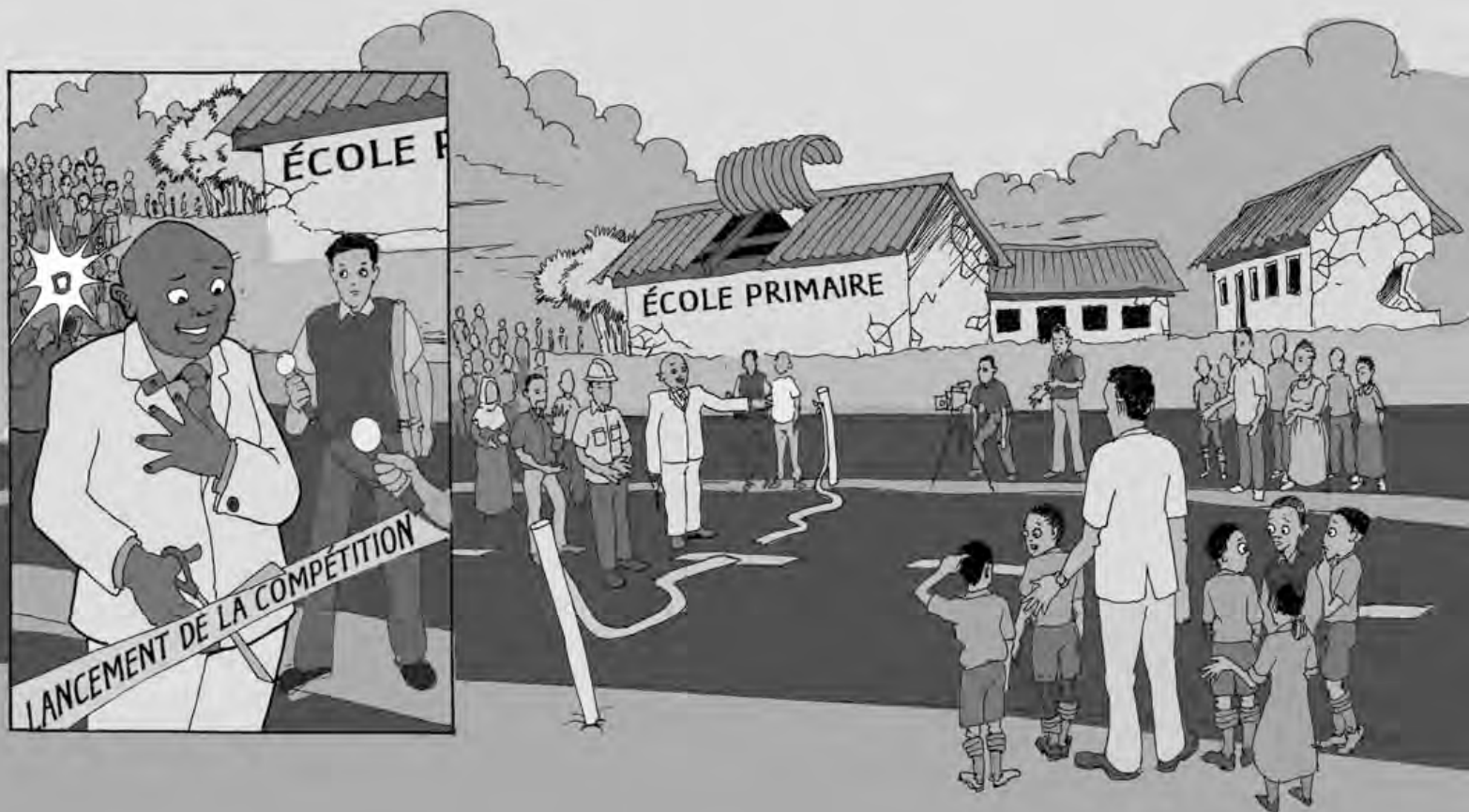


La communication stratégique pour la construction de la paix

un guide de formation

Comment utiliser la communication stratégique pour atteindre des objectifs de développement et pour construire la paix

Par Oscar Bloh



 Search for
Common Ground

 radio for
PEACEBUILDING
africa

La communication stratégique pour la construction de la paix

un guide de formation

Comment utiliser la communication stratégique pour atteindre
des objectifs de développement et pour construire la paix

Par Oscar Bloh



Nous remercions tous les membres de Radio for Peacebuilding Africa qui ont contribué par leurs idées et leurs commentaires à la réalisation de ce guide.

2010 Search for Common Ground

Rue Belliard 205	1601 Connecticut Ave. NW
B-1040	Suite 200
Bruxelles	20009-1035 Washington, DC
Belgique	USA
Tel. +32 2 736 7262	+1 202 265 4300
Fax +32 2 732 3033	+1 202 232 6718

Email: radiopeaceafrica@sfcg.be

Site Internet: www.sfcg.org et www.radiopeaceafrica.org

Le projet Radio for Peacebuilding, Africa est financé par le Ministère des Affaires étrangères de Finlande:
<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=15335&contentlan=2&culture=en-US>

Cette oeuvre est distribuée sous la licence de Creative Commons Paternité – Pas d'utilisation commerciale – Pas de modification 2.0 licence, délivrée en Belgique

Pour voir la licence, visitez http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/be/deed.en_GB ou envoyez une lettre à Creative Commons, 559 Nathan Abbot Way, Stanford, California 94305, États-Unis

Ceci est le résumé explicatif du code juridique (la version intégrale du contrat) disponible à l'adresse suivante: www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/be/legalcode.fr

Janvier 2010 – Première édition

ISBN 2-9600629-6-5

Editeurs: Francis Rolt, Catherine Joppart

Illustrations en couverture et à l'intérieur du guide réalisées par Alfred Muchilwa

Conception graphique et mise en page: Pierre Saysouk

Introduction	4
Objectifs	5
Méthodologie	6
PARTIE 1: Comprendre la notion de conflit et ses racines	7
PARTIE 2: Média et transformation des conflits	13
PARTIE 3: Systèmes et processus de réforme de la gouvernance	21
PARTIE 4: Comprendre la communication stratégique	25
PARTIE 5: L'accès à l'information publique	35
PARTIE 6: La radio comme moteur du changement	40
PARTIE 7: Production média pour la radio et réformes politiques	44

Ce guide est destiné à des facilitateurs, qui enseignent la communication stratégique à des professionnels des médias et à des représentants de gouvernements pour atteindre des objectifs de développement. Il a pour but d'améliorer les compétences des professionnels des médias et des décideurs politiques en matière de production et de diffusion d'information sur le thème des réformes politiques pour que cette information soit accessible à tous. Ce guide souligne aussi l'importance de donner aux citoyens la possibilité de réagir et de donner leurs avis sur les réformes politiques, et d'interagir avec les représentants politiques de manière réelle et créative.

Cet ouvrage est au centre d'un projet régional mis en place par l'organisation non gouvernementale de transformation des conflits : Search for Common Ground (www.sfcg.org). Le projet est soutenu par le Ministère des affaires étrangères de Finlande. Il est intitulé : 'Radio as a Platform for Peacebuilding (RAPP)' et comprend un site Internet : www.radiopeaceafrica.org. Ce projet couvre sept pays d'Afrique de l'ouest et centrale. L'objectif global du projet est : *d'améliorer l'accès de la population à l'information sur les politiques et les décisions, qui affectent leurs vies*. Ce projet est guidé par les objectifs spécifiques suivants:

- Accroître les connaissances et les compétences des professionnels de la radio, en particulier les jeunes, dans l'identification et la gestion constructive de questions complexes et potentiellement conflictuelles;
- Sensibiliser les principaux représentants des gouvernements sur l'importance de la création d'une communication efficace avec leurs électeurs;
- Augmenter la communication entre les décideurs politiques et la société civile, y compris les professionnels de la radio, en vue d'améliorer la diffusion et l'accès à l'information concernant les principales politiques et les décisions gouvernementales.

Le RAPP a entrepris une cartographie du secteur des médias dans les sept pays qu'il couvre (disponible sur le site www.radiopeaceafrica.org). La cartographie du secteur des médias est un outil, qui identifie la façon dont l'information est produite et transmise aux citoyens et, à leur tour, comment les citoyens l'utilisent pour participer à la mise en œuvre des politiques gouvernementales. Les résultats de ces cartographies suggèrent que peu de gouvernements communiquent avec succès avec leurs citoyens au sujet de leurs principales politiques. Il semblerait dès lors que ces gouvernements prennent le risque que leurs politiques ne soient jamais réellement acceptées par la population. Cette situation peut empêcher la mise en œuvre des réformes et augmente le risque de voir apparaître un conflit, la violence et une guerre dans les États fragiles.

Les réformes politiques gagnent en crédibilité lorsqu'elles sont réalisées avec le concours de la population. Les citoyens ne sont plus uniquement considérés, et traités comme de simples bénéficiaires, reconnaissants des largesses des dirigeants. En tant que premiers intéressés par ces réformes, ils participent au processus et lui donne plus de sens.

Dans ce contexte, la communication stratégique devient un élément clé du développement. Elle permet d'établir un dialogue entre le gouvernement et la population et de la population vers le gouvernement (communication verticale), tout comme elle permet un dialogue qui se fait horizontalement, à travers la société, d'une communauté à l'autre (communication horizontale). Il s'agit d'une approche globale, qui crée un espace de dialogue opérant à différents niveaux et entre des personnes de groupes différents.

Francis Rolt, *Coordinateur de projet*

Objectifs spécifiques de ce guide:

Les objectifs de ce guide sont les suivants:

- Améliorer les compétences des décideurs politiques et des professionnels des médias, de la radio principalement, pour communiquer plus efficacement avec les citoyens au sujet de réformes politiques majeures ;
- Améliorer les compétences des professionnels des médias et des décideurs politiques à produire une information, qui prend davantage en considération les besoins et les revendications des citoyens et que cette information soit relayée vers le gouvernement.

Les objectifs d'apprentissage: Il existe trois groupes distincts et interdépendants d'objectifs d'apprentissage. Ils déterminent le cadre et la mise en œuvre de la formation.

Attitudes:

À la fin de cette formation, les participants seront en mesure de:

- Apprécier la valeur de la communication stratégique comme outil pour promouvoir la bonne gouvernance ;
- Reconnaître l'importance des productions médias basées sur des résultats.

Connaissances:

À la fin de cette formation, les participants seront en mesure de:

- Faire état des différentes composantes d'une communication stratégique efficace;
- Expliquer la différence entre la diffusion d'information et la communication stratégique.

Compétences:

À la fin de cette formation, les participants seront en mesure de:

- Démontrer l'utilité de la communication stratégique dans la formulation et la mise en œuvre de réformes politiques ;
- Effectuer des productions médias qui ciblent différents publics sur des thèmes politiques majeurs ;
- Démontrer l'intégration d'une approche qui recherche un terrain d'entente dans l'ensemble de leurs productions.

La méthode suivie par ce guide de formation est basée sur des principes d'apprentissage pour adultes, tels que:

- L'apprentissage autodirigé ;
- Elle répond à un besoin immédiat et participatif ;
- L'apprentissage est basé sur l'expérience (c'est-à-dire que le facilitateur et les participants apprennent les uns des autres) ;
- Un temps est accordé à la réflexion et aux commentaires correctifs ;
- Un environnement de respect mutuel est créé par les participants et le(s) facilitateur(s) afin d'améliorer l'apprentissage ;
- L'environnement et l'atmosphère sont sans danger pour l'échange et l'apprentissage.

Les techniques de formation utilisées dans ce guide incluent, mais ne sont pas limitées à ce qui suit:

Échange d'idées – Il s'agit d'une méthode qui sollicite les opinions, les idées, les perceptions des participants. Elles sont notées sur des tableaux de conférence et utilisées pour générer plus d'idées, tout en évitant les jugements.

Études de cas - Ce sont des descriptions écrites et élaborées par le/la facilitateur/trice de la formation. Il s'agit de situations de la vie réelle, qui sont utilisées pour l'analyse et les discussions relatives à la session de formation.

Présentations - Ce sont des activités menées par le/la facilitateur/trice de la formation ou une personne-ressource qui est spécialisée dans une matière spécifique afin de transmettre de l'information ou des théories et/ou des principes.

Jeux de rôles – Ce sont des mises en scène préparées par deux ou plusieurs personnes sur un sujet relatif à la formation.

Discussions en petits groupes - Ce sont des groupes de deux ou trois personnes, qui échangent leurs expériences, leurs idées, ou qui résolvent ensemble un problème de manière créative.

Sketches – Ils sont similaires aux jeux de rôles à l'exception qu'ils reflètent la vie réelle. Ils sont interprétés de manière spontanée.

Groupes de travail - Il s'agit d'un groupe de cinq ou six personnes qui génèrent des idées et qui analysent un problème et proposent des solutions.

PREPARATION

Une formation se prépare, voici une liste de choses à ne pas oublier :

- **Information générale:** Le programme de la formation, le cadre dans lequel s'inscrit la formation, le lieu, le niveau de la formation et le nom du facilitateur.
- **Ressources nécessaires:** Un local espacé, des tables ou des chaises disposées en forme de « U » ou en cercle, un ou plusieurs tableau(x) de conférence, des feutres de couleurs différentes pour le tableau de conférence, du papier collant pour accrocher les feuilles du tableau de conférence au mur, un carnet de note et des stylos pour les participants, une liste des présences, des boissons, un projecteur, des haut-parleurs, des copies des « documents » que vous trouverez dans ce guide.
- **Évaluation à la fin de la formation:** Préparez un bref questionnaire relatif à la formation et distribuez le à la fin de celle-ci. Il doit être anonyme, pour permettre aux participants de s'exprimer pleinement sur le contenu de la formation, son organisation et sur le travail réalisé par le facilitateur.

Première partie: Comprendre la notion de conflit et ses racines



Une colline qui ne veut pas que les hommes la piétine ne doit pas faire pousser de champignons.
Proverbe Sierra Léonais

Notes pour le facilitateur:

Cette partie propose des idées et des concepts de base pour réfléchir et se familiariser avec la notion de conflit. Elle traite des questions liées à la perception que nous avons du monde qui nous entoure et fait une distinction entre le conflit et la violence.

Elle examine également une série de raisons pour lesquelles un conflit émerge et leurs implications sur la résolution des conflits. La dynamique des relations humaines implique le conflit. Ce dernier est tenu de se produire. Notre perception du conflit influence néanmoins la manière avec laquelle nous réagissons. Les conflits sont inévitables dans les relations sociales, et ils peuvent avoir des résultats constructifs ou destructifs. Ils ont soit un impact négatif ou positif sur nos relations. Le conflit violent est cependant rarement positif.

Même si les conflits font partie intégrante des relations humaines, il y a des causes profondes qui poussent les gens à la violence. Les réponses offertes par la société pour résoudre le conflit, dans de nombreux cas, n'adressent pas les causes profondes de ce dernier et dès lors elle ne résout pas le conflit positivement.

Objectifs d'apprentissage:

A la fin de cette session, les participants seront capables de:

- Définir le conflit et de le distinguer de la violence ;
- Identifier les causes profondes du conflit et les placer dans leur contexte.

Points clés de l'apprentissage:

- La perception est notre façon de voir et d'interpréter le monde et sa réalité ; elle est basée sur nos valeurs et sur nos expériences ;
- Le conflit est neutre, et il se produit entre deux ou plusieurs parties dont les valeurs, les intérêts et les objectifs sont perçus comme incompatibles ;
- La violence est marquée par des attitudes et des comportements, qui causent des dommages physiques et psychologiques envers une personne ou un groupe ;
- Une personne ou une communauté ne peut pas éviter le conflit, mais elle peut empêcher qu'il devienne violent ;
- Les causes profondes des conflits sont regroupées autour des points suivants : l'Accès aux ressources, l'Exclusion sociale, l'Identité, et le Manque de communication efficace.

Lecture

- SFCG, *A conversation about conflict, facilitator's guide*, 2003 (disponible en anglais sur www.radio-peaceafrica.org)
- Marie Soleil Frère (dir.), *Afrique centrale - Médias et conflits. Vecteurs de guerre ou acteurs de paix.*, Editions Complexe – GRIP & Institut Panos Paris, 2005, 320 pages.
- R. Howard, *Le rôle des médias dans la consolidation de la paix- cadre opérationnel*, IMPACS, 2002
- S. Fisher (dir.), *Cheminer avec le conflit : compétences et stratégies pour l'action*, RTC/IIED, 2002.

Notes du facilitateur

Durée: 45 minutes

Ressource: Tableau de conférence et feutres.

Note 1 : Écrire les attentes sur le tableau de conférence et accrochez cette feuille au mur de la salle de formation. À la fin de la formation, demandez si les attentes ont été satisfaites et si ce n'est pas le cas demandez pourquoi.

Note 2 : Exemples de règles: Pas d'utilisation de téléphone portable, être à l'heure, respecter ses collègues et leurs opinions, une fois présent à la formation, il est impératif d'y assister tous les jours, pas de couverture médiatique de la formation sauf accord de tous les participants.

Note 3 : Exemple de 'ice breaker' : Par groupe de 2, demandez aux participants de présenter leur voisin de table. Donnez 5 minutes à chacun pour se présenter et évoquer les raisons pour lesquelles il/elle participe à cette formation.

Activités d'apprentissage

Cérémonie d'ouverture

- Mot de bienvenue

Introduction

- Présentation
- Objectifs de la formation
- Les attentes des participants
- Les règles de la formation
- Présentation et validation du programme de la formation
- Logistique et autres informations

ÉTAPE 2

1.1.2

Notes du facilitateur

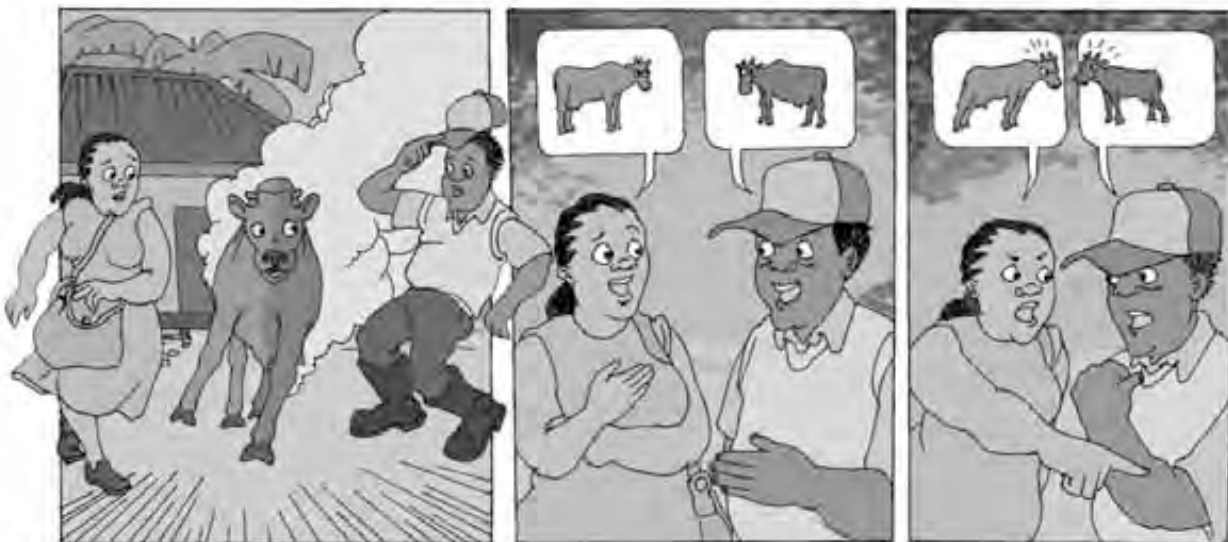
Durée : 5 minutes

Note : L'objectif de cette histoire est de démontrer qu'un même événement peut avoir été perçu différemment – les deux perceptions peuvent être justes. Les perceptions en général ne sont pas inexacts, elle reflète une réalité. Accepter que les autres aient des perceptions différentes de nous sur un même sujet est une première étape vers le terrain d'entente.

Activités d'apprentissage

Demander aux participants d'écouter l'histoire suivante attentivement :

Il était une fois une vache qui courait au milieu d'un village. Les membres de la communauté qui étaient assis sur le côté gauche ont dit avoir vu passer une vache rouge. Ceux qui étaient assis du côté droit ont déclaré avoir vu une vache de couleur jaune. Après que la vache soit passée, chaque groupe a décrit la couleur de la vache qu'il avait vu. Les deux groupes ont vu des couleurs différentes selon l'endroit où ils étaient assis. Cette situation a créé un vif désaccord entre les membres de cette communauté.



Notes du facilitateur

Durée: 40 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres, copies du **Document 1 – Différents types de violence**

Note: Aidez le groupe à comprendre la différence entre « violence » et « conflit ». Soulignez que le conflit est une part naturelle de la vie des êtres humains et qu'il peut être très positif. Il devient négatif et violent lorsqu'il est mal géré.

Activités d'apprentissage

Divisez les participants en deux équipes. L'une est appelée : 'violence' et l'autre : 'conflit'. Proposez-leur de discuter entre eux et d'identifier des mots qu'ils associent avec 'violence' ou 'conflit' en fonction du groupe auquel ils appartiennent.

Chaque personne dispose de cinq minutes pour partager ses connaissances.

Demandez à chaque groupe de présenter et d'écrire leurs réponses sur une feuille du tableau de conférence et de faire deux colonnes, la première pour 'conflit' et la deuxième pour 'violence'.

Démarrez une discussion autour des résultats de chaque groupe et comparez les deux colonnes.

Quand la discussion est terminée, distribuez à chacun une copie du **document 1 sur le conflit et la violence** et demandez de la lire attentivement.

Demandez si les participants ont des questions.

Document 1

Différents types de violence

La violence correspond à des actions, des mots, des attitudes et des structures ou à des systèmes, qui créent un préjudice physique, psychologique, social ou environnemental, et/ou, qui empêchent à certaines personnes de s'épanouir.¹

La **violence physique** (ou violence visible) est la plus connue. Elle est souvent la seule forme de violence identifiée dans les médias. La violence visible a pour but « d'intimider, de contraindre, de blesser et même de tuer des personnes ».

Des formes de violence dite « invisible » existent aussi. Elles sont aussi dangereuses car elles peuvent également discriminer certains individus et potentiellement déboucher sur la violence physique. Deux grands types de violences invisibles sont généralement reconnues : la violence culturelle et la violence structurelle.

La **violence culturelle** désigne les formes culturelles, qui justifient ou glorifient la violence. Elle inclut notamment les discours de haine, la justification religieuse de la guerre, le recours à des mythes et des légendes de héros de guerre, etc. Lorsqu'un groupe parle d'un autre groupe de manière irrespectueuse et discriminatoire, ou lorsqu'il blâme l'autre groupe pour certains problèmes et qu'il utilise la violence pour éliminer ce groupe, on parle de discours de haine. Le discours de haine peut être utilisé par un pays à l'encontre d'un autre pays, ou à l'encontre d'un groupe social (groupe ethnique, religieux ou une autre classe sociale, etc). Une seconde forme de violence est l'intolérance religieuse contre une croyance ou une pratique. Une troisième forme est la discrimination du genre, qui permet d'appliquer des pratiques à l'encontre de l'intérêt supérieur des femmes.

La **violence structurelle** intervient dans une société lorsque des lois et des règles traditionnelles autorisent ou encouragent la violence à l'encontre d'un groupe de manière structurelle. Elle inclut notamment l'esclavage, le colonialisme, la ségrégation raciale, etc. La corruption, quand elle est promue au rang de système, relève également de la violence structurelle. Il s'agit de systèmes politiques ou juridiques (comme dans le cas de l'apartheid en Afrique du Sud) qui ne considèrent pas les individus comme égaux. Il s'agit aussi de systèmes sociaux avec des normes et des valeurs qui empêchent certains individus d'exploiter leur potentiel.

Très clairement, mettre un terme à la violence physique n'est pas suffisant pour obtenir une paix à long terme. Si toutes les formes de violences ne sont pas prises en considération, le conflit peut émerger à nouveau.

1 J. Lynch and A. McGoldrick, *Peace Journalism*, Hawthorn Press, London 2005

ÉTAPE 4

1.1.4

Notes du facilitateur

Durée : 20 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

Divisez les participants en groupes de quatre personnes.

Demandez à chaque groupe d'identifier un conflit local qui leur est familier et leurs demander d'en trouver les racines, les causes.

Demandez à chaque groupe d'écrire leurs résultats sur une feuille du tableau de conférence.

ÉTAPE 5

1.1.5

Notes du facilitateur

Durée : 35 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Note: Lors de la discussion faites le lien entre les conflits que les groupes identifient, les racines de ces conflits et les relations entre celles-ci.

Points clés de l'apprentissage :

- La perception est la manière avec laquelle nous voyons et interprétons le monde et la réalité basée sur nos valeurs et nos expériences.
- Le conflit est neutre. Il se déroule entre deux ou plusieurs parties qui possèdent des valeurs ou des intérêts et des objectifs considérés comme incompatibles.
- La violence est marquée par des attitudes et des comportements, qui provoquent des douleurs physiques et psychologiques à un individu ou à un groupe.
- Un individu ou une communauté ne peuvent éviter le conflit, mais ils peuvent prévenir son évolution vers la violence.
- Les racines d'un conflit sont regroupées autour des éléments suivants : l'accès aux ressources, l'exclusion sociale, l'identité et le manque de communication efficace.

Activités d'apprentissage

Proposez aux groupes de présenter leurs résultats.

Après quoi, discutez des différents résultats obtenus, clarifiez les points qui le nécessitent et cherchez les points communs.

Identifiez les points importants, qui se dégagent de ces différentes présentations et cherchez les **points clés de l'apprentissage** et enfin, clôturez cette séance.

Deuxième partie: Média et transformation des conflits

Les médias voient le conflit comme une guerre, où il y a des gagnants et des perdants.
Johan Galtung

Notes pour le facilitateur:

Les médias traditionnels travaillent souvent dans l'hypothèse que le conflit se vend bien et que la paix est un thème ennuyeux. Dans cette perspective, la violence est étudiée en détail alors que les initiatives de paix sont sous-estimées. Quand un conflit s'intensifie, les médias recherchent la violence et les victimes ('ils comptent les corps'), les territoires qui ont été capturés par l'une des parties au conflit: c'est le choix de la 'voie facile' pour couvrir un conflit. Beaucoup de professionnels des médias arrêtent de couvrir un conflit violent lorsque l'une des parties gagne, alors que les relations ont pris une tournure différente et que les causes sous-jacentes du conflit n'ont pas été adressées.

Les médias peuvent promouvoir la paix ou renforcer les divisions dans une société. Dans de nombreux cas, ils favorisent la division en mettant l'accent sur les différences qui existent entre les parties, plutôt que de rechercher les points communs. Ils se concentrent sur les divisions, le conflit est dépeint comme un sport, où il y a des gagnants et des perdants. À toutes les étapes d'un conflit – la montée des griefs, l'irruption de la violence, la transition et la consolidation de la paix – les médias jouent un rôle important en influençant une société vers la violence ou vers la paix.

Objectifs d'apprentissage:

À la fin de cette session, les participants seront en mesure de:

- Expliquer le rôle des médias avant, pendant et après un conflit violent ;
- Expliquer la différence entre les médias classiques et les médias dits : '*Common Ground*' (à la recherche d'un intérêt commun) ;
- Décrire le rôle des médias pour la gouvernance et le renforcement démocratique.

Points clés de l'apprentissage:

- Les médias sont définis ici comme la radio, la télévision, les journaux et Internet ;
- Les médias sont une plate-forme d'échange de différents points de vues lors d'un conflit ;
- Il est nécessaire pour les médias d'aller au-delà de la violence et de mettre en lumière quelques-unes des initiatives qui mettent un terme à la violence ;
- Les médias ont besoin de dépasser les cinq questions fondamentales : 'quoi', 'qui', 'où', 'quand', 'pourquoi' et ajouter 'comment' afin d'inclure une solution dans leurs couverture médiatique. La solution doit venir des parties prenantes au conflit et non des journalistes ou des médias de manière générale ;
- Les médias traditionnels se concentrent sur les questions qui divisent les parties prenantes d'un conflit alors que les médias '*Common Ground*' (à la recherche d'un intérêt commun) se concentrent sur les points communs sans pour autant ignorer les différences ;
- Les médias servent de plate-forme pour promouvoir la bonne gouvernance en tenant les représentants publics pour responsables de leurs actes.

Lecture

- Ross Howard, *Pour un journalisme sensible aux conflits*, IMPACS & IMS, 2003 - disponible en français et anglais sur www.radiopeaceafrica.org

Notes du facilitateur

Durée : 20 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres, **document 2**.

Points clés de l'apprentissage:

- Les médias sont définis ici comme la radio, la télévision, les journaux et Internet ;
- Les médias sont une plate-forme d'échange de différents points de vues lors d'un conflit ;
- Il est nécessaire pour les médias d'aller au-delà de la violence et de mettre en lumière quelques-unes des initiatives qui mettent un terme à la violence ;
- Les médias ont besoin de dépasser les cinq questions fondamentales : 'quoi', 'qui', 'où', 'quand', 'pourquoi' et ajouter 'comment' afin d'inclure une solution dans leurs couverture médiatique. La solution doit venir des parties prenantes au conflit et non des journalistes ou des médias de manière générale;
- Les médias traditionnels se concentrent sur les questions qui divisent les parties prenantes d'un conflit alors que les médias '*Common Ground*' (à la recherche d'un intérêt commun) se concentrent sur les points communs sans pour autant ignorer les différences ;
- Les médias servent de plate-forme pour promouvoir la bonne gouvernance en tenant les représentants publics pour responsables de leurs actions.

Activités d'apprentissage

En séance plénière, animez un débat de réflexion sur les phases du conflit (voir **document 2**).

Sollicitez les expériences personnelles des participants et le récit d'événements vécus afin de nourrir la discussion.

Distribuer le document 2 et demandez aux participants de le lire attentivement.

Discussion.

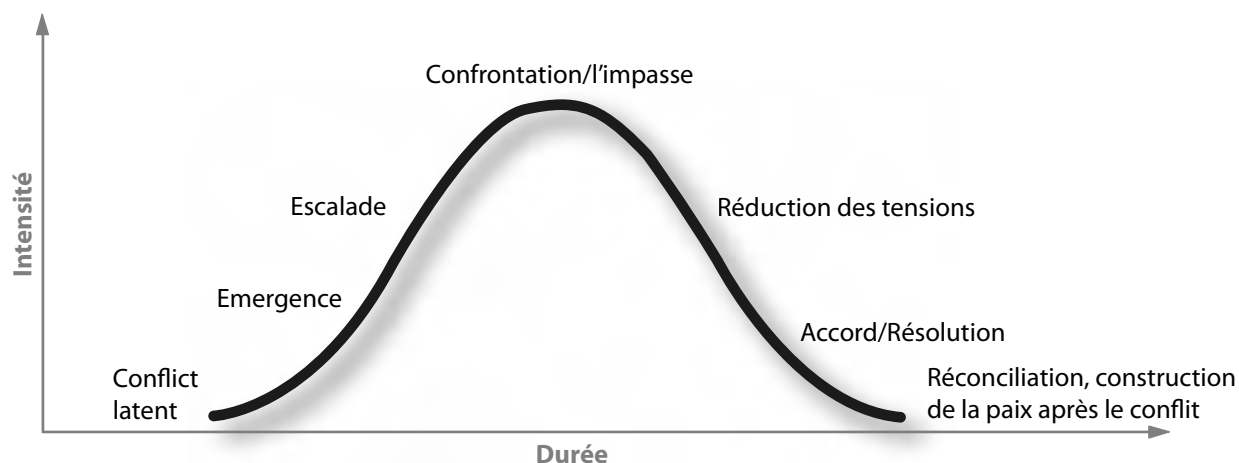
Document 2

Les étapes du conflit¹

Les étapes d'un conflit sont décrites et nommées différemment par différents auteurs, de manière générale il est convenu de prendre en compte les étapes suivantes :

- Pas de conflit
- Conflit latent (ou caché)
- Emergence
- Escalade
- Confrontation/l'impasse
- Réduction des tensions
- Accord/Résolution
- Réconciliation, construction de la paix après le conflit

Ces phases sont souvent présentées sous la forme d'une courbe. Il se peut que le passage d'une étape à l'autre ne soit pas fait dans le calme et que les tensions et le conflit réapparaissent. En cas d'impasse, la même étape se répète plusieurs fois.



Un conflit peut émerger lorsque les parties en présence ont des besoins, des valeurs ou des intérêts différents, c'est le conflit latent. Le conflit n'est pas visible, mais un événement peut le provoquer. C'est à ce moment, qu'on entre dans l'étape de l'émergence du conflit (ou le début) du conflit. Cette étape peut être suivie rapidement par un accord ou une résolution du conflit, ou elle peut être suivie par une escalade de la tension, qui peut devenir destructrice.

Néanmoins, une escalade ne peut continuer indéfiniment. La réduction du conflit peut être temporaire ou elle peut faire partie d'une tendance générale qui s'engage vers un accord ou une résolution du conflit. L'escalade du conflit peut aussi mener à une impasse, c'est-à-dire une situation où personne ne gagne.

Enfin, si un accord est obtenu, des efforts de construction de la paix seront déployés afin de réparer les dommages causés entre les parties et pour permettre une réconciliation à long terme et l'entente des anciens ennemis.

¹ Ceci provient de: Brahm, Eric. "Conflict Stages." *Beyond Intractability*. Ed. Guy Burgess et Heidi Burgess. 2003. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder, Colorado, USA. http://www.beyondintractability.org/essay/conflict_stages/

ÉTAPE 2

1.2.2

Notes du facilitateur

Durée : 90 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres et **document 2**.

Activités d'apprentissage

Divisez les participants en trois groupes selon des phases d'un conflit, (par ex : « émergence », « escalade », « accord/résolution », voir **document 2**)

Donnez à chaque groupe une de ces phases du conflit. Demandez d'être critique à l'égard du rôle que les médias ont joué au cours de chaque phase, à nouveau en mettant l'accent sur des exemples.

Après 30 minutes, réunissez les groupes en séance plénière et invitez les participants à partager leurs expériences en prenant une phase du conflit à la fois. Notez sur le tableau de conférence les questions principales. Laissez de la place aux autres participants qui n'étaient pas dans ce groupe pour fournir des commentaires en fonction de leur propre expérience.

Animez une discussion en séance plénière sur les rôles joués et la façon dont les médias ont influencé le conflit.

Demandez quelles sont les leçons apprises et ce qui peut-être fait différemment.

Récapitulez la session et surlignez les points principaux.

ÉTAPE 3

1.2.3

Notes du facilitateur

Durée : 70 minutes.

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

En séance plénière, demandez aux participants, quel doit être, selon eux, le rôle des médias? Vous attendez des réponses comme : informer, éduquer et divertir.

En séance plénière, demandez-leur de dire exactement ce qu'ils entendent par l'information et l'éducation? Informer à propos de quoi ? Éduquer à propos de quoi? Comment les médias mettent-ils cela en oeuvre et quels sont leurs défis et leurs lacunes?

Faites une courte présentation sur les médias traditionnels et la manière avec laquelle ils traitent le conflit (voir l'introduction de la deuxième partie). Faites le lien entre votre présentation et les expériences pratiques de vos participants.



ÉTAPE 4

1.2.4

Notes du facilitateur

Durée : 30 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres. Photocopies d'articles que vous avez sélectionnés à l'avance. Assurez-vous de la pertinence de ces articles. Il est important que vous fassiez un choix judicieux.

Activités d'apprentissage

Partagez des photocopies de journaux qui illustrent l'approche de division par laquelle les médias ont couvert des questions particulières dans le pays. Dites à chaque personne de prendre cinq minutes pour lire le document et faire des commentaires.

Invitez les participants à faire part de leurs commentaires et à réagir avec les autres participants et ouvrez une discussion sur ces réactions.

ÉTAPE 5

1.2.5

Notes du facilitateur

Durée : 75 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres, exemples de programme(s) radio et **document 3 – le concept 'common ground'**.

Note : Écouter le programme radio le plus longtemps possible.

Activités d'apprentissage

Introduire le concept de '*Common Ground*' (*l'intérêt commun*) et faire une courte présentation sur les principes fondamentaux et leur application dans la résolution des conflits. Dans votre présentation, assurez-vous que la différence entre les médias conventionnels et les médias dits: '*Common Ground*' est clairement établie.

Donnez aux participants le **document 3 – Le concept 'Common Ground'** et demandez de le lire attentivement. Donnez du temps pour récolter les commentaires et pour la discussion.

Diffusez l'extrait d'un programme radio que vous considérez comme fidèle aux thèmes et aux principes : '*Common Ground*'. Proposez aux participants d'écouter et d'identifier si le programme est fidèle à l'approche dite : '*Common Ground*'.

Après avoir écouté le programme, invitez les participants à faire des commentaires et notez leurs réponses sur le tableau de conférence.

Discutez et clôturez la session en soulignant les points les plus importants.

Document 3

Le concept “Common Ground” (terrain d’entente)

Les cinq principes de base ‘common ground’¹

Les conflits sont normaux et peuvent être résolus. Nous vivons dans un monde de différences - d’idéologies, de systèmes de croyances, d’ethnicité, de valeurs sociales et culturelles, etc. Ces différences sont naturelles. Elles ne peuvent pas être éradiquées, nous ne voudrions d’ailleurs pas qu’elles le soient. En fait, ce sont ces différences qui enrichissent nos vies. Ce qui est important c’est de savoir comment les gérer.

Trouver un terrain d’entente ne veut pas dire arriver à un compromis. Trouver un terrain d’entente ne veut pas dire arriver au plus petit commun dénominateur ou compromettre ses principes. Au contraire, il s’agit de trouver le plus grand dénominateur commun, le maximum d’éléments que nous partageons. Il ne s’agit pas d’avoir deux parties qui s’accordent sur un compromis. L’objectif est de trouver ce que ces deux parties ont en commun, qui peut les inspirer pour aller de l’avant.

Les conflits peuvent être transformés. Notre objectif est de changer la manière avec laquelle les hommes et les femmes gèrent les conflits – que ces derniers ne soient plus une source de violence et de discorde, mais qu’ils deviennent des étapes vers le progrès.

La paix est un processus. La paix n’est pas un événement ponctuel, comme la signature d’un accord de cessez-le-feu par exemple. La meilleure façon de faire et de construire la paix est de s’engager sur le long terme et de trouver des solutions, qui répondent aux besoins de toutes les parties impliquées.

L’humanité est interdépendante. Le monde a changé de manière radicale ces 100 dernières années. L’impact de la globalisation est sans précédent. Nos systèmes économiques, sécuritaires sont liés, tout comme la protection de l’environnement et notre santé. Ce sont à présent des questions à dimension globale, qui nous concernent tous.

Les différents types de médias_

Les médias de la paix: Il s’agit de médias avec un agenda pacifiste - toutes leurs informations sont racontées avec un angle pacifiste militant. Ils se concentrent sur les dommages créés par la guerre ou le conflit.

Les médias ‘Common Ground’: L’objectif des journalistes est de donner un temps et un espace égale à l’exploration des différences entre les parties et ce qu’elles ont en commun. L’accent est mis sur les causes profondes du conflit et sur les solutions possibles à long terme.

Les médias conventionnels: Ils couvrent les événements tels qu’ils se sont produits, c’est une pratique professionnelle idéale.

Les médias qui ont une position : Les médias sont ici utilisés pour donner une voix à l’une ou à l’autre partie afin de défendre une position et un ordre du jour. L’angle est clair : c’est ‘nous contre eux’.

Les médias de la haine: Ce sont des médias utilisés pour augmenter la division et la haine entre les parties. Ils montent un groupe contre un autre pour mépriser et haïr, par exemple: la radio «Mille collines» au Rwanda.

¹ Visitez ce lien http://www.sfcg.org/sfcg/sfcg_core.html pour plus de détails sur ces principes

ÉTAPE 6

1.2.6

Notes du facilitateur

Durée : 60 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Activités d'apprentissage

Par groupe de cinq personnes, demandez aux participants de réfléchir au rôle des médias dans le processus démocratique et de gouvernance aux vues des exercices et des documents précédents.

Donnez-leur une feuille du tableau de conférence pour présenter leurs réponses.

Après les présentations de chaque groupe, proposez un débat afin de clarifier certains points.

Récapitulez la session, répondez aux questions, précisez certains points si nécessaires en écrivant sur le tableau de conférence.

Troisième partie: Systèmes et processus de réforme de la gouvernance



Dans le monde réel, les réformes ne seront pas durables sans la participation et la représentation de la diversité des citoyens, de tous les intervenants et de leurs points de vue.

Notes pour le facilitateur:

Dans de nombreux États dits 'fragiles', l'expérience démontre que la mise en place de solutions technocratiques, sans d'autres mécanismes de résolution des conflits, ne permettent pas de réaliser des changements durables et de mettre en œuvre les réformes relatives à la gouvernance. Ces États sont caractérisés par des contextes socio-économiques, politiques divers et complexes, dans lesquels des groupes et des individus défendent des intérêts concurrents.

Dans la plupart des pays africains, suite à des d'années de mauvaise gouvernance, la relation entre les États et leurs populations s'est dégradée. Elle est marquée par une profonde méfiance des citoyens envers les institutions étatiques. Cependant, quand un pays se prépare à une transition démocratique, pour sortir de la violence, les attentes envers le gouvernement peuvent être élevées. La volonté, exprimée par des acteurs tant internes qu'externes, d'obtenir une « paix rapide » influence les processus de réforme. Ces dernières sont dès lors souvent reproduites dans différents pays sans un examen approfondi de chaque contexte.

À un autre niveau, si les processus de réforme visent à introduire le changement comme un moyen de consolidation de la paix, ils sont souvent liés aux élites politiques et à leurs partenaires. Cela soulève de sérieuses questions quant à l'appropriation du processus par la population. La consultation, dans bien des cas, se présente davantage comme un exercice de rhétorique, du gouvernement vers la population plutôt que pratique et participatif. Il est rare que les différentes voix et les différents acteurs, qui composent le pays soient invités à se prononcer. En l'absence de cette participation citoyenne, il est peu probable que la population se mobilise pour demander des comptes aux responsables politiques. Dans ce contexte, les médias peuvent jouer un rôle important en offrant la possibilité aux citoyens de tous bords de s'exprimer publiquement sur ces réformes.

Objectifs d'apprentissage: À la fin de cette session, les participants seront en mesure de:

- Nommer les différentes politiques de réforme qui sont mises en œuvre dans leur pays et d'expliquer ce qu'ils savent au sujet de ces politiques ;
- Énumérer au moins cinq défis auxquels leur gouvernement est confronté dans la mise en œuvre de ces politiques ;
- Expliquer comment ces défis peuvent être relevés.

Points clés de l'apprentissage:

- Pour que la réforme de la gouvernance ait lieu et pour qu'elle soit durable, les citoyens ont besoin de s'approprier et d'avoir confiance dans le processus ;
- Les processus de réforme de la gouvernance doivent être associés à un agenda de changement plus large, qui implique aussi la participation des citoyens ;
- La réforme de la gouvernance demande du temps et doit aborder les conditions structurelles, qui ont donné lieu au conflit ;
- La société civile, y compris les médias, doit être activement impliquée dans le suivi de la mise en œuvre des processus de réforme ;
- Les gouvernements sont élus après un conflit car ils promettent le changement, une vie meilleure et la mise en place de services sociaux ;
- Des années de mauvaise gouvernance éloignent les citoyens des institutions étatiques, la confiance se perd. Ils se tournent alors vers leurs familles, leurs groupes ethniques, ou vers la religion, des partis et des réseaux d'amitié ;
- Lors de la création des institutions étatiques, une attention particulière doit être accordée à la mise en place de projets qui encouragent la participation citoyenne dans la sphère publique ;
- La communication doit être placée au centre des processus de réforme de la gouvernance, pour que ces derniers soient un succès.

Notes du facilitateur

Durée : 35 minutes

Ressources: Tableaux de conférence, feutres.

Activités d'apprentissage

Demandez aux participants de faire une liste des grandes réformes du gouvernement.

Écrire les noms des réformes sur le tableau de conférence.

Comptez le nombre de réformes, qui ont été citées. Divisez les participants en groupes et attribuez une politique à chaque groupe. Dans les groupes respectifs, demandez aux participants de discuter entre eux ce qu'ils savent de la politique qui leur a été attribuée : de quoi s'agit-il ? Quel est son mandat ? Quelle est sa portée/ces implications ?

Réunissez les groupes en séance plénière et demandez leurs de partager leurs conclusions. Écrivez sur le tableau de conférence les points qui sont évoqués.

ÉTAPE 2

1.3.2

Notes du facilitateur

Durée : 90 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Activités d'apprentissage

Demandez aux participants de retourner dans leurs groupes et d'identifier les défis auxquels le gouvernement est confronté dans la mise en œuvre de ces réformes.

Soulignez la nécessité d'être précis en désignant les défis. Les participants peuvent écrire leurs réponses sur un bloc-notes.

En plénière, invitez les représentants de chaque groupe à présenter les défis que leurs équipes ont identifiés. Chaque représentant lit un défi, à tour de rôle, un à un.

Notez leurs réponses sur le tableau de conférence et circulez parmi les groupes jusqu'à ce que chacun des groupes ait épuisé sa liste.

Une fois que tous les défis ont été cités, travaillez avec les participants afin de classer les problèmes par ordre de priorité, en les réduisant à quatre ou cinq.

Prendre chaque défi individuellement, et avec le groupe, examinez les moyens par lesquels chacun peut être adressé en évitant de généraliser.



Notes du facilitateur

Durée : 15 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Points clés de l'apprentissage:

- Pour que la réforme de la gouvernance ait lieu et pour qu'elle soit durable, les citoyens ont besoin de s'approprier et d'avoir confiance dans le processus ;
- Les processus de réforme de la gouvernance doivent être associés à un agenda de changement plus large, qui implique aussi la participation des citoyens ;
- La réforme de la gouvernance demande du temps et doit aborder les conditions structurelles, qui ont donné lieu au conflit ;
- La société civile, y compris les médias, doivent être activement impliqués dans le suivi de la mise en œuvre des processus de réforme ;
- Les gouvernements sont élus après un conflit car ils promettent le changement, une vie meilleure et la mise en place de services sociaux ;
- Des années de mauvaise gouvernance éloignent les citoyens des institutions étatiques, la confiance se perd. Ils se tournent alors vers leurs familles, leurs groupes ethniques, ou vers la religion, des partis et des réseaux d'amitié ;
- Lors de la création des institutions étatiques, une attention particulière doit être accordée à la mise en place de projets qui encouragent la participation citoyenne dans la sphère publique ;
- La communication doit être placée au centre des processus de réforme de la gouvernance, pour que ces derniers soient un succès.

Activités d'apprentissage

Récapitulez la session par une brève présentation (Voir les **Points clés de l'apprentissage**) pour mettre en évidence les points les plus importantes et combler les lacunes.

Quatrième partie: Comprendre la communication stratégique



La communication stratégique sert de lien entre les citoyens et l'État, elle augmente la confiance de part et d'autre et encourage la participation et l'engagement des citoyens.

Notes pour le facilitateur:

La sagesse populaire met sur un même pied d'égalité la diffusion d'information et la communication stratégique. Dans de nombreux cas, les décideurs politiques n'y accordent pas d'importance. La distribution d'information fait partie de la communication stratégique. Elle se comprend comme la circulation bidirectionnelle de l'information des citoyens vers les décideurs politiques et vice-versa. Elle sert également de lien entre les gouvernés et les gouvernants. Elle donne accès aux institutions gouvernementales et crée un cadre de dialogue national à travers lequel une opinion publique se forme sur des questions d'intérêt général.

La communication stratégique a quelque chose d'unique à offrir à la réforme de la gouvernance, car elle facilite le développement des pratiques démocratiques au-delà des élections. L'application avec succès de la communication stratégique permet de diffuser de l'information, mais aussi de créer de l'information. Dans la plupart des États fragiles, le canal de communication entre le gouvernement et les gouvernés est étroit. La communication stratégique permet d'élargir cet espace à travers la diversité de représentation. Elle établit également les rôles et responsabilités des divers acteurs dans la mise en œuvre des politiques de réforme.

Objectifs d'apprentissage:

À la fin de cette session, les participants seront en mesure de:

- Faire la différence entre la communication stratégique et la diffusion d'information ;
- Établir les avantages et les qualités de la communication stratégique dans le cadre de la gouvernance et des processus démocratiques ;
- Démontrer l'application de formes de communication horizontale et verticale ;
- Décrire les éléments d'une stratégie de communication ;
- Démontrer une capacité à développer des messages clairs et ciblés.

Points clés de l'apprentissage:

- La diffusion d'information est un flux en sens unique - des décideurs politiques vers les citoyens - alors que la communication stratégique facilite la circulation de l'information des citoyens vers le gouvernement ;
- La communication stratégique permet aux citoyens de faire des demandes auprès du gouvernement, et de tenir le gouvernement responsable des changements qu'il a promis d'apporter ;
- La communication stratégique gère les attentes des citoyens concernant les promesses de paix et accroît la confiance dans les institutions de l'État chargées de réaliser les réformes ;
- La communication stratégique augmente le sentiment d'appropriation par les citoyens du processus de réforme ;
- La communication stratégique change les attitudes et les comportements des citoyens à l'égard du processus de gouvernance ;
- La communication stratégique facilite le dialogue entre les communautés ;
- La communication stratégique permet d'obtenir le développement de bons messages, diffusés par le canal approprié, vers la bonne cible et au bon moment ;
- Les messages doivent être axés sur l'augmentation des connaissances, la distribution des compétences, le changement des mentalités et des comportements ;
- Pour mettre en place une communication stratégique il est nécessaire: d'identifier le changement nécessaire, cibler son public, sélectionner un message clair à transmettre, choisir un moyen de communication et trouver des mécanismes pour obtenir les réactions du public.

PARTIE 4 – ÉTAPE 1

1.4.1

Notes du facilitateur

Durée : 25 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Activités d'apprentissage

Demandez aux participants de tracer deux colonnes dans leurs blocs-notes. Proposez d'écrire : 'communication stratégique' dans la première colonne et 'diffusion d'information' dans la deuxième.

Demandez à chaque participant de prendre cinq minutes pour réfléchir à la différence entre les deux termes.

Demandez d'écrire sur bloc-notes des mots qui définissent au mieux chaque terme sous la rubrique appropriée.

Tracez les mêmes colonnes sur un tableau de conférence avec les rubriques appropriées.

Lors d'une session d'échange entre tous les participants, invitez tout le groupe à partager leurs réponses et écrivez-les sur le tableau dans la colonne appropriée.

En plénière, comparez tous ensemble les mots associés avec les deux termes et cherchez des similitudes et des différences.

ÉTAPE 2

1.4.2

Notes du facilitateur

Durée : 30 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Note – Vous pouvez demander aux participants de donner des exemples issus de leur propre expérience

Activités d'apprentissage

Écrivez la définition des deux termes (**voir apprentissages clés** ci-dessus) sur un tableau de conférence.

Donnez une courte présentation mettant en évidence les principales différences entre les deux concepts.

Utilisez les expériences personnelles des participants pour conclure cette étape.

ÉTAPE 3

1.4.3

Notes du facilitateur

Durée: 15 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Note: Clôturer l'étape en renforçant les points bénéfiques pour la communication stratégique comme indiqué dans les **apprentissages clés** ci-dessus, et faites la différence avec certaines des réponses que les participants ont données.

Activités d'apprentissage

Formez des groupes de quatre personnes.

Demandez aux participants d'identifier les avantages de l'utilisation de la communication stratégique dans la gestion politique et le processus démocratique.

Invitez chaque groupe à présenter leurs conclusions.

En séance plénière, avec les participants proposez des précisions, répondez aux questions et réagissez aux résultats des présentations.



Notes du facilitateur

Durée : 30 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres, **document 4**, le **schéma idéal**.

Note 1 : Assurez-vous que les participants comprennent ce qu'on entend par : 'vertical' et 'horizontal' en terme de mise en œuvre d'une politique.

Note 2 : Le schéma proposé représente un idéal, qui n'est pleinement réalisé dans aucun système démocratique. Des crises ou défaillances de l'une ou l'autre des interactions sont possibles. Le schéma peut néanmoins constituer le point de départ pour réfléchir aux améliorations concrètes à apporter à la communication horizontale et verticale.

Activités d'apprentissage

Demandez aux participants d'identifier une réforme majeure en cours dans leur pays.

Une fois que tous le groupe s'accorde sur une réforme. Présentez leurs le « schéma idéal » **voir document 4** et **la note 2**. Demandez de lire les interactions qui sont proposées par ce schéma et de poser des questions.

Divisez les participants en groupes de trois personnes.

Demandez sur base des interactions dans ce schéma d'utiliser la réforme identifiée comme un cas d'étude, de faire une analyse sur la manière dont elle a été ou elle est mise en œuvre en termes de communication verticale :

- des décideurs politiques vers les citoyens, (comment les dirigeants communiquent sur cette réforme?)
- des citoyens vers les décideurs politiques (ont-ils fait part de leurs revendications? Ont-ils utilisé les médias pour relayer leurs besoins ?)
- des médias vers les citoyens (les médias ont-ils expliqué/informé de quelle réforme il s'agit ? Et quels sont les enjeux ?)

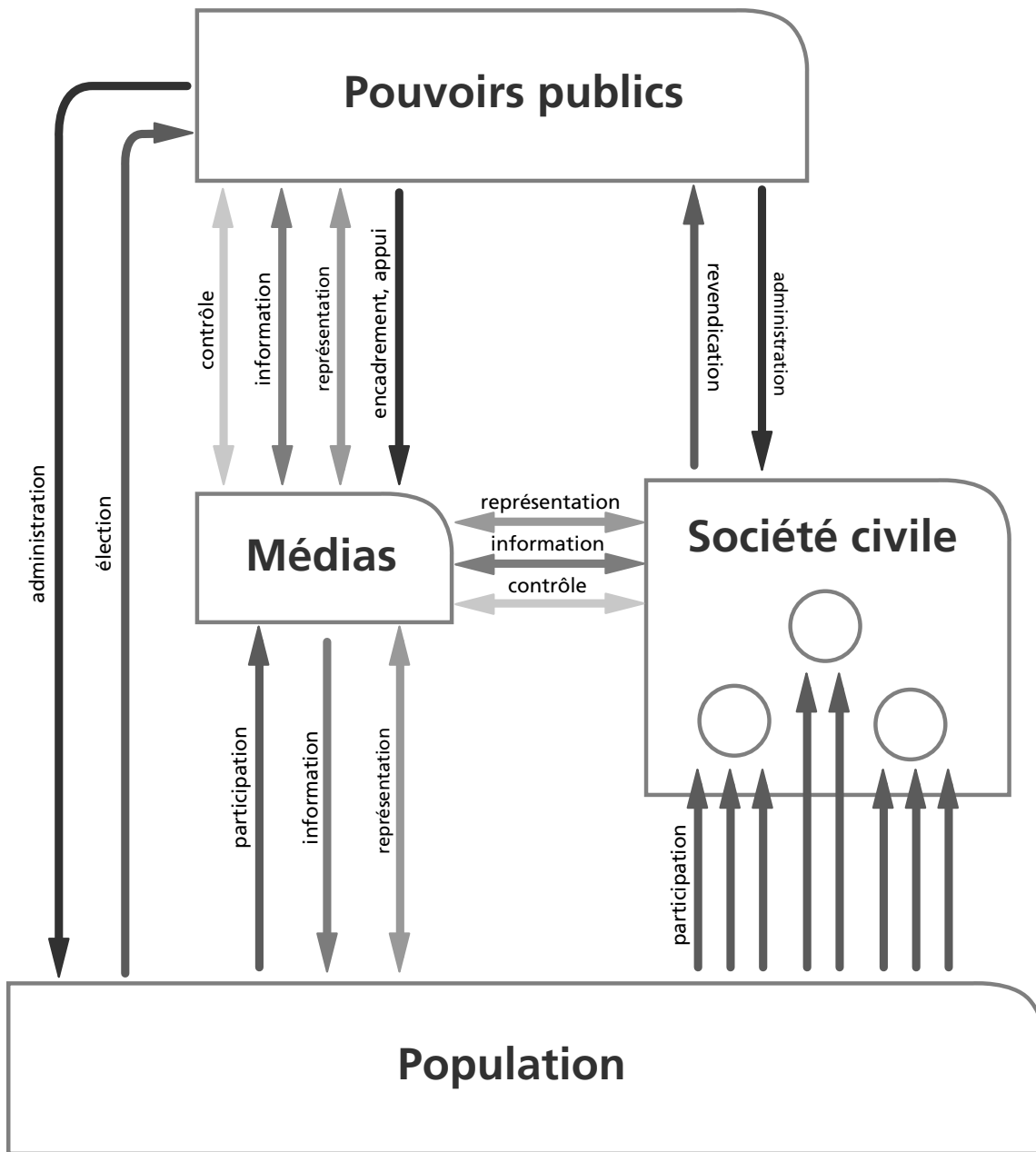
Et en termes de communication horizontale (entre les citoyens).




- Les citoyens débattent-ils entre eux de cette réforme ? Comment ?
- Utilisent-ils les médias pour communiquer entre eux ?

Demandez d'identifier les aspects positifs et négatifs de ce processus et écrivez les résultats sur un tableau de conférence, qui sera présenté plus tard en séance plénière.

Document 4

Le schéma idéal



-  Action citoyenne directe : élection, participation, revendication
-  Action de l'autorité publique : administration, encadrement, appui
-  Action des médias : information, représentation, contrôle

Source: Marie-Soleil Frère, *Médias, gouvernants et société civile en République démocratique du Congo*, Search for Common Ground/Centre Lokolé, Octobre 2008. Disponible sur www.radiopeaceafrica.org

ÉTAPE 5

1.4.5

Notes du facilitateur

Durée: 45 minutes

Ressource: Tableau de conférence.

Activités d'apprentissage

Réunissez les groupes en séance plénière et demandez de présenter leurs conclusions. Les présentations se font une par une, après que chaque groupe ait fait sa présentation, stimuler une discussion en cherchant les forces et les faiblesses.

En ce qui concerne les faiblesses, demandez aux participants, comment elle peuvent être comblées.

Insister sur le besoin d'identifier des mesures concrètes, et d'inclure des actions dans leurs réponses.

Notez ces mesures et ces actions sur le tableau de conférence pour les utiliser ultérieurement au cours de l'étape de planification.

ÉTAPE 6

1.4.6

Notes du facilitateur

Durée: 45 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres et cartes pour les participants.

Note 1 : Ayez des cartes prêtes et découpées pour les distribuer à chaque groupe.

Note 2 : Rappelez-vous que les éléments doivent être placés en cercle plutôt que dans une forme linéaire.

Activités d'apprentissage

Réunir les mêmes groupes de trois personnes, demandez à chaque groupe de réfléchir aux éléments d'une communication stratégique : que faut-il faire pour élaborer une communication verticale et horizontale efficace?

Après avoir identifié des éléments, distribuer aux groupes, le nombre de cartes qui correspond à leurs éléments.

Demandez aux groupes de disposer les cartes pour créer une représentation graphique de la communication stratégique, du plus important, le plus urgent au moins important, moins urgent. Voir **note 2**.

Il doit y avoir un consensus parmi les membres d'un même groupe avant de faire leur présentation.

ÉTAPE 7

1.4.7

Notes du facilitateur

Durée: 60 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres et cartes pour les participants.

Note : Laissez de l'espace à la créativité et la justification du choix de l'arrangement des cartes.

Activités d'apprentissage

Invitez chaque groupe à coller ses cartes sur le mur, ce qui peut-être fait simultanément.

Tout le monde doit prendre quelques minutes pour visualiser les différents travaux collés sur le mur.

Invitez les participants à donner leurs points de vue ou de faire des observations sur les travaux des autres groupes.

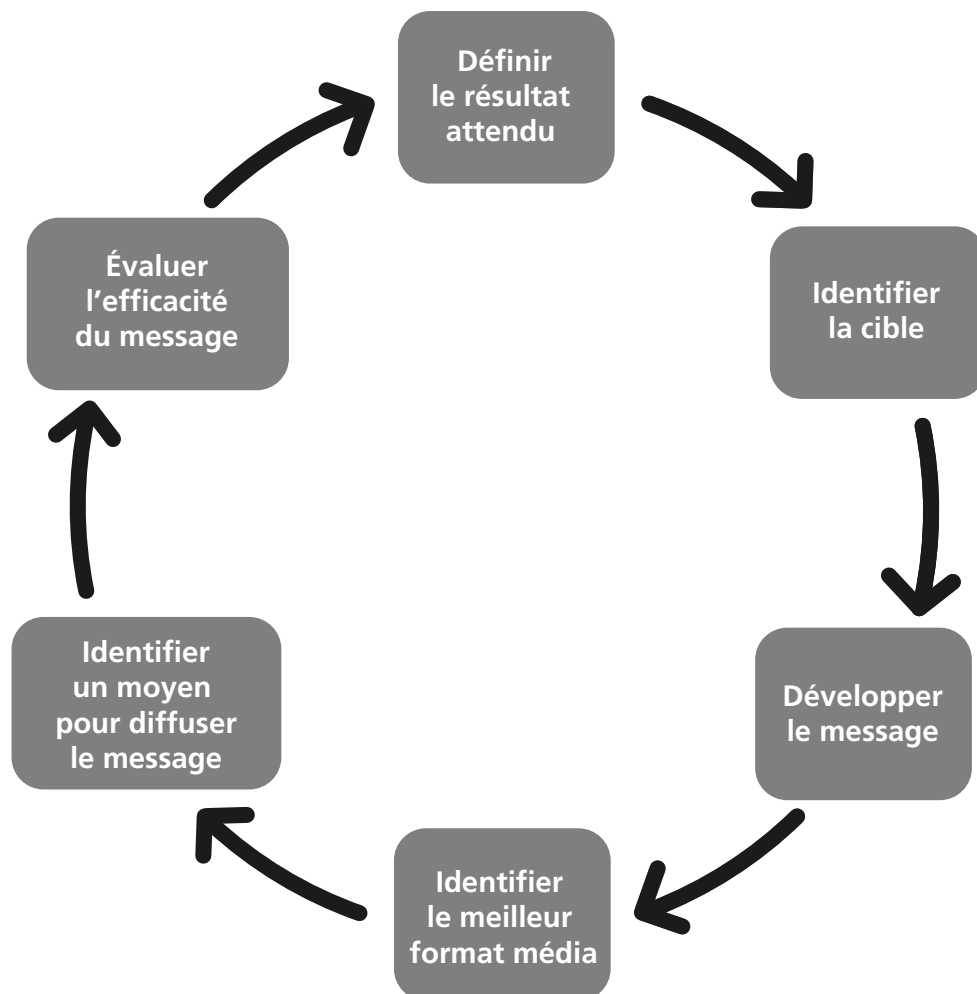
Sollicitez les commentaires des participants sur ce qu'ils voient au mur.

Avec les participants, organisez les cartes dans un ordre logique qui montre tous les éléments d'une communication stratégique (Voir **apprentissage clé**) et comment elle est censée se dérouler.

Ayez vos éléments et arrangements prêt à être présenté après le débat de manière à remplir les lacunes de l'apprentissage, et/ou donner aux participants le **Document 5 – Éléments et processus d'une communication stratégique**.

Document 5

Les éléments du processus de la communication stratégique



Notes du facilitateur

Durée: 60 minutes

Ressource: Tableau de conférence, feutres et cartes pour les participants.

Note 1 - Un des défis majeur de la communication stratégique est de développer des messages pour un public spécifique.

Note 2 – Dites aux groupes que poser des questions peut les aider à identifier leurs messages :

- Quel est le public cible ?
- Quel média consomme ce public?
- Est-ce un public éduqué ?
- Quels résultats voulez-vous atteindre avec vos messages ?
- Quel type d'information issu de la population/du gouvernement/des administrations locales serait utile pour votre public afin de réaliser la réforme ?
- Comme formuler des messages pour que le public prenne la réforme au sérieux ?
- Quelles connaissances et quel type d'information sont nécessaires pour que votre public comprenne la réforme et qu'il adapte son comportement en fonction de celle-ci ?
- Quels exemples existent pour encourager le changement de comportement de manière positive ?

Activités d'apprentissage

Avec les participants, décidez d'une politique de réforme qui peut être utilisée comme cas d'étude dans l'élaboration de messages et décidez d'une stratégie de communication à suivre pour mettre en œuvre cette réforme. Par exemple : une réforme du système de santé requiert des changements au niveau des activités du ministère de la santé, des administrations locales, et des citoyens et peut être des médecins traditionnels, ainsi que d'autres personnes.

Divisez les participants en groupes de trois ou quatre personnes.

Chaque groupe doit se référer au **document 5** et développer des messages autour de la réforme (voir **note 2**).

Groupe Un doit identifier 2 messages relatifs au changement de comportement pour des publics différents.

Groupe Deux est chargé d'élaborer 3 messages sur les compétences nécessaires pour différents publics.

Le groupe numéro Trois doit développer 3 messages sur les attitudes à adopter par des publics différents.

Le groupe Quatre doit créer 5 messages relatifs aux connaissances sur la réforme pour des publics différents.

Après 20 minutes d'échange, demandez aux groupes de revenir en séance plénière et invitez-les à présenter leurs conclusions.

Cela doit être suivi d'une discussion avec les réactions des autres participants afin d'améliorer la qualité des messages.

Notes du facilitateur

Durée: 60 minutes

Ressources: Tableau de conférence, feutres.

Note : Si l'information provient des citoyens, elle fera part de leurs besoins, de leurs revendications auprès des décideurs politiques et de leurs suggestions pour améliorer une situation.

Activités d'apprentissage

Dans les mêmes groupes, demandez aux participants de définir une stratégie pour produire une information qui provienne des citoyens et qui puisse être transmise aux décideurs politiques.

Cette stratégie doit être pratique.

Informez les groupes que chacun d'entre eux désignera une personne qui présentera la stratégie en séance plénière.

Après la présentation de chaque groupe, invitez tous les participants à faire des commentaires.

Clôturez la session avec quelques points sur la manière de produire une information qui soit utile pour les citoyens. Voir la **note**.

Cinquième partie: L'accès à l'information publique

Est-ce que la quantité et la qualité d'information que reçoivent les citoyens influence leur participation à la gouvernance et aux processus démocratiques?

Note pour le facilitateur:

Le paysage médiatique en Afrique devient de plus en plus diversifié et pluraliste. Ce développement crée une opportunité sans précédent et accroît l'accès des citoyens à l'information publique. Les médias indépendants jouent un rôle essentiel dans la construction et le maintien de la démocratie dans des États fragiles. Les médias ont la responsabilité de fournir aux citoyens l'information dont ils ont besoin pour se forger une opinion sur les décisions politiques et économiques. Les médias indépendants servent de plate-forme pour l'intégration des voix des populations marginalisées, y compris les femmes, les jeunes et les groupes minoritaires.

L'accès à l'information publique permet aux citoyens de faire pression sur leurs dirigeants pour obtenir une meilleure gouvernance et une plus grande responsabilité dans l'utilisation et la gestion des fonds publics. Les médias peuvent lutter contre la corruption en informant les citoyens des lacunes entre les promesses et les prestations de services des décideurs politiques. Ils fournissent également une information aux citoyens sur le processus de développement de la nation et sur les initiatives du gouvernement et sur les questions importantes comme l'accès aux services d'éducation et de santé publique.

Cependant, la politique et les cadres juridiques qui permettent aux citoyens d'avoir accès à l'information publique sont encore, dans la plupart des pays africains, contrôlés par l'État.

Objectifs d'apprentissage:

À la fin de cette session, les participants seront en mesure de:

- Identifier des opportunités d'accès à l'information publique ;
- Identifier les barrières auxquelles les citoyens font face pour avoir accès à l'information publique et comment elles peuvent être surmontées ;
- Identifier des moyens par lesquels les citoyens accèdent à l'information et sélectionner ceux qui sont les plus largement utilisés ;
- Identifier le(s) public(s) cible(s) qui ont accès à l'information par le biais de canaux spécifiques ;
- Décrire les avantages et les inconvénients de chacun des canaux mentionnés ci-dessus.

Points clés de l'apprentissage:

- Le paysage médiatique africain s'est diversifié avec l'émergence de médias indépendants, comme les radios communautaires, la presse, la télévision et Internet ;
- La capacité de l'État à monopoliser l'information devient de plus en plus limitée en raison de la nature de plus en plus diverse des médias.
- L'information publique et les relations publiques sont deux choses différentes. L'information publique est celle que les citoyens ont le droit d'accéder tout simplement parce qu'ils sont des citoyens (il s'agit d'un droit) alors que le but des services de relations publiques est de faire la promotion d'images positives ;
- Un espace politique élargi crée des opportunités d'accès à l'information publique ;
- L'accès à l'information publique a le potentiel d'accroître la confiance des citoyens dans le processus de gouvernance ;
- L'accès à l'information publique permet aux citoyens de faire pression sur leurs dirigeants afin d'obtenir une meilleure gouvernance ;
- Le gouvernement a toujours peur que l'accès à l'information soit utilisé à son encontre ;
- Dans de nombreux pays africains, il existe peu ou pas de lois qui obligent les fonctionnaires du gouvernement à fournir des informations au public.

PARTIE 5 – ÉTAPE 1

1.5.1

Notes du facilitateur

Durée: 50 minutes

Ressources: Tableaux de conférence et feutres.

Note: Rappeler aux participants de ne pas répéter une réponse qui a déjà été énoncée par une autre personne.

Activités d'apprentissage

Par groupes de trois, demandez aux participants de réfléchir sur quelques-unes des possibilités qui peuvent être utilisées pour améliorer l'accès à l'information publique. Une personne du groupe prend des notes quand un consensus sur les réponses à présenter est atteint.

Invitez chaque groupe, un à un, à présenter leurs réponses.

Écrire les réponses sur le tableau de conférence et poursuivre l'exercice jusqu'à ce que tous les groupes aient présentés leurs réponses.

ÉTAPE 2

1.5.2

Notes du facilitateur

Durée: 40 minutes

Ressource: Tableaux de conférence.

Note : Cette discussion a lieu en séance plénière afin de recueillir différents points de vue. Rassemblez les principales idées et les écrire sur un tableau.

Activités d'apprentissage

Animez une discussion sur les opportunités proposées à l'étape précédente. Existent-elles dans un pays ? Débattez de la façon avec laquelle elles peuvent être mises en oeuvre.

ÉTAPE 3

1.5.3

Notes du facilitateur

Durée: 40 minutes (10 minutes pour la discussion de fin)

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

Dans les mêmes groupes de trois, demandez aux participants de réfléchir et d'identifier les obstacles que rencontrent les citoyens pour avoir accès à l'information.

Laissez-les argumenter leurs réponses.

Donnez à chaque groupe une feuille du tableau de conférence et créer deux colonnes sur le tableau : « obstacles » et « raisons ».

Réunissez les groupes en séance plénière et invitez des représentants de chacun des groupes à présenter leurs travaux à l'ensemble du groupe.

ÉTAPE 4

1.5.4

Notes du facilitateur

Durée: 60 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

Après les exposés, facilitez un débat sur les questions qui ont été posées.

Rechercher des moyens pour surmonter les obstacles identifiés en proposant des exemples concrets.

ÉTAPE 5

1.5.5

Notes du facilitateur

Durée: 45 minutes

Ressource: Tableau de conférence.

Note : Prenez plus/moins 30 minutes pour discuter en groupe du sujet de cette étape.

Activités d'apprentissage

En séance plénière, sollicitez l'avis des participants sur les différents moyens par lesquels les citoyens accèdent à l'information, y compris les moyens traditionnels, formels et informels, et ceux qui sont le plus largement utilisés.

Écrire leurs réponses sur le tableau de conférence.

Dans des groupes de travail de cinq (en mélangeant les gens qui n'ont pas encore travaillé ensemble) demandez aux participants d'identifier le plus précisément possible, les secteurs de la population ciblée par les moyens mentionnés ci-dessus et la/les raison(s).

ÉTAPE 6

1.5.6

Notes du facilitateur

Durée: 45 minutes

Ressources: tableau de conférence et feutres

Activités d'apprentissage

En séance plénière, demandez à une personne de chaque groupe de présenter les conclusions de son groupe.

Après que tous les groupes aient fait une présentation, animez une discussion sur les résultats. Recherchez les similitudes en mettant en évidence les lacunes ainsi que les solutions identifiées par chaque groupe.

ÉTAPE 7

1.5.7

Notes du facilitateur

Durée: 30 minutes

Ressource: Tableau de conférence.

Activités d'apprentissage

En fonction du nombre de moyens de communication identifiés au cours de l'exercice précédent, divisez les participants pour qu'à chaque groupe soit attribué un moyen de communication.

Au sein de chaque groupe, demandez que soit discuté les avantages et les inconvénients du moyen de communication qui leur a été attribué.

Une personne dans le groupe doit prendre des notes.

ÉTAPE 8

1.5.8

Notes du facilitateur

Durée: 60 minutes

Ressource: Tableau de conférence.

Points clés de l'apprentissage:

- Le paysage médiatique africain s'est diversifié avec l'émergence de médias indépendants, comme les radios communautaires, la presse, la télévision et Internet ;
- La capacité de l'État à monopoliser l'information devient de plus en plus limitée en raison de la nature de plus en plus diverse des médias.
- L'information publique et les relations publiques sont deux choses différentes. L'information publique est celle que les citoyens sont en droit d'accéder tout simplement parce qu'ils sont des citoyens (il s'agit d'un droit) alors que le but des services de relations publiques est de faire la promotion d'images positives ;
- Un espace politique élargi crée des opportunités d'accès à l'information publique ;
- L'accès à l'information publique a le potentiel d'accroître la confiance des citoyens dans le processus de gouvernance ;
- L'accès à l'information publique permet aux citoyens de faire pression sur leurs dirigeants afin d'obtenir une meilleure gouvernance ;
- Le gouvernement a toujours peur que l'accès à l'information soit utilisé à son encontre ;
- Dans de nombreux pays africains, il existe peu ou pas de lois qui obligent les fonctionnaires du gouvernement à fournir des informations au public.

Activités d'apprentissage

Chaque groupe devra partager les résultats avec les autres participants en séance plénière.

À la fin de toutes les présentations, facilitez un débat sur les avantages et les inconvénients qui ont été identifiés.

Récapitez la session en mettant en avant les principales idées qui ont été partagées et renforcez les avec des idées clés de la section '**Points clés de l'apprentissage**'.

Sixième partie: La radio comme moteur du changement

La radio facilite l'échange horizontal et vertical de l'information, elle donne la parole au citoyen et attire l'attention des dirigeants sur les besoins des communautés.

Note pour le facilitateur:

La radio¹, particulièrement la radio communautaire, joue un rôle essentiel dans l'édification de collectivités dynamiques, dans la mobilisation de groupes d'action en informant les citoyens et en leur donnant une voix. La radio sert aussi de véhicule pour attirer l'attention des gouvernements locaux et nationaux face aux besoins des communautés. La radio a le potentiel pour mobiliser les groupes et pour apporter un changement aux collectivités. Elle est généralement le meilleur outil pour atteindre les communautés pauvres et analphabètes car elle ne nécessite pas de compétences en lecture, ni la possession d'une radio. Les membres d'une communauté peuvent se connecter à une radio sans nécessairement en posséder une. Les membres des communautés valorisent l'accès à l'information et dépendent très largement de la radio.

Malgré l'énorme pouvoir des médias pour susciter le changement positif, ils peuvent également être manipulés et utilisés pour diffuser des messages de haine. L'expérience du Rwanda est un exemple classique où les médias ont été utilisés pour diffuser des messages haineux, qui ont contribué et maintenu le génocide. La radio, comme d'autres médias dans les pays pauvres, peut être manipulée à des fins politiques en raison de difficultés financières.

Objectifs d'apprentissage:

À la fin de cette session, les participants seront en mesure de:

- Décrire les hypothèses principales de la radio comme moteur du changement ;
- Identifier les différents volets / formats de supports médias et d'évaluer leurs forces et leurs faiblesses ;
- Élaborer une stratégie pour répondre aux défis identifiés auprès de chaque produit média ;
- D'identifier le(s) public(s) cible(s) pour chaque format média mentionnés ci-dessus.

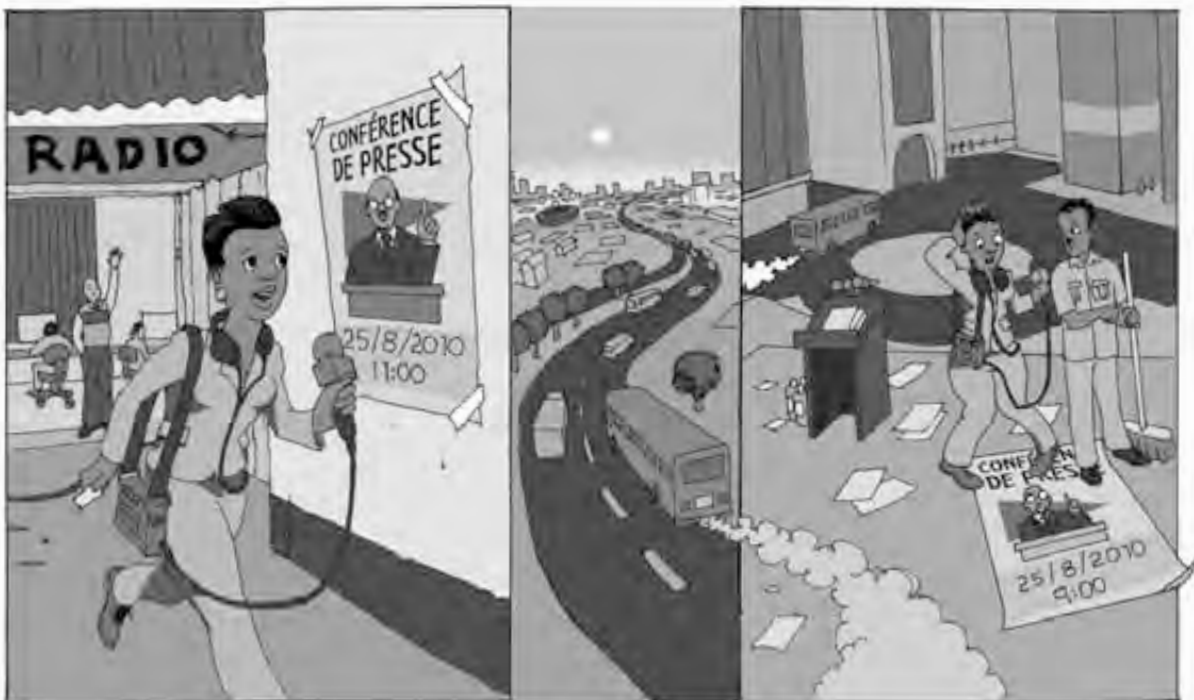
Points clés de l'apprentissage:

- La radio est facilement accessible par les gens ordinaires ;
- La radio peut toucher un large secteur de la population sur une courte période de temps ;
- La radio peut se connecter facilement à la plupart des communautés africaines en raison de son format oral qui est culturellement plus pertinent ;
- La radio communautaire doit produire des programmes adaptés aux besoins des communautés rurales ;
- La radio est une plate-forme qui donne la parole aux gens ordinaires et marginalisés ;
- L'implication des citoyens dans un programme de développement d'un pays peut être accéléré par la radio ;
- La radio communautaire est plus proche de la population, car elle traite de questions qui préoccupent les collectivités ;
- Les formats médias inclus: le feuilleton, le reportage, des programmes avec des appels téléphoniques, des tables rondes, des magazines, du théâtre, des messages très brefs (spots), etc.

¹ Il faut noter que les téléphones portables prennent actuellement une place de plus en plus importante pour informer les citoyens et pour leur donner une voix, et ce au détriment des radios traditionnelles.

Lecture

- André-Jean Tudesq, *L'Afrique parle, l'Afrique écoute*, Karthala, 2002
- MÉDIAS - Prévention des conflits et reconstruction, UNESCO, 2004. http://portal.unesco.org/ci/fr/file_download.php/855b5e9fa2b43ce028c6da65dc8ef732media_conflict_prevention_fr.pdf
- Wilna W. Quarmyne, *Radios communautaires – apprendre à participer*, IPAO, 2004, 82 pages
- AMARC Afrique, *Manuel pour la gestion des radios communautaires. Guide pratique pour une radio viable*, document manuscrit, 2001, 117 pages.
- Colin Fraser & Sonia Restrepo Estrada, *Manuel de la radio communautaire*, UNESCO, 2001, 108 pages / 8 MB PDF file : http://www.unesco.org/webworld/publications/community_radio_handbook_fr.pdf
- *Developing Radio Partners. "A Guide on Sustainability"* , Jean Fairbairn, Developing Radio Partners. **Disponible sur le site www.radiopeaceafrica.org**
- Ibrahima Sane and Johan Deflander, "*Heeding the voiceless : a guide to use Oral Testimonies for radio documentaries*", Institut Panos West Africa, 2006. **Disponible sur le site www.radiopeaceafrica.org**
- *Using Radio to Help Communities Talk*, Straight Talk Foundation, June 2006. **Disponible sur le site www.radiopeaceafrica.org**



PARTIE 6 – ÉTAPE 1

1.6.1

Notes du facilitateur

Durée: 55 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Points clés de l'apprentissage:

- La radio est facilement accessible par les gens ordinaires ;
- La radio peut toucher un large secteur de la population sur une courte période de temps ;
- La radio peut se connecter facilement à la plupart des communautés africaines en raison de son format oral qui est culturellement plus pertinent ;
- La radio communautaire devrait produire des programmes axés sur les questions qui sont adaptées aux besoins des communautés rurales ;
- La radio est une plate-forme qui donne la parole aux gens ordinaires et marginalisés ;
- L'implication des citoyens dans un programme de développement d'un pays peut être accéléré par la radio ;
- La radio communautaire est plus proche de la population, car elle traite de questions qui préoccupent les collectivités ;
- Les formats médias inclus: le feuilleton, le reportage, des programmes avec des appels téléphoniques, des tables rondes, des magazines, du théâtre, des messages très brefs (spots), etc.

Activités d'apprentissage

Pendant une session d'échange d'idées, rassemblez les opinions des participants sur les hypothèses qu'ils font quant à la radio comme moteur du changement. Écrire ces hypothèses sur le tableau de conférence (15 minutes).

Stimulez un débat sur les réponses qui ont été transcrites sur le tableau de conférence.

Dégagez des exemples concrets de radios comme moteur de changement, de manière à appuyer les hypothèses évoquées (30 minutes).

Récapitulez la session en revenant sur quelques-unes des bonnes idées proposées, en les renforçant par certaines des idées de la section '**points clés de l'apprentissage**'.

ÉTAPE 2

1.6.2

Notes du facilitateur

Durée: 30 minutes

Matériel: Tableau de conférence et feutres.

Note : Exemples de format : la table ronde, l'interview, le monologue, le micro-trottoir...

Activités d'apprentissage

Dans des groupes de travail de quatre personnes, demandez aux participants d'identifier différents types de formats médias.

Dans leurs groupes de travail respectifs demandez aux participants de prendre chaque format et de discuter de leurs forces et leurs faiblesses.

Demandez d'écrire les résultats sur une feuille du tableau de conférence.

ÉTAPE 3

1.6.3

Notes du facilitateur

Durée: 40 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

Invitez chaque groupe à présenter leurs conclusions.

Après les présentations, animez une discussion qui aide à identifier des points communs et les différences de chaque format.

Revenir au sein des mêmes groupes de travail et élargir le débat en demandant de réfléchir comment répondre aux faiblesses des différents formats.

ÉTAPE 4

1.6.4

Notes du facilitateur

Durée: 40 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

En séance plénière, partager les résultats de chaque groupe et écrire les principales réponses sur le tableau.

Animez une discussion sur ces résultats, en mettant l'accent sur leur application concrète.

ÉTAPE 5

1.6.5

Notes du facilitateur

Durée: 40 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

En séance plénière, établir un consensus sur les principaux volets et formats médias et les écrire sur le tableau de conférence dans une colonne appelée : 'formats médias'.

Demandez aux participants de dresser la liste du/des public(s) qui correspond(ent) à chacun des formats.

Invitez les participants à faire part de leurs conclusions et identifier des programmes radios de qualités (des bonnes pratiques) qui utilisent ce format.

Septième partie: Production média pour la radio et réformes politiques

La production radiophonique ne doit pas seulement informer, elle peut aussi être réalisée pour obtenir un résultat et influencer les attitudes et les comportements de manière positive.

Note pour le facilitateur:

Les auditeurs de la radio proviennent de milieux très différents. Ils ont des intérêts et des besoins en information différents. La production médiatique diffusée par la radio doit prendre en compte cette diversité. Les professionnels des médias doivent être sensibles aux différents auditeurs qui les écoutent. L'information est une composante clé pour permettre aux citoyens de prendre de bonnes décisions politiques.

Les produits médiatiques à succès:

- Attirent l'attention du public sur des thèmes/sujets peu connus ;
- Jouent un rôle dans la démocratie et la consolidation de la paix, ils deviennent ainsi les gardiens de l'agenda et de l'équilibre des différents points de vue ;
- Influencent les décideurs politiques, en particulier sur la manière de communiquer avec les citoyens ;
- Gèrent les attentes au cours de transitions et de processus démocratiques ;
- Construisent des ponts entre les communautés et favorisent une relation positive entre celles-ci.

Les objectifs d'apprentissage:

À la fin de cette session, les participants seront en mesure de:

- Dresser une liste des différents formats de production radiophonique, d'expliquer leurs forces et faiblesses et de faire passer des messages vers des publics variés ;
- Réaliser des programmes radios pour des publics différents au sujet des réformes politiques.

Points d'apprentissage clé:

- Les formats médias ont tous des avantages et des inconvénients ;
- Chaque production médiatique est adaptée à un public particulier ;
- Pour optimiser les résultats, il faut combiner différents formats médias.

Lecture

Les guides de formation de Radio for Peacebuilding Africa, disponibles sur :

http://www.radiopeaceafrica.org/index.cfm?lang=fr&context_id=3&context=manuals

- « Radios Africaines Pour la Paix (RAPP) »
- « Construire la paix, un guide de la radio pour les jeunes »
- « Talk-shows radio pour construire la paix -- un guide » (2^{ème} édition)
- « Comment produire un feuilleton radio pour la prévention/résolution des conflits »
- Howard R., Rolt F., van de Veen H., Verhoeven J, *The Power of the Media, A Handbook for Peace-builders*, ECCP, 2002. (disponible en anglais sur www.radiopeaceafrica.org)
- Sandra D. Melone, Dr. Georgios Terzis & Ozsel Beleli, *Using the Media for Conflict Transformation: the Common Ground Experience*, Search For Common Ground, 2002 (disponible en anglais sur www.radiopeaceafrica.org)

PARTIE 7 – ÉTAPE 1

1.7.1

Notes du facilitateur

Durée: 30 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Note : Par exemple, pour la presse écrite une des force en termes de savoir/connaissance est que l'on peut toujours relire une coupure de presse et discuter de ce qui a été écrit. En revanche, une des faiblesse de la presse écrite est qu'elle n'encourage pas à améliorer les capacités de ses lecteurs. Au sujet du changement de comportement et d'attitude, une force pour la presse écrite est quelle possède une autorité, elle est parfois prise avec plus de sérieux que la radio ou la télévision, ou d'autres méthodes de communication traditionnelles.

Activités d'apprentissage

Présentez le sujet de cette 7^e partie (production media pour la radio et réformes politiques). Insistez sur l'échange d'expériences des participants : comment diffusent-ils l'information vers différents publics ?

Divisez les participants en groupes de 2 personnes.

Demandez à chaque paire de faire la liste des différents formats de production qu'ils connaissent.

Lorsque la liste a été faite, demandez de prendre un format à la fois et d'en identifier les forces et les faiblesses en rapport avec la diffusion de savoir/connaissance, de compétences et de changement d'attitudes et de comportements (voir la **note**).

Les participants devront écrire leurs conclusions sur une feuille du tableau de conférence.

ÉTAPE 2

1.7.2

Notes du facilitateur

Durée: 45 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

Invitez les participants en séance plénière et demandez à un représentant de chaque groupe de présenter les conclusions.

Après chaque présentation, discuter des résultats.

Demandez à quelques-uns des participants de partager leur expérience sur un format spécifique, auxquels ils ont souvent recours. Le but est de savoir pourquoi ils utilisent ce format et s'ils pensent qu'il est efficace ou non.

ÉTAPE 3

1.7.3

Notes du facilitateur

Durée: 2 heures et 30 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Note: Si c'est possible, essayez d'enregistrer les résultats de cette séance et de la suivante avec des médias locaux, presse ou radio/TV.

Activités d'apprentissage

Avec les mêmes groupes, demandez d'utiliser le processus de communication stratégique avec ses différents éléments et réaliser un vrai produit médiatique.

Le produit qu'ils produisent doit être nourri par la session précédente.

Dites-leur que c'est un véritable programme qui va être utilisé par un radio/TV/journal local (voir la **note**)

Dites-leur lorsque l'enregistrement sur le terrain est terminé qu'ils doivent rester dans le même groupe pour produire le programme et le copier sur un CD/DVD.

ÉTAPE 4

1.7.4

Notes du facilitateur

Durée: 15 minutes

Ressources: Tableau de conférence et feutres.

Activités d'apprentissage

Résumez et clôturez la partie avec une séance de questions et réponses.

Assurez-vous que les attentes formulées au début de la formation sont satisfaites.

Donner les certificats si c'est approprié.



La communication stratégique possède un réel pouvoir de changer les relations entre les gouvernements et les citoyens.

Une politique de développement doit être guidée par les personnes qu'elle affecte le plus, alors seulement quelques-unes des causes profondes d'un conflit peuvent être traitées correctement.

Les médias, et la radio en Afrique en particulier, joue un rôle de lien important entre la population et les dirigeants et entre les dirigeants et la population.

Ce guide de formation a été écrit pour aider les dirigeants, les représentants de la société civile et les médias. Il est conçu pour les encourager à produire une information adéquate et pertinente sur les grands objectifs politiques, une information qui permet à chacun de prendre part au débat sur le développement de leur pays ou de leur région.

