

CAPITALISATION

DOCUMENTATION SUR LES MÉDIAS FOLKLORIQUES

Capitalisation menée dans le cadre du projet d' Etude sur les outils et approches modernes de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre



AOÛT 2024



Le réseau des services de conseil agricole et rural d'Afrique de l'ouest et du centre (RESCAR-AOC) est une plateforme multi acteurs intervenant dans le conseil agricole et rural en Afrique de l'ouest et du centre. Il est membre du forum africain des services de conseil agricoles (AFAAS) et du forum mondial des services de conseil rural (GFRAS).

Créé en 2010, et dont le Secrétariat Exécutif se trouve à Ouagadougou, au Burkina-Faso, le RESCAR-AOC a pour principal objectif de contribuer à améliorer les conditions de vie des agropasteurs en Afrique et dans le monde.

<https://rescar.org/>



Le Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles (CORAF) est une organisation sous-régionale composée des systèmes nationaux de recherche agricole de vingt-trois pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, est chargé de coordonner la mise en œuvre des politiques sous-régionales de recherche agricole telles que définies par les gouvernements.

Créé en 1987 et dont le Secrétariat Exécutif se trouve à Dakar, au Sénégal, le CORAF a pour principal objectif d'améliorer les conditions de vie en Afrique de l'Ouest et du Centre, en favorisant l'augmentation durable de la production et de la productivité agricoles et en promouvant la compétitivité et les marchés.

<https://www.coraf.org/>

La présente fiche a été réalisée dans le cadre de l'étude de cartographie des méthodes et outils innovants de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Cette étude a été commanditée par le CORAF (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau des Services de Conseil Agricole et Rural d'Afrique de l'Ouest et du Centre) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre.

L'objectif global de l'étude était de constituer un répertoire descriptif des méthodes et d'outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF et du RESCAR-AOC et en dehors de ces structures dans l'ensemble des 13 pays de l'étude ont contribué à la réussite de cette activité. Que l'ensemble de ces personnes soit remercié en ces lignes pour leur contribution.

1 Présentation des médias folkloriques

La vulgarisation agricole repose sur la diffusion de nouvelles technologies et bonnes pratiques auprès des agriculteurs afin d'améliorer la productivité et la durabilité des systèmes agricoles (Rogers, 1995). Dans ce cadre, les médias folkloriques jouent un rôle clé en facilitant la transmission d'informations en s'appuyant sur la culture et les traditions des communautés rurales. Ils désignent donc l'ensemble des moyens de communication traditionnels et culturels utilisés pour transmettre des connaissances et innovations agricoles aux agriculteurs. Les médias folkloriques incluent les contes, chansons, danses, théâtres populaires, proverbes, et autres formes d'expression orale et artistique propres à une communauté. La particularité des médias folkloriques réside dans leur capacité à engager activement les populations locales dans le processus de communication et d'apprentissage, ce qui favorise leur efficacité (Anyaeibunam et al., 2004). Ils contribuent ainsi une meilleure adoption des innovations agricoles en intégrant les savoirs traditionnels et les valeurs locales.

2 Brève description des types de bénéficiaires accompagnés avec les médias folkloriques

Les médias folkloriques sont utilisés pour accompagner toutes les catégories de producteurs, hommes, femmes, jeunes et personnes vivant avec un handicap. En fonction de la thématique d'échange, les experts de ce domaine trouvent les moyens et astuces pour impliquer toute la communauté.

3 Nécessité et objectif sur les médias folkloriques

Les médias folkloriques sont utilisés dans le conseil agricole afin de faciliter l'accès des producteurs aux informations, technologies et innovations agricole à travers ces médias qui sont beaucoup utilisés par les communautés rurales. Les activités de sensibilisation à travers ces médias sont menées en langue locale. Malgré l'augmentation de l'utilisation des outils numériques, les médias folkloriques sont essentiels pour les agriculteurs ruraux en raison de leur forte affiliation culturelle. Au cours des sessions, les informations sur les services de vulgarisation et de conseil agricoles sont développées. Les objectifs visés par l'introduction des médias folkloriques dans le conseil agricole sont : sensibiliser, diffuser, éclairer et motiver l'adoption des technologies et innovations agricoles.

4 Impacts sur les médias folkloriques

L'adoption des technologies et innovation agricoles à travers les médias folkloriques ont permis l'augmentation des rendements de 80 à 90% et des revenus d'au moins 50% des agriculteurs selon les résultats des entretiens lors de la documentation sur le terrain.

5 Technologies et innovations promues à travers les médias folkloriques

Les médias folkloriques permettent de transmettre des informations agricoles de manière accessible et engageante. En effet, Simpson (2016) a montré dans son étude l'importance de l'utilisation des approches culturelles pour transmettre des informations agricoles, en s'adaptant aux contextes locaux pour une meilleure adoption des technologies. Les médias

folkloriques peuvent donc être utilisés pour diffuser les pratiques agricoles améliorées, la gestion intégrée des ravageurs, les techniques de conservation de l'eau. Ces informations peuvent être promues à travers des chansons traditionnelles, des contes et/ou pièces de théâtre (Peace Corps, 2009). L'adoption d'autres technologies a été évoquée par les acteurs lors de la documentation sur le terrain dont : les technologies améliorées de production et de transformation des produits agrosylvopastoraux ; les variétés améliorées de semences et de races animales ; etc.

6 Coûts moyens de mise en œuvre des médias folkloriques

Les coûts de mise en œuvre des médias folkloriques peuvent varier en fonction de plusieurs facteurs, notamment :

- la création de contenu : développement de scénarios, compositions musicales ou récits adaptés aux messages agricoles ;
- la formation des animateurs : préparation des artistes ou animateurs pour assurer une transmission efficace des messages ;
- la logistique : organisation des événements, déplacements vers les communautés rurales, et besoins en matériel ;
- la durée et la fréquence des interventions : nombre de sessions prévues et leur récurrence.

7 Atouts et limites des médias folkloriques

Certains atouts et limites des médias folkloriques ont été décrits dans la littérature. A cet effet on peut noter comme **atout** :

- l'accessibilité culturelle et linguistique (FAO, 2004). Les médias folkloriques utilisent des formes d'expression et des langues locales, ce qui facilite la compréhension et l'acceptation des messages par les communautés rurales ;
- la transmission orale efficace (Peace Corps, 2009 ; FAO, 2004). Les traditions orales permettent de diffuser des informations de manière mémorable, en s'appuyant sur des récits et des chansons qui peuvent être facilement retenus et partagés ;
- le renforcement de la cohésion sociale (FAO, 2004). Les événements folkloriques rassemblent les membres de la communauté, favorisant ainsi le partage des connaissances agricoles et l'adoption collective de nouvelles pratiques ;
- la valorisation des savoirs locaux (FAO, 2004). En intégrant des éléments culturels locaux, ces médias respectent et valorisent les connaissances traditionnelles, ce qui peut encourager les agriculteurs à adopter des innovations compatibles avec leurs pratiques.

Les **limites** des médias folkloriques dans la vulgarisation agricole identifiées par FAO (2004) sont la portée limitée, le manque de précision technique, l'évolution culturelle et les ressources limitées.

D'autres atouts et limites des médias folkloriques ont été identifiés lors des ateliers nationaux d'échange et d'évaluation et lors des entretiens de documentation des méthodes et outils que sont :

Atouts des médias folkloriques

- la pertinence culturelle de ces médias ;
- l'accessibilité facile de ces médias aux communautés
- la participation inclusive des communautés à ces médias, qui motive l'implication de la communauté

- la facilité de promotion des pratiques agricoles durables à travers ces médias sous forme de sensibilisation ;
- la bonne appropriation et autonomisation de la communauté sur ces médias ;
- l'adaptation facile de ces médias aux contextes et aux besoins changeants ; etc.

Limites des médias folkloriques

- la difficulté à d'atteindre un large public ;
- le temps long pour la préparation des contenus de ces médias
- l'insuffisance de ressources financières pour accompagner le processus ;
- la faiblesse de disponibilité d'interprètes qualifiés pour la traduction des messages des médias folkloriques ;
- la difficulté d'évaluation de l'impact de l'outil sur les pratiques agricoles ;
- le contenu qui peut facilement être obsolète ;
- les difficultés d'adaptation aux nouvelles technologies.

8 Conditions préalables au succès et le rôle des différents acteurs au succès des médias folkloriques

Pour le déploiement des médias folkloriques, la disponibilité de personnes ressources qualifiées et de personnels techniques dévoués est indispensable. Aussi, la disponibilité des ressources et moyens financiers pour l'usage de ces outils s'avère nécessaire. Ainsi, il est nécessaire de : (i) réaliser la formation continue et le renforcement des capacités des acteurs qui utilisent ces médias, (ii) d'utiliser des technologies modernes et avancées dans la production de médias folkloriques pour plus d'efficacité, (iii) responsabiliser les acteurs de la production des supports de communication des médias folkloriques.

Les leçons tirées de l'utilisation des médias folkloriques à retenir sont que : (i) ces médias devraient rester un outil complémentaire aux diverses méthodes et outils utilisés dans le conseil agricole ; (ii) les vulgarisateurs doivent posséder une connaissance approfondie des traditions, des coutumes et des expressions culturelles locales afin d'adapter les messages agricoles aux contextes spécifiques des communautés ; (iii) l'implication active des membres de la communauté dans la création et la diffusion des messages garantit que les informations sont pertinentes et acceptées par le public cible ; (iv) les agents de vulgarisation doivent être formés à l'utilisation des médias folkloriques et comprendre comment intégrer efficacement ces outils dans leurs stratégies de communication ; (v) les informations techniques doivent être traduites dans un langage accessible et incorporées dans des formats folkloriques tels que des chansons, des contes ou des pièces de théâtre, facilitant ainsi leur compréhension et leur mémorisation.

Bibliographie

Anyaegbunam C., Mefalopulos P., Moetsabi T., 2004. Participatory Rural Communication Appraisal: Starting with the People. FAO & SADC.

FAO, 2004. La communication pour le développement rural. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Consulté en ligne sur le site <https://www.fao.org/4/t7974f/t7974f02.htm> le 13 février 2025.

Mundy P., et Sultan J., 2001. Information Revolutions: How Information and Communication Management is Changing the Lives of Rural People. Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation (CTA).

Peace Corps, 2009. Vulgarisation agricole. 174p Téléchargeable sur <https://files.peace-corps.gov/documents/M0040Agricultural-Extension-FRENCH.pdf>

Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations. 4th edition. Free Press.

Simpson B. M., 2016. Préparer les ménages de petites exploitations agricoles à s'adapter au changement climatique. Guide de poche N°1. La pratique de la vulgarisation pour l'adaptation agricole. Catholic Relief Services : Baltimore, MD, États, 102p. Téléchargeable sur <https://www.crs.org/sites/default/files/tools-research/guide-de-poche-no-1.pdf>



Nous remercions toutes celles et ceux qui ont contribué à la réalisation de cette liste. Nous espérons qu'elle sera utile au plus grand nombre.

Réseau des Services de Conseil Agricole et rural d'Afrique de l'Ouest et du Centre

Tél: 25 40 56 86 / 05 89 57 57
E-mail: contact@rescar.org

Site web: www.rescar.org
BP: 01 BP 6630 Ouagadougou 01 Burkina-Faso

Comité de coordination de l'étude

M. OUATTARA Malamine
Dr Patrice DJAMEN
Mme Gifty GUIELLA/NARH

M. Calixte MBENG
Pr Olatunji Johnson
Pr Ismail MOUMOUNI