

12 Ce n'est pas drôle : des vidéos qui mélangent humour, théâtre et machines au Bangladesh

Timothy J. Krupnik



Les scientifiques agricoles doivent transmettre les résultats de leur recherche aux agricultures, bien qu'ils ne soient malheureusement pas toujours bien équipés pour le faire. La formation universitaire pourrait encourager les scientifiques à se concentrer sur les plus petits détails qui ne sont pas nécessairement pertinents pour les agriculteurs qui s'intéressent plutôt aux aspects pratiques des cultures. D'autre part, les agriculteurs ont de l'information et de l'expérience qui pourraient faciliter l'utilisation des innovations des scientifiques, mais peu d'agriculteurs ont un accès facile aux chercheurs.

Les agriculteurs et les scientifiques peuvent combler cette lacune en travaillant ensemble et produire des vidéos qui racontent des expériences pertinentes pour les agriculteurs, tout en présentant les résultats de la recherche. La télévision et la vidéo peuvent atteindre rapidement un plus large public.

Entre 2012 et 2014, CIMMYT et l'ONG Agricultural Advisory Society, ont collaboré pour montrer des vidéos sur l'utilisation de

petites machines agricoles pour planter le riz, le blé, le maïs et les légumes. Les vidéos avaient été filmées en format documentaire et comprenaient une narration ponctuée d'interviews d'agriculteurs.

Elles étaient conçues pour sensibiliser les agriculteurs à l'utilisation des machines, en mettant un accent particulier sur le fait que planter avec une machine peut contribuer à réduire les coûts, tout en augmentant la productivité. Le niveau de détail technique était général, servant à introduire le thème, sans expliquer comment faire fonctionner la machine. Grâce à la collaboration, les vidéos ont été montrées au bord des routes du village, dans les salons de thé et les centres communautaires. Nous avons réussi à atteindre les agriculteurs sur une grande échelle, 86 000 d'entre eux ayant regardé les vidéos durant la campagne préliminaire de quatre mois.

Durant les séances de suivi, nous avons demandé aux agriculteurs comment on pouvait rendre les vidéos plus efficaces. Ils demandaient plus de détails techniques afin de

pouvoir étudier les vidéos eux-mêmes et apprendre à faire fonctionner la machine sans formation supplémentaire. Ils ont aussi ajouté que les vidéos devraient être plus divertissantes et agréables. Plusieurs agriculteurs ont suggéré que des vidéos humoristiques et théâtrales, ayant un contenu technique, imitant les émissions de télévision de l'Asie du Sud pourraient être efficaces.

Cependant, la combinaison d'histoires fictives et de messages de formation dans les vidéos nous appelait à repenser notre approche de production de films. Au lieu d'interviewer les agriculteurs et de tisser leurs commentaires en un discours narratif, on devait élaborer des scénarios créatifs à partir de rien, tout en s'assurant du bon niveau de détail scientifique.

C'était un défi, étant donné que les chercheurs ne sont pas formés pour être les meilleurs conteurs.

Nous avons donc collaboré avec Mati-o-Manush, un programme de télévision populaire orienté vers

l'agriculture, et travaillé avec les agriculteurs, dont certains ont plupart joué comme acteurs dans les vidéos. Après avoir rencontré les agriculteurs qui utilisaient les machines, nous avons élaboré des récits et des scénarios qui étaient verbalement pré-testés, critiqués et réécrits avec l'aide des mêmes groupes d'agriculteurs. Notre objectif était d'élaborer des scénarios faisant un juste équilibre entre la narration et l'information technique pertinente. Après le filmage, les vidéos étaient visionnées par un public composé de scientifiques et d'agriculteurs, puis révisées.

Au résultat, nous avons obtenu cinq nouvelles vidéos sur la plantation, l'irrigation et le matériel de récolte, chacune filmée dans un format comique-théâtral, en utilisant à la fois des acteurs professionnels et des agriculteurs. Prenez, par ex., la vidéo sur l'utilisation du

semoir mécanique pour semis en planche sur de longues planches qui s'alternent avec des sillons pour la canalisation de l'eau d'irrigation.

Dans cette histoire, Halim est un bel homme célibataire qui cherche à se marier. Il est aussi propriétaire d'un semoir pour semis en planche et offre ses services de préparation du sol et de semis aux autres agriculteurs. Un jour, en se rendant au champ, il rencontre un aîné respecté du village du nom de Balu. Celui-ci est intrigué par la machine et décide de l'essayer en engageant Halim pour semer son champ.

Pendant le semis, Halim prend le temps de montrer chaque composant de la machine à Balu, en lui expliquant comment faire fonctionner et ajuster le semoir pour appliquer la bonne quantité de semence et d'engrais, et

comment irriguer par sillons. La curiosité de Balu le poussa à poser plus de questions, et éventuellement, Halim lui explique en détail le modèle d'affaires qu'il utilise pour attirer les agriculteurs à gagner plus de revenu. Balu est impressionné mais les motivations de Halim ne sont pas entièrement orientées vers les affaires - il veut marier Tarana, la fille de Balu. En gagnant le

respect de Balu et en démontrant qu'il est un agriculteur et un entrepreneur compétent, il a obtenu la main de Tarana en mariage.

Dans une autre vidéo, nous abordons l'importance de récolter le riz rapidement afin que la culture subséquente puisse être semée à temps pour obtenir un bon rendement. Mais les agriculteurs font face à des difficultés pour récolter le riz à temps en raison de la lourde charge de travail et du fait qu'ils doivent récolter à la main, sans parler du travail ardu. Nous avons donc élaboré une histoire sur Kashem. Sa femme le trouve en train de se reposer à la maison, au lieu de récolter son riz. Elle s'inquiète qu'ils ne pourront pas semer le blé à temps.



► Les vidéos de formation stimulent l'intérêt des agriculteurs à voir dans l'action les semoirs de semis en planche

Kashem non plus n'a pas les moyens d'engager des gens pour récolter son riz, mais il a juste assez d'argent pour engager Jamal Mia pour récolter rapidement son riz avec sa faucheuse mécanique. Lors d'une pause de travail, à l'ombre d'un arbre, Jamal Mia décrit comment mettre la faucheuse en arche et la faire fonctionner, avant d'expliquer comment le fauchage est rapide et moins coûteux comparé à la corvée de récolte à la main.

Ainsi, Jamal Mia n'a aucun problème à récolter son propre champ et à trouver des agriculteurs clients qui l'engagent pour récolter leurs champs aussi. À la fin de la vidéo, Kashem n'a pas pu seulement récolter son riz et semer du blé à temps, mais il a aussi décidé d'économiser de l'argent pour acheter une faucheuse et se lancer en affaires, une décision bien approuvée par sa femme.

À présent, les agriculteurs aiment les vidéos. Ils ont tendance à participer plus aux projections, où le public rit des blagues culturelles subtiles intégrées dans les scénarios. Nous avons aussi remarqué que les agriculteurs posent moins de questions sur le fonctionnement de la machine. Ils demandent plutôt où ils peuvent s'en acheter ou obtenir de l'équipement pour leurs champs. Mohammad Rafiqul, un agriculteur qui a vu les vidéos commentait : « J'ai été inspiré et j'ai acheté la machine, bien que ma famille fût au début opposée à cet investissement. »

Les chaînes de télévision s'intéressaient aussi aux vidéos, avec l'argument que les vidéos de formation doivent concourir avec les films populaires de Bollywood et les feuilletons télévisés. Les entreprises qui vendent les machines ont aussi vu leur intérêt. Une firme, Metal Limited, a utilisé les films pour des campagnes de marketing diffusées sur les chaînes de télévision par câble durant la fête de l'Eid, avec un auditoire estimé à environ 5 000 personnes en seulement 11 jours.

Cependant, l'utilisation du format théâtral-comique n'est pas sans inconvénients. Les vidéos produites de cette manière ont tendance à avoir une pertinence régionale ou nationale, car elles sont expressément conçues pour faire appel aux intérêts culturels et de divertissement spécifiques des agriculteurs. Il

pourrait donc être difficile de les transférer et de les utiliser dans différents pays ou contextes culturels, même après la traduction et le doublage, qui sont aussi plus difficiles pour les vidéos théâtrales que documentaires. Cela pourrait limiter le nombre de langues dans lesquelles les vidéos peuvent être traduites.

Par conséquent, les projets qui cherchent à diffuser les recommandations de recherche à une plus grande échelle par le biais des vidéos de formation doivent soigneusement évaluer le format le plus approprié pour les types d'agriculteurs sur lesquels ils veulent avoir un impact. Au Bangladesh, cependant, les vidéos de formation humoristiques et théâtrales ne sont pas drôles. Élaborées avec une contribution, un essai et une révision appropriés auprès des agriculteurs, elles peuvent servir à divertir et à transmettre les principaux messages de formation de façon appropriée, au grand amusement des agriculteurs.

TIMOTHY J KRUPNIK

Centre international d'amélioration du maïs
et du blé (CIMMYT)

t.krupnik@cgiar.org