

Pierre - David Gras

9691
N° 900250



synthèse bibliographique :
(année 89 / 90)

Principes et utilisation des
matérielles pédagogiques en
vulgarisation agricole

Introduction

Page

1

I Bases théoriques de vulgarisation

3

- A - Principes de pédagogie paysanne 3
- B - Processus de l'action de vulgarisation à partir d'un exemple : la campagne radio phonique latine et sautée en Haïti 6
- C - Déroulement d'une action de vulgarisation 9
- D - Les différents étapes d'une action de vulgarisation à partir de l'exemple latine et sautée en Haïti 14

II Matériel pédagogique en vulgarisation africain

17

- A - Les moyens traditionnels 18
- B - La radio 21
- C - Le magnétophone 25
- D - Le cinéma 27
- E - La télévision 32
- F - La vidéo 34
- G - Le montage de dispositifs 36
- H - Le rétroprojecteur 38
- I - Le flanellographe 42
- J - L' exposition 44
- K - L' affiche 46

-L-	Les journaux illustrés	49
-M-	La sorte d'allumette	51
-N-	Les Jeux de variété et magiques	53

Conclusion	55
------------	----

Bibliographie	57
---------------	----

matières pédagogiques en animation et vulgarisation rurale.

Le développement économique est un processus historique passant par différents stades. Le stade ultime est représenté par l'ère de consommation et de biens durables. L'étape initiale est constituée par la société traditionnelle. Dans cet univers dit pré-newtonien, les travailleurs sont peu spécialisés et utilisent un nombre restreint de facteurs de production. Les individus ne sont pas orientés vers la production, ont une sensibilité fataliste et ont des niveaux d'aspiration et d'attente égaux à ceux des générations antérieures.

Une possibilité du développement passe alors par l'information pour accroître le niveau d'aspiration et l'éducation pour permettre d'atteindre ce niveau d'aspiration.

Ceci est valable notamment en milieu rural. La vulgarisation

agricole doit conduire non seulement à l'autosuffisance des agriculteurs mais surtout à l'indépendance alimentaire du pays concerné.

Nous envisageons quelques principes de pédagogie morale, les processus d'une action de vulgarisation et les matériels pédagogiques à mettre en œuvre au cours de ces campagnes de vulgarisation.

I Bases théoriques de vulgarisation

- A - Principes de pédagogie paysanne (Bellouch. G.; Gentil P. D.; 1968 in Gentil P. D.; 1980)

- 1 - la pédagogie doit être progressive

Cet aspect, bien que connu, revêt une importance particulière. Il faut éviter à tout prix de vouloir tout dire au cours du premier exposé. Il convient donc de faire attention à la façon dont on fera progresser le stage en s'efforçant, dès que l'on a avancé une idée nouvelle, de faire voir concrètement aux paysans que cela est à leur portée (nécessité de travaux pratiques). En effet, tant que les paysans n'auront pas découvert par eux même leur capacité à effectuer une opération, il sera impossible d'aborder un autre thème.

- 2 - la pédagogie doit être active

Le problème est ici de savoir quelles questions poser aux paysans. Il faut leur faire découvrir tout ce qu'ils peuvent découvrir par eux même mais rien que ce qu'ils peuvent découvrir. Il y a là tout un art de

4

susaiter l'intérêt, de conduire le paysan jusqu'au bord de la réponse avant de la leur donner.

- 3. la pédagogie doit être concrète.

Il semblerait que tous les paysans du monde aient de grosses difficultés à se mouvoir dans le monde des abstractions. Par exemple utiliser des mesures de poids, volume, surfaces traditionnelles = le "ball" pour le coton, le "sac" pour l'arachide ou le paddy. De même rechercher pour chaque terme abstrait une équivalence concrète.

- 4. la pédagogie paysanne est à base de proverbes et d'images.

Le langage est plus propice à la compréhension paysanne. Le recours au proverbe est le mode le plus fréquent de raisonnement (Colin, R.; 1965 in Gentil D.; 1984): "en appeler au proverbe, c'est profiter d'une certitude bien établie... Non savoir est accablé sur tout le savoir du clan et ce savoir peut rendre compte de la totalité du monde. C'est pourquoi le proverbe est toujours péremptoire."

"En milieu coutumier, toute augmentation se procède qu'en s'appuyant sur un savoir codifié... Elle vise moins à apparaître comme une vue personnelle sur le problème en discussion que comme la résolution de ce dernier en fonction de modèles qui constituent la coutume." (Balandier, 1965 in Gentil D., 1984).

Il faut donc s'efforcer de répertorier les proverbes utilisables renouant ainsi avec la sagesse des anciens.

- 5- La pédagogie doit être visuelle

Ceci permet de lutter contre l'abstraction. Nous faisons allusion non seulement aux supports visuels (tableaux de feutre, mapes, mais surtout aux saynètes. Le fait pour les paysans de jouer une action leur montre mieux que tout discours que cela est à leur portée. Ceci joue de plus un rôle important dans la mémorisation.

- 6- La pédagogie doit être fondée sur la répétition fréquente.

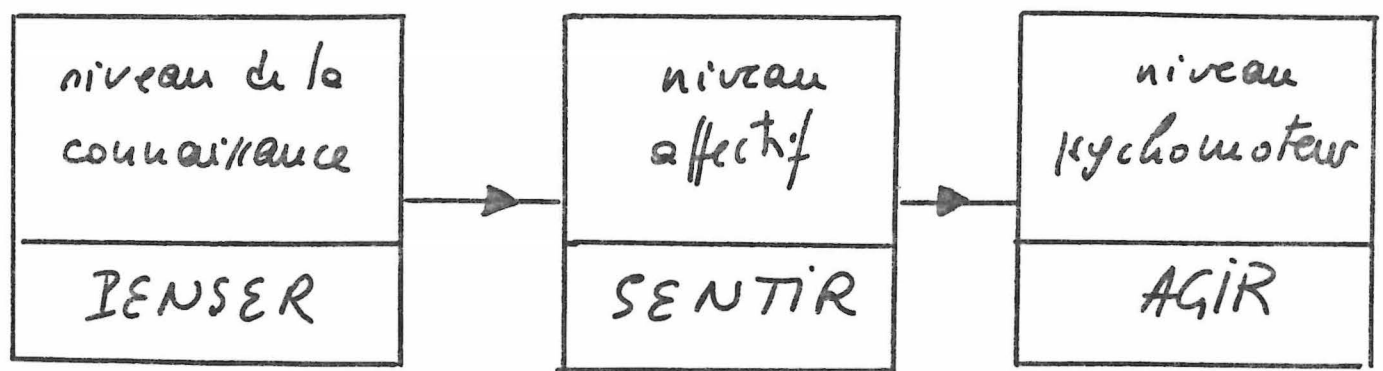
Un des problèmes majeurs de la pédagogie dans ce monde de l'oralité, c'est

d'aider la mémoire à retenir. Il est indispensable de présenter les informations de façon qu'elles soient faciles à retenir. faire répéter un certain nombre de points importants jusqu'au moment où ils sont fixés dans la mémoire.

- 1 - la pédagogie doit être empreinte d'humour

- B - Processus de l'action de vulgarisation à partir d'un exemple : la campagne radiophonique latine et sentie en Haïti (Direct N° 4).

"Une campagne sv un travail éducatif effectué durant un espace de temps déterminé qui vise à obtenir un changement dans la "penser", dans la "sentir" et dans l'agir d'un groupe donné de personnes"
(Borduave J.D., in Direct N° 4)



Dans le processus de la campagne citée, la radio traite l'information au niveau de la connaissance et au niveau affectif. A partir de cette information doit surgir une réponse libre et spontanée au niveau psychomoteur traduite par une action consciente de la communauté.

1. l'action se situe au niveau de la connaissance et de l'information

Les communautés apportent les éléments nécessaires à la campagne. Ils sont rassemblés lors des réunions et des visites aux groupes. La radio renvoie alors l'information après avoir redéfini le problème. Elle relativise les données courantes, explique ce qu'il faut faire, comment et pourquoi. L'équipe de la radio cherche à donner un jugement critique sur la situation réelle dans laquelle la communauté vit le problème pour que celle-ci voit la nécessité du changement. Dans l'exemple choisi, la radio véhiculait toute l'information pour que l'auditeur sache et comprenne que lui et ses enfants attrapent des parasites parce qu'ils déposent leurs excréments n'importe où en continuant ainsi leur vie.

- 2 - l'action touché le niveau affectif

8

Tant que la connaissance n'est au niveau de l'information il ne s'est pas senti comme un besoin, la nécessité du changement n'existe pas. Au contraire, lorsque celle-ci s'élève, les connaissances s'accumulent et se font propres à chaque personne. Elles commencent à s'introduire dans les activités et à s'intégrer à la manière d'être de chacun. Cette action au niveau de la campagne latine et santé doit se traduire par un besoin de latine et une prise de conscience de l'importance de celle-ci pour la santé de la famille. La campagne doit valoriser cette connaissance et cette pratique et répéter le fait d'avoir des parents.

- 3 - les résultats de la campagne se mesurent au niveau psychomoteur.

Lorsqu'il y a un changement d'attitude, le système psycho-moteur se conditionne pour adopter de nouvelles habitudes et de nouvelles habiletés. Le changement d'attitude produit un changement de conduite. La famille consciente du bien-être résultant de l'hygiène et du rôle de la latine la

construit et l'utilise correctement. 9

(cf en annexe le objectif à atteindre pour les auxiliaires de santé animale dans les domaines cognitifs, sensori-moteur, psycho-affectif -)

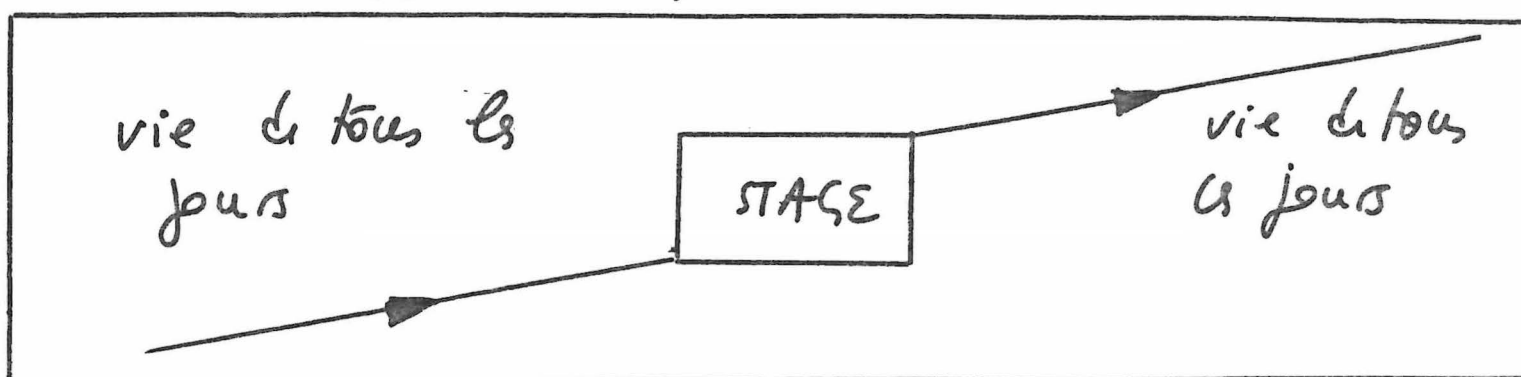
- C -	Déroulement d'une action de vulgarisation (Beau, D.; 1983)
-------	--

L'existence des représentations des adultes en formation exige que nous partions de leur expérience.

L'existence des motivations des adultes en formation exige que nous facilitons le retour à l'action.

C'est l'expérience de tous les jours qui est formatrice, la "stage" ne constitue qu'un temps fort qui n'a de signification que par rapport

- aux difficultés posées
- aux actions à venir



10

Le rythme à trois temps se retrouve dans la construction de toute activité de formation.

- 1. Réflexion sur l'expérience -

Les stagiaires en début de stage, d'exercice ou de journée :

- analysent leur expérience
- identifient leurs difficultés
- font l'inventaire des connaissances qu'ils ont déjà et de celles qui leur manquent
- formalisent les attentes, les exigences vis-à-vis du formateur et du groupe.

Les techniques pédagogiques qui ont pour principale fonction de susciter l'appel à l'information sont :

- les tests d'entrée : ils permettent à chacun de faire le point de ses propres connaissances et donc de déterminer les informations dont il a besoin

- une définition claire et explicite des objectifs. Elle permet aux stagiaires de mieux voir l'utilité de l'information.

- un cas d'analyse (film, papier, diapo ...): il amène les stagiaires à évoquer la situation qu'ils connaissent et que le cas leur rappelle

- une réunion - discussion sans

animateur : elle permet à chacun
d'évoquer le problème qu'il veut résoudre,
faire l'inventaire des éléments qui lui man-
quent, de repérer d'autres stagiaires avec qui
il aura avantage à discuter

- une enquête éducative par petits
groupes. Elle permet à certains de voir
devenir par d'autres leur situation, leurs
problèmes, de mieux saisir l'utilité de
l'information qu'ils vont recevoir

- la présentation de stagiaires.
Elle permet à chacun de repérer celui
qui peut lui apporter un peu de son
expérience.

- 2. l'information

Elle se fait en deux temps successifs (CTA, 196)

- 2 - intensification de la diffusion d'informations = phase de contact

Les médias signalent ~~des~~ de nouvelles
idées et proposent des moyens techniques
les réaliser. Ces informations sont filtrées
par l'individu en situation : il examine
les propositions selon ses besoins, les informa-
tions peu significatives sont oubliées, celles qui
sont importantes deviennent sujet de conversation
Cette phase doit déboucher sur une phase de
type : "on a vu des groupes qui travaillent en

nouveau type de culture.'

12

- b - offre d'information à la demande
ou phase de dialogue

Les médias offrent des documents, du matériel à ceux qui sont en quête d'information. Ceci leur permet de prendre plus facilement leur décision. A cette situation correspond la phrase "comment fait-on pour mettre un groupe sur pied? à quoi ressemble un plan de culture?..." Il ne faut cependant pas que les médias imposent des modèles tout faits sans en appeler à l'intelligence des acteurs. Les documents doivent conduire les villageois à faire leurs propres observations, réflexions et prendre leurs propres décisions.

L'information vient du groupe lui-même, du formateur ou d'une source extérieure. Les techniques pédagogiques qui permettent d'apporter l'information sont

- les techniques d'expositions orales (cours magistraux), d'exposition filmée (films - "concept" ou films - "didactiques")
- les techniques de démonstration (proprement dites, démonstrations filmées...)
- les techniques d'échange = stagiaires apprennent les uns des autres au cours de réunions, de discussions, de jeux pédagogiques ou de jeux de rôles.

- les techniques de découvertes :
interviews de gens de l'extérieur, enquêtes
éducatives, visites, voyages.

- 3 - l'utilisation des concepts -
la préparation à l'action.

En fin de journée, de stage, les stagiaires :

- appliquent les notions nouvelles, en
découvrent toutes les possibilités
- et toutes les limites
- identifient les obstacles à l'application
sur lesquels ils peuvent agir (qui ne dépendent
que d'eux-mêmes) et ceux qui dépendent
de l'environnement (hiérarchie, situation...)

Les techniques pédagogiques ayant pour
fonction d'exploiter les informations
reçues sont :

- les tests de sortie : ils permettent
à chacun de faire le point sur ses
propres acquisitions
- les simulations : elles permettent
aux stagiaires de constater les progrès qu'ils
ont faits et de s'interroger sur les diffé-
rences entre situation simulée et situation
réelle.
- les jeux de rôles : ils permettent
de découvrir comment chacun risque de
vivre sa situation future

14
- l'application à un cas concret
présenté par un participant permet de
s'approprier les informations reçues, d'en explorer
les possibilités et d'en entrevoir les limites.

- 4 - Le soutien - du nouveau comportement ou phase de stabilisation

Il s'agit là de soutenir les actions, éventuel-
lement à un niveau politique et de tenir
le public au courant des actions sensibles
qui se réalisent à d'autres endroits. La phrase
correspondant à cette situation serait: "que disent les
autres de notre action? Recevons nous le même
appui l'année prochaine?". (CTA, 1987)

- D -	Les différentes phases d'une action de vulgarisation à partir de l'exemple la trousse 16 santé en Haïti (Direct n°4).
-------	---

- 1 - Planification et organisation

Elle consiste en:

- l'étude des communautés: connaître
leurs problèmes et les besoins vécus par elles
si.
- la définition précise de l'objectif
à atteindre

- la détermination de la durée de la campagne 15

-2- Production de matériel

La campagne radio nécessite un matériel d'appui pour faciliter la réalisation de ses objectifs. Les feuilles volantes donnant une information détaillée sur la campagne, thèmes, objectifs, liste canal et heures d'émissions. Ces fiches sont distribuées aux promoteurs.

- Livres expliquant le contenu de la campagne. Il est vendu à un prix modique pour que l'auditeur effectue une démarche volontariste.

Le prepare aussi le matériel radiophonique : slogans, sociodrames, scénario...

-3- la publicité

La campagne est une organisation des forces latentes d'une région pour obtenir un objectif commun en un espace de temps limité. Il faut donc chercher à compromettre toutes les personnes qui pourraient jouer un rôle spécifique : sensibiliser le personnel de la radio, prévoir un personnel qualifié pour le déroulement de l'atelier, propager pour toucher tous les

-4- la pré. campagne-

Elle s'accompagne d'un déploiement publicitaire pour capter l'attention de la région. L'annonce ~~est~~ est faite à tous les niveaux - promoteurs, radio - de la campagne et vente de feuillet. Les moyens radiophoniques utilisés sont : Jingle, émissions de motivations parlant par exemple de maladies contagieuses courantes et concluant sur l'intérêt de la chose, la lecture de lettres d'auditeurs sur ce sujet, l'interview de personnes possédant des lettres.

-5- la campagne.

Il s'agit du déploiement de la méthode éducative : convaincre les auditeurs à penser, sentir et agir. Elle consiste en l'explication du feuillet par la radio, les visites hebdomadaires aux communautés, l'interview d'auditeurs de techniciens, médecins, personnalités soutenant la campagne.

-6- l'atelier

En conclusion de la campagne, il est

réalisé au sein d'une communauté.
 Il a pour objet la réalisation d'une latrine
 hygiénique familiale & production de compost. Y
 participeront les représentants de communautés
 intéressées qui feront à leur tour suivre
 l'information aux autres membres.

- 7. l'évaluation -

Elle se fonde sur une enquête qui sera
 réalisée sur un échantillon choisi parmi
 les communautés de la zone.

II	Matériel pédagogique en vulgarisa- tion agricole.
----	--

L'emploi de moyens auxiliaires de la vul-
 garisation agricole ne peut pas remplacer le
 contact entre agents vulgarisateurs et les group-
 es mais il peut faciliter le travail et
 élargir le cercle de personnes sensibilisées. Les
 médias ont une fonction bien précise dans
 la vulgarisation :

- ils permettent de mesurer l'efficacité des
 activités de chacun des vulgarisateurs
- ils facilitent l'adoption de thèmes
 de vulgarisation

leur but est de pouvoir motiver les 18
intéressés et de les informer objectivement. Ils
doivent en outre avoir un impact au niveau
du public et être attrayant de telle sorte que
le message diffusé ne soit pas seulement
reçu par des individus isolés mais puisse aussi
toucher des groupes cibles. Cependant
chaque moyen a ses limites, c'est pourquoi
il est conseillé d'utiliser plusieurs moyens à
la fois

- A - Les moyens traditionnels

(Tilton A, 1987)

Le dialogue joue un rôle non
négligeable dans les civilisations,
à tradition orale. L'élaboration intel-
lectuelle se fait en communauté.

- dialogue communautaire
- proverbe, chants, contes, danses ...

Au contraire, les moyens modernes
se présentent de manière directive et
sont inadaptes à la vie sociale du
village : ils ne prennent pas compte des
valeurs ancestrales africaines.

- 1 - musique et chants

Les chansons sont plus efficaces que les

écrit car il est plus facile d'en 19
retenir le message essentiel. Ainsi les
berceuses pour les enfants permettent l'intro-
duction des noms des parents et des ancêtres. Tout
en s'amusant l'enfant apprend, sans s'en
rendre compte.

-2- chants et danses

On en distingue plusieurs types :

danse guerrière → mise en valeur des causes et
conséquences de victoires ou défaites

danse royale → histoire, orgueil, allégresse au ch.

danse religieuse → adoration, acquisition de la religion

danse jugement → critique sociale de la vie quotidienne

A travers elles, le jeune apprend ses
devoirs envers sa femme, ses enfants, les
règles sociales, ce qui concerne l'agriculture,
la chasse le sexe la propriété des femmes...

-3- Jeux et Jouets

Ce sont des exercices pour la vie future

-4- Hobbys

Ils favorisent le développement de l'autodiscipline, la faculté de concentration et de
créativité.

- 5. mythes, légendes, proverbes -

20

Ils expliquent des phénomènes naturels, la fondation des coutumes. Ils permettent l'assimilation de références morales, la projection symbolique d'idées abstraites, le contrôle de la conduite sociale.

L'éducation traditionnelle assure la continuité et le respect des traditions. Elle permet l'adaptation de l'enfant aux normes existantes sans lui faire perdre la préparation à l'adopter et prendre en main un futur caractérisé par le changement. Ceci est totalement différent de l'éducation moderne où les médias ont un rôle de préparation à l'avenir, avenir marqué par le changement. Ceci est caractéristique des cultures progressistes déterminées par un progrès technologique illimité.

Présence permanente dans le village
très répandue
écoute en famille ou en groupe
diffusion par émetteur

Réception dans un centre
d'écoute animé

Présentation de l'émission
par l'animateur

Audition

Organisation du désat

Désat

Prise de conscience collective

Demande de vulgarisation

Etude du projet

Action

Réception en
famille

Prise de conscience
individuelle

Résolution

Projet et réalisation
peu probables.

On se les avantafer et son oum. 22
présence dans le monde réel. Elle lui
permet une ouverture sur le monde exté-
rieur.

L'information arrive mais doit être "décodée"
par les récepteurs: les messages doivent être
clairs et simples, dans une langue compré-
hensible, l'idéal étant en langue
vernaculaire. Les nouveaux concepts
sont alors introduits à partir du français
ou de l'anglais quand ils n'existent
pas dans la langue locale.

On distinguera plusieurs types
d'émissions à mettre en œuvre selon
les problèmes de milieu, le mode de vie
des villageois et les différents moyens de
communication et d'expression.

- 1. le slogan flash.

Il s'insère entre deux émissions. Il
agit comme un leitmotiv et a un fort
impact sur l'auditeur. Il se met en
place dans l'inconscient, il fixe pour
aboutir à une mémorisation totale
par la suite l'information enregistrée
conditionne le comportement de l'individu
instinctivement. On peut l'associer
avantageusement à des paroles dans

Il faut trouver un slogan court, ²³
constitué de deux membres de phrase
rimant conférant une certaine musicalité
au slogan telle : "le thon,
c'est bon" ou "l'eau savonneuse est votre amie"

- 2. La comédie radiophonique à épisodes

Elle consiste en la présentation de situations, vécues en langue locale. La continuité des émissions séduit le public. L'aspect sympathique du héros, ses aventures romanesques mêlées au quotidien favorisent l'identification des auditeurs au personnage. Ceci permet de tirer une toile de fond pour flatter une idée, soulever une problématique

- 3. Les contes et proverbes

Ils constituent une mine inépuisable de valeurs favorisant la promotion du développement. Ils sont un lien entre tradition et modernité. Ils permettent de rapprocher les vieux et les jeunes de l'auditoire et les échanges entre générations.

- 4. Les chansons

Ce sont les émissions que le public se
ressent le plus facilement après une journée
de travail. Elles peuvent stimuler l'en-
semble de la population d'un pays par une
action concertée. Le rebondissement par exemple
le rythme de ces chansons ont été celui
des danses de la région. De même les
mélodies de griots permettent de transmettre
à toute une région le savoir et l'expérience
acquis par un homme et lancent l'ini-
tiative individuelle.

-5- l'interview

Elle se déroule en deux temps

- poser le problème soulevé par un indi-
vidu, un groupe, en chercher l'origine et
y trouver des solutions avec des gens locaux
enregistrer ces débats.

- écouter et enregistrer en public
et enregistrer les réactions de l'auditoire
les émissions reçues en groupe ont un
impact plus important par le prolongement
dans l'assemblée de la discussion. Les centres d'écou-
pou animés par un éducateur chargé de
regrouper l'auditoire, récupérer les auditeurs pour
la discussion.

permanente au village
manipulation simple
seul d'emploi
économique

diffusion des enregistrements par l'animateur

écoute de la bande

dialogue

rediffusion

débat approfondi

prise de conscience

proposition de solution

étude de projet

choix d'une solution
et réalisation

le magnétophone à cassettes est répandu, d'un emploi facile. Il est intéressant à utiliser quand les émissions radio font défaut. Il faut un appareil par animateur.

Son usage se rapproche de celui de la radio. Il est cependant plus souple, d'emploi que celle dernière: on peut ainsi pour permettre à l'auditoire de poursuivre les débats, l'interrompre, le reprendre.

C'est le moyen qui se rapproche le plus de la tradition orale, de "jalousie" du monde rural, et qui permet des dialogues aller/retour en langue vernaculaire.

On peut, de plus, l'utiliser, par exemple, avant une séance de cinéma ou de vidéo pendant l'installation du matériel. Ceci permet de faire patienter le public tout en ancrant dans les mémoires une idée grâce à la rediffusion de cassette.

Présence occasionnelle au village
onéreux - peu efficace
moyens techniques importants

Présentation du film par l'animateur

Projection commentée en langue locale

Dialogue pendant la projection
entre la perception des images

l'animateur contrôle la compréhension
- les thèmes abordés

Prépare le public pour l'animation et
la vulgarisation.

Il convient de distinguer

28

- les films pédagogiques destinés à la formation de vulgarisateurs et à leur perfectionnement

- les films de motivations : ils servent à faire connaître une innovation technique précise. Ils doivent capter le public, l'informer d'expériences et orienter son intérêt sur des sujets précis. Ce but est de développer un sujet précis dans le contexte de vie et de travail de groupe cible et de le présenter de façon vivante comme une solution possible.

L'utilisation de films se heurte à de très nombreux problèmes tant de forme que de fond

Le cinéma est avant tout un moyen de loisirs plus que de formation. La présentation de films attire de nombreux spectateurs mais l'effet pédagogique reste faible.

Les films destinés à l'animation rurale sont inexistants ou mal adaptés aux réalités des communautés villageoises. Le film pour être crédible et transmettre un message qui ait un impact minimum doit présenter une familiarité culturelle familière qui s'exprime à travers

le langage, l'environnement, et le 29
comportement des personnages (Ghosh A, 1986)

Les films laissent une impression de tourbillon : le défilement très rapide des images n'en permet pas le décodage et la mémorisation. Il faut de plus saisir la bande sonore. Ceci conduit rapidement l'auditeur à saturation.

Les images et les plans :

Les plans d'ensemble sont bien perçus, compris et analysés alors que les gros plans déclenchent parfois des réactions de panique : dans ce cas l'image n'est ni reconnue ni perçue. Il faut donc toujours passer par un plan d'ensemble puis au gros plan. Ceci, de plus, correspond à la démarche habituelle de perception de l'individu.

L'effet zoom pose un problème de compréhension pour un public non habitué : en effet, au lieu de s'avancer vers l'objet comme dans la réalité c'est l'objet qui s'avance vers le public et peut parfois déclencher des phénomènes de panique.

Les cadres doivent être soigneusement

choisis pour effacer tout arrière plan non^{3e}
nécessaire à la compréhension du film et
qui pourrait distraire le spectateur. De
même tout détail anachronique doit être
marqué (Clavreulx, 1972; Ramm G., 1986)

Une image peut donner lieu à plusieurs
interprétations (polyvalence). La multiplicité
de sens inhérente à toute image relève
d'un problème de dénotation (lecture littérale
de l'image) et de connotation (liés à l'activité
au milieu culturel). Le spectateur ne
fixe pas forcément ce que le formateur
 veut montrer

L'image peut se décomposer en

- éléments stables, immovibles : paysage,
arbre, maisons...
- éléments mouvants : voiture, nuages, ...
- éléments vivants : homme, animaux.

La polyvalence peut alors être réduite
l'ordonnement des composants de l'image
selon la hiérarchie de lecture : éléments
vivants puis mouvants puis stables.

Le son. Pour le public faire un
première diffusion en coupant le son.
L'animateur commente le film en
langue locale puis éventuellement
le replace avec le son

Il ne faut pas nier la puissance
de l'image sur un public jeune.
Mais les contraintes liées à la réalisation
d'un film entraînent un coût élevé de
celui-ci par un public somme toute
restreint. En effet un film ne convient
qu'à une élite.

Nous allons envisager quelques
moyens audiovisuels permettant de
contourner l'image mais avec moins
d'inconvénients que le film.

Moyens complexes
n'aboutissent à une réflexion
au pays
énorme budget

Animation dans le cadre de
filéctus

Présentation des émissions par
l'animateur

Découverte de l'émission

Débat quant aux images et
aux idées

prise de conscience

travail de médiation au niveau de la
communauté

esprit coopératif

culturation
(sans animateur)

réception familiale

recherche superficielle

motivation nulle
ou presque nulle.

l'optimisation de l'utilisation de la télévision passe par la création de télé-clubs dirigés par un animateur. La réunion, sous prétexte de voir un film, débouche ensuite sur une discussion. De tels télé-clubs permettent de plus la préparation des émissions en expliquant le thème abordé. On distinguera

- les programmes locaux. Ils concourent à la création d'une unité entre les villages. Ils apportent des réponses aux questions des utilisateurs en proposant des solutions facilement réalisables. Ce type de programme doit déboucher sur la prise de conscience d'un problème et pas sur la réalisation d'un projet.

- les émissions d'ouverture sur l'extérieur. Il est préférable d'utiliser un langage compris par tous.

Il faut cependant veiller à ne pas introduire des films sans moralité ou avec une moralité très différente de celle des auditeurs. Ceci dans le but d'éviter de déprécier la population au lieu de la soutenir dans son effort de développement. La télévision reste de toute façon, encore et toujours, l'apanage d'une élite urbaine qui l'utilise comme moyen de divertissement.

Présence permanente au village
 s'adapte sur un récepteur de télévision ordinaire
 demande une source d'énergie
 souplesse d'emploi: plusieurs diffusions, arrêt sur image,
 ralenti

Présentation de l'émission par l'animateur

découverte de l'émission et du commentateur

discussion entre animateur et spectateurs

seconde diffusion

séance de travail de groupe

prise de conscience

proposition de solutions, étude de projets

Vulgarisation

Elle allie les avantages du cinéma et de la télévision à une souplesse d'utilisation : possibilité d'arrêt sur image, de ralenti, de repasse d'une séquence ou du film en entier, liberté du moment de diffusion, facile à transporter.

On peut l'utiliser

- à la formation de vulgarisateurs
- comme moyen efficace de vulgarisation de groupe

Elle permet, associée à une caméra, de couvrir les démonstrations, les séances de vulgarisation, les discussions.

C'est un moyen qui encourage la discussion sur les difficultés techniques et qui sert à montrer les exemples réunis de vulgarisation : il favorise les échanges, faisant ainsi sortir les villageois de leur isolement (l'immédiateté de l'image vidéo permet le rapprochement des individus : par échanges, elle permet aux personnes de s'inspirer et de s'évaluer en observant leurs tentatives réciproques.

6. Le montage de diapositives.

36

Prévue périodique aux village
économique par rapport au cinéma
demande une source d'énergie
moyen efficace pour l'animation.

Découverte de l'image

Débat du public avec l'animateur

Prise de conscience collective

Recherche de solutions possibles

Étude de projet

Apprentissage des techniques : vulgarisation

Expérimentation

Généralisation

On peut envisager deux types de montage diapos.

37

- 1 - le montage simple ou sérié de diapos.

Il s'agit dans ce cas de séries d'images sur un thème, n'ayant pas besoin de commentaires. Les commentaires émanent dans ce cas du public. Il ne doit pas s'agir du monologue de l'animateur "omniscient" confronté à un public "d'ignards". Dans ces conditions, la projection doit se faire selon la disponibilité et la réactivité de l'auditoire. Le nombre et le rythme des documents présentés doit s'adapter en fonction de réaction du public. Faire commenter chaque image par chaque participant. Ceci permet à chaque individu de vivre son expérience et donc d'ouvrir le débat.

- 2 - le montage sourité

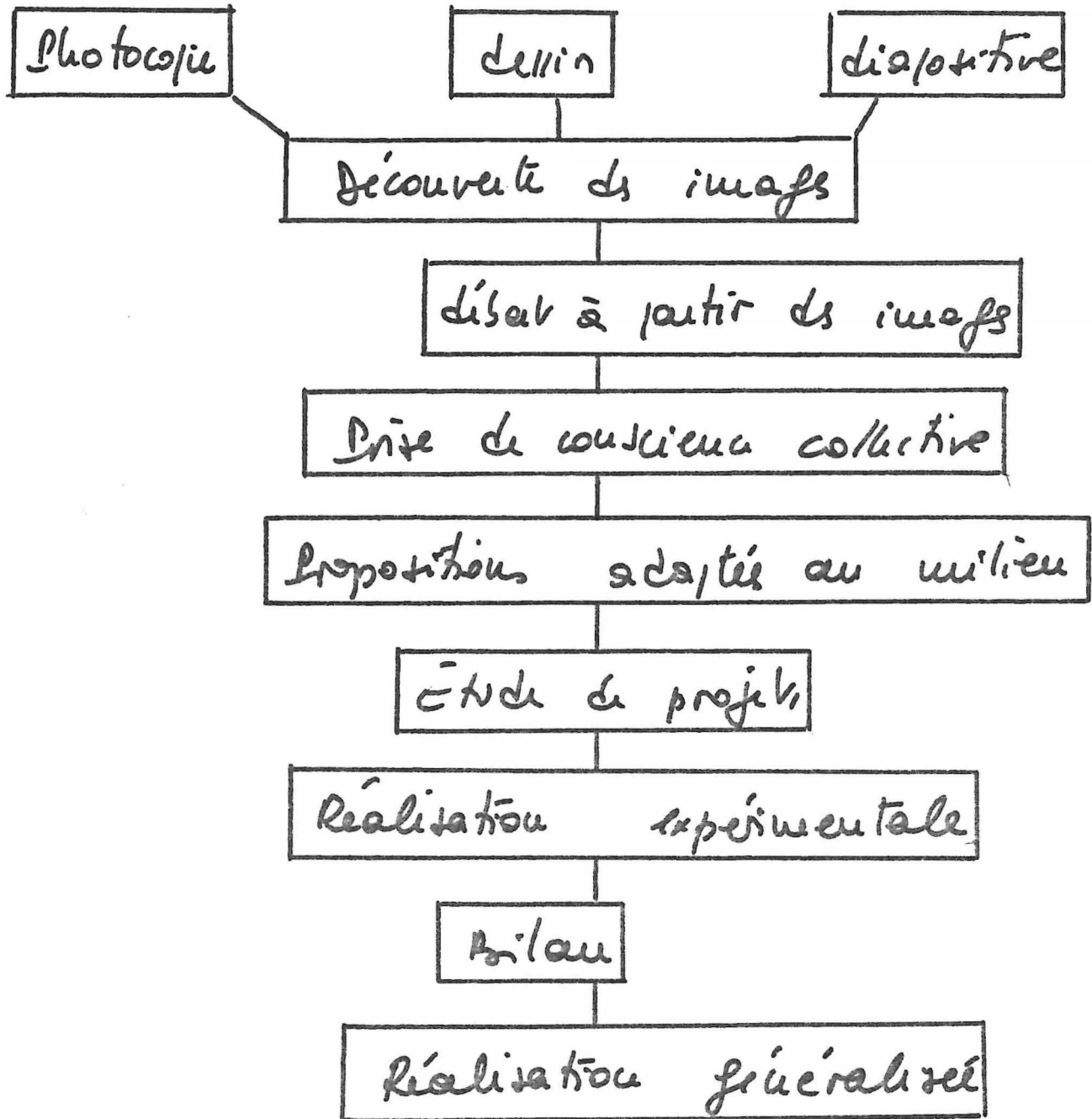
Il doit apparaître plus rapidement suite à la phase précédente. Il faut privilégier pour les séances de vulgarisation en alternance avec les séances - débats. Le rythme du montage sourité équivaut au cinéma en ralenti. Cependant il ne présente pas la rigueur du montage simple et n'autorise pas l'ajout sur image, les retours en arrière pour lancer le débat.

38

le montage sonore et, les appréciés
par les communautés villageoises car la cadence
des images est moins rapide et il met sou-
vent en scène les villageois eux mêmes.

L'ordre, la quantité et la cadence de passage
des diapos dépendent de l'objectif de formation
du programme prévu, de la réaction du
public, de l'intérêt porté par les participants
à certains sujets : l'effet psychologique
d'images fixes peut ainsi être meilleur
que celui du film car le vulgarisateur
peut adapter le rythme des images aux
réactions du public.

Présence permanente au village
projection de documents en plein jour
nécessité d'une source d'énergie
- documents sur supports transparents



40
Il permet la construction de l'image
au fur et à mesure de la progression de l'exposé.
Les documents sont faits à partir
de photocopies, dessin au feutre indélébile,
documents imprimés et photographique.

"On dit en dit plus long qu'un long discours"
C'est un avantage mais aussi un inconvé-
nient: une image plus qu'un discours peut
être mal comprise: on peut parler d'un analphé-
bétisme visuel. (CTA, 1987). L'utilisation de
dessins dans la formation se heurte au problème
de la compréhension de l'image, notamment
la difficulté de perception de l'espace du matériel
visuel. La représentation sur papier (donc
plane) ne permet pas de contourner la tridimension-
nalité de l'espace. Cette impression d'espace
représenté dans nos cultures occidentales par un
code central de la perspective n'est pas forcément
valable: une petite maison n'est pas inter-
prétée comme "étant loin" mais comme une
"petite maison".

De même il est difficile de reconnaître
le mouvement du matériel visuel: les
lignes marquant le mouvement (arcs,
flèches) sont abstraites. Elles ne marquent pas la
réalité et nécessitent donc la compréhension
du code graphique. Pour faire
comprendre le mouvement, il n'y a eu
nécessaire de faire deux dessins:

un avant le mouvement et en 2/15 "4"
"couper du bois par exemple" (Ramm G, 1986)

Le dessin, s'il permet d'isoler les
éléments importants et d'effacer tout détails
et anciens plans inutiles, met en jeu des
codes qui sont à offrir pour la non-
initié

Un bon dessin doit être

- monoténuque en s'efforçant au
maximum du risque de constatation culturelle
- réduire la information au minimum
pour garder l'essentiel (disposition de l'ancien plan,
- privilégier la sémantique à l'esthétique
- tendre à un degré d'iconicité
maximum
- décomposer l'information

-1- le flanellographe

42

présence permanente au village
-13 de source d'énergie
-convient pour animation en petit groupe
moyen économique

Tableau de feutre,
personnage, objet en carton

Petit groupe + animateur

Dynamique de groupe restreint

Choix d'un thème

Distribution des rôles

Construction de l'action

Expression - participation - propositions

Animation

Le moyen se appelle à la participation du groupe. Le formateur doit faire participer tous les stagiaires, et ne pas hésiter à être directif. La formation s'adresse à tous ceux qui sont présents, pas seulement ceux qui ont un bon niveau. (GRDR, sans date)

Le auxiliaire, relativement facile à réaliser, attire l'attention qu'il utilise la couleur.

La mobilité des éléments ne correspond pas uniquement au mouvement de la pensée. Elle comporte un élément de jeu que les groupes pourront eux mêmes utiliser. En partant d'un sujet "quelles cultures vais-je produire?" le groupe peut composer lui même son programme de rendement et le rapport de chaque culture. On peut élaborer chaque étape d'une situation en faisant participer le groupe

Prisme temporaire au village
nécessité d'un local

Le grandeur des images permet une lecture
utilisée pour plusieurs villages [facile
peu onéreuse

Découverte des images

dialogue avec l'animateur en petit groupe

prise de conscience : individuelle
collective

Appel à une vulgarisation

Action

Les expositions itinérantes permettent la sensibilisation pendant une période donnée de tout un groupe sociologique. Elles polarisent l'attention du village. Elles constituent l'événement du moment qui correspond à l'ouverture du village sur le monde extérieur - Ceci correspond à l'attitude qui, après les salutations, vise à interroger l'étranger qui arrive sur les nouvelles.

La notation de l'exposition doit se faire en fonction de l'écologie, du terrain, des thèmes choisis - L'animateur écoute les réactions du public et intervient pour guider la recherche mais sans donner le élément de réponse.

- 4- l' affiche

41

Présence permanente au village
Moyen simple
peu onéreux
complète aux moyens
action psychologique à long terme

Ella interpelle le passant

à long terme prise de
conscience collective

Action généralisée et
soutenue

Prise de conscience
individuelle

action unanime peu durable

C'est un moyen de communication visuel
permanent venant en complément d'autres
moyens - le texte y est facultatif -

L'affiche "impressionne" le public grand et
le met en situation de recherche et de
participation.

Le lieu d'exposition en conditionne le succès
(aire à palabres, commerçant). C'est en
collant l'affiche à plusieurs endroits que la
population prendra conscience du problème.

Il faut la réaliser dans un style
direct pour interpeller les passants. Elle
nécessite cependant une bonne connaissance
sociologique de la communauté villageoise,
de ses valeurs clés, de ses préoccupations
et couleurs (se renseigner auprès de forgerons)

Comme il s'agit d'un moyen ne
nécessitant pas la présence du vulgarisa-
teur, les affiches doivent être compréhensibles
sans explications supplémentaires. Seules
seront efficaces les affiches bien composées
dont l'idée force s'impose du premier
coup d'oeil et qui attirent même l'oeil
du passant. Ne pas utiliser des
messages vagues tels "stop aux feux de
brousse" mais pour une campagne de
sensibilisation représenter un rat et les
dépôts qu'il cause.

L'affiche n'est cependant pas un moyen suffisant pour inciter à une action directe. Il y a même donc nécessité de renforcer les campagnes d'affiches par

- des émissions radios : commentaires interviews, réactions du public sur les affiches
- la presse : reprise de affiches et commentaires
- éventuellement par le cinéma et la télévision

- 1 - les journaux illustrés

49

moyen simple
présence permanente au village
complète les autres moyens d'action
propose des thèmes faciles

Découverte de l'image

Analyse des thèmes
- individuellement
- en groupe

Création l'animation

en vulgarisation

Rapport des solutions.

Les bandes dessinées ont acquis une place de choix dans de nombreux pays, d'Amérique latine notamment. Elles assurent la transmission de certaines idées au moyen de personnages connus.

Une histoire racontée et imagée correspond d'avantage aux habitudes d'expression des groupes cibles que l'affiche dont la caractéristique est la concision de l'expression.

L'image retient l'attention: une utilisation de journaux illustrés comme la décoration de la case.

L'image se conserve pour elle-même la création de bandes dessinées et de romans photo remporte un vif succès mais les deux moyens doivent permettre de se reconnaître et s'identifier. Ceci est réalisé par la reproduction de caractéristiques spécifiques du milieu.

Présente dans toute la famille
aspect usuel

Image imprimée sur la boîte

Image + Texte

Photo + Texte

Image muette

observation - découverte du
message

60 observations conscientes ou non

Motivation pour l'alphabétisation

Prépare l'animation

Vulgarisation

Action spécialisée

Elle s'adresse à un public aussi
bien d'adultes que d'enfants.

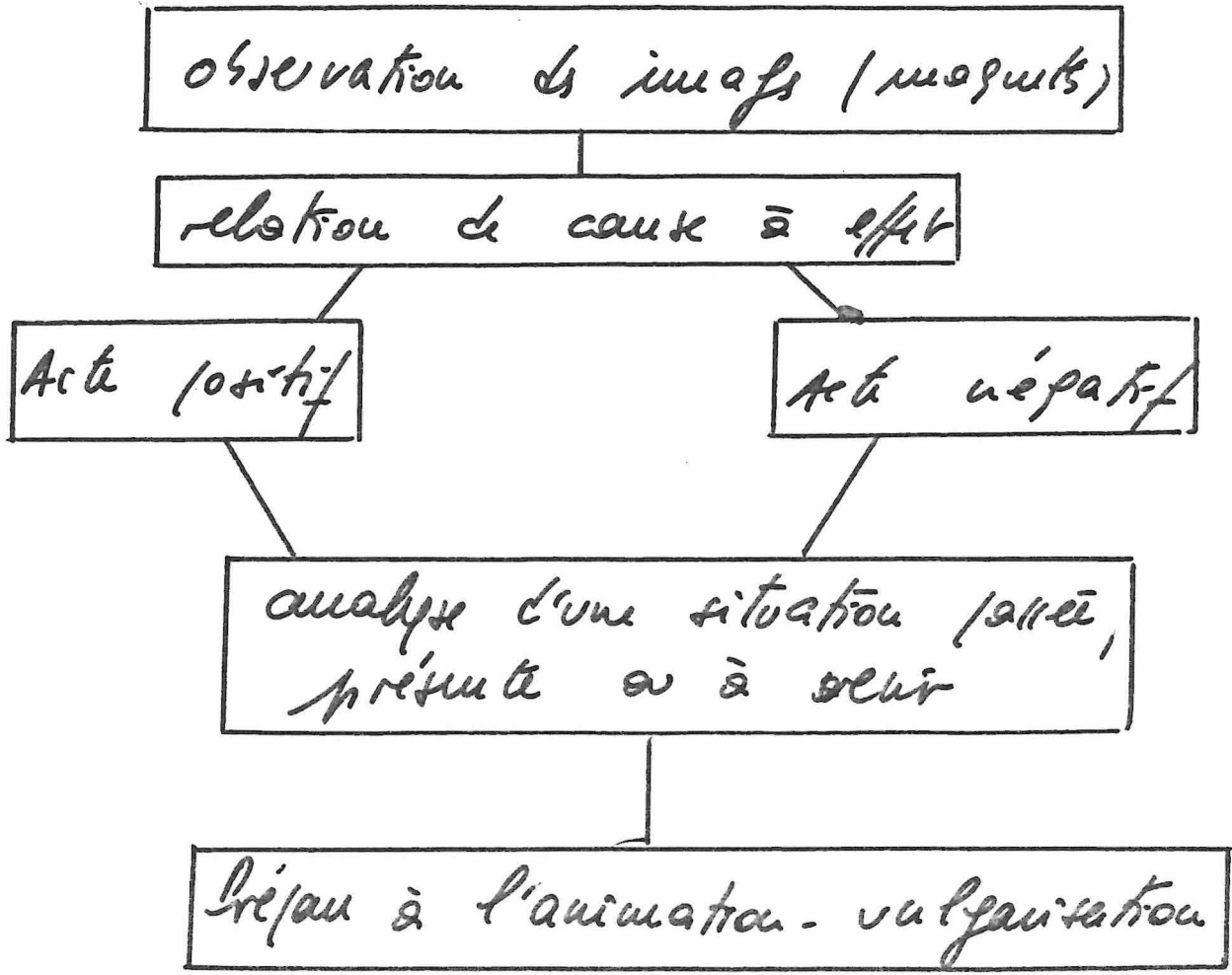
Son action s'étend sur : tous les
familles usent d'allumettes.

L'enregistrement du message contenu
sur la boîte se fait à chaque utilisation.
Ainsi l'individu perçoit 40 à 60 fois
inconsciemment le message.

exemple d'utilisation en alphabétisation:
présenter sur la boîte une lettre et un
objet commençant par cette lettre

- N- Jeux de bûtes et moquets

Présence permanente au village
éléments d'animation et de vulgarisation
se jouent en petits groupes



Les jeux de batis doivent s'adapter même aux analphabètes. Un exemple de jeu utilisé est le jeu de l'oe. L'observation de images et de mécanismes de projections et de retours en arrière forme l'esprit des joueurs. Elle leur^{en} fait découvrir la relation de cause à effet.

Les images proposent des actes de valeur positive ou négative (transposables à la vie réelle) qui sont repris lors de séances de vulgarisation sous forme de diapos.

Les maquettes sont palpables, on peut les mettre en mouvement les observer de tous les côtés, les déplacer: elles sont très proches de la réalité. Elles sont particulièrement intéressantes pour les groupes cibles qui éprouvent difficilement les explications abstraites. La maquette est plus vivante, représentative surtout quand le groupe ne connaît pas par expérience l'objet ou la technique dont il est question et ne peut pas l'imaginer.

L'association de deux moyens donne des jeux figuratifs dont le thème peut varier: la ferme

Il existe deux catégories de média

- les média individualisants, ils concourent à l'apprentissage individuel
- les média de groupe favorisant l'expression et l'action collective

La mise en œuvre de ces deux média de façon systématique et complémentaire

- supprime toute structure de "classe" au sens traditionnel de classe d'enseignement
- modifie le rôle du formateur. N'étant plus centré sur le contenu mais sur l'élève le maître ne cherche plus à s'écouter mais écoute les besoins des autres, les satisfait en proposant des média qui y répondent le mieux, apporte une aide lorsqu'elle est sollicitée ou nécessaire

Le rôle du formateur a été jusqu'à présent d'apporter directement aux élèves des connaissances à partir d'un contenu d'enseignement qu'il a préparé et qu'il diffuse. Ceci est le concept de la communication de "celui qui sait" vers "celui qui doit savoir". Cependant les élèves peuvent accéder au savoir par d'autres moyens que "la voix du maître". Dès lors, le rôle du formateur est l'animation.

L'animation vise à :

- aider un groupe à mobiliser ses potentialités pour atteindre l'objectif qu'il s'est ou qui lui est assigné.
- accroître les potentialités de ce groupe quand l'animation se prolonge dans le temps pour permettre au groupe d'atteindre, en plus de l'objectif initial, des objectifs complémentaires d'ordre méthodologique et de développement de la personnalité.

Il faut cependant se garder de pratiquer l'animation-manipulation. Le formateur utilise tous les recours de l'analyse psycho-sociologique pour amener les groupes à prendre à leur compte les solutions que lui-même veut voir accepter. Flattant le groupe dont elle semble solliciter l'aide, cette pratique les laisse sur leur pouvoir réel de décision et les maintient ainsi en état de passivité et de subordination.

Advisory committee on agricultural education
 Science and training 3rd session, 1978,
 U.N.E.S.C.O. , Paris, 84p.

Beau, D., 1983

100 fiches de pédagogie de adultes à
 l'usage de formateurs. Ed de l'Organisation
 pour l'Enseignement Supérieur, Paris 130p

Clavert, J.Y., 1972

Les moyens audiovisuels pour l'ani-
 mation rurale, G.R.D.R. Paris, 85p

Cochard, J., 1984

animé un système pédagogique -
 Institut français de gestion. Ed Pierre
 Aubert SA., Paris, 167p.

C.T.A. G.T.Z., 1987.

manuel de développement rural
 T1: bases théoriques et méthodes 317p

La campagne radiophonique latine et
 santé en Haïti 1984

Direct, N° 4, p 4-6 Paris

Gentil, D., 1984

Les pratiques coopératives en milieu rural
Ed de l'habitat Paris; 143 p.

Ghosh, A., 1986

Education des adultes et développement
N° 27, Oct 86, p 129-143

GRDR.

Module de gestion phase 2, culture
Atellée, Guide du formateur; 37 p

Milton, A., 1987

Education des adultes et développement
N° 29, Oct 1987, p 9-18.

Ramm, G., 1986

Education des adultes et développement
N° 27, Oct 1986, p 143-147

Republique de Côte d'Ivoire; Ministère
- du plan

Formation des masses rurales. 47 p

Thouret, J., 1989

mémoire de fin de thèse humaine d'initiation
à la pédagogie des sciences de la santé. 16 p

Valérie, J., 1978

Guide méthodologique pratique à
l'intention des formateurs de l'enseignement
agricole UNESCO. Paris 95p.

Annexe: Les objectifs à atteindre pour des
auxiliaires en santé animale dans les domaines
cognitifs, sensori-moteur et psycho-affectifs
(Thouret, J, 1989)

DEFINITION DES TACHES:

1) SOIGNER ET PREVENIR LES PRINCIPALES AFFECTIONS:

- Domaine cognitif:

. Niveau taxonomique 1 : "Se souvenir des faits"

Le Promoteur à l'issue de sa formation devra être capable:

- ◊ de citer les 3 à 5 caractéristiques, signes ou symptômes principaux des 5 à 10 pathologies principales, pour chaque espèce animale élevée dans sa région.
- ◊ de citer un traitement quand il existe et est disponible dans sa région, pour chacune de ces pathologies.
- ◊ de citer les moyens de prévention quand ils existent et peuvent être mis en oeuvre dans la région.
- ◊ d'expliquer les règles d'emploi des Antibiotiques.
- ◊ d'expliquer les règles d'emploi des Antiparasitaires.
- ◊ d'expliquer les règles d'emploi des Fortifiants.
- ◊ d'expliquer les règles d'emploi des Vaccins.
- ◊ de citer les mesures de prévention générales (incinération des cadavres, désinfection, soins aux nouveaux-nés, etc...).

. Niveau taxonomique 2 : "Faire une interprétation de données"

Le Promoteur devra être capable:

- ◊ de reconnaître les lésions caractéristiques (quand elles existent) des 5 à 10 pathologies principales, pour chaque espèce élevée dans la région.
- ◊ d'interpréter correctement un cas concret se référant à chacune de ces pathologies.

. Niveau taxonomique 3 : "Trouver une solution à un problème nouveau"

Le Promoteur devra être capable:

- ◊ de se servir et d'utiliser correctement un manuel de posologie adapté à son exercice professionnel qui lui est remis.

- Domaine sensori-moteur:

. Niveau taxonomique 1: "Imiter les gestes d'un modèle "

Le Promoteur devra être capable:

◊ de pratiquer correctement une autopsie pour chaque espèce animale élevée dans la région.

. Niveau taxonomique 2: "Contrôler son geste avec une certaine efficacité"

Le Promoteur devra être capable:

◊ de pratiquer un accouchement sur les espèces à risque dystocique, élevées dans la région.

◊ d'appliquer les mesures de contention pour chaque espèce.

◊ d'effectuer les opérations chirurgicales usuellement réalisées dans la région (castration, ovariectomie, caudectomie...).

◊ de suturer une plaie cutanée.

. Niveau taxonomique 3: "Accomplir un geste de façon automatique avec un haut degré d'efficacité"

Le Promoteur devra être capable:

◊ d'effectuer, pour chaque espèce concernée, une injection Intra-musculaire, Intra-veineuse, Sous-cutanée, Intra-mammaire.

◊ de poser des ovules gynécologiques chez les espèces intéressées.

◊ d'administrer un traitement per-os pour chaque espèce.

◊ d'estimer à l'oeil le poids d'un animal.

- Domaine psycho-affectif:

. Niveau taxonomique 1: "Faire preuve de réceptivité vis-à-vis d'une autre personne"

Le Promoteur devra être capable:

◊ d'établir un bon contact relationnel avec le propriétaire de l'animal malade.

◊ d'établir et de maintenir des relations de confiance avec sa Communauté et ses représentants.

- . Niveau taxonomique 2: "Fournir une réponse à la demande affective d'une autre personne"

Le Promoteur devra être capable:

- ◊ d'expliquer au propriétaire d'un animal malade, la nature et les causes de la maladie.
- ◊ d'expliquer et de montrer au propriétaire, comment s'administre le traitement.
- ◊ de convaincre le propriétaire de la nécessité d'effectuer le traitement complètement.
- ◊ d'appliquer les mesures curatives et préventives à son propre élevage.

- . Niveau taxonomique 3: "Interioriser un sentiment"

Le Promoteur devra être capable:

- ◊ de responsabiliser les éleveurs vis-à-vis de l'administration d'un traitement et de la mise en œuvre de mesures préventives.

2) ORGANISER ET REALISER DES CAMPAGNES DE VACCINATION:

- Domaine cognitif:

- . Niveau taxonomique 1: "Se souvenir des faits"

Il devra être capable:

- ◊ de citer les principes d'une chaîne du froid.
- ◊ d'expliquer comment fonctionne un vaccin.
- ◊ de citer les 4 grands principes de la vaccination (vaccination seulement des animaux sains, délai d'établissement de l'immunité, durée de protection limitée, un vaccin-une maladie).
- ◊ d'expliquer les règles d'utilisation et de posologie des vaccins utilisés (vaccins vivants, vaccins tués).

- . Niveau taxonomique 2: "Faire une interprétation de données"

Il devra être capable:

- ◊ d'organiser la collecte du paiement des vaccinations.
- ◊ de décider quand vacciner (dates des campagnes de vaccination).
- ◊ de décider contre quelles maladies vacciner.

. Niveau taxonomique 3: "Trouver la solution d'un problème nouveau"

Il devra être capable:

◊ d'organiser et de réaliser un recensement d'animaux
à vacciner.

◊ de répondre clairement aux questions posées par les éleveurs
en particulier, d'expliquer les échecs vaccinaux.

- Domaine sensori-moteur:

. Niveau taxonomique 1: "Imiter le geste d'un modèle"

Il devra être capable:

◊ de reconstituer un vaccin lyophilisé.

. Niveau taxonomique 2: "Contrôler son geste avec une certaine efficacité"

Il devra être capable:

◊ de respecter les règles de la chaîne du froid, en vaccinant.

. Niveau taxonomique 3: "Accomplir un geste de façon automatique avec
un haut degré d'efficacité"

Il devra être capable:

◊ de pratiquer une injection Sous-cutanée à chacune des
espèces présentes dans la région.

- Domaine psycho-affectif:

. Niveau taxonomique 1: "Faire preuve de réceptivité"

Il devra être capable:

◊ d'informer sa Communauté des dates de campagnes de
vaccination.

◊ de définir avec sa Communauté, les modalités de réalisation
des campagnes de vaccination.

. Niveau taxonomique 2: "Fournir une réponse à une demande affective"

Il devra être capable:

◊ de conseiller et d'éduquer les membres de sa Communauté
en ce qui concerne les mesures de vaccination.

. Niveau taxonomique 3: "Intérioriser un sentiment"

Il devra être capable:

- ◊ d'expliquer le coût et la rentabilité d'une vaccination.

3) PLANIFIER ET REALISER DES REUNIONS D'INFORMATION:

- Domaine cognitif:

. Niveau taxonomique 1:

Il devra être capable:

- ◊ d'expliquer ce qu'est un vaccin.
- ◊ d'expliquer les règles de prévention pour les principales maladies sévissant dans la région.
- ◊ de démontrer l'importance de mener un traitement correctement (dose, durée).

. Niveau taxonomique 2:

Il devra être capable:

- ◊ d'identifier, de choisir, de hiérarchiser les critères importants concernant le thème de la réunion d'information.
- ◊ d'appliquer la méthode P.U.I.G.E.R (voir annexe) aux thèmes possibles de la réunion, pour guider son choix.

- Domaine sensori-moteur:

. Niveau taxonomique 1:

Il devra être capable:

- ◊ de réaliser des affiches claires et démonstratives à partir de dessins, en appui à ses explications.

. Niveau taxonomique 2:

Il devra être capable:

- ◊ de montrer comment on pratique une injection.
- ◊ de montrer comment on administre un traitement oral.

- Domaine psycho-affectif:

. Niveau taxonomique 1:

Il devra être capable:

◊ de parler clairement.

◊ de n'utiliser que des termes simples et accessibles à ses auditeurs.

. Niveau taxonomique 2:

Il devra être capable:

◊ de faire s'exprimer le public.

◊ d'utiliser un langage imagé, illustré de nombreux exemples concrets.

◊ d'utiliser ce qui est exprimé par les participants pour étayer son discours.

◊ de s'adresser au public le plus concerné (les femmes en particulier).

. Niveau taxonomique 3:

Il devra être capable:

◊ de sensibiliser les participants à l'importance du thème de la réunion.

◊ d'apprécier et de réaliser l'adéquation du thème de la réunion avec les préoccupations des participants.

◊ d'évaluer l'impact de la réunion d'information et d'en tirer les conséquences.

4) GERER UNE PHARMACIE DE BROUSSE:

- Domaine cognitif:

. Niveau taxonomique 1:

Il devra être capable:

◊ de tenir une comptabilité de la caisse de sa pharmacie.

◊ d'expliquer les règles de conservation des capsules, des pastilles et des médicaments injectables.

. Niveau taxonomique 2:

Il devra être capable:

◊ de quantifier la consommation de médicaments de sa Communauté, au cours de l'année.

◊ d'organiser l'approvisionnement de sa pharmacie en fonction de cette consommation.

- Domaine psycho-affectif:

. Niveau taxonomique 2:

Il devra être capable:

◊ d'expliquer au propriétaire de l'animal malade, le coût du médicament.

◊ de lui expliquer la démarche à suivre en cas de rupture de stock.