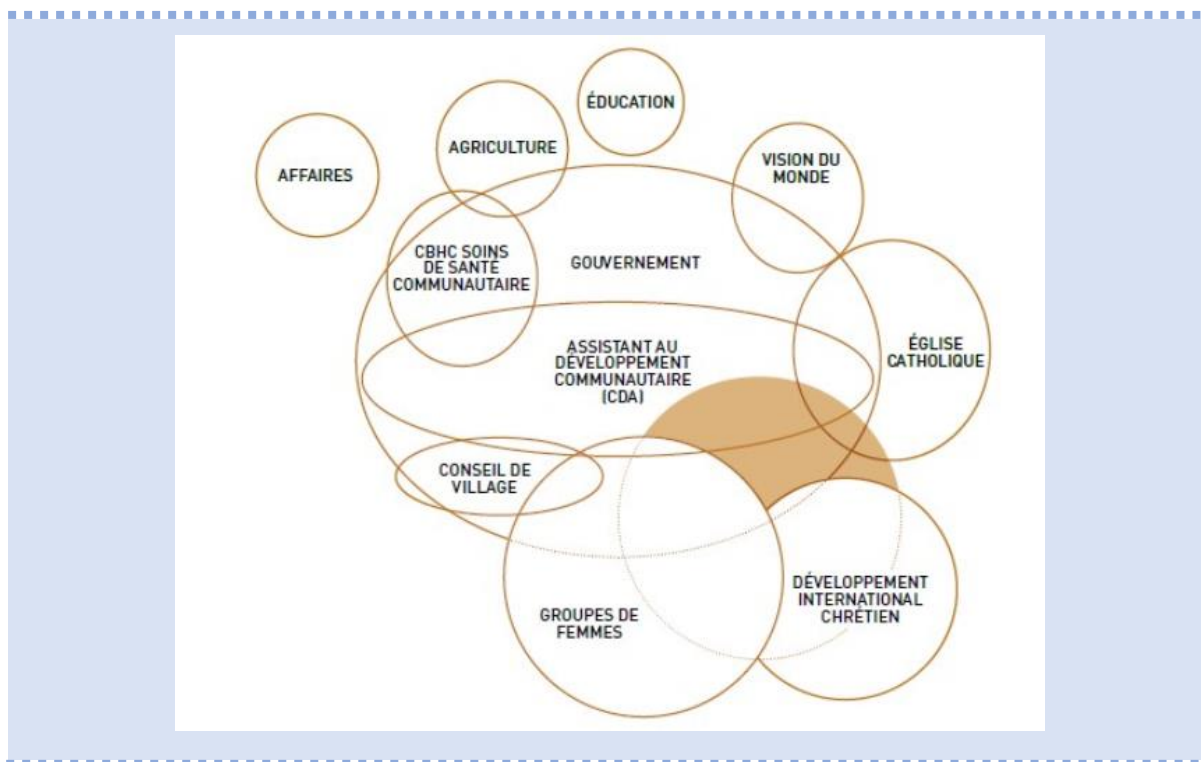
Les plus grands cercles représentent les composantes les plus importantes, tandis que les plus petits représentent les éléments moins importants. En outre, la distance entre les cercles dénote le niveau d'interaction entre les composantes. Un petit cercle dans un cercle plus large montre que l'une des composantes fait partie d'une autre. Les cercles qui se chevauchent indiquent les zones où les différentes composantes collaborent ou participent à une prise de décision conjointe.

Quelle est sa fonction?

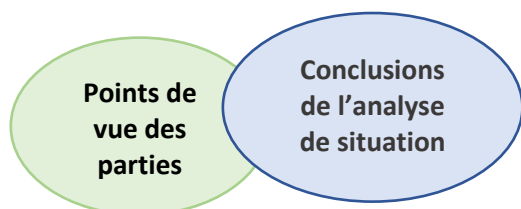
Il est très utile pour obtenir une vue d'ensemble initiale de la communauté des parties prenantes et analyser les relations sociales et les rapports de pouvoir entre les différents acteurs.

Exemple de diagramme de Venn

Diagramme de Venn des parties prenantes d'un projet de santé en Gambie



Pour **valider et prioriser** les principaux problèmes à traiter, il faut comparer les points de vue des parties prenantes avec les points d'entrée de communication qui ont été pré-identifiés au cours de l'analyse de situation, identifier des **points d'accord et de désaccord**, et produire une **synthèse** significative.



Questions prioritaires liées à la fois aux besoins de la communauté et à la mission et à la capacité du projet.

Quand vous sélectionnez et analysez les points d'entrée de communication, vous devez discuter avec les parties prenantes des **moyens les plus efficaces de traiter ces problèmes** pour formuler des objectifs de communication adaptés.

2. Analyse des parties prenantes

Par l'étude de terrain vous pouvez développer un **profil complet de la communauté** (ou du groupe de parties prenantes) **telle qu'elle est perçue par ses membres**. Dans vos interactions avec les participants de la PRCA, vous devez chercher à répondre aux questions suivantes:

- Quels sont les caractéristiques des groupes de parties prenantes d'après les descriptions des participants?
- Qui dans la région est le plus susceptible de s'intéresser à l'initiative de ComDev ou à l'influencer?
- Quels sont les groupes prioritaires à cibler et pourquoi?
- Quels sont les points de vue de ces parties prenantes prioritaires sur les problèmes de communication traités?

OUTILS ASSOCIÉS - Divers outils peuvent être utilisés pour analyser les parties prenantes: diagrammes de Venn, groupes de discussion, entretiens approfondis, jeux de rôles, etc.

La manière dont les gens perçoivent et définissent leur réalité est souvent très différente de la situation telle que la décrivent des livres écrits par des personnes extérieures.

3. Analyse des connaissances, compétences, attitudes et pratiques

Il est important d'évaluer le **niveau de connaissances, compétences, attitudes et pratiques (KSAP)** des parties prenantes en lien avec les problèmes de communication identifiés comme prioritaires.

L'analyse KSAP vous permet d'examiner:

- les perceptions et les niveaux de prise de conscience;
- les lacunes de connaissances et les besoins en information;
- les méthodes pour accomplir une tâche;
- les sentiments et croyance culturelles;
- les schémas de comportement et pratiques existantes.

Les lacunes de connaissances et les besoins en information doivent constituer une information centrale dans la formulation de la stratégie de ComDev et dans ses objectifs.

OUTILS ASSOCIÉS -L'analyse KSAP est conduite au moyen de groupes de discussion ou d'entretiens avec des informateurs clés. Une enquête KSAP peut également être conduite à partir d'un questionnaire distribué à un grand nombre de personnes.

Exemple de questions KSAP sur la production bio

Dans un projet de ComDev autour de l'intensification de la production bio pour favoriser la sécurité alimentaire, l'analyse KSAP se concentrera sur:

- Quelle est l'étendue des connaissances des agriculteurs sur l'agriculture bio?

- Comment cette forme d'agriculture est-elle perçue? Les participants lui trouvent-ils de la valeur?
- Sont-ils désireux d'en savoir plus ou de faire des expériences avec cette technique?
- Quels produits utilisent-ils normalement pour la fertilisation du sol ou le contrôle des nuisibles?
- Dans quelle mesure utilisent-ils des intrants extérieurs comme les engrais chimiques?

4. Analyse des ressources de communication

L'analyse des ressources de communication permet de comprendre **comment se transmettent les informations et les connaissances** à l'intérieur d'un groupe de parties prenantes, et entre ses membres et les personnes extérieures. Vous devez prendre en compte trois aspects:

- **disponibilité de la ressource** (cf. «Quelle est la pénétration des téléphones mobiles dans cette région?»);
- **accessibilité** par les différentes parties prenantes (par exemple, qui possède le téléphone mobile dans le foyer? Qui contrôle son utilisation? Comment les membres analphabètes d'une famille l'utilisent-ils?);
- **préférences des parties prenantes** en matière de popularité ou de fonctions spécifiques associées aux différents canaux (par exemple, les médias traditionnels peuvent être les plus appréciés des communautés, mais ils ne sont pas toujours adaptés pour discuter de questions techniques).

L'analyse des ressources de communication vous permet de déterminer les lieux, les médias et les canaux interpersonnels les plus adaptés et les plus rentables pour atteindre vos parties prenantes et dialoguer avec elles.

Investissez du temps pour identifier avec les participants les personnes clés qui ont une influence particulièrement forte sur leur comportement et analysez pourquoi. Il est important de rallier le **soutien de ces leaders d'opinion et de ces modèles** qui sont considérés comme des sources de conseils fiables, savantes et respectables. Les réunions publiques et autres lieux institutionnalisés de prise de décision peuvent également être considérés comme des ressources de communication.

OUTILS ASSOCIÉS - Les meilleurs outils pour analyser des ressources de communication sont les discussions en groupe et les entretiens. Ceux-ci peuvent être complétés par des techniques de

scores et de classement, ou par d'autres outils visuels (croquis cartographiques, diagrammes de liens, diagrammes de Venn).

Questions-clés pour analyser les ressources de communication

Ressources de communication	Questions-clés
Niveau d'éducation	<ul style="list-style-type: none"> • Qui peut lire et écrire dans la communauté? Quels sont les langues et dialectes compris et utilisés? • Qui peut faire ou comprendre des opérations d'arithmétique?
Distribution interne des ressources de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les canaux et outils de communication accessibles aux membres de la communauté? • Qui contrôle l'accès à ces canaux et outils? • Quels sont les canaux de communication préférés et pourquoi? • Quels types d'information transmettent-ils habituellement?
Sources d'information à l'intérieur de la communauté (par rapport au problème identifié)	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les sources d'information préférées et considérées comme fiables dans la communauté?
Sources d'information à l'extérieur de la communauté (par rapport au problème identifié)	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sources d'information externes peut-on utiliser pour interagir avec la communauté?
Leaders d'opinion et personnes influentes	<ul style="list-style-type: none"> • Qui sont les agents de changement à l'intérieur et à l'extérieur de la communauté? • Qui a une forte influence sur le comportement ou les connaissances, attitudes et pratiques des membres de la communauté? • Pourquoi considère-t-on ces personnes comme fiables et sources de connaissances? Sont-elles faciles d'accès?

Exemple: Analyse des ressources de communication - Programme national de reverdissement (NGP), Philippines

Ressources de communication	Priorité/Prévalence	Potentiel d'utilisation dans le projet NGP
Mass media (radio, télévision, journaux)	<p>Forte concentration de la propriété (85-90 pour cent) de la radio, de la télévision et des journaux dans le pays.</p> <p>L'exposition aux médias de masse est élevée.</p>	<p>Même si les mass media sont fortement commercialisés, les messages sur les préoccupations de développement peuvent être diffusés en tant que services d'information payants.</p> <p>Des médias appartenant à l'État peuvent également diffuser des messages sur le projet NGP gratuitement.</p>
Sources interpersonnelles (officiels du gouvernement au niveau national et autorités locales au niveau communautaire)	<p>Les fonctionnaires du gouvernement et les techniciens du DENR sont des sources d'information crédibles.</p> <p>Au niveau de la communauté, les chefs de village sont des sources prioritaires et fiables d'information.</p>	<p>Les sources interpersonnelles sont efficaces pour stimuler les débats et les processus d'apprentissage entre les groupes de parties prenantes.</p> <p>Les leaders d'opinion et les personnes influentes peuvent peser dans l'adoption d'une culture de plantation d'arbres en participant aux activités de plantation d'arbres du projet NGP.</p>
Médias sociaux (Internet, téléphone cellulaire)	<p>Le DENR a un site web consacré au projet NGP accessible à tous.</p> <p>Les points d'accès Internet se sont multipliés dans tout le pays, ce qui rend l'accès aux médias sociaux plus facile.</p> <p>La propriété de téléphones cellulaires est très élevée dans le pays. La messagerie texte est devenue très populaire.</p>	<p>Les parties prenantes, en particulier dans les zones rurales, n'ont pas toujours des connaissances en informatique ni la capacité d'accéder aux informations sur le site du projet.</p> <p>Les parties prenantes rurales peuvent être formées sur la navigation de base du site NGP.</p> <p>La messagerie texte est devenue une habitude de communication pour</p>

		presque tous les citoyens des zones urbaines et rurales. Les parties prenantes principales peuvent être rapidement jointes par SMS.
Autres pourvoyeurs de services d'information	<p>Les unités locales du DENR ont du personnel travaillant au niveau de la communauté.</p> <p>Les médias communautaires ont une forte base d'écoute au niveau local.</p> <p>Plusieurs ONG font la promotion de programmes sur la durabilité, la réduction de la pauvreté, les moyens de subsistance et la biodiversité au niveau local.</p>	<p>Les unités locales du DENR et les médias communautaires peuvent être approchés pour sensibiliser et fournir aux communautés des informations sur le projet NGP.</p> <p>Le projet NGP peut s'allier avec des ONG nationales et locales pour faciliter l'information et le partage de connaissances.</p>

5. Analyse des réseaux sociaux

L'analyse des réseaux sociaux (SNA) sert à **cartographier** et à comparer les **relations, flux et modes d'interaction** entre individus, groupes, organisations et systèmes.

En captant et en résumant les relations formelles et informelles, la SNA vous permet de comprendre qui/ce qui peut faciliter ou faire obstacle à la communication et au partage des savoirs dans un groupe ou une communauté.

OUTILS ASSOCIÉS - La SNA peut être effectuée au moyen d'outils de cartographie ou de guides pour les groupes de discussion et les entretiens. Les données collectées peuvent être analysées manuellement ou avec un logiciel spécialisé.

L'analyse des résultats de la PRCA

Après avoir effectué l'évaluation de la communication, vous devez **analyser toutes les informations** rassemblées par l'analyse de situation et la PRCA, et **valider ces dernières auprès des parties prenantes**. Pour cela, il vous faudra :

1. **Synthétiser et organiser** les résultats de l'analyse de la communication, en utilisant l'analyse de situation pour contextualiser les données collectées au cours de la PRCA sur un ou plusieurs terrains.
2. Créer des graphiques, des cartes, des tableaux et des diagrammes, et rassembler toutes les **productions visuelles** des exercices de la PRCA pour mettre en lumière les principales conclusions.
3. Examiner les **implications** de ces conclusions pour les problèmes de communication et de développement à traiter.
4. Organiser une **réunion de validation** avec des représentants des groupes de parties prenantes.
5. Préparer un **rapport final** de l'analyse de la communication pour les directeurs du projet.

Le rapport d'analyse de la communication

Une fois l'analyse validée auprès des parties prenantes, vous devez compiler un **rapport complet** sur votre analyse de la communication. Voyons maintenant comment vous pouvez structurer le contenu de ce rapport.

TABLE DES MATIÈRES

1. Remerciements

Cette section sert à remercier les personnes, groupes, organisations impliquées dans l'analyse:

- Qui a financé l'étude?
- Qui a réalisé l'étude?
- Qui a participé à l'organisation pour la conduite de l'étude?
- Qui a fourni des informations durant l'étude?

2. Résumé exécutif

Pas plus d'une page et demie. Restez concis de manière à susciter l'intérêt de vos lecteurs et à les persuader de lire le rapport en entier.

Résumez:

- le contexte de l'étude et son but;
- les principaux résultats et leur impact;
- les recommandations;
- la structure du rapport.

3. Introduction

Cette section doit présenter:

- des informations contextuelles: le sujet principal et le problème de développement, l'état d'avancement et les priorités du projet, la

zone d'intervention et les parties prenantes étudiées (en citant les sources et en incluant cartes et photos le cas échéant);

- la raison de l'étude: le but de la recherche, sa justification, ses objectifs spécifiques.

4. Méthodologie

Cette partie doit préciser:

- le lieu et la période concernés par l'étude;
- la conception de l'étude: l'échantillonnage, les participants, les méthodes de recherche, les outils et les techniques;
- les méthodes d'analyse des données;
- les problèmes pratiques ou les limites rencontrés;
- la fiabilité des résultats.

5. Présentation des résultats

Cette section est le cœur du rapport. Elle doit couvrir:

- les résultats de l'analyse de situation et de l'analyse participative de la communication rurale (conduite sur un ou plusieurs terrains);
- les implications des résultats par rapport au but de l'étude et aux problèmes de développement et de communication considérés.

Utilisez des tableaux, des graphiques, des cartes, des diagrammes, des photographies et toutes les productions visuelles des outils de PRCA accompagnés d'explications écrites pour discuter des résultats.

6. Conclusions et recommandations

Cette section est elle aussi fondamentale: il est donc important d'y réfléchir attentivement. Elle doit inclure:

- un résumé des principaux résultats et leur signification;
- les leçons apprises;
- les suggestions de suivi pour le projet ou le programme de développement;
- des suggestions en termes de communication et des intrants spécifiques pour la stratégie de communication pour le développement.

Les conclusions et recommandations doivent être présentées comme des points de départ pour la discussion.

7. Bibliographie

Listez ici toutes les sources et les supports de référence consultés et utilisés pour développer cette étude.

Conclusions

Appuyés par les données contextuelles rassemblées au cours de l'analyse de situation, les **résultats de la PRCA** vous fournissent une compréhension complète des **besoins et opportunités de communication** liés aux parties prenantes et aux problèmes concernés.

L'étude présente le profil des différents groupes de parties prenantes de la communication en examinant leur environnement et leur culture, ainsi que leurs savoirs, compétences, attitudes et pratiques. Les résultats de l'étude comprennent des **informations sur la manière dont les populations communiquent** au sein de leur communauté, leurs principales sources d'information, leurs médias préférés, ainsi que leurs modes d'interaction et d'influence sociale.

Toutes ces données constituent une **base de référence solide** pour non seulement définir votre stratégie de ComDev, mais aussi suivre et mesurer ses résultats.

Résumé

Après avoir acquis une compréhension globale du contexte du projet, vous devez effectuer une **analyse participative de la communication rurale (PRCA) sur le terrain** pour impliquer les parties prenantes, valider les informations préliminaires collectées au cours de l'analyse de situation, et examiner certains aspects en profondeur.

La PRCA est une méthode de recherche en communication qui utilise des **outils participatifs**, des techniques de visualisation, des entretiens et des sessions de groupe pour favoriser l'échange d'idées, d'informations, de points de vue et d'expériences avec les parties prenantes locales.

La valeur de la PRCA réside dans l'importance d'**écouter les parties prenantes du projet** pour comprendre leurs différentes perceptions et répondre à leurs véritables **besoins en information et en communication**.

Pour effectuer une PRCA efficace, vous devez impliquer les participants dans l'**analyse** des éléments suivants:

- **les principaux problèmes de communication** en rapport avec les besoins de la communauté et avec la mission du projet;
- **les principales parties prenantes** et leurs caractéristiques, telles qu'ils les expriment eux-mêmes;
- les niveaux de **connaissances et de compétences, les attitudes et les pratiques** en rapport avec les problèmes de communication;
- les **ressources de communication** adaptées;
- les **réseaux sociaux** et les rapports entre individus, groupes et organisations.

Après avoir mené à bien l'analyse de la communication, vous devez **analyser toutes les informations** rassemblées au cours de l'analyse de situation et de la PRCA, les **valider** avec des représentants des groupes de parties prenantes et rédiger un **rapport final complet**.