Transférer les connaissances issues de la recherche auprès des acteurs de terrain

Guide méthodologique pour la réalisation de supports d'application en format vidéo

FIRAH
RECHERCHE APPLIQUÉE SUR LE HANDICAP
APPLIED DISABILITY RESEARCH

CLAP SUR LA RECHERCHE

FIRAH
RECHERCHE APPLIQUÉE SUR LE HANDICAP
APPLIED DISABILITY RESEARCH

www.firah.org

Créée en 2009, reconnue fondation d'utilité publique en 2011, la FIRAH est entièrement dédiée à la recherche appliquée sur le handicap. Elle est présidée par Patrick Gohet.

L'objectif de la Fondation est de mettre les résultats de la recherche appliquée au service des acteurs de terrain, pour améliorer la qualité de vie et la participation sociale des personnes handicapées. Par acteurs de terrain, nous entendons les personnes handicapées, leur entourage, les professionnels qui les accompagnent, les associations…

La Fondation entend répondre à un vide constaté entre le monde de la recherche et celui du terrain.En œuvrant au développement d'une recherche répondant aux besoins identifiés par les acteurs terrain, en soutenant des recherches appliquées collaboratives et innovantes, et en veillant à une diffusion des résultats qui permette une réelle appropriation de ces derniers par les acteurs concernés, la FIRAH favorise le rapprochement et les échanges entre ces deux mondes.

Aujourd'hui, la Fondation développe ses activités autour de trois pôles :

- Soutenir des projets de recherche appliquée dans le cadre défini par ses appels à projets ;
- Dynamiser le transfert des connaissances issues de la recherche auprès des acteurs de terrain ;
- Opérer sur le terrain un soutien au transfert d'innovations.

CLAP SUR LA RECHERCHE

Programme Clap sur la recherche

Le Programme « Clap sur la recherche » a pour objectif de favoriser et de renforcer le transfert des connaissances issues de la recherche auprès des acteurs de terrain.

Il entend répondre à un manque constaté dans les processus traditionnels de diffusion des résultats de recherche, qui demeurent trop souvent limités à la sphère scientifique, à travers deux axes :

- La réalisation d'espaces multimédias thématiques à destination des acteurs de terrain, regroupant des vidéos pédagogiques, des rapports de recherche et articles scientifiques ainsi que des ressources complémentaires.
- Un travail de capitalisation destiné à proposer des outils méthodologiques et des informations sur la question du transfert des connaissances.

Le Programme « Clap sur la recherche » est coordonné par la FIRAH et soutenu par la CNSA et la Fondation Malakoff Humanis Handicap.

cnsa Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie

fondation handicap malakoff humanis

Sommaire

Avant-propos 4

1 Les notions-clés 7

2 Pourquoi créer des vidéos 9

3 Le pas à pas pour réaliser une vidéo 11

Fiches pratiques 19

Avant-propos

Pourquoi ce guide ?

En 2017 la FIRAH publiait le **« Guide méthodologique pour la réalisation de supports d'application »**. Ce guide, réalisé à partir de l'expérience acquise par la FIRAH depuis sa création, a pour finalité de promouvoir et de faciliter la production de supports d'application contribuant à l'amélioration de la qualité de vie des personnes handicapées[1], et à renforcer leur autonomie et leur participation sociale en cohérence avec la Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées[2].

Pour renforcer son action auprès des équipes de recherche et des acteurs de terrain et en tenant compte des enseignements de ses appels à projets, la FIRAH a élaboré en 2019 un programme innovant de production de vidéos pédagogiques et d'espaces multimédias pour transférer les connaissances issues de la recherche auprès des acteurs de terrain : **le Programme « Clap sur la recherche »**[3].

L'observation de la mise en œuvre du programme « Clap sur la Recherche », enrichie d'interviews de toutes les parties-prenantes du projet[4] et de focus groups, **ont permis la création du présent guide. Il porte sur la réalisation de supports d'application en format vidéo**[5].

Dans le cas présent, il s'agira donc de produire des vidéos pédagogiques à destination des acteurs de terrain dans une démarche de transfert des connaissances issues de la recherche.

A qui s'adresse ce guide ?

Ce guide a pour objectif de partager la méthodologie développée dans le cadre du Programme « Clap sur la recherche » afin de permettre aux personnes mobilisées dans un travail de recherche, en premier lieu les chercheurs et les acteurs de terrain, de produire des vidéos pédagogiques, favorisant ainsi le transfert des connaissances auprès des publics pouvant être particulièrement concernés par les résultats de la recherche. Il s'adresse à des projets de recherche portant sur la thématique du handicap mais pourrait être transposable dans d'autres domaines de recherche.

---

[1] Le terme « personnes handicapées » choisi par la FIRAH est celui utilisé au niveau international dans la Convention des Nations Unies relative aux Droits des Personnes Handicapées. Son sens est similaire à celui de personnes en situation de handicap (souvent repris par les associations françaises) ou personnes ayant des incapacités (courant au Québec).

[2] Plus d'information sur la Convention : **https://www.firah.org/la-convention-relative-aux-droits-des-personnes-handicapees.html**

[3] Plus d'informations sur le Programme Clap sur la recherche : **https://www.firah.org/fr/clap-sur-la-recherche.html**

[4] Les chercheurs et acteurs de terrain, les personnes ayant participé aux focus groups, l'équipe de réalisation des vidéos pédagogiques, l'équipe de coordination du Programme

[5] **Les supports d'applications :** ils représentent la mise en forme des résultats et des connaissances produites par la recherche appliquée en produits, services et contenus répondant aux attentes et besoins des personnes handicapées. Ces supports d'application sont adaptés et destinés aux différents acteurs de terrain et utiles pour améliorer leurs pratiques. Le format de ce support d'application pourra être : des outils de formation, écrits adaptés, vidéos pédagogiques, outils opérationnels...

Comment utiliser ce guide ?

La réalisation de vidéos pédagogiques participe à la dynamique du transfert des connaissances, par la mise à disposition en accès libre et dans un format adapté, d'un outil produit dans le cadre d'un travail de recherche.

Ce guide :

- Rassemble les conseils et bonnes pratiques pour réaliser une vidéo pédagogique dans le cadre d'un projet de recherche,
- Propose des renvois vers le 1er guide méthodologique FIRAH et d'autres supports pour aller plus loin,
- Intègre des retours d'expérience du Programme « Clap sur la recherche »,
- Contient des fiches pratiques.

Ce guide est destiné aux équipes de recherche (chercheurs et acteurs de terrain) souhaitant réaliser un support d'application en format vidéo et destiné à intervenir dans un processus de transfert des connaissances.

Le « Guide méthodologique pour la réalisation de supports d'application » peut être utilisé en complément du présent guide, notamment en appui des phrases préparatoires ou pour la réalisation de supports d'application dans d'autres formats.

Il peut également être complété par le « Guide méthodologique pour la réalisation d'espaces multimédia » utilisés dans le cadre d'une démarche de transfert de connaissances, et notamment pour diffuser l'ensemble des ressources produites dans le cadre de la recherche.

Enfin, une page contenant des ressources complémentaires sur la thématique du transfert des connaissances est également disponible.

Remerciements

La FIRAH souhaite remercier les chercheurs et les acteurs de terrain ayant contribué à l'élaboration de ce guide méthodologique à travers le partage de leur expérience dans le cadre d'entretiens, et plus particulièrement l'ensemble des participants au Programme « Clap sur la recherche ».

Rédaction

Fabienne Duboscq (Chargée du volet « Evaluation et capitalisation » du Programme « Clap sur la recherche », Gain de Causes)

Comité de rédaction

Philippe Chervin (FIRAH), Maxime Huyghe (Réalisateur), Blandine Lacour (Chargée du volet « Réalisation audiovisuelle » du Programme « Clap sur la recherche », Journaliste), Virginia Ozkalp-Poincloux (FIRAH), Cécile Vallée (FIRAH).

Conception et réalisation graphique

Guillaume Robin

FIRAH | 2022

Attribution – Pas d'utilisation commerciale - Partage dans les mêmes conditions.

Pour en savoir plus

FIRAH – www.firah.org

Contact :

Cécile Vallée, Coordinatrice du Programme « Clap sur la recherche » :
cecile.vallee@firah.org

1

Les notions-clés

Avant d'aborder la lecture de ce guide méthodologique, il convient de prendre connaissance de plusieurs notions qui seront utilisées tout au long de ce document.

Le transfert des connaissances : la FIRAH retient la définition du Fonds de recherche québécois – Société et culture : « *Le transfert des connaissances correspond à l'ensemble des efforts consentis pour contribuer à faire connaitre et reconnaitre les activités et les résultats de recherche en vue de leur utilisation par les milieux de pratique, les décideurs politiques et le grand public* »[7].

Les acteurs de terrain : pour la FIRAH, les acteurs de terrains sont les personnes handicapées, leurs proches et les organisations qui les représentent, les professionnels et organisations travaillant dans le domaine du handicap, les prestataires de service, les organismes de l'économie sociale et solidaire, les autres organisations intervenant en milieu ordinaire et devant prendre en compte dans leurs activités les personnes handicapées (par exemple les architectes, les enseignants, les entreprises…), les décideurs politiques au niveau local, national et international.

La recherche appliquée sur le handicap : la recherche appliquée obéit aux règles habituelles de toute recherche scientifique (éthique, méthodologie, rigueur, évaluation…). Elle a pour but d'apporter des solutions concrètes aux difficultés rencontrées au quotidien par les personnes handicapées et leurs familles. La FIRAH entend cette recherche appliquée comme le fruit d'une collaboration réelle, tout au long du processus de recherche, entre les acteurs académiques et les acteurs de terrain.

La recherche participative : La recherche participative correspond à une démarche de collaboration entre acteurs de terrain et chercheurs. Elle implique dès la définition de la recherche, son montage, son pilotage et sa mise en œuvre, des acteurs de terrain ayant une connaissance et expérience des problématiques étudiées. Cette collaboration permet aux acteurs de terrain de se saisir des résultats de la recherche qu'ils auront co-produit et ainsi d'amorcer au mieux le transfert des connaissances vers d'autres acteurs de terrain.

Les supports d'application : ils représentent la mise en forme des résultats et des connaissances produites par la recherche appliquée en produits, services et contenus répondant aux attentes et besoins des personnes handicapées. Ces supports d'application sont adaptés et destinés aux différents acteurs de terrain et utiles pour améliorer leurs pratiques. Le format de ce support d'application pourra être : des outils de formation, écrits adaptés, vidéos pédagogiques, outils opérationnels…

Le libre accès : Dans le contexte de la recherche, l'université de Laval définit le libre accès comme la mise en ligne gratuite des résultats de la recherche afin de les rendre accessibles à tous, dans le respect du droit d'auteur.

[7] Cette définition est également celle retenue par l'équipe de **R**echerche sur les **E**ffets **N**on-**A**cadémiques de la **R**echerche et ses **D**éterminants (RENARD), équipe de recherche canadienne spécialisée dans le transfert des connaissances.

2

Pourquoi créer des vidéos ?

Le Programme « Clap sur la recherche » a pour principal objectif d'accompagner des équipes de recherche pour la réalisation de vidéos pédagogiques à des fins de transfert des connaissances auprès des acteurs de terrain. Au total, 5 équipes de recherche ont été accompagnées, et plus de 15 films ont été réalisés dans le cadre du programme.

Pourquoi créer des supports d'application en format vidéo dans le cadre d'une démarche de transfert des connaissances issues de la recherche ? **Parce que c'est très efficace !**

La preuve en est : en 2017, le journal Le Monde décidait de ne diffuser que des vidéos de type pédagogique : *« D'abord parce que, de tous les formats que nous avions expérimentés, les vidéos pédagogiques étaient de loin celles qui avaient reçu le meilleur accueil : cartographies animées, analyses filmiques, vidéos scientifiques, explications en personnages animés..., tous ces éléments étaient à la fois ceux pour lesquels nous recevions le plus de retours positifs, mais aussi ceux qui réalisaient les meilleures audiences. »*[7]

Quelques chiffres viennent confirmer ce constat :

En 2017, la vidéo a représenté 74% de tous les trafics en ligne (source: KPCB).

- 55% des personnes regardent des vidéos en ligne tous les jours (source: MWP).
- 65% des téléspectateurs regardent plus de ¾ d'une vidéo (source: Syndacast).

Tandis que d'autres études ont montré que des formations vidéo peuvent améliorer les connaissances et les traitements, en particulier pour les comportements complexes liés à la santé[8].

De plus, l'expérience « Clap sur la Recherche » a permis d'identifier les bénéfices-clés de la réalisation de vidéos pédagogiques dans le cadre d'une démarche de transfert des connaissances issues de la recherche :

- Avoir un outil ludique et dynamique utilisable dans différents contextes,
- Disposer d'un support facile d'accès et de qualité pour former ou s'auto-former,
- Valoriser l'expérience et la participation des acteurs de terrain au projet de recherche.

[7] Voir l'article : **https://www.lemonde.fr/la-fabrique-du-monde/article/2018/05/16/quelle-strategie-video-au monde_5299972_5019940.html**

[8] Pour plus d'informations, voir cet article : **https://www.semanticscholar.org/paper/Effects-of-video-based%2C-online-education-on-and-in-Armstrong-Idriss/ec5468b2de0cc51dcc13879c5a27371daee2b5a3**

3

Le pas à pas pour réaliser une vidéo pédagogique

La réalisation d'une vidéo pédagogique repose le plus souvent sur le porteur de projet (chercheur ou acteur de terrain) qui collaborera avec les partenaires ayant contribué au projet de recherche. Les vidéos pédagogiques peuvent cibler différents profils d'acteurs de terrain : les personnes handicapées, leurs proches, les organisations qui les représentent, les professionnels qui les accompagnent, les acteurs du secteur ordinaire en lien avec les questions de handicap, etc.

SE PREPARER

Les 4 étapes présentées ci-dessous sont souvent interdépendantes les unes des autres et sont donc réalisées de manière concomitante.

1 - Choisir les messages à transmettre et se fixer des objectifs

Un travail de recherche aboutit généralement à la production de nombreuses connaissances. Comme pour n'importe quel support d'application et comme dans toute démarche de transfert des connaissances, tous les résultats de la recherche ne peuvent pas et ne doivent pas figurer dans la vidéo.

Il faut donc choisir les résultats de la recherche les plus significatifs pour les acteurs de terrain et voir ensuite si les informations seront facilement transmissibles en vidéo. **Ces choix doivent être discutés avec les acteurs de terrain ayant participé à la recherche.**

Il est aussi important de fixer un objectif principal à la vidéo. En effet, les vidéos pédagogiques peuvent jouer des rôles différents dans les mécanismes de transfert des connaissances :

- Elles peuvent être un outil directement destiné aux personnes handicapées ou à leur entourage (voir par exemple la vidéo **« La maladie d'Alzheimer expliquée aux personnes ayant une déficience intellectuelle »**).
- Elles peuvent intervenir pour renforcer l'appropriation des recommandations issues de la recherche par les acteurs de terrain en apportant un éclairage complémentaire sur ces dernières (voir par exemple **« Les recommandations issues de la recherche SELODY »**).
- Elles peuvent venir illustrer l'utilisation d'un autre outil produit dans le cadre de la recherche (voir par exemple « **Comprendre CartogéoVie et ses fonctionnalités** »).
- Elles peuvent permettre la présentation de la recherche et de ses résultats dans un format plus accessible (voir par exemple **« Mieux vivre avec les TOC »**).

2 - Faire le budget

Le budget complet devra inclure le coût du prestataire pour la réalisation audiovisuelle, et le cas échéant, les droits pour la bande son (musique), le comédien pour la voix off, les différents formats de la vidéo et la mise en accessibilité. En sus du budget du prestataire, il convient d'intégrer les ressources humaines mobilisées pour suivre et coordonner le projet, pour participer au tournage (4/5 jours en moyenne), et les frais de déplacement.

FICHE PRATIQUE N°1
EXEMPLE DE BUDGET POUR REALISER UNE VIDEO

3 - Réaliser le rétroplanning

Comme pour tout projet de support d'application, il est important d'inscrire dans le planning les parties prenantes qui interviendront et à quel moment. En élaborant le rétroplanning, il faudra être attentif aux disponibilités de l'ensemble des personnes mobilisées sur le projet, sans pour autant étaler la réalisation sur un temps trop long afin de maintenir une dynamique de travail efficace.
Ce planning est à affiner avec le prestataire.

FICHE PRATIQUE N°2

EXEMPLE DE PLANNING DE RÉALISATION D'UNE VIDÉO PÉDAGOGIQUE

4 - Prestataire pour la réalisation audiovisuelle

Le prestataire pour la réalisation audiovisuelle est la personne (ou l'équipe) qui sera chargée de l'ensemble des activités relatives à la réalisation de la vidéo (prise de son et d'image, montage, mixage, etc.). Au-delà des compétences techniques, il pourra opérer un accompagnement de l'équipe de recherche sur toutes les phases préparatoires (la rédaction du script par exemple).

L'expérience « Clap sur la recherche » a permis de rassembler les éléments favorisant le bon déroulement du projet.

En premier lieu, recourir à une personne ou une équipe ayant une expérience dans le champ du handicap, ou auprès d'autres publics en situation de dépendance, de précarité ou d'exclusion sociale est un plus, de telle sorte qu'elle puisse adopter la bonne posture et les bons éléments de langage. Il est également indispensable que le prestataire choisi soit à l'écoute de l'équipe de recherche qui doit rester pleinement partie prenante de la réalisation. Les chercheurs et acteurs de terrain impliqués sur ce projet sont respectivement garants de la rigueur scientifique des contenus présentés dans la vidéo ainsi que de leur capacité à être utiles et utilisables par les publics ciblés.

Ensuite, d'un point de vue technique les vidéos devront être, autant que possible, **accessibles aux personnes handicapées,** avec a minima :

- Des sous-titres ;
- Des codes couleurs et contrastes adaptés aux personnes ayant une déficience visuelle pour les animations ;
- Des éléments de langage simples (le FALC peut être envisagé en fonction des publics à qui la vidéo s'adresse) ;
- Un ton de voix off neutre et un débit de parole lent.

Il sera aussi important qu'il y ait une compréhension commune des lignes budgétaires, des conditions de modification des vidéos réalisées et de temps consacré au projet qui devra permettre une certaine souplesse tout en maintenant des objectifs réalistes.

NB :

Si les contraintes budgétaires ne permettent pas l'accompagnement par un professionnel de l'audiovisuel, il existe des outils, simples d'utilisation, gratuits ou peu couteux... A titre d'exemple :

https://www.canva.com/fr_fr/creer/video/
https://www.wevideo.com
https://moviemakeronline.com

FICHE PRATIQUE N°3

EXEMPLE DE CAHIER DES CHARGES POUR REALISER UNE VIDEO

REALISER SA VIDEO

1 - Ecrire le script

Dès lors que l'équipe de recherche a sélectionné les résultats de la recherche à transmettre via la vidéo, vient l'étape du script, c'est-à-dire une description chronologique de ce qui figurera dans le film. Cette étape implique la participation de toutes les parties prenantes : équipe de recherche (chercheurs et acteurs de terrain) ainsi que le prestataire pour la réalisation audiovisuelle.
Pour des vidéos pédagogiques, le script s'articule généralement autour de 5 parties :

- Le contexte de la vidéo ;
- Les problématiques des acteurs de terrain auxquelles la recherche apporte des réponses ;
- La présentation de la ou des réponses apportées par la recherche (les résultats concrets de la recherche) ;
- L'efficacité des réponses apportées par la recherche, à travers l'avis des acteurs de terrain concernés par exemple (personnes handicapées, proches, professionnels du médico-social...) ;
  Inviter à aller plus loin en consultant les autres ressources produites dans le cadre de la recherche, en allant sur l'espace multimédia, en prenant contact avec l'équipe de recherche...

L'écriture du script est un point clé du projet, c'est à ce moment en particulier qu'il conviendra de veiller à ce que les contenus soient pédagogiques (point qui sera validé plutôt par les acteurs de terrain puis par les testeurs[9]), tout en restant rigoureux et précis sur les résultats de la recherche (point qui sera particulièrement surveillé par les chercheurs).

Il peut être également intéressant d'impliquer des testeurs dans la relecture du script afin de s'assurer que la vidéo adopte bien un ton pédagogique pour présenter les résultats de recherche.

Le script permet d'avoir une idée plus précise de la durée de la vidéo.

[9] Les testeurs sont des acteurs de terrain n'ayant pas participé à la recherche mais étant intéressés ou concernés par la thématique, ils représentent les futurs utilisateurs de la vidéo pédagogique.

Et la durée dans tout ça ?

Il est souvent recommandé de ne pas créer de vidéos trop longues (plus de 10 ou 15 minutes) afin de faciliter leur diffusion et leur efficacité, tout en tenant compte des publics visés et des objectifs de la vidéo.
Cependant, la bonne durée sera celle qui est nécessaire pour exposer de manière claire et pédagogique les éléments que l'on souhaite transmettre.
Il est aussi possible d'imaginer la réalisation de plusieurs « épisodes » thématiques de manière à produire des vidéos plus courtes.

2 – Choisir le format de la vidéo

Les vidéos pédagogiques réalisées dans le cadre du Programme « Clap sur la recherche » sont des narrations d'expériences mettant en avant les problématiques vécues par les personnes en situation de handicap et les solutions concrètes issues des travaux de recherche. Les personnes concernées sont au cœur des films et généralement une voix off vient ponctuer la narration.

Plusieurs formats de vidéos peuvent être réalisées :

- Le reportage : le spectateur est témoin d'échanges entre plusieurs personnes (entre le chercheur et un professionnel, entre un professionnel et une personne handicapée, etc.,). Des situations de vie quotidienne peuvent également être filmées. Voir par exemple les vidéos **« Comprendre CartogéoVie et ses fonctionnalités »** ou **« La vie de couple et la déficience sensorielle – Les recommandations de la recherche SELODY »**

- Le film d'animation : les apports de la recherche sont illustrés en images et dessins. Voir par exemple la vidéo **« La maladie d'Alzheimer expliquée aux personnes ayant une déficience intellectuelle »**.

- Le montage vidéo avec du motion design : un mixte d'animations et d'images tournées. Voir par exemple la vidéo **« Mieux vivre avec les TOC »**.

En lien avec le script, il conviendra de décider du format de la vidéo. Là encore, d'une manière générale, le choix doit se porter sur le format qui permettra de bien transférer les connaissances issues de la recherche.

Il existe toutefois quelques critères, parmi d'autres, pour choisir un format plutôt qu'un autre :

- **Opter pour un reportage :**
  - si l'équipe de la recherche (chercheurs et acteurs de terrain) et les acteurs de terrain sollicités sont d'accord pour participer au tournage
  - si le sujet est « visuel », et peut être tourné dans différents lieux

- **Opter pour un film d'animation :**
  - si les parties prenantes de la recherche ne souhaitent pas apparaitre face caméra
  - si la situation à illustrer ne peut pas être filmée
  - si la notion à transmettre a besoin de simplification, d'images, ou au contraire de plus de légèreté

- **Opter pour une vidéo avec du motion design :**
  - si le reportage a besoin d'être complété par des infographies
  - si toutes les personnes identifiées pour le tournage n'ont pas donné leur accord

3 - Identifier les personnes à mobiliser pour la réalisation et les tests de la vidéo

En dehors de l'équipe de recherche, la mobilisation des acteurs de terrain se situe à 3 niveaux dans un projet de vidéo :

- La personne est sollicitée pour s'assurer que la vidéo transmet correctement les messages, que le rythme est adapté, qu'elle est suffisamment vulgarisée... Elle aura un regard sur le script, le storyboard, la voix off, l'habillage sonore, l'habillage visuel.
  NB : ne pas oublier d'inscrire le nom des contributeurs au générique.
- La personne participe au tournage, répond à une interview et/ou est filmée en situation.
  NB : Ne pas oublier de faire signer des droits à l'image.
- La personne est invitée au testing de la vidéo.

Les personnes doivent être informées dès le démarrage du projet afin qu'elles se rendent disponibles.

4 - Réaliser la vidéo

La réalisation se déroule généralement en plusieurs étapes. Encore une fois, celles-ci sont indicatives et dépendront du recours ou non à un prestataire externe pour la réalisation audiovisuelle et de sa méthode de travail. Après la rédaction du script et le choix du format de la vidéo, interviennent :

1ère étape
La réalisation d'un story board, c'est-à-dire un montage fixe et simple (avec des photos d'inspiration ou des croquis) pour visualiser les plans des séquences du tournage ou de l'animation. Ne pas hésiter à le partager avec des acteurs de terrain pour valider l'angle, les messages...

2e étape
La rédaction de la voix off. Parfois le prestataire propose de commencer par la rédaction de la voix off quand il s'agit d'une animation. Là aussi, c'est une bonne idée de la faire lire à une personne concernée par la recherche.

3e étape
- La réalisation de l'animation vidéo.
- Le tournage du reportage.

4e étape
- Le reportage : le dérushage et réalisation d'une première version du montage.
- L'animation : la réalisation d'une première version.

A cette étape, des ajustements pourront être réalisés.

5e étape — Le calage de la voix et de l'habillage sonore et visuel.

6e étape — La validation d'une première version finalisée pour le test.

TESTER SA VIDEO

Le test de la vidéo est un moment important dans le processus, pour plusieurs raisons.
Cela permet :

- De vérifier que les objectifs sont atteints et que la vidéo remplit bien le rôle qu'elle doit jouer ;
- De s'assurer que les résultats de recherche sont bien présentés de manière pédagogique et adaptée ;
- De procéder à des modifications pour bien répondre aux attentes des acteurs de terrain ;
- De commencer le travail d'appropriation de la vidéo avec les acteurs de terrain ayant participé à la recherche et les futurs utilisateurs des résultats de la recherche ;
- De rencontrer des personnes n'ayant pas participé à la recherche, qui pourront contribuer à sa diffusion et se faire le relai de la vidéo pédagogique.

A cette étape, il sera difficilement possible de produire de nouvelles images, cependant de nouveaux ajustements pourront être réalisés sur la vidéo.

NB : les acteurs de terrain ayant contribué à la recherche sont sollicités tout au long du processus pour tester les messages, émettre un avis sur les visuels... Pour que le test final soit porteur, il est important d'associer d'autres acteurs de terrain n'ayant pas participé à la recherche mais étant intéressés ou concernés par la thématique, ils représentent les futurs utilisateurs de la vidéo pédagogique.

Plusieurs moyens sont possibles pour tester une vidéo :

- Une enquête en ligne adressée à un échantillon d'acteurs de terrain,
- Un focus group (en visio ou en présentiel), c'est-à-dire une réunion encadrée et animée avec les différentes parties prenantes du projet dans le but de connaître les avis de chacun sur la vidéo réalisée.

Ces deux dispositifs peuvent être organisés pour une même phase de testing.

FICHE PRATIQUE N°4
CREER UNE ENQUETE EN LIGNE « TESTING »

FICHE PRATIQUE N°5
ORGANISER UN FOCUS GROUP

Et après ?

Après les étapes de préparation, de réalisation et de test, vient le temps de la diffusion de votre vidéo auprès des acteurs de terrain. Vous vous êtes impliqués dans cette démarche dans une optique de transférer les connaissances issues de la recherche auprès des acteurs de terrain, il conviendra donc de diffuser votre vidéo auprès des bonnes personnes et via des canaux adaptés. Pour plus d'informations à ce sujet, nous vous invitons à consulter le « Guide méthodologique pour la réalisation d'espaces multimédia ».

Fiches pratiques

FICHE PRATIQUE N°1

EXEMPLE DE BUDGET POUR REALISER UNE VIDEO

CHARGES	MONTANTS	RESSOURCES
Ressources humaines · chercheurs · acteurs de terrains · coordinateur du projet		
Frais · de déplacements tournage · de réunions		
Réalisation de la vidéo · Prestataire vidéo · Achat musique · Voix off · ...		
Diffusion · Achat d'espaces pub réseaux sociaux · Organisation d'événements · Organisation d'un webinaire		
Divers		
TOTAL		

FICHE PRATIQUE N°2

EXEMPLE DE PLANNING DE RÉALISATION D'UNE VIDÉO PÉDAGOGIQUE

	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3	MOIS 4	MOIS 5
Choisir les résultats à transmettre via la vidéo et les objectifs de diffusion	X				
Faire le budget/ décider des moyens à mobiliser	X				
Ecrire le cahier des charges et choisir le prestataire	X				
Ecrire le script		X			
Choisir le format de la vidéo		X			
Identifier les personnes à mobiliser pour la vidéo		X			
Réalisation de la vidéo (storyboard, tournage, montage, mixage)			X	X	
Tests					X
Modifications					X
Validation définitive					X

FICHE PRATIQUE N°3

EXEMPLE DE CAHIER DES CHARGES POUR REALISER UNE VIDEO

POUR DES FREELANCES OU AGENCES

Il s'agit d'un exemple de cahier des charges. Le principe est d'écrire dans un document toutes les conditions nécessaires pour créer une vidéo pédagogique efficace. Ces éléments peuvent être rédigés de manière formelle ou faire l'objet d'un temps d'échange avec le prestataire pour la réalisation audiovisuelle.

1. Le contexte de votre vidéo
Une brève présentation de votre structure et du projet.

2. L'objectif et le message de votre vidéo
L'objectif pédagogique de la vidéo et la présentation des messages clés.

3. Les cibles de votre vidéo
Lister l'ensemble des cibles de la vidéo, par exemple :

- Les personnes handicapées, leur entourage et les organisations qui les représentent,
- Les professionnels du secteur médico-social,
- Les centres de formation, associations et syndicats de professionnels du secteur du handicap, écoles, la communauté scientifique, la presse professionnelle...
- Les prestataires de service et les professionnels travaillant en milieu ordinaire cherchant à favoriser les processus inclusifs (entreprises, services publics...), les organisations de défense des droits humains.
- Les décideurs politiques aux niveaux local, national, et international.
- Le grand public, la presse...

4. Le style graphique de votre vidéo

- Si c'est du reportage : préciser la charte graphique pour l'habillage, les contraintes (logos des partenaires par exemple).
- Si c'est une animation : décrire le style souhaité ou donner des exemples de vidéos qui vous plaisent et donnez la charte graphique et les contraintes éventuelles.

5. La voix parlée et l'habillage sonore de votre vidéo

- Précisez le style de voix off (dynamique, doux, ...), le ton souhaité, si vous souhaitez que la voix off soit rédigée dans un premier temps par le prestataire...
- Précisez l'habillage sonore attendu : un classique libre de droit ? une musique lente ? énergique ? une musique neutre ? une musique dont vous avez les droits ?

6. La durée de votre vidéo
La durée conditionnera le coût. Idéalement, ne pas dépasser 10 ou 15 minutes. Il peut être préférable par exemple de faire 2 vidéos de 5 minutes (si le(s) message(s) à transmettre le permettent !).

7. Le mode de diffusion de votre vidéo
Ici vous préciserez si la vidéo doit être envoyée par mail, mise sur un site internet en lecture et/ou en téléchargement, diffusée via les réseaux sociaux, projetée sur grand écran...

8. Le délai de réalisation et le budget alloué à votre vidéo animée
Il s'agit de donner les échéances et éventuellement l'enveloppe budgétaire disponible.

FICHE PRATIQUE N°4
CRÉER UNE ENQUETE EN LIGNE « TESTING »

On peut recourir aux solutions gratuites de questionnaires en ligne, de type Google Form ou Survey Monkey.

Le questionnaire est court et contient essentiellement des questions fermées. L'exemple ci-dessous est un questionnaire pour un espace multimédia contenant des vidéos. Les éléments peuvent bien entendu être adaptés au cas par cas.

Nom
Prénom
Organisation

Vous êtes :
- ☐ personne en situation de handicap
- ☐ proche d'une personne en situation de handicap
- ☐ professionnel(le) du secteur du handicap
- ☐ aidant(e)
- ☐ acteur associatif
- ☐ acteur institutionnel
- ☐ financeur du projet
- ☐ autre
- ☐ je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

1 - Selon vous, cette vidéo s'adresse (plusieurs réponses possible) :
- ☐ aux professionnel(le)s du secteur médico-social
- ☐ aux personnes concernées par ce handicap
- ☐ à l'entourage de personnes concernées par ce handicap
- ☐ au grand public, à la presse...
- ☐ autre
- ☐ je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

2 - Dans le cadre de votre activité, vous pourriez l'utiliser pour (plusieurs réponses possible) :
- ☐ expérimenter les enseignements de cette recherche
- ☐ former vos équipes
- ☐ échanger avec l'entourage (famille, aidants, employeur...)
- ☐ argumenter une recherche de financements
- ☐ autre
- ☐ non concerné
- ☐ je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

3 - Selon vous, le contenu de la vidéo est
(noter de 1 à 5, 1 étant la note la plus basse et 5 la note la plus haute) :

Suffisamment vulgarisé

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

Pédagogique

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

Complet

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

Proche des préoccupations des professionnels

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

Fidèle au ressenti des personnes concernées

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

☐ je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

4 - Etes-vous d'accord avec les principes que nous avons posés pour élaborer la vidéo :

Donner la parole à toutes les parties prenantes de la recherche : chercheurs, personnes concernées, et associations (le cas échéant)

☐ Oui
☐ Non

Réaliser des films de moins de 10 min

☐ Oui
☐ Non
Si non préciser la durée

Réaliser un teaser de 40s

☐ Oui
☐ Non

Donner accès à la video en open source

☐ Oui
☐ Non

☐ Je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

5 - Comment pourriez-vous contribuer à diffuser la vidéo à titre professionnel ?

☐ Envoi d'un mailing à vos contacts professionnels
☐ Mise en ligne sur le site de votre organisation
☐ Intégration dans l'intranet de votre organisation
☐ Relais sur les réseaux sociaux de votre organisation
☐ Rédaction d'un article dans une publication de votre organisation (revue, newsletter...)
☐ autre
☐ Non concerné
☐ Je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

6/ Si vous avez participé à la recherche, vous pouvez prévaloir de ce statut pour parler de la vidéo à titre personnel, seriez-vous d'accord pour :

☐ Diffuser le teaser sur vos réseaux sociaux personnel ?
☐ Interpeler des médias de votre connaissance ?
☐ autre
☐ Je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

7/ Si vous êtes un professionnel du secteur envisageant d'expérimenter les enseignements de la recherche, seriez-vous d'accord pour témoigner sur les bénéfices-clés de la vidéo ?

☐ Oui
☐ Non
☐ Non concerné
☐ Je ne sais pas/ne souhaite pas répondre

8/ Etes-vous d'accord pour que l'on vous recontacte d'ici 6 mois pour :
Savoir comment vous avez utilisé concrètement la vidéo ?

☐ Oui
☐ Non

9/ Avez-vous autre chose à rajouter ?

FICHE PRATIQUE N°5
CREER UNE ENQUETE EN LIGNE « TESTING »

Il s'agit de réunir les invités (10/15 personnes maximum), soit en présentiel, soit en visio pour présenter la vidéo et recueillir leur avis « à chaud ».

Il faut deux personnes ressources pour animer le focus group : **un animateur** qui suivra le conducteur et **un rapporteur** qui prendra des notes. Généralement l'équipe du projet est présente.

EXEMPLE DE CONDUCTEUR :

Présentation des objectifs de ce focus group :

- Identifier **la valeur ajoutée de la vidéo** pour les acteurs de terrain
- **Finaliser la vidéo**
- Identifier les **leviers de diffusion et d'appropriation** par les professionnels, les personnes handicapées et les proches

Présentation de la vidéo

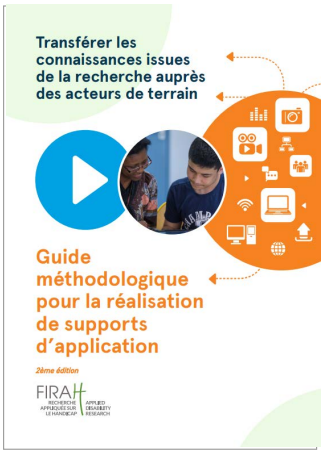
- Présentation succincte de la recherche et des connaissances transférées
- Diffusion de la vidéo

Recueil des commentaires

- D'une manière générale est-ce que la structuration et la hiérarchisation des éléments proposés répond à des besoins ?
- Qu'est-ce qui vous a le plus intéressé dans la vidéo et pourquoi ?
- Pensez-vous utiliser la vidéo et comment ?
- Quels seraient les meilleurs vecteurs pour diffuser cette vidéo ?
- Vous-même que pourriez-vous faire pour la diffuser ?

Ce guide a pour objectif de partager la méthodologie développée dans le cadre du Programme « Clap sur la recherche » pour permettre aux personnes impliquées dans un travail de recherche (chercheurs et acteurs de terrain) de produire des supports d'application en format vidéo, dans le cadre d'une démarche de transfert des connaissances à destination des acteurs de terrain. Plus spécifiquement, ce guide propose une méthodologie pour la réalisation de supports d'application en format vidéo. Il précise le rôle de chacun des acteurs impliqués dans sa réalisation, propose un pas-à-pas reprenant les différents étapes-clés et contient des fiches pratiques pour faciliter la mise en œuvre de ce travail.

Découvrez également les deux autres guides de notre collection de ressources méthodologiques destinées à accompagner les activités de transfert des connaissances issues de la recherche :



FIRAH
RECHERCHE APPLIQUÉE SUR LE HANDICAP
APPLIED DISABILITY RESEARCH