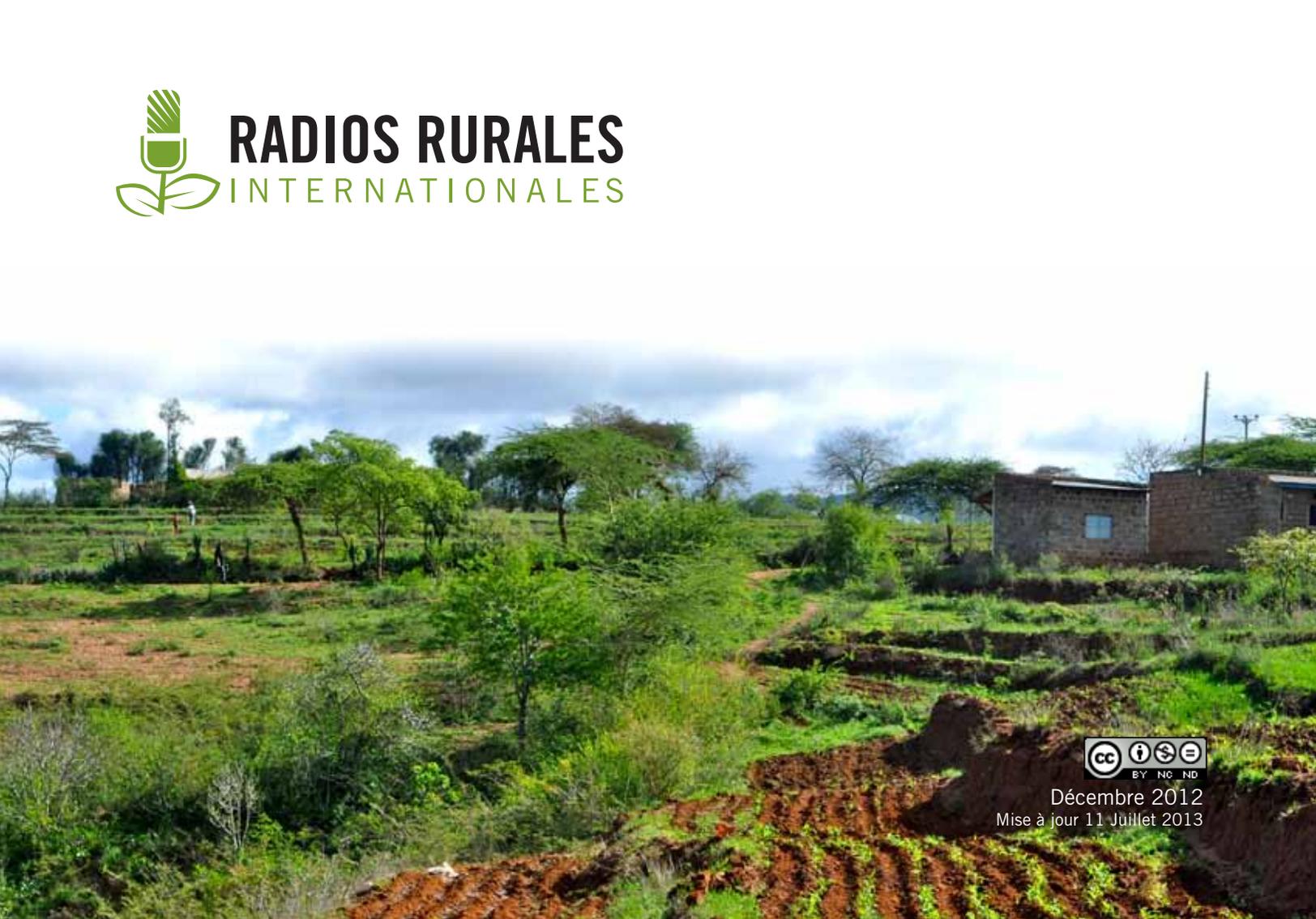


SOIXANTE-QUINZE FAÇONS D'AMÉLIORER VOTRE ÉMISSION AGRICOLE

DONT QUELQUES PIÈGES À ÉVITER !

Par Doug Ward & Marvin Hanke



Décembre 2012
Mise à jour 11 Juillet 2013

INTRODUCTION

La radio, plus que tout autre médium, parle le langage des agriculteurs. Les agriculteurs comptent sur la radio pour obtenir les informations dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin. Et les agriculteurs veulent être inclus par la radio dans les discussions portant sur la meilleure façon de faire pousser les cultures qui nourrissent leurs familles et sur le moyen de gagner un peu d'argent au marché.

Trop souvent, la radio déçoit les agriculteurs. Ils quittent l'antenne lorsque les renseignements les plus importants ne sont pas donnés ou lorsque les exposés faits par des professeurs, des politiciens et des promoteurs couvrent les voix des agriculteurs.

Il n'est pas impératif de fonctionner ainsi. En Afrique, les radiodiffuseurs peuvent réaliser de meilleures émissions pour les agriculteurs. Ils peuvent répondre aux besoins des agriculteurs, impliquer les agriculteurs et rendre les diffusions plus intéressantes. Ce qu'il faut, c'est mettre en lumière les bonnes pratiques et les partager à travers toute l'Afrique.

En 2010, Radios Rurales Internationales a recueilli des informations sur les émissions radiophoniques agricoles de stations de radio au Cameroun, au Ghana, au Kenya, en Tanzanie et au Malawi. Nous avons rendu visite à 20 stations et à deux maisons de production et écouté leurs émissions agricoles. Nous avons posé des centaines de questions aux personnes qui faisaient les émissions et aux gens qui les écoutaient. Suite à nos constatations, nous publions une liste de conseils destinés aux radiodiffuseurs qui souhaitent améliorer leurs émissions agricoles à compter de maintenant!

Un changement positif survient rarement du jour au lendemain – mais il débute par un pas en avant. Nous avons regroupé ces conseils dans trois catégories : les

solutions rapides, les améliorations moyennes et les gros changements. Nous vous encourageons à envisager de mettre en œuvre les 'solutions rapides.' Si elles fonctionnent, passez à des améliorations plus complexes. Avant longtemps, vous aurez une émission radiophonique transformée – plus efficace et plus divertissante – avec une plus grande satisfaction professionnelle aussi!

Nous n'aurions pas été capables d'effectuer nos recherches sans l'entière collaboration franche et transparente des radiodiffuseurs, des gestionnaires, des reporters, des agents de vulgarisation et des agriculteurs que nous avons interviewés. Ils ont tous partagé ouvertement leur documentation et leurs aspirations. Nous leur sommes reconnaissants pour leur accueil et leur enthousiasme. Nous leur dédions nos résultats.

Une note à propos du titre : nous serons contents lorsque « Soixante-quinze façons d'améliorer votre émission agricole » deviendra « Quatre-vingt-dix-neuf façons d'améliorer votre émission agricole »! Mais cela dépend de vous. Communiquez avec nous et faites-nous part de vos idées pour améliorer les émissions agricoles et des pièges à éviter. Nous citerons chaque personne qui fournira des suggestions que nous utiliserons dans la prochaine édition. Communiquez avec nous par courriel à l'adresse info@farmradio.org et inscrivez « Soixante-quinze » à la ligne Objet de votre message.

Et bonne chance à vous toutes et à vous tous!

*Marvin Hanke (Blantyre, Malawi)
et Doug Ward (Ottawa, Canada)
Septembre 2012*



NOTA: Veuillez continuer la discussion sur les soixante-quinze façons d'améliorer votre émission agricole sur Barza - www.barzaradio.com/fr, le réseau social pour les radiodiffuseurs africains créé par Radios Rurales Internationales. Pour accéder au forum de discussion: <http://bit.ly/discussionbarza>

SOIXANTE-QUINZE FAÇONS D'AMÉLIORER VOTRE ÉMISSION AGRICOLE

1. D'abord et avant tout – Nous présumons que votre émission agricole est diffusée dans la langue que parlent les agriculteurs. Sinon, corrigez cette situation dès que vous le pourrez. N'obligez pas les agriculteurs à surmonter les barrières linguistiques. Ils se contenteront d'écouter une autre station.

A) LES SOLUTIONS RAPIDES :

Ce sont des choses que vous pouvez faire maintenant, la semaine prochaine et au cours des mois suivants, sans ressources nouvelles et probablement sans demander de permission à quiconque.

2. Rédigez une introduction qui oblige les auditeurs à rester à l'écoute : Vous devez gagner la loyauté de vos auditeurs avec chaque épisode d'une émission. Les auditeurs vous accorderont quelques minutes au début pour les convaincre de continuer à vous écouter. À cause de cela, votre introduction devrait être l'une des choses les plus réfléchies que vous préparez. Et ne vous contentez pas de donner une liste d'épicerie. Faites appel à la curiosité et à l'intérêt personnel de l'auditeur. Donnez à l'auditeur une raison émotionnelle d'écouter. Par exemple, ne dites pas simplement « Nous allons parler à un expert au sujet de telle maladie ». Dites plutôt « Les chèvres de Betty Mumo meurent de telle maladie. Nous allons parler à un vétérinaire qui vous dira comment empêcher que cela arrive à votre troupeau ».

3. Faites la promotion de votre prochain épisode : À la fin de chaque épisode, annoncez à vos auditeurs quelque chose qui se passera la semaine suivante. Ensuite, enregistrez une promo et faites-la jouer régulièrement durant la semaine dans la grille des émissions. Cela exige une planification à l'avance, mais c'est une bonne discipline à avoir!

4. Faites des identifications de la station/de l'émission : La plupart des agriculteurs ont le choix entre plusieurs stations

de radio. Vous voulez qu'ils se souviennent de la vôtre. Faites une identification au début, à mi-chemin et à la fin de chaque épisode.

5. Appuyez les petits exploitants agricoles et l'agriculture à petite échelle : Même si une émission agricole devrait fournir des renseignements équilibrés sur tous les sujets importants, l'émission ne devrait pas sembler neutre au sujet de l'agriculture à petite échelle ou des agriculteurs ou de la vie rurale. Votre émission devrait véhiculer une attitude globale positive et encourageante à propos de l'agriculture à petite échelle. Elle devrait aborder les politiques qui menacent l'agriculture à petite échelle. Elle devrait questionner les experts qui n'ont pas à cœur les intérêts des petits exploitants agricoles. Elle devrait fêter les succès des agriculteurs qui ont amélioré la vie de leurs familles.

6. Aidez les agriculteurs à parler avec confiance et clarté : La plupart des agriculteurs possèdent peu d'expérience avec les médias. Lors d'une entrevue, faites en sorte qu'ils se sentent à l'aise et aidez-les à transmettre clairement leurs informations et leurs opinions. Cela encouragera davantage d'agricultrices et d'agriculteurs à accepter de se faire interviewer.

7. Parlez aux femmes invitées avec la même dignité qu'aux hommes : Pourquoi faut-il qu'un radiodiffuseur déclare « Je m'entretiens avec le Dr Stanley Lubo du collège d'agriculture ». Mais lorsqu'il se rend dans les champs, il se contente de dire « Bonjour, maman ». Pourquoi ne dit-il pas « Je m'entretiens avec l'agricultrice Maria Smith à Lugandavillage » et pourquoi dit-il « Je m'entretiens avec une très jolie femme au marché de Zomba », alors que cela ne lui viendrait jamais à l'idée de dire « Je m'entretiens avec un homme très élégant au marché de Zomba ».

8. Mélangez, découpez : Écoutez un épisode récent. Est-il attirant pour l'oreille? Ou bien se poursuit-il sur le même ton peu attrayant? Mélangez! Mettez un morceau lent après un morceau plus rapide. Insérez des rires de

façon appropriée. Utilisez des effets sonores. Présentez une gamme de voix. Si vous devez diffuser une longue entrevue, découpez-la avec des commentaires et des questions.

9. Arrêtez les bruits de micro : Vous voulez tenir le micro près de la bouche de la personne que vous interviewez. Mais s'il est trop près et droit devant, chaque « p » ressemblera à une explosion – et distraira les auditeurs. Gardez le micro non aligné avec le souffle sortant de la bouche de la personne.

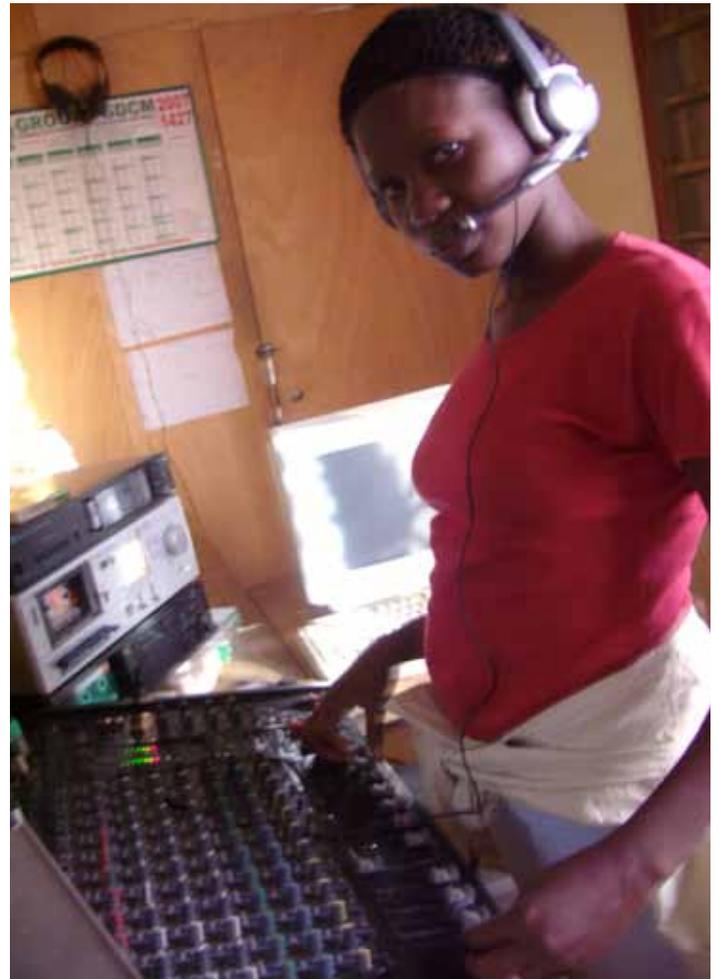
10. Fournissez des points de repère : Au cours de votre émission, dites « Nous nous entretenons avec Susan Smith au sujet des patates douces à chair orange qu'elle cultive à Traora. La revue du marché va suivre ». Les auditeurs, surtout ceux qui prennent l'écoute tardivement, veulent savoir où ils en sont.

11. Partagez les idées dans la station : Vous ne pouvez pas savoir tout ce qui se passe, mais peut-être que quelqu'un saura dans la station! Assistez à la réunion éditoriale hebdomadaire. Proposez des idées et des tuyaux à votre service des nouvelles et aux réalisateurs des émissions sur les femmes ou la santé. Et obtenez leurs idées. Si vous partagez tous, vous en bénéficierez tous – et les agriculteurs en bénéficieront le plus.

12. Partagez le transport : Le transport vers les villages est un problème grave. Faites preuve de créativité. Si une journaliste a un moyen de transport vers un village, demandez-lui de faire quelques entrevues pour vous pendant qu'elle sera sur place. Si une ONG est sur le point de faire une tournée de villages, trouvez un radiodiffuseur qui peut embarquer pour recueillir des entrevues – et pour faire une tribune téléphonique à partir des champs des agriculteurs.

13. Obtenez régulièrement des rétroactions de vos auditeurs : Entretenez le lien avec vos agriculteurs/auditeurs. Encouragez-les à vous dire ce qu'ils pensent de l'émission. Donnez-leur des tas de moyens de fournir des rétroactions : lettres, tribunes téléphoniques, SMS, etc. Vous ne pouvez pas plaire à tout le monde, mais vous pouvez prendre en considération chaque commentaire et vous pouvez mentionner les bonnes idées en ondes. Cela engendre un sentiment d'appartenance.

14. Parlez-en : OUn cerveau c'est bien, deux cerveaux c'est mieux, trois cerveaux c'est encore mieux. Votre émission en bénéficiera si vous discutez de son contenu



et de la présentation de l'information avec d'autres gens dans votre station. Organisez une réunion de production hebdomadaire et invitez l'animateur/la réalisatrice un reporter, peut-être un radiodiffuseur plus expérimenté que vous respectez et l'agent de vulgarisation s'il est disponible.

15. Créez des aide-mémoire : Parfois, vous devez transmettre des informations détaillées. Si votre invité va parler d'un processus en cinq étapes pour la conservation du maïs, créez un aide-mémoire qui aidera les agriculteurs à s'en souvenir (par ex. Lavez, Inspectez, Séchez, Triez, Ensachez – LISTE). Un autre format agréable pour les aide-mémoire est le refrain musical – une courte chanson qui présente les informations et utilise la musique et la rime pour le rendre inoubliable. Organisez un concours. Demandez aux agriculteurs de proposer des poèmes ou des chansons qui énoncent les renseignements cruciaux.

16. Utilisez le bon mot : L'agriculture moderne est remplie de mots modernes. Mais ces mots se traduisent-



ils clairement dans la langue de vos agriculteurs? Dans la négative, les agriculteurs ne comprendront pas complètement le mot moderne et la signification de votre élément radiophonique pourrait être perdue.

17. Offrez des prix pour les bonnes réponses : Lorsque vous couvrez un sujet agricole complexe, offrez un prix au premier agriculteur qui appellera et pourra répéter les informations clés. Cela provoque un suspense et un enthousiasme et, en plus, cela aide tout le monde à s'en souvenir – même quand un auditeur se trompe! (Il n'est pas nécessaire d'offrir un prix de grande valeur. Même inviter un agriculteur à saluer cinq de ses amis agriculteurs en ondes est apprécié. Les gens adorent la compétition et le spectacle!)

18. Faites jouer des bruits agricoles : Les agriculteurs sont attirés par les bruits qui trouvent écho dans leur expérience agricole – cris d'animaux de ferme, fonctionnement de machines agricoles, chants d'oiseaux, etc. Trouvez des moyens d'utiliser ces petits bijoux audio dans votre

émission. Et lorsque vous visitez des villages, enregistrez les bruits agricoles pour un usage ultérieur.

19. Formez des groupes : La plupart des agriculteurs et des agricultrices ne sont pas habitués à parler dans un micro. Mais mettez-en trois ensemble et ils sont encouragés par leurs propos respectifs et l'histoire finit par sortir pour le bénéfice de tout le monde.

20. Utilisez des services de rédaction et de recherche : Certains organismes comme Radios Rurales Internationales et le Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA), fournissent des textes et des éléments enregistrés portant sur des sujets agricoles. Si le sujet vous convient et si vous avez peu de temps, vous pouvez diffuser leur matériel tel quel. Mieux encore, évidemment, inspirez-vous de ce matériel et des recherches externes et au fur et à mesure que vous créez votre propre couverture des enjeux.

21. Ayez l'air d'être aussi « en direct » que possible : Rien ne semble plus ennuyeux qu'une émission radiophonique

qui pourrait provenir de n'importe où à n'importe quel moment. La plupart des émissions agricoles sont préenregistrées avant leur diffusion, mais les meilleures semblent presque diffusées en direct. Leurs animateurs injectent un sentiment d'instantanéité et d'urgence. Ils font référence à des événements qui se passent maintenant.

22. Rédigez : Les émissions-débats radiophoniques sont en grande partie dénuées de scénarios parce qu'elles englobent de longues portions d'entrevues non écrites. Mais votre émission sera bien meilleure si vous rédigez quelques parties à l'avance.

En particulier :

- la promo de l'épisode, qui attire les auditeurs à leurs postes de radio,
- l'intro de l'épisode, qui leur donne une raison de rester à l'écoute, et
- les questions et les questions de suivi, dont vous avez besoin pour les entrevues importantes.

23. Répétez, répétez, répétez : Pour que certains renseignements restent en mémoire, il faut les répéter. Le défi consiste à faire ces répétitions sans déclencher l'ennui. Il y a bien des façons. À la fin d'une entrevue, l'animateur peut fournir un résumé. Utilisez un refrain ou un autre aide-mémoire. Fournissez des renseignements sur un service SMS. Encouragez les auditeurs à contacter leur agent de vulgarisation. Et, si cela est possible, rediffusez chaque épisode.

24. Augmentez les émotions : La radio est formidable pour les faits et les opinions, mais sans contenu émotionnel, elle peut donner l'impression d'être aussi sèche que la poussière et rebuter les auditeurs. Votre défi consistera à introduire une émotion (suspense, joie, tristesse, etc.) sans aller trop loin! Voici une introduction avec un appel émotionnel. « Permettez-vous à votre enfant de mourir de malnutrition lorsqu'il y a de la nourriture salvatrice à proximité? Restez à l'écoute! Nous allons parler de la nourriture miracle qui est déjà dans votre maison. »

25. Présentez des experts qui respectent les agriculteurs : Les agriculteurs aiment entendre parler des experts qui peuvent les aider à améliorer leurs pratiques agricoles. Mais certains experts sont davantage intéressés à vendre de grandes idées et des produits que d'aider les petits exploitants agricoles à travailler avec des méthodes durables. Il y a évidemment une place pour discuter des

grands projets à votre émission, mais vos experts agricoles réguliers devraient être des gens qui méritent le respect des agriculteurs. Et rappelez-vous ceci : bon nombre d'agriculteurs sont aussi des experts agricoles!

26. Peignez des images avec des mots : Lorsque vous vous rendez dans un village pour parler d'une maladie du maïs, vous devriez être en premier lieu les yeux de l'auditeur. Décrivez le « tableau complet » lorsque vous pénétrez dans le village – des enfants qui jouent, des anciens assis dehors et tout ce qui distingue ce village en particulier – un bâtiment, une rivière, une boutique, un temple. Ensuite « zoomez » et peignez avec des mots une image du champ précis et de l'agriculteur et aussi du maïs infecté. Cela garde les auditeurs à vos côtés et stimule leur intérêt.

27. Posez les questions des agriculteurs : Avant d'interviewer un expert ou un fonctionnaire, contactez quelques agriculteurs et informez-vous sur les questions qu'ils souhaitent poser. Encore mieux, si vous savez que la semaine prochaine vous interviewerez le gestionnaire des routes du district, demandez aux agriculteurs de noter ou de téléphoner ou de texter les questions dont ils veulent les réponses. Poser les questions des agriculteurs est l'un des meilleurs moyens de rehausser votre crédibilité. Une autre fois, faites interviewer le fonctionnaire par un groupe d'agriculteurs.

28. Écoutez attentivement : Certains intervieweurs préparent une liste de questions et considèrent leur travail terminé lorsque l'interviewé a dit quelque chose – n'importe quoi – en réponse à chaque question. Un bon intervieweur écoute attentivement à mesure que l'interviewé répond. Ai-je obtenu une réponse complète ou bien l'interviewé a-t-il contourné le problème? La personne interviewée a-t-elle dit une chose éloignée du sujet, mais une chose que je devrais aborder plus tard avec elle?

29. Une histoire, une histoire, une histoire : Tout le monde aime une histoire et la radio est à son mieux quand elle en raconte. Une histoire implique généralement une personne intéressante qui fait face à un problème et le surmonte. Apprenez comment utiliser des histoires pour attirer et garder vos auditeurs. Les histoires peuvent être « factuelles », comme dans un reportage, ou « représentatives » comme dans une mini-dramatique. Les deux vont très bien.



30. Présentez des agriculteurs qui résolvent leurs problèmes : Les agriculteurs font face à de nombreux problèmes : habituellement, ils doivent les résoudre avec peu d'aide extérieure. Votre émission peut donner du courage aux agriculteurs pour résoudre leurs problèmes. Donnez des exemples. Interviewez des agriculteurs qui ont solutionné des problèmes et les ont surmontés. (C'est de la narration!) Rassemblez un groupe d'agriculteurs et animez leur discussion alors qu'ils clarifient un problème, abordent les solutions possibles et décident d'une mesure à prendre.

31. Faites vos devoirs : Si vous êtes sur le point de faire une entrevue avec un fonctionnaire au sujet du programme de subventions pour l'achat d'engrais, faites vos recherches afin d'en savoir suffisamment pour poser des questions étoffées et pour garder votre fonctionnaire concentré sur le sujet dont les agriculteurs ont besoin d'entendre parler.

32. Motivez et célébrez : Au début de la saison de plantation, exhortez les agriculteurs à faire leurs meilleures plantations à vie. Au moment de la récolte, félicitez les agriculteurs pour leur travail soigné qui a produit une bonne récolte.

33. Jouez de la musique porteuse de messages : Il y a des chansons qui racontent des histoires sur les luttes et les succès des agriculteurs. Trouvez-les et utilisez-les – et encouragez les paroliers à en écrire de nouvelles. Un

message musical durera plus longtemps qu'un message parlé. Et vous pouvez l'utiliser plus d'une fois. Ne le jouez tout simplement pas exagérément!

34. Évitez les termes techniques pompeux : Il se peut que les universitaires sachent des choses importantes, mais souvent ils ne sont pas capables de défendre leur point sans utiliser des mots compliqués. Avant l'entrevue, bavardez avec l'universitaire et voyez si vous pouvez vous entendre sur un langage simple. Et si quelques mots techniques surgissent quand même, demandez à l'expert de les expliquer.

35. Laissez les agriculteurs se présenter eux-mêmes : Organisez une entrevue sur le terrain en suggérant aux agriculteurs, hors micro, que vous aimeriez qu'ils se présentent eux-mêmes en disant ce qu'ils font et où ils habitent. Enregistrez cette introduction plusieurs fois, au besoin, jusqu'à temps d'avoir une version solide.

36. Anticipez le calendrier des cultures: Lorsqu'il est temps de planter, il est trop tard pour influencer sur la disponibilité des semences. Prenez de l'avance et abordez les problèmes avant qu'ils n'aient un impact sur les agriculteurs.

37. Utilisez des métaphores : Il y a des choses qu'on ne peut tout simplement pas expliquer avec plus de mots, alors utilisez-en moins! Par exemple, dites que « Le sol

contenant du compost est comme un tissu en coton. Il retient l'humidité. Et le sol ne contenant pas de compost est comme un tissu en nylon. L'eau s'écoule à travers. » C'est une métaphore.

38. Enregistrez tout ce que vous voyez : Lorsque vous vous rendez dans un village, n'enregistrez pas seulement l'entrevue pour votre prochain épisode. Consultez votre calendrier de planification. Quels sujets sont imminents? Quels micro-trottoirs puis-je faire? Et quels bruits de la ferme puis-je enregistrer? Et puis-je faire chanter aux femmes cette chanson de la récolte du riz? Ensuite, revenez chez vous et étiquetez soigneusement ce que vous avez enregistré. Vous pourrez l'éditer plus tard.

39. Maintenez le niveau sonore : N'entrez pas en ondes avec l'indicatif musical à +2 db et les entrevues à -15db! Revenez au studio et uniformisez vos niveaux sonores. Vous voulez que vos auditeurs soient fiers du son de leur émission.

40. Soyez d'actualité : Les agriculteurs comptent sur la radio pour les relier au monde plus vaste et pour les tenir au courant. Si quelque chose de nouveau survient dans l'agriculture durant la semaine, assurez-vous de le

mentionner à la prochaine émission, même si tout ce que vous pouvez dire c'est que vous couvrirez le sujet dans une semaine!

41. Réglez ce bruit de casserole : Quelques studios ont les murs, le sol et le plafond en dur. Cela peut les rendre faciles à nettoyer, mais les voix rebondissent d'une surface à l'autre et semblent étranges. Suspendez de lourds rideaux sur un mur et le problème sera réglé.

42. Évitez le piège des « agriculteurs chefs de file » : Les agences d'aide aiment les « agriculteurs chefs de file » – ceux qui sont toujours prêts et disposés à adopter de nouvelles pratiques. Et les stations de radio interviewent ces « agriculteurs chefs de file », en supposant que leur expérience incitera les autres agriculteurs à agir. Cela ne se passe pas toujours ainsi. Les agriculteurs ordinaires considèrent souvent que ces « agriculteurs chefs de file » sont différents d'eux – avec de meilleures terres, plus de main d'œuvre, plus d'outils, plus de relations, etc. Et parce que les « agriculteurs chefs de file » sont jugés différents, leurs messages n'inspirent pas les agriculteurs ordinaires. Votre défi consiste à trouver des agriculteurs dont les conditions sont semblables à celles de vos auditeurs et



qui ont relevé les défis auxquels font face la majorité des agriculteurs en adoptant de meilleures pratiques. Vous voulez que l'auditrice se dise : « Si elle peut le faire, je peux le faire aussi! »

43. Gardez la direction de la station de votre bord :

Assurez-vous que votre directeur connaît l'importance de l'émission agricole et ce que vous faites pour la rendre aussi efficace et aussi prospère que possible. Consultez votre directeur sur les changements que vous souhaitez apporter. Gardez la direction « de votre bord » à mesure que vous améliorez votre émission. À un certain stade, vous aurez besoin de cet appui pour obtenir plus de ressources, de temps d'émission, de formation ou d'autres choses.

44. Collaborez avec d'autres médias : La radio peut faire beaucoup, mais elle ne peut pas tout faire! Si un enjeu agricole peut être communiqué uniquement par des photos, trouvez un moyen de faire parvenir les photos aux agriculteurs. Elles peuvent être utilisées comme documents de référence pour les agriculteurs en tout temps, à la différence d'une émission radiophonique qui est diffusée une fois ou deux. Peut-être que le Département de vulgarisation peut donner des photos à l'école à distribuer aux élèves pour les emporter chez eux. Peut-être que les photos peuvent être affichées au marché et que votre émission peut aiguiller les gens vers elles. Peut-être que votre station a une salle de ressources ou une bibliothèque où les gens de la collectivité peuvent voir les photos d'une pratique agricole dont vous avez parlé en ondes.

45. Archivez chaque épisode : Avant de commencer à travailler sur le prochain épisode, prenez quelques minutes pour récupérer tout le matériel important de cet épisode et classez-le systématiquement. Dans un an, lorsque vous ferez un topo au sujet des moustiquaires, vous pourrez aller dans vos archives et y trouver cette magnifique entrevue que vous avez faite il y a un an avec une femme qui a perdu un fils à cause de la malaria. Vous pourrez en saisir un clip et l'utiliser pour préparer votre nouveau topo.

B) LES AMÉLIORATIONS MOYENNES :

Ces changements pourraient exiger quelques ressources nouvelles et une implication de la direction de la station. Envisagez de les mettre en œuvre au cours des prochains mois.

46. Rejoignez les agriculteurs dans leurs villages : Trop d'émissions agricoles sont tributaires d'un studio et elles en souffrent. Les téléphones cellulaires peuvent combler le fossé entre l'agriculteur et le radiodiffuseur, mais cela ne suffit pas. Le transport coûte cher, mais vous devez vous rendre dans les champs et les maisons des agriculteurs. Ils vous respecteront davantage s'ils savent que vous avez regardé le vent éparpiller les sols arides, attendu des heures pour le traversier, été pris dans la boue sur la route qui conduit au marché et entendu les gémissements de la chèvre malade. Vous pouvez ne pas être en mesure de voyager toutes les semaines, mais peut-être que d'autres radiodiffuseurs le peuvent – un reporter de nouvelles, par exemple, et l'agent de vulgarisation assurément. Lorsque nous avons évalué les vingt-deux émissions dans l'Analyse des émissions des radios rurales africaines (ARRPA), nous avons constaté que les émissions qui comportaient des visites dans les champs étaient de bien meilleure qualité que les autres. Trouvez les ressources pour vous y rendre. Et, entre-temps, rendez-vous sur les marchés proches pour y interviewer des agriculteurs.

47. Diffusez quand les agriculteurs peuvent écouter : Avez-vous la certitude que votre émission agricole est diffusée au bon moment de la journée pour les agriculteurs? Pour les agricultrices? Allez dans les villages et sur les marchés et posez cette question. Demandez aux agricultrices ainsi qu'aux agriculteurs. Si ce n'est pas le bon moment, alors vous perdez probablement un grand nombre d'auditeurs potentiels. Collaborez avec la direction de votre station pour obtenir une case horaire plus appropriée. Essayez également d'obtenir une bonne heure pour la rediffusion de chaque épisode.



48. Commencez avec un indicatif musical : Il n'y a rien de tel qu'un indicatif musical pour dire à vos auditeurs que leur émission agricole préférée va commencer. Mais il vous faut le bon indicatif, parce qu'il doit opérer sa magie chaque semaine, peut-être pendant des années. Il pourrait mettre en vedette des femmes locales interprétant un chant agricole. Il pourrait aussi utiliser de la musique instrumentale entraînante. Même si cela pourrait ressembler à une « solution rapide », il faut du temps et des efforts pour trouver le bon morceau de musique et ensuite le tester auprès de quelques agriculteurs pour voir s'ils l'aiment vraiment. Et rappelez-vous de deux choses à propos d'un indicatif musical :

- *faites-le jouer assez longtemps* pour donner aux agriculteurs le temps de s'approcher d'un poste de radio mais
- *annoncez ce qui va suivre par-dessus l'indicateur musical* afin de ne pas perdre les auditeurs qui sont déjà à l'écoute.

49. Planifiez, planifiez, planifiez : Une émission agricole devrait sembler spontanée et détendue. Mais derrière cette impression confortable et informelle, il devrait y avoir un plan sérieux. Cet épisode répondra-t-il à l'objectif global de l'émission? Fera-t-il avancer la discussion et la résolution d'un problème profondément enraciné? Présente-t-il des agriculteurs discutant d'importantes questions agricoles? Notre revue du marché couvre-t-elle de façon fiable les marchés qu'utilisent les agriculteurs? Ce sont là les questions que l'animatrice ou le réalisateur doit se poser chaque semaine, et ensuite faire le travail exigé pour livrer le contenu – et faire en sorte que le tout semble facile en ondes!

50. Fournissez des renseignements sur le marché : Organisez un système pour recueillir les prix de vente au moins des produits agricoles les plus courants vendus sur les marchés les plus populaires. Parfois, les agents intervenant sur les marchés fourniront les renseignements gratuitement. Dans d'autres stations, vous devrez payer des gens pour fournir des renseignements précis à un moment



spécifique. Il vous faut un système fiable afin de pouvoir diffuser les renseignements sur les marchés chaque semaine à la même heure.

51. Résolvez le problème du transport : Trouver un moyen de transport pour se rendre dans les fermes est un problème épineux dans presque toutes les stations de radio. Faites preuve de créativité. Si une ONG est sur le point de faire une tournée des villages, faites en sorte qu'un radiodiffuseur embarque, recueille des entrevues et fasse des tribunes téléphoniques depuis les champs des agriculteurs. Donnez à votre agente de vulgarisation une petite enregistreuse et un téléphone mobile afin qu'elle puisse enregistrer des entrevues et aussi téléphoner à l'émission pendant qu'elle se trouve sur le terrain.

52. Partagez avec d'autres stations : Y a-t-il d'autres stations qui desservent les agriculteurs et utilisent la même langue? Partagez votre meilleure documentation par le biais de fichiers par courriel. Collaborez pour fournir une couverture des problèmes qui affectent la région plus vaste.

53. Réalisez des tribunes téléphoniques : Rien ne fait parler davantage les agriculteurs que d'entendre d'autres agriculteurs discuter, et une émission en tribune téléphonique offre un moyen facile d'obtenir une gamme de points de vue sur un sujet important. Les meilleures

émissions comportent une personne invitée qui est proche du problème (comme un expert ou un activiste, par exemple) et une question, à laquelle les appelants sont invités à répondre. Vous pouvez promouvoir une tribune téléphonique comme suit : « Aujourd'hui, nous avons avec nous Mary Chamba de la coopérative de miel Litowe et notre question est la suivante : Qu'est-ce qui vous empêche d'élever des abeilles? » Assurez-vous d'avoir le matériel de studio pour faire les tribunes téléphoniques. Si cela est possible, faites prendre les appels par une personne pour vérifier la légitimité de l'appelant, tandis que la deuxième personne, l'animateur, s'occupe de l'appelant qui est en ondes. Vérifiez pour voir si votre pays exige que les tribunes téléphoniques aient un système de « décalage » afin que vous puissiez effacer les propos injurieux avant d'aller en ondes. Votre émission agricole régulière pourrait ne pas être assez longue pour exécuter une tribune téléphonique. Dans ce cas, faites la tribune téléphonique à un autre moment et dirigez vos auditeurs vers elle.

54. Offrez de la formation : Les radiodiffuseurs agricoles ont besoin de formation en réalisation et en présentation radiophonique pour améliorer constamment la qualité de leurs émissions. Une formation est également nécessaire pour aider les radiodiffuseurs à utiliser les plus récentes TIC en vue de rehausser leur service aux agriculteurs. Consultez le site Web de Radios Rurales Internationales www.farmradio.org.

farmradio.org, Agro Radio Hebdo www.weekly.farmradio.org et Barza www.barzaradio.com pour vous informer sur les possibilités de formation.

55. Veillez à la continuité du personnel : Les auditeurs développent des liens étroits de loyauté envers les animateurs des émissions. Ils n'aiment pas quand une station change d'animateur tous les deux ou trois mois. C'est un défi pour les stations communautaires en particulier, où il y a un flot constant de bénévoles et une rémunération minimale ou nulle pour les animateurs-réalisateurs. Les gestionnaires peuvent améliorer la continuité en offrant des possibilités de formation, en trouvant des ressources supplémentaires pour améliorer les émissions et en donnant des rétroactions (aussi bien des louanges que des critiques constructives) à l'équipe de production.

56. Tenez les élus responsables : Les citoyens élisent des élus pour agir dans leur intérêt. Mais le font-ils? L'une des meilleures façons de le savoir consiste à utiliser la radio pour poser des questions aux élus. Par ailleurs, les élus pourraient ne pas souhaiter être tenus responsables. Ils pourraient aimer participer à votre émission uniquement s'ils peuvent parfaire leur réputation auprès des électeurs. Une façon de mobiliser les élus consiste à rassembler les questions des agriculteurs et à dire aux élus que ce sont les questions auxquelles leurs électeurs veulent des réponses. Durant l'entrevue, n'oubliez pas que vous êtes la voix des agriculteurs. Votre travail consiste à obtenir des réponses pour les agriculteurs, pas à faire bien paraître le politicien! (Assurez-vous d'avoir l'appui de votre directeur avant d'amorcer cet important travail.)

C) LES GROS CHANGEMENTS :

Ces changements prendront du temps, mais ils en valent la peine! Ils exigeront de la planification et l'implication de la direction de la station – et probablement quelques ressources spéciales ponctuelles ou même des ressources supplémentaires permanentes. Envisagez de mettre en œuvre celles qui sont importantes pour vous au cours des trois à douze prochains mois.

57. Informez-vous sur les besoins de vos agriculteurs : Quand était-ce la dernière fois que votre station a effectué une étude approfondie de la situation agricole de votre population d'agriculteurs? Il est probablement temps de la refaire! Organisez des réunions dans les villages, obtenez du transport et rencontrez les groupes d'agriculteurs. Si les agricultrices ne sont pas capables de parler en présence des hommes, alors organisez une réunion distincte avec les femmes. Demandez aux agriculteurs :

- quels médias ils utilisent et ce qu'ils aiment à leur sujet (informations et divertissement);
- de quelles informations ils ont besoin pour bien cultiver, y compris :
 - des informations de survie – par ex. les prévisions de la météo, les dates de plantation, les prix du marché, etc.;
 - des informations actuelles – ce qui se passe;
 - des informations sur les problèmes profondément enracinés – quels sont les problèmes profondément enracinés les plus importants auxquels font face les agriculteurs;
- quel est le meilleur moment du jour et le meilleur jour de la semaine pour diffuser une émission agricole.

Utilisez ces informations pour planifier des améliorations à votre émission agricole.

58. Créez un énoncé d'objectif : Lorsqu'une station décide de faire une émission agricole, trop souvent elle affecte simplement un réalisateur-animateur et il lui incombe de décider quoi faire. Ce n'est pas juste pour le réalisateur, ni pour les agriculteurs. Rédigez un énoncé d'objectif clair et utile avec votre directeur. En voici un bon échantillon.

« Les agriculteurs d'abord » contribue à doter les agriculteurs de la région de Tembe des outils nécessaires pour faire pousser les aliments les plus appropriés pour leurs familles et pour le marché et à renforcer une collectivité rurale dynamique. « Les agriculteurs d'abord » est une émission hebdomadaire divertissante qui fournit aux agriculteurs les informations dont ils ont besoin, en provenance de sources fiables, et quand ils en ont besoin. Elle donne aussi aux agriculteurs une occasion de discuter de choses importantes pour eux.

59. Établissez un partenariat avec les services de vulgarisation : La radio dessert principalement les agriculteurs à partir d'un endroit central. Les agents de vulgarisation se rendent régulièrement dans les villages. Les



deux peuvent améliorer leur service aux agriculteurs s'ils collaborent. (Cela exigera probablement un contrat officiel ou un protocole d'entente qui précise qui fait quoi.)

60. Conservez l'indépendance de votre émission : Certaines émissions agricoles sont totalement commanditées par un seul commanditaire, comme un office de commercialisation. Mais qu'en est-il si les agriculteurs ont besoin de contester cet office de commercialisation? C'est mieux si l'émission agricole est complètement parrainée par la station de radio. Il est évident qu'elle peut passer des annonces publicitaires, mais ces annonceurs ne devraient avoir aucune influence sur l'émission.

61. Respectez la religion et la culture, mais ne vous pliez pas en quatre : Une station a fait une série d'émissions encourageant les agriculteurs à intercaler des légumineuses et du maïs, pour contribuer à renouveler le sol. Un agriculteur téléphona pour dire que le maïs était sacré et qu'on ne pouvait pas le trafiquer. La station appela un chef religieux qui lui répondit que le maïs n'était pas sacré mais que le sol l'était, et qu'il fallait le respecter!

62. Ayez accès à un ordinateur : Une émission agricole sera énormément gagnante si vous pouvez mettre la main sur un ordinateur avec un accès Internet. Vous pouvez effectuer des recherches pour l'émission. Vous pouvez éditer les fichiers audio. Vous pouvez écrire ce qui a besoin d'être écrit. Et vous pouvez archiver vos émissions.

63. Amenez les agriculteurs à discuter des questions importantes en ondes : Il n'y aura pas de développement économique et social efficace dans votre secteur à moins que les agriculteurs ne participent à la discussion sur ce développement. Votre émission peut fournir un « espace » confortable où ces discussions peuvent débiter et où elles peuvent être approfondies et où elles peuvent inclure de plus en plus les agriculteurs des deux sexes.

64. Abordez les problèmes importants profondément enracinés : Vous pouvez réaliser une émission agricole qui sonne bien sans même aborder les problèmes profondément enracinés auxquels font face les agriculteurs. Mais quel gaspillage pour une émission agricole! Mettez de côté chaque semaine un peu de temps de préparation pour fouiller dans les problèmes profondément enracinés que vos agriculteurs ont identifiés et trouvez des moyens de mettre en ondes ces problèmes.

65. Soyez là quand les agriculteurs ont vraiment besoin de vous : Les stations de radio peuvent fournir des services essentiels en période d'inondations et d'infestations et pour d'autres urgences. Mais vous devez avoir le matériel, notamment une source d'alimentation de secours pour votre émetteur, et vous devez avoir un plan qui précise qui fait quoi et quand, en cas d'urgence.

66. Envisagez une programmation de mobilisation : Les agriculteurs réfléchis et leurs partisans savent que la vie rurale pourrait profiter immédiatement de l'adoption d'une pratique agricole améliorée (nouvelle ou traditionnelle) par un grand nombre d'agriculteurs. Votre station et votre émission pourraient y contribuer. Rendez-vous cependant bien compte que les campagnes de mobilisation prennent beaucoup de temps et de ressources. (Consultez le site Web de RRI pour vous informer sur les « Campagnes radiophoniques participatives ».)

67. Développez une capacité pour des mini-dramatiques : Rien n'est aussi attirant pour l'oreille qu'un peu de drame – et cela n'a pas besoin de coûter une fortune – simplement du temps et du talent.

- Trouvez quelqu'un qui peut ressembler à un « vieux » et faites-le parler en bougonnant (mais avec humour) sur l'adaptation aux nouvelles méthodes agricoles.
- Faites un appel téléphonique factice entre une mère et sa fille qui font des commérages sur ce qui se passe dans le champ voisin.
- Trouvez des gens qui peuvent jouer des rôles traditionnels de conteurs africains et faites-les improviser sur un problème d'actualité.

Ces mini-dramatiques réveilleront vos auditeurs qui reprendront intérêt et, une fois que vous les aurez attendris, alors vous pourrez passer cette entrevue sérieuse sur la culture intercalaire des haricots avec du maïs, et ils écouteront!

68. Diversifiez vos revenus : Le transport, la formation, le temps d'utilisation des téléphones portables, les ordinateurs et l'heure Internet, la rémunération du personnel, le matériel d'enregistrement à distance – tout cela exige de l'argent. D'où viendra-t-il? Vendez-vous des annonces commerciales à des compagnies qui veulent publiciser auprès des agriculteurs? Pouvez-vous vous regrouper avec d'autres stations pour trouver de tels annonceurs? Facturez-vous pour les messages des

agriculteurs et avez-vous un système efficace pour les générer? Pouvez-vous offrir des services à une ONG ou à une ONGI œuvrant dans votre région – et vous faire payer pour cela? Avez-vous un moyen de rejoindre les habitants locaux habitant désormais loin, qui pourraient être disposés à contribuer à l'émission? Pouvez-vous conclure une entente avec le fournisseur de téléphones mobiles? Le fournisseur d'Internet? Pouvez-vous convaincre les agences de développement que vous avez un important groupe loyal qui vous suit et qu'elles devraient établir un partenariat avec vous sur la programmation relative au développement?

ET POUR FINIR, QUELQUES PIÈGES À ÉVITER !

Durant la recherche pour l'ARRPA (et la surveillance d'autres émissions), nous avons relevé quelques pratiques radiophoniques qui, à notre avis, n'ont pas leur place dans une émission agricole. Les voici. Une personne avertie en vaut deux!

69. Ne « dénigrez » jamais les agriculteurs : Nous avons entendu des émissions durant lesquelles l'animateur traitait les agriculteurs comme des enfants irresponsables. Nous avons entendu des agents de vulgarisation blâmer les agriculteurs pour ne pas adopter de nouvelles pratiques qu'ils préconisaient. Nous avons entendu des animateurs dont les éloges exagérés à l'intention des agriculteurs sonnaient creux et faux. Parfois, les radiodiffuseurs pensent qu'ils ont été élevés « au-dessus » des agriculteurs et, consciemment ou inconsciemment, ils les « dénigrent ». Les meilleurs radiodiffuseurs agricoles savent que les agriculteurs travaillent dur et de longues heures pour améliorer la santé de leurs familles. Ces radiodiffuseurs agricoles comprennent qu'ils ont une énorme responsabilité pour utiliser la radio au service des agriculteurs et pour le faire avec respect.

70. Ne jouez pas votre musique, jouez la leur : Bon nombre d'agriculteurs sont assez âgés, alors que presque tous les animateurs-réalisateurs sont plus jeunes. Certains jeunes radiodiffuseurs font jouer de la musique qui leur plaît ainsi qu'à leurs amis. Ce n'est pas professionnel et c'est nombriliste! Trouvez de la musique qui convient à votre auditoire cible de petits exploitants agricoles. Cela peut être plus ardu qu'il n'y paraît. Vous devez plaire aux hommes et aux femmes. Il vous faut de la musique qui convient soit à l'état d'esprit, soit au contenu de l'émission. (Une fois, nous avons entendu une émission agricole encadrer un élément avec un morceau de Beethoven. Le réalisateur essayait d'attirer qui?)

71. Ne pensez pas qu'un exposé est une émission de radio : Certaines stations de radio diffusent des exposés prononcés par des professeurs. Un exposé pourrait convenir dans une salle de classe avec un auditoire captif! Un exposé ne convient pas à la radio où vous devez offrir un stimulus supplémentaire pour conserver l'intérêt des gens.

72. Ne laissez pas les personnes interviewées prendre le contrôle : Vous interviewez un élu pour une raison qui touche les besoins des auditeurs. Certains essaieront de prendre le contrôle de l'entrevue et de parler de ce qui les fait bien paraître. Ne laissez pas cela arriver. C'est votre émission et vous êtes là pour servir les agriculteurs qui sont à l'écoute. Si des élus ne répondent pas à vos questions la première fois, reposez-les d'une autre façon. S'ils ne répondent toujours pas, demandez-leur pourquoi ils ne veulent pas répondre.

73. Ne compromettez pas la crédibilité de votre animatrice : Le respect que les agriculteurs ont pour votre animatrice est l'un des atouts les plus précieux de votre émission agricole. N'affaiblissez pas cette confiance en l'obligeant à faire la publicité de produits commerciaux. C'est bien de passer des annonces durant l'émission agricole, mais utilisez la voix de quelqu'un d'autre.

74. Ne favorisez pas un aspect du débat : Nous avons entendu des émissions agricoles qui diffusent uniquement un aspect d'un sujet controversé. Si c'est toute la couverture que la station a faite, c'est une erreur. La couverture devrait être équilibrée et cela implique de diffuser tous les points importants. Vous n'avez toutefois pas à exposer tous les aspects au cours du même épisode. Assurez-vous simplement de les diffuser pendant la durée de l'examen de la question. Et n'oubliez pas les autres valeurs importantes des journalistes – l'exactitude et l'impartialité.

75. N'exagérez pas : Certains radiodiffuseurs doivent penser que leur émission est comme une brouette : plus ils peuvent la remplir, mieux c'est. Ce n'est pas vrai. L'émission est une relation verbale entre l'animateur et l'auditeur. Les auditeurs ne sont pas motivés par une tonne d'informations qu'on déverse sur eux. Ils sont motivés lorsqu'ils sont mobilisés et guidés à travers de la documentation à un rythme et selon un volume qu'ils peuvent absorber. Si vous les surchargez d'informations, beaucoup d'agriculteurs se considéreront eux-mêmes incompetents (sans que cela soit de leur faute) et ils décrocheront.

ANNEXES

Annexe 1 – Normes de diffusion VOICE de Radios Rurales Internationales pour les émissions agricoles

Radios Rurales Internationales, avec l'aide de nombreux radiodiffuseurs agricoles de toute l'Afrique sub-saharienne, a identifié les caractéristiques importantes qui devraient se retrouver dans la programmation radiophonique desservant les petits exploitants agricoles. Ces caractéristiques sont résumées sous l'acronyme « VOICE ». *Les normes VOICE représentent un travail en cours et sont régulièrement révisées à la lumière des nouveaux apprentissages.*

- V - pour Valeur – Les émissions ont une grande estime pour les agricultrices et les agriculteurs. Elles respectent les agriculteurs pour leur travail acharné en vue de produire de la nourriture pour leurs familles et pour les marchés, souvent en relevant de gros défis. Elles rejoignent les agriculteurs pour comprendre leur situation et sont déterminées à les appuyer dans leurs travaux agricoles et dans leurs efforts pour améliorer la vie rurale.
- O - pour Opportunité – Les émissions donnent aux agriculteurs l'opportunité de parler et de se faire entendre sur tous les sujets. Elles sont centrées sur l'encouragement des petits exploitants agricoles à énumérer leurs préoccupations, à en discuter et à s'organiser pour prendre les mesures pertinentes.
- I - pour Information – Les émissions donnent aux agriculteurs l'information dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin.
- C - pour Constance – Les émissions sont diffusées d'une façon constante et à une heure commode, sur une base fiable, régulière, au moins hebdomadaire, à une heure où les agriculteurs peuvent les écouter.
- E - pour Envôtement – Les émissions sont divertissantes et attirent un grand nombre d'agriculteurs. Il n'y a pas d'excuse pour faire des émissions radiophoniques agricoles ennuyeuses!

LISTE DE VÉRIFICATION POUR LES NORMES VOICE

V – Nous avons une grande estime pour les petits exploitants agricoles

- Nous avons effectué une analyse de la situation des agriculteurs dans notre région (forces, faiblesses, opportunités, contraintes) et nous l'utilisons pour alimenter notre programmation.
- Nous diffusons dans la langue ou le dialecte normalement utilisé par les agriculteurs.
- L'animateur et l'émission transmettent une attitude de respect et de solidarité envers les agriculteurs.
- Tous les sujets sont traités avec clarté et d'une façon qui est compréhensible par les agriculteurs.
- Les émissions ont les ressources nécessaires (à l'intérieur des capacités de la station) pour desservir efficacement les agriculteurs.
- La station s'assure que les radiodiffuseurs agricoles reçoivent la formation indispensable pour desservir efficacement les agriculteurs.

O – Nous donnons aux petits exploitants agricoles l'opportunité de parler et de se faire entendre

- Nous rejoignons un large éventail d'agriculteurs et d'agricultrices pour discuter en ondes des sujets qui sont importants pour eux.
- Nous aidons les agriculteurs à s'exprimer avec confiance et clarté à la radio.
- Nous communiquons les préoccupations des agriculteurs aux gens qui ont la capacité ou l'autorité pour contribuer à les résoudre. Nous encourageons ces gens à amorcer une discussion avec les agriculteurs.

I – Nous fournissons les informations les plus utiles quand elles sont nécessaires

- Nous cherchons auprès des agriculteurs ce que sont leurs plus importants problèmes et nous fournissons des informations et une discussion portant sur ces problèmes.
- Notre service de nouvelles couvre les problèmes agricoles et ruraux importants sur une base régulière.
- Nous cherchons ce que les agriculteurs ont besoin de savoir et nous diffusons ces informations quand ils en ont besoin.
- Nous nous assurons que les informations que nous diffusons sont exactes, impartiales et équilibrées.
- Nous cherchons des experts des sujets importants pour les agriculteurs et nous les aidons à communiquer de façon claire et utile pour les agriculteurs.
- Nous rendons également des informations clés disponibles par des moyens autres que la diffusion (par ex. par SMS) pour maximiser la possibilité pour les agriculteurs d'obtenir ces informations.

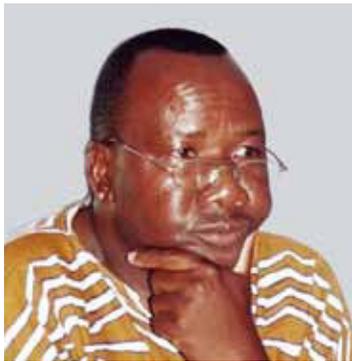
C – Nous diffusons les émissions agricoles d'une façon constante et commode

- Nous diffusons à des heures où les agricultrices et les agriculteurs peuvent écouter de façon commode les émissions agricoles. Si les agricultrices et les agriculteurs exigent une programmation à des heures différentes, nous le faisons.
- Nous fournissons au moins une deuxième diffusion de chaque émission agricole régulière à un autre moment de la semaine pour maximiser l'occasion qu'ont les agriculteurs d'entendre les émissions.
- Nous diffusons les émissions agricoles de façon fiable chaque semaine.
- Nous avons des plans pour offrir un service d'émissions d'urgence en cas de conditions extrêmes.
- Nous faisons la promotion des émissions agricoles durant toute la semaine pour nous assurer que tous les agriculteurs savent quand écouter la radio.

E – Nous faisons des émissions agricoles divertissantes

- L'animateur de l'émission est intéressant pour les agriculteurs.
- L'émission utilise une gamme de formats radiophoniques comme des entrevues, des tribunes téléphoniques et des jeux-questionnaires qui sont intéressants pour les agriculteurs.
- L'émission utilise des éléments dramatiques comme un suspense, une narration et des mini-dramatiques.
- L'émission utilise de l'humour de façon appropriée et régulière.
- L'émission inclut de la musique locale intéressante pour les agriculteurs.
- Notre émission et les éléments de l'introduction attirent l'intérêt des agriculteurs et les incitent à écouter.

À PROPOS DES AUTEURS



Marvin Hanke a travaillé pour la Malawi Broadcasting Corporation comme réalisateur d'émissions pendant 24 ans (1975–1999) et il était bien connu pour la réalisation d'une dramatique radiophonique primée intitulée *Theatre of the Air*. En 1999, il fut le co-fondateur avec Pamela Brooke de Story Workshop, ONG de médias pour le développement mettant l'accent sur la communication radio, où il a travaillé comme directeur des médias, puis comme directeur général. Sa réalisation d'un feuilleton radiophonique intitulé *Zimachitika* a remporté le Prix du Commonwealth pour l'action contre le VIH et le sida. Il fut producteur délégué de deux émissions radiophoniques portant sur le développement rural (une série dramatique sur les bonnes pratiques agricoles et une émission de type magazine sur la sécurité alimentaire qui dura six ans). Il prit volontairement sa retraite en 2008 et il dirige actuellement sa propre entreprise privée de médias audio, Audio Clinic Productions, et il donne des conseils en techniques de production radiophonique. Il a siégé comme vice-président au Farm Radio Trust Board et il a présidé le Comité des programmes pendant trois ans. On peut le joindre à l'adresse marvinhanke54@yahoo.com.



Doug Ward est le président du Conseil de Radios Rurales Internationales. À titre de vice-président de la Canadian Broadcasting Corporation, Doug a dirigé les plus de soixante-dix centres régionaux de production radiophonique et télévisuelle de CBC. Auparavant, Doug fut directeur du CBC Northern Service, fournissant une programmation radiophonique dans neuf langues autochtones à, pour et par des autochtones du Nord canadien. Il fut producteur délégué au sein de l'équipe qui créa *As It Happens* – populaire tribune radiophonique de CBC Radio – actuellement dans sa 43^e année. À Radios Rurales Internationales, Doug a conçu la méthodologie des campagnes radiophoniques participatives (CRP), qui contribue à mobiliser les petits exploitants agricoles pour adopter des pratiques agricoles améliorées qu'ils jugent importantes pour la sécurité alimentaire de leurs familles. Doug était aussi décideur public au sein du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, qui traite toutes les plaintes concernant la radiotélévision commerciale au Canada. On peut le joindre à l'adresse dougward38@gmail.com.