



UN
DP

Programme des Nations Unies pour le développement
Bureau des politiques de développement
Groupe de la gouvernance démocratique

La communication pour l'habilitation:
élaboration de stratégies
médiatiques pour appuyer les
groupes vulnérables

Note d'orientation pratique

empower
Communi

Remerciements

Le présent document a été élaboré par James Deane, Directeur général du Communication for Social Change Consortium www.communicationforsocialchange.org, Elizabeth McCall, conseillère pour la société civile/l'accès à l'information, et Alexandra Wilde, spécialiste en gouvernance, du Centre d'Oslo pour la gouvernance, qui relève du Groupe de la gouvernance démocratique du PNUD. Il est fondé sur le retour d'information fourni par les participants à un atelier organisé à l'intention des praticiens de la gouvernance et des communications du PNUD d'un certain nombre de bureaux de pays du PNUD en Afrique, qui a eu lieu en novembre 2005. Ont participé à l'atelier : Adam Rogers, Assan Ng'ombe, Audax Rutta, Emmie Wade, Ernest Aubee, Habiba Rodolfo, Jabu Matsebula, Jenifer Bukokhe, Joseph Mugore, Katherine Anderson, Lena Renju, Margaret Gulavic, Marx Garekwe, Mwiinga Cheelo, Nelson Xavier, NS Bereng, Sam Igaga Ibanda, Stephen Opio, Tapiwa C. Kamuruko et Wadzanai Madombwe. Le présent document a également bénéficié de remarques particulièrement pertinentes de collègues du PNUD ainsi que d'autres entités, parmi lesquels figurent notamment : Ernest Aubee (PNUD), Misaki Watanabe (PNUD), Alejandro Pero (PNUD), Bjoern Foerde (PNUD), Sandra Pralong (PNUD), Geoff Prewitt (PNUD), Noëlle Rancourt (PNUD), Adam Rogers (FENU), Kitty Warnock (Panos), Sina Odugbemi (Department for International Development, Royaume-Uni) et Peter Erichs (Agence suédoise pour le développement international).

Pour de plus amples informations, prière de s'adresser au Groupe de la gouvernance démocratique du PNUD à Elizabeth McCall, elizabeth.mccall@undp.org

Mars 2006

Le PNUD est le réseau mondial de développement dont dispose le système des Nations Unies. Il prône le changement et relie les pays aux connaissances, expériences et ressources dont leurs populations ont besoin pour améliorer leur vie. Nous sommes présents sur le terrain dans 166 pays, les aidant à identifier leurs propres solutions aux défis nationaux et mondiaux auxquels ils sont confrontés en matière de développement. Pour renforcer leurs capacités, ces pays peuvent s'appuyer à tout moment sur le personnel du PNUD et son large éventail de partenaires.

Résumé succinct

La présente Note d'orientation pratique vise à démontrer que les médias peuvent jouer un rôle crucial dans l'habilitation des groupes vulnérables et marginalisés. On obtient des résultats optimaux si l'appui des médias et le renforcement des capacités des médias sont orientés de manière à permettre aux médias de mieux répondre aux besoins d'information et de communication de ces groupes et de mieux refléter leurs besoins. Ce type d'appui des médias, qui peut être dénommé « communication pour l'habilitation », est un facteur d'une importance critique pour obtenir la participation, l'appropriation et la responsabilisation nécessaires en vue d'assurer la réalisation des OMD. La présente note d'orientation explicite le concept de la communication pour l'habilitation et souligne son importance pour la réduction de la pauvreté. Elle identifie les tendances présentes dans les médias et met en évidence les principales possibilités et les principaux défis, notamment l'impact de la libéralisation et la lutte actuelle que doivent livrer de nombreux organes médiatiques pour conserver leur liberté durement acquise. Elle souligne l'importance toute particulière de la radio dans la communication pour l'habilitation, en raison de sa portée, de son accessibilité pour les pauvres et de sa nature de plus en plus interactive. Elle expose également toute une gamme d'actions que le PNUD et les autres praticiens du développement peuvent entreprendre pour appuyer de manière optimale la communication pour l'habilitation, à partir d'audits d'information et de communication et grâce au choix d'une stratégie d'intervention adaptée aux spécificités du contexte. Elle rappelle que le PNUD, grâce à son rôle bien établi au niveau des pays, en matière de convocation, de facilitation, de conseil et de plaidoyer, ainsi qu'à sa focalisation sur le renforcement des capacités et à son expérience dans le domaine de la gouvernance démocratique, est particulièrement bien équipé pour apporter une contribution majeure à la promotion de la communication pour l'habilitation.

Table Des Matières

Abréviations, sigles et acronymes 5

1 Introduction 6

- 1.1 Contexte de la présente note d'orientation pratique 7
- 1.2 Qu'est-ce que la communication pour l'habilitation? 8
- 1.3 Quels sont les points que couvre la présente note d'orientation pratique? 8
- 1.4 Quels sont les points que ne couvre pas la présente note d'orientation pratique? 8
- 1.5 À qui est destinée la présente note d'orientation pratique? 8

Première partie: le contexte de la communication pour l'habilitation 10

2. Raisons de l'importance accrue de la communication pour l'habilitation 10

- 2.1 Cinq facteurs convergents 10
- 2.2 Réalisation des OMD: appropriation des pays, voix de la population et responsabilité redditionnelle 11

3 Tendances des médias et défis 16

- 3.1 Le développement des médias: tendances complexes et contradictoires 20

Deuxième partie: orientations pratiques pour la programmation 22

4 Comment le PNUD peut-il faire une différence en matière de communication pour l'habilitation? 22

5 Soutien du PNUD en faveur de la communication pour l'habilitation 24

- 5.1 Conduite d'un audit d'information et de communication 24
- 5.2 Domaines d'appui de la communication pour l'habilitation 35

6. Modalités de l'appui du PNUD en faveur de la communication pour l'habilitation 41

- 6.1. Établissement de projets de communication pour l'habilitation 41
- 6.2. Prise en compte systématique de la communication pour l'habilitation dans les programmes de gouvernance démocratique et d'autres domaines de pratique 41
- 6.3 Soutien extra-programmatique : inscription de la communication pour l'habilitation à l'ordre du jour de tous les dialogues et débats relatifs au développement 42

7 Partenariats 43

- 7.1 Instances gouvernementales 43
- 7.2 Organisations de la société civile 43
- 7.3 Organisations médiatiques 44
- 7.4 Organisations d'appui aux médias 44
- 7.5 Organismes de développement multilatéraux et bilatéraux 44

8 Suivi et évaluation 46

9 Ressources et références complémentaires 49

Annexes 52

Abréviations, sigles et acronymes

AMARC	Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires
ANDA	Association nationale des annonceurs publicitaires (Pérou)
ARV	Antirétroviraux
ASDI	Agence suédoise de développement international
BCP	Bilan commun de pays
DANIDA	Agence danoise de développement international
DDC	Direction du développement et de la coopération (Suisse)
DFID	Department for International Development (Royaume-Uni)
DSRP	Document de stratégie pour la réduction de la pauvreté
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FENU	Fonds d'équipement des Nations Unies
HCDH	Haut Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme
MISA	Media Institute of South Africa
OC	organisation communautaire
OGM	organisme génétiquement modifié
OMD	objectifs du Millénaire pour le développement
ONG	organisation non gouvernementale
OSC	organisation de la société civile
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
RMDH	Rapports mondiaux sur le développement humain
TIC	technologies de l'information et des communications
UNCT	Équipe de pays des Nations Unies
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
UNIFEM	Fonds de développement des Nations Unies pour la femme

1. Introduction

Le PNUD a pour mandat d'œuvrer à la réduction de la pauvreté. Ses priorités reflètent un attachement tout particulier à la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) issus de la Déclaration du Millénaire. Le succès, à savoir la réalisation des OMD et l'application de l'agenda général du Millénaire, dépendra dans une grande mesure de l'implication des personnes les plus directement concernées par le développement et de leur participation effective aux processus de planification nationaux. Le PNUD estime que des interventions axées sur l'information et la communication sont d'une importance fondamentale en la matière et que la participation et l'implication authentiques ne sont possibles que si les besoins d'information de tous les membres de la société (y inclus de ceux des groupes marginalisés) sont satisfaits et si les parties prenantes les plus directement touchées par les décisions relatives au développement peuvent faire entendre leur voix.

La présente note d'orientation pratique porte spécifiquement sur le rôle de l'information et de la communication dans l'habilitation des groupes vulnérables et en particulier sur les stratégies susceptibles de renforcer les médias pour permettre à ceux-ci de jouer ce rôle. Elle ne vise pas à prescrire un paysage médiatique idéal, et ce, d'autant moins que l'environnement de l'information et de la communication à effet habilitant peut présenter des différences très marquées d'un pays à l'autre, en termes de propriété des médias, de nombre d'organes médiatiques communautaires et de politiques et de réglementation des médias.

La note d'orientation tient compte du Document final du Sommet mondial de 2005¹, de la Déclaration de Paris² et d'autres conclusions de récentes réunions mondiales relatives au développement. Elle expose les caractéristiques de la problématique actuelle du développement qui confèrent une pertinence particulière et une urgence croissante aux stratégies qu'elle recommande pour appuyer les efforts visant à la réalisation des OMD.

La note s'articule en deux parties. La première partie explique pourquoi il convient d'accorder une priorité accrue à l'information et à la communication dans les travaux du PNUD relatifs à la gouvernance. Elle analyse l'évolution des paysages des médias et de la communication et indique en quoi cette évolution a des répercussions directes sur l'aptitude des gens qui vivent dans la pauvreté à se faire entendre dans la société. La deuxième partie fournit des orientations pratiques de programmation. Elle explique comment effectuer une évaluation de l'environnement de l'information et de la communication et donne des conseils sur les façons d'intégrer les activités de développement. La note d'orientation indique les principaux points

(1)
<http://daccessdds.un.org/doc/UNDOC/GEN/N05/487/61/PDF/N0548761.pdf?OpenElement>

(2)
<http://www.oecd.org/dataoecd/53/38/34579826.pdf>

d'entrée des interventions du PNUD dans ce domaine, compte tenu de l'avantage comparatif de l'organisation et de son mandat de réduction de la pauvreté dans un cadre respectueux des droits de l'homme

1.1 Contexte de la présente note d'orientation pratique

La présente note fait partie d'une série de notes d'orientation pratiques ayant trait à l'accès à l'information³. *La Note de pratique sur l'accès à l'information* du PNUD présente un cadre stratégique clair dans lequel doivent s'inscrire les travaux de l'organisation dans ce domaine⁴; ces travaux visent un objectif central : agencer les appuis de manière à maximiser la participation des populations, et en particulier des groupes pauvres, à la gouvernance démocratique.

Les appuis relatifs à l'accès à l'information fournis par le PNUD relèvent de quatre domaines principaux :

1. Renforcement de l'environnement juridique et réglementaire favorable à la liberté et au pluralisme de l'information;
2. Appui au renforcement des capacités, des activités de réseau et du relèvement des normes des médias aux niveaux national et local, visant à promouvoir l'échange d'information indépendante et pluraliste;
3. Sensibilisation aux droits à l'information officielle et renforcement des mécanismes de fourniture d'information et d'accès à l'information;
4. Renforcement des mécanismes de communication pour les groupes vulnérables.

La présente note d'orientation pratique porte sur le quatrième domaine. Elle a pour objet spécifique de montrer comment les médias peuvent renforcer les mécanismes de communication pour les groupes vulnérables et contribuer ce faisant à leur habilitation. Cette approche est dénommée «communication pour l'habilitation».

L'application de cette approche peut se situer dans un environnement politique complexe et à enjeux disputés. En effet, si certains gouvernements accueillent favorablement les efforts visant à informer et à habiliter leurs ressortissants, nombreux sont ceux qui souhaitent garder la main haute sur les organes d'information en tant qu'instruments d'influence politique ou qui appréhendent une pluralisation des médias. Le PNUD, de par sa neutralité, de par ses partenariats avec les instances gouvernementales, la société civile et les médias, de par sa volonté explicite d'habiliter les groupes vulnérables et étant donné le leadership qu'il peut exercer dans ce domaine, a un rôle important à jouer en tant que médiateur et convocateur.

(3)
[www.undp.org/oslocentre/
access_dev.htm](http://www.undp.org/oslocentre/access_dev.htm)

(4)
Note de pratique sur l'accès à l'information, [www.undp.org/policy/
docs/policynotes/a2i-french-final-
4649027220110579.pdf](http://www.undp.org/policy/docs/policynotes/a2i-french-final-4649027220110579.pdf)

1.2 Qu'est-ce que la communication pour l'habilitation?

L'approche de la communication pour l'habilitation est une approche qui place les besoins et les intérêts des groupes défavorisés et marginalisés en matière d'information et de communication au centre de l'appui des médias. Elle a pour but de faire en sorte que les médias possèdent les capacités et l'aptitude requises pour produire et fournir l'information que les groupes marginalisés souhaitent obtenir et dont ils ont besoin ainsi que pour constituer un véhicule par lequel ces groupes peuvent débattre des questions qui les intéressent le plus et exprimer leurs vues.

À l'instar de tous les domaines d'activités du PNUD, la communication pour l'habilitation s'inscrit dans la ligne d'une approche du développement axée sur les droits de l'homme, qui intègre les valeurs fondamentales de l'équité et de l'habilitation et qui découle des dispositions de l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme et du Pacte international relatif aux droits civils et politiques.

1.3 Quels sont les points que couvre la présente note d'orientation pratique?

La présente note d'orientation expose en détail le rôle que les médias peuvent jouer pour élargir l'accès des pauvres à l'information et à la communication et pour donner une voix à ceux qui sont le plus directement concernés par le développement. Elle indique également ce que le PNUD peut faire pour renforcer les mesures prises dans ce sens.

Elle vient compléter la *Note d'orientation pratique sur l'éducation civique*⁵, qui porte sur les interventions de renforcement des capacités à base d'apprentissage visant à accroître les connaissances civiques, l'esprit civique et les aptitudes civiques, facteurs qui incitent à la participation à la vie publique. La présente note porte spécifiquement sur le rôle que peuvent jouer les médias pour appuyer les groupes vulnérables. Ce rôle consiste à informer les groupes vulnérables sur les questions qui les touchent, à leur apporter des possibilités de faire connaître leurs préoccupations au public et à leur offrir un espace où ils peuvent engager des débats sur ces questions entre eux et avec d'autres parties.

Le terme «médias», tel qu'il est employé dans la présente note d'orientation, désigne les médias de radiodiffusion traditionnels (à savoir la radio et la télévision) et la presse écrite. Une place privilégiée est réservée ici à la radio, car celle-ci est toujours, et de loin, le média le plus accessible pour les pauvres d'une bonne part du monde en développement.

(5)
Practical Guidance Note on Civic Education, PNUD 2004
www.undp.org/oslocentre/docs04/Civic%20education.pdf

1.4 Quels sont les points que ne couvre pas la présente note d'orientation pratique?

D'autres interventions se situant dans certains domaines importants de l'information et de la communication, par exemple celles qui ont trait au rôle de la communication interpersonnelle, aux réseaux d'information et de communication informels, aux entretiens communautaires et à d'autres stratégies analogues de dialogue public et privé ne sont pas abordées ici.

La présente note d'orientation pratique ne traite pas des questions liées aux communications internes du PNUD ni aux travaux de l'organisation relatifs à la promotion des messages et de la mission de celle-ci : elle s'attache à donner des conseils sur les façons de fournir des appuis aux médias selon des modalités qui contribuent à l'habilitation des groupes vulnérables de la société.

Elle ne traite pas non plus spécifiquement du rôle des médias dans la prévention, et parfois dans la promotion, des conflits. Ce sujet particulier, d'une importance critique et d'une grande complexité, mérite et exige d'être abordé dans une note d'orientation pratique qui lui soit exclusivement consacrée. Le PNUD a donc prévu d'élaborer une telle publication, qui fera fond sur les travaux qu'il a déjà réalisés dans ce domaine, pour fournir des orientations spécifiques aux fins de la programmation de ses interventions⁶.

1.5 À qui est destinée la présente note d'orientation pratique?

La présente note d'orientation pratique est destinée principalement aux praticiens du développement du PNUD, et plus précisément aux spécialistes de la gouvernance démocratique et des communications affectés aux bureaux de pays du PNUD qui s'intéressent aux défis exposés dans les pages qui suivent et qui souhaitent agir pour relever ces défis.

(6)
Voir Governance in Post-Conflict Situations, Chapitre 1 : Access to Information
www.undp.org/oslocentre/achvmdg2.htm

PREMIÈRE PARTIE :
LE CONTEXTE DE LA
COMMUNICATION POUR
L'HABILITATION

2. Raisons de l'importance accrue de la communication pour l'habilitation

L'importance accrue de la communication pour l'habilitation est due à une convergence de facteurs, notamment l'accumulation de connaissances et d'expérience chez les praticiens, ainsi que des changements dans l'environnement médiatique, qui viennent conférer aux interventions relevant de ce domaine un rang de priorité supérieur. Les principaux acteurs du développement se rendent également compte, par ailleurs, du rôle fondamental de la communication pour l'habilitation en tant que base de la participation et donc de l'appropriation par les parties prenantes des initiatives visant à la réalisation des OMD.

2.1 Cinq facteurs convergents

1. *Nature de plus en plus interconnectée de la société dans les pays en développement*: la démocratisation, l'emploi accru des technologies de la communication, la libéralisation rapide et la prolifération des médias, et l'émergence d'une société civile plus dynamique, phénomènes se situant tous dans le contexte de la mondialisation, créent de nouvelles possibilités, et de nouveaux défis, concernant l'utilisation de la communication aux fins d'habiliter les gens qui vivent dans la pauvreté.
2. *Meilleure compréhension de l'importance de l'analyse de la structure du pouvoir dans la formulation de stratégies de développement efficaces*: le discours actuel du développement, notamment les études sur les moteurs du changement⁷, s'intéresse aux modalités selon lesquelles les droits acquis et les autres facteurs politiques influent sur les interventions de développement; le rôle des médias, qui peuvent renforcer ou atténuer cette influence, est pris de plus en plus en considération dans la conception des stratégies de développement.
3. *Expérience des interventions efficaces et démonstration des impacts*: les évaluations de l'expérience récente en matière de développement, notamment de la lutte contre la pandémie du VIH/sida, ont conduit à un réexamen des approches traditionnelles de la communication et à une attention accrue accordée aux stratégies de communication participatives. Les preuves de l'impact de la communication pour le développement s'accumulent et l'on formule actuellement de nouvelles approches participatives de l'évaluation de la communication.⁸
4. *Réseau des connaissances en matière de communication*: ce réseau se développe et l'on assiste à une prolifération et à une diversification des initiatives de communication dans tout le monde en développement, la plupart d'entre elles visant à l'habilitation des populations.⁹

(7)
Voir www.grc-exchange.org/g_themes/politicalsystems_drivers.html

(8)
Pour des exemples, voir: Dfid Guidelines on HIV/AIDS Communication, Dfid, 2005, www.dfid.gov.uk/pubs/files/aids-communication.pdf; *Report on the 9th United Nations Communication for Development Round Table, 2004*, <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/faoreport2005.pdf>; et *Missing the Message: 20 years of learning of HIV/AIDS communication*, Panos, 2003, www.panos.org.uk/PDF/reports/MissingTheMessage.pdf.

(9)
Pour des exemples, voir: *the Communication Initiative*, www.comminit.com; *Who measures change? Participatory monitoring and evaluation*, www.communicationforsocialchange.org; *Soul City evaluations*, www.soulcity.org.zm; ainsi que diverses évaluations à www.comminit.com

5. *Importance de la communication pour la réalisation des OMD*: il est largement reconnu aujourd'hui que la réalisation des OMD exigera que les gens aient un sentiment considérablement accru de propriété des stratégies de développement conçues pour leur bénéfice. Le succès des politiques de développement actuelles dépendra donc de la capacité des gens, en particulier des gens qui vivent dans la pauvreté, à tenir les autorités gouvernementales responsables de leurs actes et à agir en tant que membres informés de la société.

2.2 Réalisation des OMD : appropriation des pays, voix de la population et responsabilité redditionnelle

Les organismes de développement réexaminent actuellement leur évaluation du rôle de la communication et les médias dans les efforts visant à la réalisation des OMD. Une réunion d'organismes de développement bilatéraux et multilatéraux tenue en 2004 au Centre de conférences de la Fondation Rockefeller de Bellagio a conclu :

«La réalisation des OMD dépend dans une grande mesure de la participation et de l'appropriation. La communication est d'une importance fondamentale pour aider les gens à façonner la société dans laquelle ils vivent. Il faut, en particulier, favoriser l'adoption de stratégies de communication qui informent mais qui amplifient aussi la voix des personnes qui ont le plus à gagner et à perdre, et qui visent à surmonter les obstacles structurels s'opposant à la réalisation des objectifs. Ces stratégies restent toutefois très faiblement prioritaires dans les plans de développement et cela met en cause la réalisation des OMD.»
(Voir annexe 1.)

Encadré 1 : Deux exemples de l'importance de l'appropriation des pays

Maîtrise du VIH/sida

Les efforts visant à maîtriser le VIH/sida d'ici 2015 et à élargir l'accès aux antirétroviraux ne pourront porter leurs fruits que si l'on accorde une priorité supérieure à la communication. Pour être efficaces, les stratégies de lutte contre le VIH/sida dépendent de la communication pour aider les gens à instaurer un environnement social dans lequel les changements comportementaux deviennent possibles. Les gens peuvent, par le dialogue et le débat, passer de la stigmatisation au soutien. Les stratégies qui font une place centrale à ceux et celles qui sont affectés par le VIH/sida sont essentielles pour renforcer la demande de prévention et de traitement à base communautaire.

Stratégies de réduction de la pauvreté

L'intégration des approches de la communication pour l'habilitation est particulièrement prometteuse pour renforcer l'efficacité et élargir la portée des documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP). Toutefois, plusieurs rapports récents, dont une étude majeure entreprise par la Banque mondiale, le DFID et l'Overseas Development Institute¹⁰ ainsi qu'un rapport du Panos Institute¹¹, ont conclu que les DSRP pâtissent gravement d'un manque d'attention à la communication. Ils signalent l'insuffisance des efforts déployés pour faire comprendre au public les processus des DSRP et pour engager un débat public sur la question. Ils mettent également en évidence les défis à relever pour que ceux qui ont le plus à gagner ou à perdre de ce débat soient en mesure de faire connaître leurs vues, notamment par l'entremise des médias. Il faut des cibles clairement définies pour exercer un suivi et pour que les pauvres puissent demander des comptes aux responsables de la mise en œuvre des DSRP. L'absence de telles cibles, ajoutée à l'insuffisance de l'attention accordée par les médias à la création de possibilités de débats et d'examen, fait que les parties prenantes ne se perçoivent pas comme étant les véritables propriétaires du processus des DSRP.

(10)
With the Support of Multitudes: Using strategic communication to fight poverty through PRSPs, Mozammel, Masud and Odugbemi, Sina, Dfid, 2005;
www.dfid.gov.uk/pubs/files/strat-comm-prsp.pdf

(11)
Reducing Poverty: Is the World Bank's Strategy Working? Warnock, Kitty, Panos Institute, Londres, 2002.
www.panos.org.uk/Docs/reports/ReducingPoverty.doc

Le Sommet mondial des Nations Unies de septembre 2005 a réaffirmé que « tous les gouvernements, des pays donateurs comme des pays en développement, se sont engagés avec force et sans ambiguïté à atteindre d'ici à 2015 les objectifs de développement énoncés dans la Déclaration du Millénaire ». Le rôle de la voix des pauvres pour informer les processus décisionnels nationaux, pour tenir les gouvernements responsables de leurs actes devant ceux qui vivent dans la pauvreté et pour assurer l'appropriation des DSRP et des autres stratégies de développement par ceux qui sont le plus directement intéressés par le développement est perçu comme revêtant une importance vitale pour assurer la réalisation des OMD.

Un débat public informé et inclusif est une condition essentielle de « l'appropriation » par les pays de leurs stratégies de développement, mais il est difficile qu'un tel débat ait lieu si les médias ne sont pas informés, impliqués et capables non seulement d'atteindre les personnes les plus affectées par les décisions de développement mais également de refléter les perspectives de celles-ci.

Plusieurs pays donateurs et organismes de développement se sont engagés à fournir des ressources accrues sous forme d'appui budgétaire direct. Ils ont également promis, par ailleurs, d'imposer moins de conditions aux gouvernements qui reçoivent leur aide, étant entendu que ceux-ci devraient être responsables de leurs actes davantage envers leurs ressortissants qu'envers les donateurs extérieurs. En conséquence, on peut s'attendre à ce que le rôle et l'appui du rôle des médias en tant que mécanisme de contrôle du pouvoir gouvernemental au nom de la population se voient accorder une priorité croissante.

Encadré 2. Voix sur la brise – La communication pour l'habilitation en Zambie¹²

Jusqu'en 2003, date de début d'activité de Breeze FM, les habitants de Chipata, dans l'est de la Zambie, avaient peu d'influence sur le contenu des émissions radiophoniques locales. L'information provenait de deux sources principales : les stations de radio de l'État, qui émettent depuis la capitale, Lusaka, distante de 600 kilomètres, et les sources de la société civile et des entités religieuses. Rien à redire à cela, à ceci près que la communication était essentiellement à sens unique et que les sujets traités étaient ceux dont le gouvernement, la société civile et les organisations religieuses estimaient qu'elles étaient importantes pour la population. Il manquait deux éléments au tableau : l'un était des informations pertinentes et localisées sur

(12)

Extrait d'une interview avec Mike Daka, fondateur de Breeze FM (www.breezefm.com). Breeze FM est un exemple parmi plusieurs centaines d'organisations médiatiques communautaires, commerciales et de service public qui trouvent de nouvelles façons de donner une voix aux populations et d'engager un dialogue sur les grandes questions du développement. Voir notamment *Ondes de choc: histoires de communication participative pour le changement social*, Alfonso Gumucio, à www.communicationforsocialchange.org, ainsi que d'autres exemples à www.comminit.com.

les questions qui touchaient et intéressaient le plus les gens; l'autre était la possibilité pour les gens de débattre de leurs préoccupations et de leurs perceptions et d'attirer l'attention du public sur celles-ci.

Avec l'arrivée de Breeze FM dans la petite ville provinciale de Chipata en 2003, les choses ont changé. Cette station de radio commerciale qui s'enorgueillit de servir la communauté a engagé un instituteur en retraite, qui a vite connu la notoriété sous le nom de «Gogo» (grand-père) Breeze.

Gogo Breeze s'est fait le pionnier d'un nouveau type de journalisme. Il se déplace chaque jour à bicyclette, de bourgade en bourgade, de village en village, où il parle aux habitants de leurs difficultés et de leurs problèmes réels et où il enregistre leur folklore et leur musique longtemps ignorés; il va aussi, chose importante, de bureau en bureau pour exercer un suivi des plaintes et des griefs des gens.

Il couvre des distances appréciables, jusqu'à 70 km par jour, pour répondre à l'appel de villageois qui lui demandent de venir les voir. À la station de radio, il passe un certain temps à recevoir les gens ordinaires qui sont de passage à Chipata pour diverses raisons et il les interviewe dans le cadre d'un programme intitulé « Landilani Alendo » (Bienvenue à nos visiteurs). Parmi ses autres programmes figurent les « Lettres aux auditeurs », émission très populaire dans laquelle les gens, jeunes et vieux, sollicitent son aide pour résoudre des problèmes divers : conflits familiaux et communautaires, mauvaise gouvernance, carence des prestations de services aux niveaux central, provincial, local et traditionnel.

Les autorités gouvernementales se rendent compte, lentement, que la station de radio locale est plus efficace que la station de l'État pour communiquer des informations importantes au public et elles commencent à collaborer avec elle dans des domaines tels que l'agriculture, l'éducation, l'environnement et la santé.

D'après le directeur de la station, « les organisations telles que le PNUD, qui agissent pour atténuer la pauvreté et pour relever le niveau de vie des populations rurales, disposent à présent de canaux de communication utiles pour associer les gens de manière réelle aux efforts de développement. Le PNUD pourrait donner l'exemple et examiner les façons de tirer parti du potentiel des stations de radio communautaire telles que Breeze

FM pour communiquer avec les groupes pauvres et encourager chez eux un dialogue sur les objectifs du Millénaire pour le développement. »

La station joue actuellement trois rôles nouveaux ou qui n'existaient pratiquement pas dans la région. Elle donne explicitement une **voix** aux groupes vulnérables pour leur permettre de faire connaître leurs points de vue au public; elle offre un **espace** où ces groupes peuvent dialoguer et débattre en public des questions qui les touchent; et elle fournit un **canal** pour communiquer des informations sur les questions de développement aux gens que celles-ci concernent le plus et pour faire connaître les perspectives de ces gens aux autorités. Bien que la station soit très viable commercialement, elle dépend cependant de parrainages et d'annonces publicitaires d'organismes de développement et d'organisations sociales diverses; elle opère également dans un contexte réglementaire porteur. Breeze FM a reçu des appuis de l'UNESCO (qui a fourni du matériel de studio et de transmission), de l'Open Society Institute et de la DANIDA.

3. Tendances des médias et défis

Le paysage médiatique de la plupart des pays en développement a connu au cours des 15 dernières années une révolution marquée par une démocratisation croissante qui s'est traduite par une libéralisation des médias et en particulier de la radiodiffusion, un fléchissement de l'appui de l'État aux anciens radiodiffuseurs monopolistiques, et une disponibilité accrue de nouvelles technologies de l'information et des communications plus efficaces par rapport au coût.

Dans nombre de ces pays, les médias se sont éloignés des systèmes monopolistiques et dominés par l'État pour se diversifier de multiples manières. Les changements ayant trait aux possibilités de communication pour les pauvres sont en général mal connus, mais leurs effets, on le constate de plus en plus clairement, sont profonds. Les grandes tendances affectant les médias et leurs implications, positives comme négatives, sont résumées dans le tableau de la page 20.¹³

(13)

On trouvera des explications plus détaillées sur ces tendances dans *The Other Information Revolution: Media and empowerment in developing countries*, par Deane, James et coll., UNRISD, 2003, à www.unrisd.org

Les changements survenus au cours de cette période ont été, dans une large mesure, positifs, se caractérisant dans de nombreux pays par une indépendance accrue des organes médiatiques. Dans le même temps, les médias se sont heurtés à de nouvelles difficultés, notamment en ce qui concerne leur aptitude à desservir les pauvres. La démocratisation, la libéralisation et l'évolution de l'aide des donateurs, en particulier, ont apporté de nouvelles possibilités, mais aussi de nouveaux défis, et il est utile de souligner les plus notables de ceux-ci.

1. Libéralisation: La libéralisation de la politique des médias favorise l'instauration d'un environnement médiatique plus ouverts, plus libres, plus divers et plus propices aux débats. Par ailleurs, cependant, dans de nombreux pays, la libéralisation n'a pas encore pris racine et les libertés durement acquises, notamment la liberté d'expression, font l'objet de pressions renouvelées, en particulier en Europe de l'Est.

2. Commercialisation: La commercialisation des médias est une source appréciée de diversification et de financement dans de nombreux environnements médiatiques nationaux. Mais si la prolifération des médias qui a fait suite à la libéralisation a été marquée initialement par une vague de débats publics sur toute une gamme de questions, ces progrès subissent maintenant le contrecoup de la commercialisation. Avec l'intensification de la concurrence, on constate que le contenu des émissions est de plus en plus façonné par les exigences des publicitaires et des sponsors et non plus par des facteurs d'intérêt public.

3. Rares exemples de transformation des organismes de radiodiffusion de l'État en radiodiffusion de service public: La radiodiffusion de service public est susceptible de jouer un rôle crucial et de faire en sorte que le droit du public de recevoir une large gamme d'informations et d'opinions diverses, indépendantes et non partisans soit respecté. Elle peut également contribuer à promouvoir un sentiment d'identité nationale, favoriser l'adoption de valeurs démocratiques et autres valeurs sociales importante, diffuser des programmes éducatifs et informatifs de qualité et répondre aux besoins des groupes minoritaires ou des autres groupes à intérêts spécialisés.¹⁴ Toutefois, rares sont les anciens organes monopolistiques de radiodiffusion d'État qui se sont mués en des diffuseurs indépendants de service public. Le fléchissement des investissements dans ces médias, qui sont souvent ceux qui ont la plus grande portée (notamment en milieu rural) a souvent abouti à une réduction de la programmation pro-pauvres et des services de diffusion dans les langues des groupes minoritaires.

(14)

Voir Practical Guidance Note on Support to Public Service Broadcasting, PNUD, à www.undp.org/oslocentre/docs04/PublicServiceBroadcasting.pdf

4. Conciliation du souhait des donateurs de faire passer le message du développement et de la nécessité d'un renforcement des capacités professionnelles des médias: Plutôt que d'accroître leur appui en faveur de stratégies médias et communication promouvant un débat inclusif, de nombreux acteurs du développement ont eu pour réaction d'investir dans des efforts de plaidoyer, où ils se servent des médias pour faire passer leur message. Ceci est souvent parfaitement légitime, mais cet investissement risque de se faire aux dépens du développement des capacités des médias.

(15)

Extrait d'un article fondé sur les recherches actuelles financées par la National Foundation for India, rédigé par Sevanti Ninan, chroniqueur et chercheur. Article publié sur le site www.thehoot.org. Renseignements complémentaires fournis par James Deane.

(16)

Does the Rural Newspaper Revolution promote development?, Sevanti Ninan, www.thehoot.org, (consulté le 21 décembre 2005).

Encadré 3 : Pas seulement la radio : la révolution des journaux ruraux en Inde¹⁵

Les changements survenus dans le paysage médiatique de l'Inde a été plus spectaculaire et plus rapide que sans doute dans tout autre pays, ayant été marqués notamment par une extraordinaire libéralisation et une explosion de la télévision par satellite. On assiste actuellement à une révolution moins bien documentée qui a lieu actuellement dans sa presse imprimée, notamment dans le segment des journaux ruraux.¹⁶

Dans de nombreux pays, les journaux n'accordent pas une très haute priorité aux habitants des régions rurales. La distribution coûte cher, le recueil de l'information est difficile et les annonceurs publicitaires s'intéressent peu à une population dont le pouvoir d'achat est limité. En Inde, cependant, les journaux attachent une importance commerciale croissante aux régions rurales. Dans de nombreux États de l'Inde, notamment au Madhya Pradesh, au Bihar, au Jharkhand, au Chattisgarh et en Uttar Pradesh, les organes de presse ont soigneusement adapté leur horaires de parution et de livraison pour que leurs quotidiens soient livrés avant 6 heures du matin dans les villages (ou du moins dans ceux qui se trouvent à proximité de routes), dans tous les districts de l'État. Il y a là un marché créé par l'alphabétisation, l'amélioration des routes et autres moyens de communication, l'augmentation du pouvoir d'achat en milieu rural et la soif d'information résultant en partie d'un désir d'information plus complète, et plus localisée, que celle que diffusent la radio et la télévision (la radio communautaire reste généralement illégale en Inde). Les journaux, qui ont vu leurs marchés urbains se réduire ou stagner et leurs recettes publicitaires diminuer progressivement au profit de la télévision, ont été contraints de chercher de nouveaux marchés.

Les éditions locales des journaux sont aujourd'hui des véhicules d'information importants pour les agents de développement au niveau des villages et elles permettent aux organisations de la société civile de recevoir des nouvelles communautaires, notamment sur la situation des femmes, ainsi que de faire connaître ces questions au grand public. Cette évolution, ont signalé certains rapports, favorise la transparence dans la dynamique des partis politiques et engendre des débats sur les diverses options de politique. Toutefois, Sevanti Ninan, chercheur s'intéressant aux médias indiens qui a suivi de près cette révolution, note que celle-ci n'a pas que des avantages.

«Les scribes ruraux sont des francs-tireurs incontrôlés. Ils informent, mais ils sensationnalisent et trivialisent aussi.» La révolution de la presse écrite tend également à être impulsée par un désir de maximisation des bénéfices davantage que par des soucis de développement.

Le gouvernement indien résiste aux pressions favorables à la libéralisation de la radiodiffusion, ce qui s'oppose à l'émergence du secteur dynamique qu'est la radio communautaire. Les journaux ruraux pallient ce manque dans une certaine mesure et offrent un point d'entrée évident à ceux qui souhaitent œuvrer pour améliorer la gouvernance.

3.1 Le développement des médias : tendances complexes et contradictoires

Tendances de la communication	Implications positives	Défis/Problèmes
<p>La liberté d'expression est fragile et, dans de nombreux pays fait l'objet de nouvelles pressions. Après la grande vague de libertés des années 1990, les médias se voient imposer des limitations de plus en plus nombreuses, avec notamment une diminution majeure de la liberté d'expression. Ceci prend de multiples formes, en particulier celles de pressions politiques ou commerciales, de la censure ou de l'autocensure, ouvertes ou déguisées. Cette tendance est accentuée par les contraintes supplémentaires dues à la guerre contre la terreur. Les décès de journalistes dans l'exercice de leurs fonctions augmentent.</p> <p>La large libéralisation des médias, notamment de la radiodiffusion, se traduit par un environnement médiatique de plus en plus encombré et complexe. Révolution de l'information qui touche particulièrement les pauvres.</p>	<p>Aucune, bien que les organisations de la société civile et les groupes de défense de la liberté des médias fassent cause commune dans certains pays, et parfois au niveau international, pour revendiquer la protection des libertés.</p> <p>Médias de plus en plus diversifiés et ouverts. La prolifération des médias offre de nouvelles possibilités de débat public, d'engagement, de surveillance du gouvernement et de diversification des points de vue.</p>	<p>Protection des libertés existantes et promotion de la liberté de la presse. Ceci est important pour que les médias grand public et la société dans son ensemble puissent exercer leur liberté d'expression dans que celle-ci soit limitée à une élite urbaine¹⁷.</p> <p>La couverture médiatique est fortement axée sur la politique et les loisirs grand public. Les médias, de plus en plus compétitifs, commerciaux, axés sur les consommateurs et guidés par les annonceurs publicitaires, ne sont guère encouragés à se concentrer sur la problématique de la pauvreté ni à refléter les points de vue des groupes paupérisés. Cette problématique est de plus en plus marginalisée, à moins que les organismes de développement ne commanditent sa couverture. Dans certains pays reconnaissant la liberté d'expression, seule une minorité de la population peut exercer cette liberté ou en bénéficier.</p>
<p>Les demandes émanant de groupes de citoyens en faveur d'un élargissement de l'accès à l'information détenue par le gouvernement sont plus organisées et plus nombreuses.</p>	<p>Responsabilisation accrue du gouvernement envers les gouvernés les plus touchés et possibilités accrues pour ceux-ci de définir leur propre agenda pour le changement.</p>	<p>Difficultés à résoudre pour la programmation et l'amplification d'échelle de ces efforts tout en préservant l'appropriation de la part de la société civile.</p>
<p>La couverture médiatique cède de plus en plus à l'esprit de clocher et le reportage et la communication interculturels sont de plus en plus limités. La communication Sud-Sud, sauf par l'internet, est de plus en plus limitée et les rédacteurs s'intéressent de moins en moins aux autres pays en développement. À l'ère de la mondialisation, la couverture médiatique dans son ensemble est, en termes interculturels, de plus en plus limitée à l'industrie mondiale homogénéisée des loisirs et des célébrités.</p>	<p>Les médias se réinventent et catalysent les processus de changement social rapide; les acteurs médiatiques mondiaux doivent souvent adapter leur stratégie aux réalités culturelles des pays. Il se forme souvent des identités culturelles hybrides, nouvelles et dynamiques (révolution satellitaire en Inde, par exemple) et de nouveaux produits culturels florissants (production de Bollywood, par exemple).</p>	<p>Les sources d'information sur les forces mondiales qui façonnent le changement pour la grande majorité des pauvres sont de moins en moins nombreuses ou, du moins, de plus en plus assujetties à un petit nombre de grands fournisseurs d'information mondiaux tels que la BBC. Il y a vingt ans, il y avait peut-être cinq ou six agences de nouvelles qui couvraient l'actualité du point de vue des pays en développement et qui visaient à promouvoir la communication Sud-Sud; il n'en reste sans doute plus qu'une aujourd'hui. On assiste, on peut l'affirmer, à une réduction de la couverture des processus mondiaux (commerce, aide, dette et nouvelles technologies telles que les OGM).</p>
<p>La renaissance de la radio est marquée par une augmentation spectaculaire du nombre de stations émettrices dans beaucoup des pays les plus pauvres (plus de 100 en Ouganda, plusieurs centaines au Niger). Les émissions de débats se combinent à l'expansion des TIC pour faire de la radio un média de plus en plus interactif. Ce média reste de loin le plus accessible, dans une grande partie du monde en développement.</p>	<p>La revitalisation de la tradition orale résultant des programmes de débats, des interviews-variétés et de la participation téléphonique ouvre la porte à de nouvelles formes de débat et de discours publics. Les gens se voient offrir des possibilités accrues de faire connaître leurs points de vue et d'interpeller les autorités. Nombreux exemples de stations de radio qui abordent les questions de développement selon des modalités nouvelles et novatrices.</p>	<p>La révolution de la radio est essentiellement urbaine et commerciale. Les entrées de radiodiffusion de l'État sont souvent en crise, et les réductions de budget se traduisent par des réductions de la capacité de transmission (souvent vers les zones rurales), de la programmation en langues minoritaires, du contenu (par ex. sujets agricoles, éducation), et de la couverture des questions intéressant les pauvres. Rares sont les exemples de transformation de sociétés de radiodiffusion d'État en diffuseurs de service public et ces tendances et leurs impacts ne sont guère analysés. Les émissions-débats avec participation téléphonique peuvent être difficiles à gérer (nécessité de filtrer les appels et d'éviter les provocations) et les normes et la formation professionnelles sont variables. Le matériel de filtrage des appels peut être trop coûteux pour les petits émetteurs.</p>

(17) Voir la Déclaration de Bellagio sur les médias, la liberté et la pauvreté, www.panos.org.uk

Tendances de la communication	Implications positives	Défis/Problèmes
<p>Les «vieilles technologies» que sont la radio, la télévision et la presse imprimée interagissent avec les technologies nouvelles (internet, SMS, téléphonie mobile) et avec une société civile de plus en plus branchée pour créer des sociétés notablement plus interconnectées.</p>	<p>L'information se transmet de plus en plus horizontalement entre les gens, et non plus verticalement, et les nouveaux environnements de la communication se caractérisent par l'analyse, le débat, et la communication interpersonnelle et de groupe à groupe.</p>	<p>Les possibilités de diffusion de messages sur le développement à un grand nombre de gens par un nombre limité de canaux médiatiques diminuent. Les organismes de développement se heurtent à des difficultés dans leurs efforts de favoriser et d'engager les débats.</p>
<p>Fragmentation des médias, marquée par un influx considérable de groupes d'intérêts et d'organisations dans ce domaine.</p>	<p>Une résurgence des médias communautaires (voir www.amarc.org) favorise un foisonnement d'initiatives de la part d'organes médiatiques à base communautaire et possédés par les communautés, soucieux d'amplifier la voix des groupes paupérisés. On relève des exemples de plus en plus nombreux de changements sociaux positifs résultant de telles initiatives.</p>	<p>Les médias peuvent être accaparés par des groupes d'intérêts spéciaux à visée étroite, qui divisent et incitent à la violence et à l'intolérance. Ils sont souvent utilisés par des acteurs religieux, politiques ou autres, à leurs propres fins. Les médias communautaires connaissent des problèmes de durabilité. Tous les médias dits communautaires ne le sont pas authentiquement; par leurs racines, leur propriété ou leur responsabilité envers les communautés qu'ils desservent; inversement, certains organes médiatiques commerciaux peuvent avoir des fonctions communautaires très utiles.</p>
<p>Les nouveaux environnements se caractérisent de plus en plus par la concentration de la propriété des médias, aux niveaux mondial, régional et national.</p>	<p>Les organismes de développement peuvent former des partenariats nationaux ou régionaux avec les principaux acteurs des médias pour lancer des initiatives médiatiques axées sur le développement plutôt que de travailler avec une foule de petits intervenants.</p>	<p>La concentration mène à une perte de pluralisme des médias, ce qui risque de miner la liberté d'expressions. Cette tendance mène clairement à une attention croissante accordée aux bénéfices et non plus à l'intérêt public.</p>
<p>Le rôle du journalisme évolue dans un environnement en pleine mutation.</p>	<p>Nouvelles opportunités pour les journalistes qui veulent se distinguer, en particulier en exposant la corruption ou les carences des instances gouvernementales ou d'autres entités, dans un environnement dynamique et en expansion. Certaines possibilités offertes aux journalistes femmes dans un métier traditionnellement masculin. Le rôle des journalistes est complété par ceux des animateurs et présentateurs de programmes-débats et de pionniers tels que « Gogo Breeze », qui se rend dans les collectivités locales de la Zambie pour s'informer sur les préoccupations des gens. (voir l'en-cadré 2 page xx).</p>	<p>Les journalistes ne sont guère encouragés à se spécialiser dans le secteur du développement qui leur offre de médiocres possibilités de carrière. En l'absence de marché payant pour le contenu relatif à la pauvreté, et tout particulièrement pour les reportages sur les sujets politiquement sensibles ou délicats, les journalistes, rédacteurs, éditeurs et propriétaires sont de moins en moins encouragés à accorder la priorité à ce type de journalisme. Dans certains pays, les journalistes continuent de risquer la prison ou la mort lorsqu'ils couvrent des questions d'intérêt public que le gouvernement ou certains groupes d'intérêts préfèrent laisser dans l'ombre.</p>
<p>La formation des journalistes et les stratégies de sensibilisation bénéficient d'un soutien accru de la part des organismes de développement.</p>	<p>Ceci se traduit souvent par l'apparition de médias plus professionnels, plus informés, offrant davantage de possibilités de couverture des questions de développement.</p>	<p>La formation au journalisme d'intérêt public fait l'objet de pressions et les écoles de certains pays constatent que leurs diplômés sont souvent absorbés par le secteur des relations publiques et de la publicité. La formation est généralement fragmentée et non structurée et l'on constate une « fatigue des séminaires » chez les rédacteurs et les journalistes. Si les journalistes se professionnalisent dans certains pays, cette tendance est contrecarrée dans d'autres par le nombre de petits organes médiatiques qui n'ont pas les moyens de se payer du personnel professionnel, d'où une diminution du professionnalisme dans certains secteurs. Beaucoup de programmes d'appui aux médias se concentrent sur les actualités et l'exactitude dans le reportage de l'actualité, dans le contexte d'un modèle unidimensionnel de « médias libres ». Ces cours de formation ne traitent souvent pas des questions concernant les médias pour le développement, telles que la diversité du contenu, la participation du public et les stations.</p>
<p>Les organismes de développement forgent des partenariats de plus en plus nombreux avec les médias.</p>	<p>Nouvelles possibilités pour la programmation du développement, souvent avec des résultats spectaculaires. Ex. : Programmes de « divertissement éducatif » tels que ceux de la radio et de la télévision et les feuilletons des journaux en Afrique du Sud (www.soulcity.org.za)</p>	<p>Les organisations médiatiques sont de plus en plus assujetties au secteur du développement qui leur fournit des revenus. Danger : le « syndrome du mieux disant » où le contenu est déterminé par les considérations financières avant le jugement journalistique. Les organismes de développement se font accuser de plus en plus d'utiliser les médias à leurs propres fins publicitaires.</p>

4. Comment le PNUD peut-il faire une différence en matière de communication pour l'habilitation?

Le PNUD peut tirer parti de ses rôles et de son expertise établis dans quatre grands domaines afin d'appuyer la communication pour l'habilitation en faveur des groupes pauvres et marginalisés :

- *Son rôle de convocateur et de facilitateur*
Dans de nombreux pays, le PNUD joue souvent un rôle important en matière de coordination et de facilitation, assurant la liaison entre le gouvernement, les donateurs les organisations de la société civile et les partenaires des projets. Il pourrait en faire de même dans le domaine de la communication pour l'habilitation et jouer un rôle de convocateur et de facilitateur bien plus dynamique. Pour assurer le succès des stratégies de communication pour l'habilitation, il faut établir des relations de collaboration renforcées entre tous les acteurs dans ce domaine, notamment les autres organismes des Nations Unies, en particulier au niveau de l'équipe de pays des Nations Unies (UNCT). Le PNUD est bien positionné pour faire en sorte que des analyses sur l'information et la communication soient entreprises aux niveaux national et sous-national et pour veiller à ce que les résultats de ces analyses informent les priorités nationales de développement telles qu'il est convenu de les refléter dans la programmation des interventions de développement des Nations Unies.
- *Son rôle d'avocat et de conseiller*
La communication pour l'habilitation exige l'instauration d'un environnement porteur pour les médias, auxquels les pauvres doivent pouvoir accéder. Le PNUD peut y contribuer en collaborant avec les homologues des instances gouvernementales nationales et en les conseillant sur l'élaboration des politiques dans ce domaine, comme il le fait traditionnellement dans d'autres.

L'identification d'homologues nationaux d'optique commune est une composante importante du processus, étant donné les amples variations que présentent les contextes nationaux, dont certains sont favorables et d'autres hostiles à la communication pour l'habilitation. Les partenariats conclus avec ces homologues peuvent être bénéfiques pour le PNUD en ce qu'ils lui permettent de mieux appréhender la situation du groupe cible, à savoir les gens qui vivent dans la pauvreté, et d'en tenir compte dans tous ses programmes de développement, et en ce qu'ils renforcent les capacités du PNUD à fournir des conseils de qualité en amont.

La communication pour l'habilitation peut jouer un rôle clé par la contribution qu'elle apporte à l'efficacité des plans de développement et de réduction de la pauvreté. Le PNUD est particulièrement bien positionné pour plaider en faveur d'une

attention accrue aux médias pro-pauvres en vue de la réalisation des OMD.

- *Sa focalisation sur le renforcement des capacités nationales*
Le renforcement des capacités occupe une place prioritaire dans toutes les activités du PNUD. Il est d'une importance vitale de renforcer les capacités des médias compte tenu des défis auxquels ils font face, défis liés à la libéralisation et à la commercialisation et problèmes de viabilité financière, ainsi qu'il a été noté à la section 3. L'évolution des modalités de l'aide au développement et leur orientation vers un soutien budgétaire direct placent les médias dans une situation encore plus précaire.
- *Son expertise et son expérience en matière de gouvernance démocratique*
À la fin 2005, 133 des 135 bureaux de pays du PNUD (tous les bureaux des régions Afrique, Amérique latine et Caraïbes, États arabes et Europe et CEI, et tous les bureaux de la région Asie-Pacifique sauf deux) faisaient état d'activités dans le domaine de la gouvernance démocratique. En termes financiers, la gouvernance démocratique reste le principal domaine de pratique du PNUD, représentant quelque 46 % de ses dépenses d'assistance mondiale en 2005 (qui s'élèvent à près de 1,4 milliard de dollars). Le PNUD est donc l'un des plus grands fournisseurs mondiaux d'assistance technique en matière de gouvernance et il peut veiller à ce que les médias, et en particulier les médias communautaires et de service public, bénéficient de son appui.

5. Soutien du PNUD en faveur de la communication pour l'habilitation

La présente section porte sur la conception et l'élaboration de stratégies pratiques de communication pour l'habilitation. Elle s'articule en deux parties :

1. Conduite d'un audit d'information et de communication.
2. Choix des domaines possibles de l'appui à la communication pour l'habilitation :
 - i. Accroissement de l'accès des groupes marginalisés à l'information;
 - ii. Mise en évidence et amplification des voix des groupes marginalisés;
 - iii. Création d'espaces de débat et de dialogue publics et d'action.

L'audit d'information et de communication est une composante essentielle de toute intervention de communication pour l'habilitation et la section 5.1 est donc entièrement consacrée à ce sujet. La deuxième composante, concernant le choix des domaines possibles de l'appui à la communication pour l'habilitation, est présentée à la section 5.2.

5.1 Conduite d'un audit d'information et de communication

Dans la plupart des pays en développement, on dispose de très peu de données sur l'information à laquelle les gens qui vivent dans la pauvreté attachent de la valeur et à laquelle ils ont accès ainsi que sur les possibilités qu'ils ont de faire connaître leurs points de vue au public.

Toute stratégie visant à répondre aux besoins des pauvres en matière d'information et de communication doit reposer sur de bonnes connaissances des possibilités d'information et de communication qui existent et sur les besoins des pauvres dans ce domaine. Pour acquérir ces connaissances, il est recommandé que le bureau de pays du PNUD entreprenne, commandite ou appuie d'autre manière un audit d'information et de communication qui permettra de déterminer la situation de référence sur la base de laquelle il sera possible de concevoir, de suivre et d'évaluer les futures activités de programmes.

Pour bien faire, les résultats de l'évaluation de l'environnement de l'information et de la communication, et tout particulièrement de l'impact de cet environnement sur les groupes pauvres de la société, devraient faire partie intégrante des analyses situationnelles stratégiques telles que les bilans communs de pays (BCP) ou documents analogues utilisés pour informer la planification du développement.

L'audit d'information et de communication s'articule en deux parties :

1. La définition des besoins d'information des pauvres (audit d'information);
2. La définition des besoins d'expression des pauvres (audit de communication).

On trouvera ci-dessous une série de directives et de suggestions concernant la réalisation d'un tel audit. Il conviendra, à l'évidence, de les adapter aux spécificités de la situation. *Le principe fondamental est de se concentrer sur les besoins de ceux qui ont le plus à bénéficier du développement, et de combler l'écart qui existe entre leurs besoins et leurs possibilités en matière d'accès à l'information et à la communication.*

5.1.1 Définition des besoins d'information des pauvres (audit d'information)

Il est indispensable, avant tout, de savoir de quelle information les gens disposent sur les questions qui les intéressent et si cette information leur apporte une meilleure compréhension de ces questions.

Les gens qui vivent dans la pauvreté ont besoin de multiples types d'information. Dans ce contexte, l'information ne consiste pas en des conseils explicites, du type « faites vacciner vos enfants » ou « utilisez le préservatif ». Il ne s'agit pas non plus d'information visant à sensibiliser le public à une organisation donnée. L'information sur laquelle porte l'audit est celle qui permet aux gens de comprendre une question selon leurs propres termes et qui les aide à analyser eux-mêmes cette question.

Il faut que cette information soit accessible et compréhensible, notamment pour les gens marginalisés ou qui vivent dans la pauvreté. Elle doit être disponible dans une langue qu'ils comprennent et sous une forme à laquelle ils peuvent accéder d'eux-mêmes. Elle doit aussi être en rapport avec leur situation personnelle. Il s'agit généralement d'information qui ne se contente pas de chercher à éduquer les gens ou à les sensibiliser à un problème, mais qui soulève des questions ou qui encourage les destinataires à y répondre.

Principales questions à poser pour les audits d'information

À quel point les médias sont-ils accessibles?

- À quels médias les gens ont-ils accès?
- Quels sont les journaux et autres médias disponibles dans la communauté?
- Les signaux de radio et de télévision sont-ils assez puissants pour atteindre les communautés rurales?
- L'accès a-t-il changé et si oui, en quoi ? Peut-on s'attendre à ce qu'il change? (Question visant particulièrement à déterminer l'accessibilité en milieu rural.)

Quelle est la valeur accordée aux médias?

- Quelle valeur ou quelle crédibilité les gens des diverses communautés accordent-ils aux médias et pourquoi ?
- La valeur des médias tient-elle à leurs actualités, aux débats, à la musique et aux loisirs?
- Les gens considèrent-ils que les médias ont une valeur de développement?
- Les gens considèrent-ils que les médias sont importants pour eux ou qu'ils pourraient l'être?
- Les groupes vulnérables ont-ils confiance dans les médias?

Quel est le contenu diffusé par les médias?

- Donne-t-il des informations sur les politiques ou les questions sociales (nationales ou locales) sous des formes que les intéressés peuvent comprendre et auxquelles ils peuvent réagir?
- Est-il équilibré et fiable?
- La couverture médiatique est-elle pertinente?
- Quelle est la forme de cette couverture (actualités, journalisme d'enquête, interviews, émissions-débats)?
- Les gens considèrent-ils que les médias traitent des questions qui les touchent le plus dans leur existence?
- Selon le PNUD ou les autres praticiens du développement, quelle est la couverture qui a le plus gros impact sur la vie des gens ? (ex. : réformes de la santé ou de l'éducation, réforme foncière, politique de l'eau, décentralisation, stratégies de réduction de la pauvreté, etc.)

Comment les médias traitent-ils des questions de langue et d'alphabétisation?

- Le taux d'alphabétisation est-il suffisant pour que les gens aient accès aux médias imprimés?
- Les émissions (radio/télévision) sont-elles diffusées dans la langue des gens les plus concernés?

Qui possède et qui contrôle les médias?

- Les médias sont-ils contrôlés par des groupes d'intérêts politiques donnés et, si oui, dans quelle mesure cela dicte-t-il la couverture, ou cela cause-t-il un parti pris, ou cela induit-il des tensions dans les collectivités?
- Y a-t-il un contrôle gouvernemental fort et, si oui, cela limite-t-il la couverture et la liberté des débats?
- Y a-t-il un contrôle religieux et, si oui, cela détermine-t-il ou limite-t-il la couverture de questions telles que la contraception, les pratiques sexuelles à moindre risque ou la santé maternelle? Inversement, cela favorise-t-il les débats sur les questions relatives à la pauvreté?
- Y a-t-il un contrôle commercial strict qui détermine la couverture, pour tenir compte exclusivement, par exemple, des questions qui intéressent les marchés des annonceurs publicitaires?
- La couverture permet-elle aux gens de comprendre et de se former leur propre opinion des questions?

Sur quoi les décideurs des médias fondent-ils leurs priorités?

- Sur quoi les responsables du contenu fondent-ils leurs décisions?
- À quelles pressions commerciales ou politiques sont-ils exposés?
- Quelle latitude ont-ils d'accorder la priorité au contenu relatif à la pauvreté?
- Comment peuvent-ils mobiliser leurs ressources créatives, intellectuelles et financières en faveur de contenus relatifs à la pauvreté?

L'environnement général est-il habilitant pour les médias?

- Y a-t-il des règlements qui visent à diversifier la propriété ?
- L'environnement est-il libéralisé?
- Les activités des médias communautaires sont-elles encouragées ou autorisées?
- Y a-t-il des mesures qui encouragent les diffuseurs privés à traiter de questions sociales (à titre de conditions de l'octroi de licences) et, si oui, ces mesures sont-elles largement acceptées ou utiles ?
- La liberté d'expression est-elle véritablement protégée et respectée?

Quelle est la situation des femmes dans les médias?

- Quelle est l'image des femmes présentée par les médias?
- Quelle est la couverture médiatique de la problématique hommes-femmes ?
- Y a-t-il un équilibre des sexes chez les journalistes?

Qui reçoit les produits médias ?

- Qui est propriétaire des récepteurs de radio et qui détermine quand et où on écoute les émissions (hommes ou femmes, anciens de la communauté, ou libre accès)?
- Où sont placés les récepteurs de télévision (chez les gens, dans un local communautaire, chez un dirigeant communautaire)?
- Qui a les moyens d'acheter des piles pour les récepteurs de radio et peut-on se procurer des récepteurs sans piles, à chargeur à dynamo ou solaire?

Par quels autres moyens les gens peuvent-ils s'informer sur les questions qui les touchent?

- Y a-t-il des réseaux solides au sein de la société civile ou des communautés qui peuvent remplir cette fonction?
- Les gens ont-ils confiance dans ces réseaux et ceux-ci fournissent-ils divers points de vue aux gens?
- Y a-t-il un accès accru à l'internet ou aux télécommunications qui permet aux gens d'accéder à l'information?

Qui sont les principaux acteurs qui fournissent un appui aux médias pour améliorer l'accès des pauvres à l'information?

- Que font-ils?
- Dans quelles directions orientent-ils leurs appuis?
- Quelles sont les relations des OSC avec les médias?
- Les OSC associent-elles les médias à leurs programmes de diffusion externe et de plaidoyer?
- Si oui, comment?

Quels sont les mécanismes actuels d'appui aux médias et quels sont les mécanismes d'appui qui ont déjà été identifiés par les médias ou d'autres acteurs pour encourager une couverture pro-pauvres?

- Y a-t-il des appuis en faveur d'initiatives de formation (au journalisme) pour améliorer l'accès des groupes vulnérables à l'information et aux politiques officielles?
- Les donateurs appuient-ils les médias en fournissent du matériel et des technologies qui permettront aux médias d'atteindre les communautés marginalisées?

Quel est le statut des radiodiffuseurs de service public / anciens radiodiffuseurs monopolistiques?

- Y a-t-il des stratégies pour faire d'eux des fournisseurs de services publics indépendants et, si non, quels sont les obstacles qui s'y opposent?
- Réduisent-ils leurs services dans les langues locales parlées par les groupes vulnérables ou la capacité des émetteurs qui sont peut-être les seuls à atteindre certaines zones rurales?
- Sont-ils disposés à engager le dialogue et à accueillir des retours d'information?

(18)

<http://www.comminit.com/experiences/pds42004/experiences-1906.html>

Encadré 4 : La communication pour l'habilitation au Pérou : Supervision citoyenne¹⁸

L'organisation dénommée Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (Supervision citoyenne de la communication sociale) médias rassemble onze OSC qui surveillent la qualité des médias de masse au Pérou. Fondée en 2001 et hébergée par l'ONG, Calandria, elle réunit l'Association nationale des annonceurs publicitaires (ANDA), l'UNICEF, les facultés de plusieurs universités s'intéressant à la communication et tout un réseau de spécialistes et de faiseurs d'opinion. Elle compte également un groupe de bénévoles de sept villes : Lima, Arequipa, Cusco, Puno, Iquitos, Trujillo et Chimbote, et elle compte sur la participation de citoyens de toutes les régions du pays.

Les principaux objectifs de Veeduría Ciudadana sont les suivants : mobiliser les institutions de la société civile pour œuvrer en vue d'une amélioration de la qualité du contenu médiatique; conférer de la visibilité aux opinions de la population sur les médias; éduquer et mobiliser la population pour qu'elle exerce son droit à exprimer ses opinions; et influencer sur les autorités, les entrepreneurs et les médias eux-mêmes pour veiller à ce qu'ils s'acquittent de leurs responsabilités dans les communications avec les audiences péruviennes. Veeduría Ciudadana se présente comme étant actuellement la seule institution péruvienne qui se consacre exclusivement à la surveillance des médias pour en améliorer la qualité et à la mise en place de mécanismes de participation de la population. Le public peut, par son entremise, exprimer son opinion sur les médias et revendiquer le respect de ses droits en matière de communication.

5.1.2 Définition des besoins d'expression des pauvres (audit de communication)

Tout comme pour les besoins d'information des gens qui vivent dans la pauvreté, il est important de déterminer quelles possibilités ceux-ci ont de communiquer leurs points de vue par l'entremise des médias. L'audit de communication a pour but de déterminer dans quelle mesure les perspectives, la voix et les aspirations des groupes vulnérables sont reflétés dans la couverture médiatique. Beaucoup des questions proposées ci-dessus permettent de recueillir des éléments d'information intéressants sur ces points. Il convient, en outre, de poser une série d'autres questions importantes :

Principales questions à poser pour les audits de communication

Les médias sont-ils structurés d'une manière qui offre aux pauvres des possibilités de faire connaître leurs points de vue?

- Y a-t-il un mouvement solide de médias communautaires, des programmes d'interviews et de débats, des programmes avec participation téléphonique des auditeurs qui encouragent les gens à donner leurs points de vue?

Les médias sont-ils à l'écoute et enquêtent-ils sur les questions qui préoccupent les gens?

- Dans quelle mesure les journalistes et autres membres des médias se rendent-ils spécifiquement dans les zones défavorisées pour faire des reportages à partir de ces zones et sur les communautés pauvres?
- À quel point ces reportages sont-ils réalistes et dans quelle mesure sont-ils efficaces pour refléter les perspectives communautaires?
- Y a-t-il des initiatives des stations de radio ou de télévision qui visent activement à demander l'opinion des gens (sous forme de «clubs d'écoute», par exemple)?

Les décideurs politiques font-ils attention aux médias?

- Si les médias offrent un forum aux gens les plus directement concernés par le développement pour leur permettre de s'exprimer, est-ce que les politiciens et autres décideurs tiennent compte de ces initiatives des médias?

Y a-t-il des formations ou des appuis pour les journalistes afin de les encourager à couvrir les groupes pauvres et marginalisés et à refléter leurs points de vue?

- Y a-t-il d'autres incitatifs en place, bourses ou prix/récompenses, pour encourager les journalistes dans ce sens?
- Les éditeurs appuient-ils les journalistes pour les encourager à se rendre en milieu rural ou auprès de divers groupes vulnérables?

Y a-t-il des possibilités de dialogue public sur les grandes questions qui intéressent les gens?

- Ces possibilités sont-elles offertes par les médias ou par d'autres entités?

Y a-t-il des problèmes/obstacles d'infrastructure qui empêchent les gens de se faire entendre?

- Les gens ont-ils accès au téléphone ? (la participation des auditeurs/télespectateurs ou, dans une certaine mesure, la communication avec les journaux dépendent de l'accès au téléphone.)

Quelles autres possibilités les pauvres ont-ils de se faire entendre?

- Y a-t-il un réseau solide d'OSC ou d'autres organisations?
- Ce réseau ou ces organisations comprennent-ils la valeur d'un renforcement des capacités des médias à refléter les préoccupations et les points de vue des pauvres?

Qui sont les principaux groupes qui s'emploient à renforcer les capacités des médias à répondre aux besoins de communication des pauvres?

- Que font-ils?
- Dans quelles directions orientent-ils leurs appuis?

Quels sont les mécanismes d'appui aux médias qui sont conçus pour faire entendre la voix des groupes vulnérables dans le débat public général?

- Y a-t-il des appuis des donateurs en faveur des médias communautaires, ou des appuis aux journalistes qui se rendent dans les communautés rurales ou défavorisées (bourses, frais de déplacement, prix/récompenses)?

5.1.3 Méthodes et approches de la réalisation des audits

Certaines des données nécessaires pour répondre aux principales questions des audits d'information et de communication ont peut-être déjà été recueillies et sont peut-être disponibles, mais étant donné l'évolution rapide de la situation et le fait que ce domaine est relativement négligé, il faudra vraisemblablement procéder à de nouvelles recherches. Ces recherches peuvent être de deux types :

- Inclusion des questions relatives à l'information et à la communication dans les processus existants de recueil de données et de recherches du PNUD (par exemple dans les évaluations participatives);
- Appui spécifique ou commandite d'audits d'information et de communication de la part du PNUD.

Les sources de données peuvent comprendre les analyses de pays existantes effectuées par le PNUD, tels que les BCP et les rapports sur les OMD ainsi que les rapports d'organismes des Nations Unies partenaires du PNUD, notamment de l'UNESCO et de la FAO. Les informations peuvent également provenir de recherches menées par des organismes d'appui aux médias et des ONG, notamment Panos, l'AMARC, Article 19, le Media Institute of Southern Africa (MISA), l'Asian Media Information and Communication Center, la Media Foundation (Inde), le BBC World Service Trust, l'université de Rhodes, pour n'en citer que quelques-uns¹⁹, ainsi que d'institutions d'enseignement ou d'ONG de recherche. Il est possible de commanditer ces diverses entités ou de leur fournir des appuis pour réaliser les audits.

(19) Panos - www.panos.org.uk; Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC) - www.amarc.org; Article 19 - www.article19.org; MISA - www.misa.org; Asian Media Information and Communication Center - www.amic.org.sg; Media Foundation (Inde) - www.thehoot.org; BBC World Service Trust - www.bbc.co.uk/worldservice/us/trust; université de Rhodes - <http://journ.ru.ac.za/> Voir aussi la base de données mondiale du Centre d'Oslo pour la gouvernance du PNUD pour des informations sur ces acteurs, ainsi que d'autres, qui s'intéressent aux questions de l'information et de la communication à <http://undp.botterli.com/default.aspx>.

Encadré 5 : Ter Yat : Le méga-forum ougandais

Ter Yat est une émission-débat hebdomadaire consacrée à des sujets politiques, diffusée par Mega FM, station de radio communautaire de Gulu, dans le nord de l'Ouganda, qui vise spécifiquement à contribuer au dialogue et à améliorer la compréhension du public afin de réduire les tensions. Soutenue par le DFID, mais exploitée sur des bases commerciales, Mega FM émet 24 heures par jour et fait une place prioritaire aux programmes de développement. Contrairement aux autres stations de la région, elle émet en luo, langue locale. Les rapports d'audience indiquent qu'elle est écoutée par plus de la moitié du million d'auditeurs habitant dans sa zone de réception.

Ter Yat, diffusée tous les samedis matin, est l'une des émissions les plus populaires de la station. Des dirigeants politiques et des

faiseurs d'opinion y débattent des questions d'importance régionale et nationale. Ministres, membres du parlement, dirigeants religieux, politiciens et rebelles donnent leurs points de vue, à partir du studio ou par téléphone, sur les actions nécessaires pour favoriser la paix et le développement et, surtout, tous répondent aux questions posées par téléphone par les auditeurs.

Les méthodes d'audit varient mais elles comportent généralement le recueil de données quantitatives et qualitatives par les moyens suivants :

- Enquêtes auprès des ménages et autres activités sur le terrain portant sur l'accès des gens aux médias et à leurs perspectives sur les médias;
- Offices centraux de statistique et autres organismes gouvernementaux d'information, sur le profil des médias (données statistiques sur la densité et la diversité des médias);
- Relations de réseau et consultations avec les organisations communautaires sur les besoins d'information et de communication des gens qui vivent dans la pauvreté;
- Interviews d'échantillons de hauts responsables de radiodiffuseurs privés et communautaires, notamment de responsables de programmes. Ces interviews peuvent porter sur le régime de la propriété (privée, communautaire, religieuses), le lieu d'implantation (capitale, autre ville, région rurale), langue (majoritaire/officielle, minoritaire/locale), les dimensions de l'organisation, et les contraintes et les possibilités;
- Analyse du contenu de programmes médiatiques sélectionnés (identifiés par les radiodiffuseurs comme étant « pro-pauvres » ou « donnant une voix aux pauvres » par rapport à des critères « pro-pauvres » :
 - Quelles étaient les sources de l'information ?
 - Les pauvres ont-ils influé sur le choix du sujet ou le format du programme ?
 - Les pauvres se sont-ils exprimés au cours du programme ?
 - Le programme a-t-il donné aux pauvres la possibilité de répondre à l'information communiquée ?
- Interviews d'échantillons d'auditeurs/télespectateurs/lecteurs sur leurs habitudes et attitudes d'écoute/de lecture par rapport à des indicateurs de développement spécifiques et sur leurs attitudes envers les programmes, par rapport à des critères spécifiques; les échantillons pourront être choisis, par exemple, un en milieu urbain,

un en milieu rural avec radio communautaire et un en milieu rural sans radio communautaire;

- Interviews de groupes de discussion d'audiences sélectionnées dans les trois milieux ci-dessus en mettant l'accent sur les gens qui vivent dans la pauvreté;
- Clubs d'écoute radio, qui peuvent prendre de multiples formes mais qui, aux fins présentes, servent à fournir des informations en retour et à apprécier la valeur des médias; ces clubs peuvent être représentatifs de toute une communauté ou de groupes spécifiques tels que les femmes ou les séropositifs;
- Études indépendantes de suivi des médias, en accordant éventuellement des appuis à des organisations de suivi des médias pour recueillir les données appropriées et pour procéder à des analyses de contenu (voir par exemple les analyses de contenu du Media Institute of Southern Africa²⁰);
- Recensement des initiatives des médias conçues spécifiquement pour faire une place privilégiée aux points de vue des pauvres (par exemple par la formation de groupes d'auditeurs);
- Suivi des processus juridiques et des politiques, concernant tout particulièrement l'accès à l'information.

(20)

www.misa.org

5.1.4 Points à prendre en considération lors de la réalisation des audits

- Le partenariat avec d'autres organisations, l'UNESCO en particulier, est à envisager.
- Il est extrêmement important de réduire autant que possible les redondances d'efforts au stade du recueil des données. Dans de nombreux contextes, ces efforts peuvent consister en des recherches originales; dans d'autres, il peut s'agir d'une synthèse des recherches et données existantes, ou de fournir un appui en vue d'accroître la cohérence du recueil des données et des activités de recherche en cours. Le rôle convocateur du PNUD peut être ici d'une utilité toute particulière.
- Les autorités gouvernementales peuvent avoir des objections à ce que le PNUD mène lui-même de tels audits. L'intervention d'organisations partenaires peut être plus appropriée du point de vue stratégique dans certains cas.
- Il est important que les audits ne reposent pas sur des idées préconçues de ce que sont les besoins d'information et de communication des gens. Il faudra concilier la concentration de la recherche sur un domaine prioritaire des OMD (par exemple l'accès des gens à l'information et leur capacité de faire connaître leurs points de vue concernant le VIH/sida) et l'obtention d'aperçus

détaillés et d'une compréhension fondamentale des priorités des gens eux-mêmes en termes de besoins d'information et de communication.

5.1.5 Points à prendre en considération avant de choisir les domaines d'intervention

L'audit d'information et de communication doit établir la situation de référence compte tenu de laquelle on élaborera les stratégies visant à combler les manques dans ce domaine. Avant de définir les points d'entrée, il est important de noter que les stratégies de communication pour l'habilitation doivent reposer non seulement sur une bonne compréhension des besoins d'information et de communication des groupes vulnérables, mais aussi sur une analyse politique générale qui prend en considération les risques d'accroissement du factionnalisme ou des tensions communautaires au sein de la société. Les stratégies axées sur les médias, qui encouragent le débat et le dialogue au-delà des clivages et qui procèdent d'une volonté de refléter de manière équitable toute une gamme de points de vue, revêtent à l'évidence une importance toute particulière dans ce contexte.

Il existe également un risque gérable associé aux environnements médiatiques libéralisés et ouverts ou autorisant des investissements dans les stratégies de communication pour l'habilitation. Certains organismes médiatiques ou organes de communication peuvent être accaparés par des intérêts spéciaux (politiques, commerciaux ou religieux) qui sèment la méfiance et induisent des tensions dans la société. La pluralité des médias expose inévitablement ceux-ci à la fragmentation, qui peut les diviser selon des lignes ethniques, politiques ou autres.

5.2 Domaines d'appui de la communication pour l'habilitation

Il y a trois grands domaines dans lesquels le PNUD est bien positionné pour appuyer la communication pour l'habilitation:

- i. Élargissement de l'accès à l'information des groupes marginalisés;
- ii. Mise en évidence et amplification de la voix des groupes marginalisés;
- iii. Création d'espaces de débat et de dialogue publics et d'action.

5.2.1 Élargissement de l'accès à l'information des groupes marginalisés

Ce domaine d'appui se concentre sur divers mécanismes conçus pour combler les manques d'information.

Objectifs	Points d'entrée suggérés	Exemples de ressources d'information et de connaissances
1. Appuyer la transformation des radiodiffuseurs monopolistiques d'État en des médias au service de l'intérêt public.	Ouvrer avec les services officiels appropriés aux niveaux national et local pour formuler et appliquer des politiques, lois et règlements favorables à l'ouverture des médias	Article 19 – www.article19.org BBC World Service Trust – www.bbc.co.uk/worldservice/us/trust Étude de cas du PNUD sur l'appui à la radiodiffusion de service public – www.undp.org/oslocentre/docs04/PublicServiceBroadcasting.pdf
2. Appuyer l'implication des organisations de la société civile et des médias dans la fourniture de formes d'information accessible, crédible et objective que les gens peuvent comprendre et sur laquelle ils peuvent fonder leurs actions	Établir des partenariats avec les organisations médiatiques et les OSC appropriées qui travaillent avec les pauvres ou qui ont des relations directes avec eux.	Le PNUD et la société civile: note de politique sur l'implication – www.undp.org/policy/docs/policynotes/UND_P%20CSO%20Policy.pdf#search='UNDP%20and%20Civil%20Society%3A%20A%20Policy%20note%20on%20Engagement' Partenaires pour le développement humain: le PNUD et la société civile www.undp.org/cso/partnershd.html UNDP and Civil Society Organizations: A Toolkit for Strengthening Partnerships www.undp.org/cso/documents/CSO_Toolkit_linked.pdf Panos – www.panos.org.uk
3. Renforcer l'impact des activités du PNUD en matière d'accès à l'information et dans d'autres domaines de la gouvernance démocratique.	Intégrer la communication pour l'habilitation dans le cadre général des activités d'accès à l'information	Note de pratique du PNUD sur l'accès à l'information – http://www.undp.org/policy/docs/policynotes/a2i-french-final-4649027220110579.pdf Dossier du PNUD sur l'accès à l'information – www.undp.org/oslocentre/citzpart.htm Notes de pratique du PNUD sur la gouvernance démocratique http://www.undp.org/governance/practice-notes.htm

Objectifs	Points d'entrée suggérés	Exemples de ressources d'information et de connaissances
<p>4. Encourager les autorités gouvernementales à mettre l'information plus largement à la disposition du public et de la presse.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oeuvrer avec les partenaires gouvernementaux aux niveaux national et local pour : • Engager un dialogue sur l'importance de la transparence et de l'ouverture de l'information pour réaliser les OMD; • Soutenir la législation et les politiques relatives au droit à l'information; • Appuyer les responsables de l'information dans les services ministériels; • Appuyer les initiatives d'e-gouvernance et les autres initiatives visant à élargir l'accès de la population à l'information. (par exemple en aidant les services de l'État à se doter de leur site web). Note d'orientation pratique du PNUD sur le droit à l'information - www.undp.org/oslocentre/docs04/RighttoInformation.pdf 	<p>Note d'orientation pratique du PNUD sur le droit à l'information - www.undp.org/oslocentre/docs04/RighttoInformation.pdf Article 19 – www.article19.org</p> <p>Initiative des droits de l'homme du Commonwealth - www.humanrightsinitiative.org</p> <p>Note d'orientation pratique du PNUD sur l'e-gouvernance - www.undp.org/governance/guidelines-toolkits.htm#guides_egov</p> <p>Programme d'accès à l'information de Transparency International - www.corisweb.org/article/articlestatic/4/1/246/</p> <p>Institut danois des droits de l'homme - www.humanrights.dk/frontpage</p>

5.2.2 Mise en évidence et amplification de la voix des groupes marginalisés

Ce domaine d'appui concerne les interventions nécessaires pour que les préoccupations de groupes situés en marge des structures du pouvoir politique ou social soient mises en évidence dans les médias et les débats publics.

Objectifs	Points d'entrée suggérés	Exemples de ressources d'information et de connaissances
<p>1. Fournir des appuis en vue de l'instauration d'un environnement habilitant pour tous les types de médias communautaires et d'intérêt public.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oeuvrer avec les partenaires gouvernementaux pour élaborer une législation qui promeut les médias communautaires et les protège de la concurrence déloyale. • Oeuvrer avec les autres principaux acteurs du développement (c.-à-d. les médias, les OSC, les donateurs, le gouvernement) pour fournir un appui stratégique en faveur des médias communautaires. • Appuyer les programmes d'intérêt public de divers médias, notamment les actualités locales, la participation téléphonique et les émissions-débats avec animateur. 	<p>Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC) - www.amarc.org</p> <p>UNESCO - http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=24669&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html</p> <p>FAO - http://www.fao.org</p> <p>The Communications Initiative – www.commint.org</p> <p>Panos – www.panos.org.uk</p> <p>Communica – www.communica.org</p> <p>Internews – www.internews.org</p>
<p>2. Fournir une formation médias aux OSC pour les doter des capacités de communiquer leurs vues dans le cadre du débat politique général.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oeuvrer avec les organisations médiatiques, les OSC et les établissements de recherche pour élaborer un programme de formation approprié. 	<p>Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC) - www.amarc.org</p> <p>Media Institute of Southern Africa (MISA) - www.misa.org</p> <p>Communication for Social Change Consortium – www.communicationforsocialchange.org</p>

Objectifs	Points d'entrée suggérés	Exemples de ressources d'information et de connaissances
<p>3. Sensibiliser les journalistes aux questions de développement et plaider en faveur de mesures qui permettent aux groupes marginalisés de se faire entendre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faire usage des OMD et des RMDH pour informer les médias et les tenir au courant des grandes questions de développement aux niveaux national et local. • Organiser des tables rondes avec les journalistes, rédacteurs et éditeurs intéressés pour explorer les initiatives et les partenariats créatifs qui permettent aux groupes marginalisés de se faire entendre. • Réserver une place centrale aux gens vivant avec le VIH/sida lors des conférences de presse. • Sensibiliser les éditeurs, rédacteurs et journalistes à la problématique hommes-femmes. • Promouvoir les efforts des femmes journalistes par des prix / récompenses. • Oeuvrer avec les organisations médiatiques, les OSC et les établissements de recherche pour élaborer un programme de formation approprié. 	<p>Gender and Media Southern Africa – www.gemsa.org.za</p> <p>Panos – www.panos.org</p> <p>Gender Links – www.genderlinks.za</p> <p>The Global Media Monitoring Project - http://www.globalmediamonitoring.org/</p> <p>The Communication Initiative – www.comminit.com</p> <p>UNIFEM – http://www.unifem.org/</p>
<p>4. Renforcer les capacités des médias à : i) produire des programmes couvrant toute une gamme de questions de gouvernance et de développement; ii) produire des programmes qui tiennent compte des besoins spécifiques des groupes pauvres et marginalisés; iii) diffuser des informations sur les questions qui touchent les pauvres</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oeuvrer avec les organisations médiatiques, les OSC et les établissements de recherche pour renforcer les capacités de programmation des organisations médiatiques appropriées. • Suivre et analyser la couverture médiatique (radio, télévision, presse écrite), le contenu et les débats, en accordant une attention particulière aux médias en langues minoritaires ou non officielles; communiquer les constats aux décideurs gouvernementaux. 	<p>BBC World Service Trust – www.bbc.co.uk/worldservice/us/trust</p> <p>Media Institute of Southern Africa (MISA) – www.misa.org</p> <p>The Global Media Monitoring Project - http://www.globalmediamonitoring.org/</p> <p>UNESCO – www.unesco.org</p>

5.2.3 Création d'espaces de débat et de dialogue publics et d'action

Il existe de nombreux mécanismes, qui sont déjà utilisés par le PNUD et ses partenaires, pour favoriser le dialogue et les débats publics. Aux fins de la communication pour l'habilitation, ces débats doivent être focalisés sur ce qui est important pour la communauté. Il faut également veiller spécifiquement à placer au cœur des débats les personnes les plus directement touchées par les questions considérées.

Objectifs	Points d'entrée suggérés	Exemples de ressources d'information et de connaissances
<p>1. Appuyer l'établissement de liens entre les initiatives des médias en langues minoritaires, des médias communautaires ou les autres initiatives des médias axées sur les communautés, avec les processus de politiques nationales et les débats publics nationaux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Forger des partenariats avec les organisations médiatiques et les OSC appropriées qui travaillent avec les groupes pauvres ou qui sont en relations directes avec eux • Oeuvrer avec les médias, les OSC et les instances gouvernementales locales. 	<p>Consortium Communication for Social Change – www.communicationforsocialchange.org UNESCO http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=24669&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html</p>
<p>2. Fournir un soutien et des encouragements aux programmes médias qui promeuvent les débats, tels que les émissions-débats, la diffusion de débats publics et les troupes de théâtre ambulantes; il pourra convenir de créer des prix / récompenses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir les OSC et les organisations médiatiques qui ont des activités de communication pro-pauvres interactives (telles que les émissions-débats, la diffusion de débats publics et les troupes de théâtre ambulantes). 	<p>Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC) - www.amarc.org Interworldradio (Panos) – www.interworldradio.org</p>
<p>3. Améliorer la compréhension et la connaissance qu'ont les pauvres des principales questions locales relatives au gouvernement et au développement, ainsi que de la participation à la vie publique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Établissement de relations durables avec les initiatives d'éducation civique. 	<p>Civicus – www.civicus.org Note d'orientation pratique du PNUD sur l'éducation civique http://www.undp.org/oslocentre/access_dev.htm PNUD – Notions essentielles sur l'engagement civique (octobre 2002) - http://www.undp.org/eo/documents/essentials/French/Fr-Essentials%20No%208.pdf CIVNET - www.civnet.org Television Trust for the Environment – www.tve.org Volontaires des Nations Unies (VNU) – http://www.unv.org/index.htm Development Research Centre on Citizenship, Participation and Accountability http://www.drc-citizenship.org/</p>

6. Modalités de l'appui du PNUD en faveur de la communication pour l'habilitation

I s'agit essentiellement ici des trois modalités suivantes :

1. Établissement de projets de communication pour l'habilitation;
2. Prise en compte systématique de la communication pour l'habilitation dans les programmes de gouvernance démocratique et d'autres domaines de pratique;
3. Soutien extra-programmatique : inscription de la communication pour l'habilitation à l'ordre du jour de tous les dialogues et débats relatifs au développement.

Ces modalités doivent toutes être soutenues par des ressources et chacune d'elles présente des possibilités et des défis spécifiques. S'agissant des ressources financières, les bureaux de pays du PNUD disposent du Fonds d'affectation spéciale thématique pour la gouvernance démocratique (DGTTF)²¹ qui permet de financer les activités entreprises dans ce domaine, par la ligne de service de l'accès à l'information.

(21)
<http://www.undp.org/governance/ttf.htm>

6.1. Établissement de projets de communication pour l'habilitation

Cette modalité comporte la mise en œuvre de projets distincts fortement reliés entre eux et avec d'autres programmes, chacun d'eux relevant d'un ou de plusieurs des principaux domaines d'appui à la communication pour l'habilitation. Elle présente l'intérêt d'avoir d'autres effets avantageux, notamment :

- Un potentiel accru de formation de partenariats et de mise en place de structures de gestion, axés spécifiquement sur la communication pour l'habilitation;
- Un contenu et une stratégie plus clairement définis qui peuvent attirer certains donateurs s'intéressant spécifiquement à la communication pour l'habilitation;
- La possibilité de créer une ressource de personnel solide qui pourra appuyer les composantes de communication pour l'habilitation d'autres programmes et leur fournir des conseils.

6.2. Prise en compte systématique de la communication pour l'habilitation dans les programmes de gouvernance démocratique et d'autres domaines de pratique

Cette modalité exige que l'on veuille à prendre en considération les résultats des audits d'information et de communication dans les évaluations des besoins réalisées dans le cadre de tous les programmes de gouvernance démocratiques et autres programmes du PNUD. L'adoption, au stade de la conception des programmes de développement, d'une perspective axée sur la communication pour

l'habilitation permet de bénéficier de synergies accrues entre ce domaine, dont la nature transversale est ainsi reconnue, et les autres domaines des lignes de service du PNUD. Cette option est intéressante pour les bureaux de pays qui ne disposent pas des ressources requises pour mettre en œuvre un programme de communication pour l'habilitation à part entière.

6.3 Soutien extra-programmatique : inscription de la communication pour l'habilitation à l'ordre du jour de tous les dialogues et débats relatifs au développement

Par cette modalité, le PNUD intervient en tant qu'acteur principal et partenaire dans le cadre de dialogues et de réformes au niveau des politiques. Le personnel des bureaux de pays (affecté aux programmes, aux communications et aux autres pratiques) s'emploie ici à plaider en faveur de la communication pour l'habilitation dans le dialogue avec les homologues nationaux et au sein de forums mondiaux. Ceci consiste à veiller à maintenir les besoins d'information et de communication des groupes pauvres au cœur des entretiens avec les partenaires au développement, ainsi qu'à lancer d'importantes initiatives de plaidoyer et de politique telles que l'élaboration de rapports sur les OMD et les Rapports sur le développement humain mondiaux, régionaux et nationaux.

7. Partenariats

En œuvrant en partenariat avec les autres acteurs du développement, le PNUD peut amplifier l'effet de ses ressources relativement limitées et accroître l'impact de ses interventions en matière de communication pour l'habilitation.

À terme, l'efficacité de son appui en faveur des initiatives de communication pour l'habilitation dépend du type de partenariats qu'il forge avec des organisations qui défendent comme lui les valeurs du développement humain durable et les démarches fondées sur les droits de l'homme, et qui partagent sa vision du potentiel des médias en tant que force de développement.

Les principaux partenaires du PNUD dans le domaine de la communication pour l'habilitation sont les instances gouvernementales (nationales et locales) et les OSC, notamment les organisations médiatiques. Parmi ses autres partenaires importants figurent la famille des Nations Unies, notamment l'UNESCO, mais aussi les autres organismes qui s'intéressent aux questions liées aux médias, tels la FAO, l'UNICEF, UNIFEM et le HCDH, ainsi que diverses organisations multilatérales et bilatérales.

7.1 Instances gouvernementales

Les autorités nationales sont les principaux partenaires du PNUD, qui entretient avec elles des relations privilégiées fondées sur le respect, la responsabilité mutuelle et la reconnaissance de l'importance de l'appropriation des processus de développement par le pays. Le PNUD a un rôle clé à jouer pour sensibiliser les instances gouvernementales nationales et locales à l'importance de communication pour l'habilitation en vue de la réalisation des OMD. Les autorités nationales ne sont pas toujours très disposées à établir un dialogue soutenu avec les OSC, en particulier les organisations médiatiques qui jouissent du droit de critiquer les politiques officielles, et le PNUD a ici un rôle de médiateur important à jouer.

7.2 Organisations de la société civile

De nombreuses OSC ont accumulé une somme de connaissances et d'expérience précieuses du fait de leurs travaux avec les groupes pauvres au niveau local dans le domaine de l'accès à l'information et à la communication. Mais toutes les OSC ne travaillent pas nécessairement pour les groupes pauvres. Pour que les interventions dans le domaine de la communication pour l'habilitation reflètent les besoins de ceux-ci, le PNUD doit choisir pour partenaires aux niveaux national et local les CSO qui connaissent bien la situation des groupes défavorisés ainsi que les

actions à entreprendre pour les aider à accéder à l'information et à faire connaître leurs points de vue.

7.3 Organisations médiatiques

Beaucoup de bureaux de pays du PNUD entretiennent déjà de bonnes relations de travail avec les médias, aux niveaux national et local, notamment en rapport avec le dialogue et les débats liés aux rapports nationaux sur les OMD et aux rapports nationaux sur le développement humain. Comme dans ses relations avec les OSC, le PNUD devra identifier une large gamme d'organisations médiatiques avec lesquelles il coopérera, et notamment des organisations à base communautaire et des organisations s'intéressant aux besoins et aux préoccupations des groupes vulnérables de la société. Il faudra pour cela veiller activement à ce que ces organisations bénéficient d'un appui qui leur permet de participer aux événements de diffusion médiatique du PNUD; ceci exige que le bureau de pays dresse la carte des médias locaux et communautaires, qu'il détermine quelles organisations médiatiques existent et le type d'information et de nouvelles qu'elles diffusent, et qu'il leur fournisse un soutien financier pour leur permettre d'interagir dans le cadre des événements médias du PNUD.

7.4 Organisations d'appui aux médias

Il existe toute une gamme d'organisations internationales, régionales et nationales qui fournissent des appuis en vue du renforcement des capacités des médias, sous forme d'aide financière, de programmes de formation et de conseils techniques. Le Centre d'Oslo pour la gouvernance possède une base de données actualisées comptant plus d'une centaine de ces organisations, qui est accessible à <http://undp.botterli.com/default.aspx>.

7.5 Organismes de développement multilatéraux et bilatéraux

De nombreux organismes de développement multilatéraux et bilatéraux ont inscrit l'appui à la communication pour l'habilitation au rang de leurs priorités. La Division des communications pour le développement (DevComm) de la Banque mondiale appuie la réalisation de la mission de réduction de la pauvreté de la Banque en fournissant à ses clients les conseils et les instruments de communication stratégique dont ils ont besoin pour élaborer et mettre en œuvre leurs projets et leurs initiatives de réforme pro-pauvres.²² Le Département du développement durable de la FAO est un pionnier de l'emploi des processus de communication et des médias pour aider les populations rurales à échanger des expériences, à définir des bases de collaboration et à participer activement aux activités de développement agricole et rural et à gérer celles-ci.²³ L'UNESCO fournit de longue date un soutien technique aux médias à base

(22)
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTDEVCOMMENG/0,,conten tMDK:20239027~menuPK:490442~pagePK:34000187~piPK:34000160~theSitePK:423815,00.html>

(23)
http://www.fao.org/sd/KN1_fr.htm

communautaire et met ses connaissances spécialisées à leur disposition. Nombre de donateurs bilatéraux, tels que l'Agence danoise de développement international (DANIDA), Global Finland, le ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas, l'Agence norvégienne de coopération au développement (NORAD), l'Agence suédoise de développement international (ASDI), la Direction du développement et de la coopération (DCC) de la Suisse et le Department for International Development (DFID) du Royaume-Uni, font de l'appui aux médias une composante des stratégies de développement pro-pauvres.

8. Suivi et évaluation

(24)

Voir le Guide du suivi et de l'évaluation axés sur les résultats produit par le Bureau de l'évaluation du PNUD qui contient des indications techniques génériques sur l'élaboration d'indicateurs pour l'établissement de la situation de référence et le suivi-évaluation, disponible à http://stone.undp.org/undpweb/eo/evalnet/docstore3/yellowbook/documents/full_draft.pdf ainsi que *Who measures change? Communication for Social Change Consortium 2005*, à www.communicationforsocialchange.org et *Guiding Note on Indicators for Communication for Development*, Danida, 2004, à <http://www.danicom.net/downloads/danicom-uiding-note0811.doc>

On trouvera dans le tableau ci-dessous quelques exemples d'indicateurs de réalisations, dans les trois grands domaines d'appui à la communication pour l'habilitation. Ces indicateurs sont liés à l'obtention d'un effet clé pour tout programme de communication pour l'habilitation, qui est d'accroître la participation des pauvres aux processus de gouvernance et de développement qui ont des répercussions sur leur existence.

Ils attirent l'attention sur les domaines prioritaires aux fins des mesures, mais les bureaux de pays du PNUD devraient également se reporter aux directives du PNUD et aux travaux en cours relatifs à l'amélioration de la gestion axée sur les résultats, ainsi qu'aux directives concernant la mesure de l'impact des interventions de communication émanant d'autres organisations.²⁴

Mise en évidence et amplification des voix des groupes marginalisés	Accroissement de l'accès des groupes marginalisés à l'information	Création d'espaces de débat et de dialogue publics et d'action
<ul style="list-style-type: none"> • Nouvelle législation ou mesure dans laquelle le cadre législatif/politique établit un environnement propice aux médias d'intérêt public/de service public; • Couverture médiatique/ contenu accru sur les questions relatives au développement/aux OMD dans les médias grand public et communautaires; • Diversité accrue de services médias pour tous les groupes, y inclus émissions en langues minoritaires et capacité des émetteurs suffisante pour atteindre les groupes vulnérables; • Appui accru en faveur des médias et capacités accrues des organisations d'appui des 	<ul style="list-style-type: none"> • Nouvelle législation ou mesure dans laquelle le cadre législatif/politique établit un environnement propice aux médias communautaires; • Accroissement du nombre, de la durabilité, de la qualité, du professionnalisme et du dynamisme des médias à propriété et à base communautaires; • Visibilité accrue et profil amélioré des OSC et organisations de base dans les débats médiatiques; • Participation accrue des groupes vulnérables et représentation accrue de leurs points de vue dans les débats médiatiques, tels que les émissions à participation téléphonique, et dans les reportages des médias grand public; • Reportages de journalisme d'enquête accrues sur les groupes vulnérables et aptitude renforcée de ces groupes à faire connaître les questions qui les intéressent par l'entremise des médias; • Mesure dans laquelle les opinions et les points de vue féminins sont présentés de manière objective et visible dans les médias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Signes accrus d'une orientation plus axée sur le développement dans le reportage des médias, qui encourage le débat et le dialogue publics; • Référence accrue à la couverture médiatique dans les enquêtes menées auprès des ménages / communautés; • Indications accrues dans les enquêtes menées auprès des OSC selon lesquelles les actions ou le débat sont impulsés par la couverture médiatique; • Changements de politiques liés au débat public engendré par les médias (caractérisés par une forte représentation des points de vue des groupes vulnérables); • Valeur des médias reconnue par les groupes vulnérables pour leur permettre d'attirer l'attention sur les questions de politiques qui les intéressent; • Mesure dans laquelle les processus officiels (commissions spéciales, consultations ministérielles, etc.) recherchent et reflètent les résultats des débats facilités par les médias.

L'initiative d'évaluation des stations de radio communautaires du Mozambique, due au PNUD et à l'UNESCO, (voir encadré 6 ci-dessous) est un bon exemple de l'application de techniques de suivi et évaluation novatrices dans le domaine de la communication pour l'habilitation.

Encadré 6. Évaluations d'impact de la radio communautaire au Mozambique²⁵

Au Mozambique, un réseau de radios communautaires en pleine expansion renforce la société civile et favorise le développement communautaire et les changements sociaux. Alors qu'il n'y avait qu'une seule station de radio communautaire en 1994, leur nombre approchait de la cinquantaine en 2005, ce qui signifie que plus d'un tiers de la population vit maintenant à portée des émissions d'une station. Mais il est essentiel de procéder à des évaluations d'impacts régulières et durables pour assurer l'efficacité de la radio communautaire dans le pays.

Le Projet de développement des médias du Mozambique, projet de l'UNESCO et du PNUD (www.mediamoz.com) s'est attaché à déterminer si les stations de radio communautaires promeuvent la démocratie et l'implication active des communautés et si elles permettent aux gens de fixer eux-mêmes leurs agendas de développement. Il cherchait également à s'assurer que les producteurs bénévoles de la radio communautaire soient en mesure de mener eux-mêmes ces évaluations une fois le projet terminé. Le modèle d'évaluation adopté a été baptisé évaluation d'impact « aux pieds nus », par référence aux médecins aux pieds nus de l'Asie et pour refléter la simplicité de la méthodologie adoptée et la clarté des résultats du processus.

L'évaluation s'articulait sur trois séries de questions :

- La station de radio opère-t-elle de manière efficace à l'interne et les bénévoles ont-ils des contrats, des droits et des responsabilités clairement définis ?
- Les programmes répondent-ils aux intérêts du public ? Sont-ils fondés sur une recherche sérieuse et présentés selon des formats culturellement appropriés, tels que contes, chansons, proverbes et musique ? Sont-ils considérés comme bons et efficaces par les auditeurs ?
- La station de radio induit-elle le développement et les changements sociaux souhaités (par rapport à la situation de référence) au sein de la communauté ?

(25)

Extrait de «Assessing community change: development of a 'barefoot' impact assessment methodology» [Évaluation du changement communautaire : élaboration d'une méthodologie d'évaluation d'impact «aux pieds nus»], par Birgitte Jallo, Radio Journal, juillet 2005, www.id21.org

Les évaluations d'impact « aux pieds nus » de huit stations de radio communautaires du Mozambique ont fait apparaître des résultats positifs et des problèmes potentiels :

- Les régions de Dondo, ville du centre du pays qui attendait l'électrification depuis des années, ont eu gain de cause après une campagne radiophonique intensive d'un mois.
- Le nombre de décès des suites du choléra survenus à Dondo durant les crues annuelles de 2004 a chuté de façon spectaculaire pour s'établir à zéro, grâce aux informations diffusées par la radio au cours d'une épidémie de choléra concernant l'importance de la désinfection des eaux et la distribution de chlore à cet usage.
- Le nombre de personnes demandant des tests de dépistage du VIH a augmenté significativement après la diffusion de programmes de radio qui ont créé un environnement où le sujet pouvait être abordé ouvertement. La participation à ces programmes et leur diffusion ont également aidé les jeunes et leur ont donné la confiance nécessaire pour négocier des pratiques sexuelles à moindre risque.
- Les campagnes radio d'éducation civique ont eu pour effet d'accroître la participation et de renforcer les débats et le contrôle communautaire des processus électoraux.
- Dans un cas, la plupart des fonctions de gestion étaient assurées par des membres de l'Église catholique et l'évaluation a permis de constater que la communauté commençait à parler de la station de radio comme « la station catholique », ce qui risquait de provoquer des divisions.
- Il s'est révélé qu'une station de radio avait un taux de remplacement élevé des bénévoles, ce qui a amené l'administration à rechercher pourquoi ceux-ci s'en allaient tous et ce qu'elle pouvait faire.

Les évaluations d'impact « aux pieds nus » peuvent guider les stations de radio communautaires et les aider à réaliser leurs objectifs. Elles permettent également aux stations de fournir des retours d'information aux communautés des zones de diffusion et de fournir des preuves de leur crédibilité aux bailleurs de fonds locaux et internationaux. Ces évaluations doivent être suffisamment simples pour être réalisables durablement sans aide extérieure et pour faire en sorte que les impacts soient appréciés systématiquement aux trois niveaux mentionnés ci-dessus.

9. Ressources et références complémentaires

Publications du PNUD

Note de pratique sur l'accès à l'information. PNUD (2003)

www.undp.org/policy/docs/policynotes/a2i-french-final-4649027220110579.pdf

Practical Guidance Note on Civic Education. PNUD (2004)

<http://www.undp.org/oslocentre/docs04/Civic%20education.pdf>

Autres publications

Background Paper for Communication for Development Roundtable, Nicaragua. Panos Institute : manifestation parrainée par l'UNFPA en association avec la Fondation Rockefeller et l'UNESCO (2001)

www.comminit.com/pdf/cdr_nov22.pdf

Bibliography of Who Measures Change. Communication for Social Change Consortium. (2005)

<http://www.communicationforsocialchange.org/index.php?pageid=10&articleid=1>

Communications and Development. Burke, Adam. DFID, Social Development Division (1999)

<http://www.dfid.gov.uk/Pubs/files/c-d.pdf>

Communication et participation communautaire – Guide pratique de la communication participative pour le développement. Besette, Guy. Centre de recherches pour le développement international (2004)

http://www.idrc.ca/fr/ev-52226-201-1-DO_TOPIC.html

Communication for Social Change: Working Paper Series. Figueroa, Maria Elena, D. Lawrence Kincaid, Manju Rani & Gary Lewis. Fondation Rockefeller (2002)

www.rockfound.org/Documents/540/socialchange.pdf

Communication for Social Change: A Position Paper and Conference Report. Fondation Rockefeller (1999)

www.communicationforsocialchange.org/publications-resources.php?id=108

Communication That Works. Chetley, Andrew. Health Exchange (2002)

www.ecdpm.org/Web_ECDPM/Web/Content/Navigation.nsf/index.htm

Communications and Development. Burke, Adam. DFID, Social Development Division (1999)

<http://www.dfid.gov.uk/Pubs/files/c-d.pdf>

Conflict Sensitive Approaches: Resource Pack. Roth, Colin (ed.). FEWER, International Alert & Saferworld. (2003)
<http://www.conflictsensitivity.org/>

Empowerment, Participation and the Poor. Streeten, Paul. Bureau du Rapport mondial sur le développement humain. Publication hors-série; note d'information pour le RMDH (2002)
http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Streeten_2002.pdf

Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies in Development Communication: convergences and differences. Waiboard, Silvio. Fondation Rockefeller (2001)
<http://www.communicationforsocialchange.org/publications-resources.php?id=105>

Giving Voice to the Voiceless: Good Governance, Human Development & Mass Communications. Norris, Pippa & Dieter Zinnbauer. Bureau du Rapport mondial sur le développement humain. Publication hors-série; note d'information pour le RMDH (2002)
http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Norris-Zinnbauer_2002.pdf

Laying the Foundation for Sustainable Development: Good Governance and the Poverty Reduction Strategy Papers (PRSPs.) Hudock, Dr Ann., World Learning Foundation (2003)
http://www.worldlearning.org/wlid/docs/wl_goodgov_povreduce.pdf

Making Knowledge Networks Work for the Poor. Lloyd-Laney, Megan. Intermediate Technology Development Group (2003)
www.itcltd.com/docs/mknwp%20project%20final%20report.pdf

Managing Development Communication in Bank Projects – A Handbook for Project Officers. Banque interaméricaine de développement, Bureau des relations extérieures, et Academy for Educational Development (2004) <http://enet.iadb.org/idbdocswebservices/idbdocsInternet/IADBPUBLICDOC.aspx?docnum=491159>

Missing the message: 20 years of learning of HIV/AIDS communication. Panos. (2003) http://www.panos.org.uk/PDF/reports/mtm_eng_hi.pdf

Participatory Communication Strategy Design. Mefalopulos, Paolo & Chris Kamlongera. SADC Centre of Communication for Development. FAO (2005) http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/docrep/008/y5794e/y5794e00.htm

Reducing Poverty: Is the World Bank's strategy working? Panos (2003)
<http://www.panos.org.uk/Docs/reports/ReducingPoverty.doc>

Rapport de la Commission pour l'Afrique 2005. Commission pour l'Afrique (2005) www.commissionforafrica.org/french/report/introduction.html

Report of the Communication for Development Roundtable. FAO (2004)
<http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/faoreport2005.pdf>

Responsabilisation sociale : introduction au concept et pratique émergente. Carmen Malena & Reiner Forster, Janmejay Singh. Social Development Papers: Participation and Civic Engagement. Document n° 76. Institut de la Banque mondiale (2004)
http://siteresources.worldbank.org/INTPCENG/Resources/Responsabilisation_Sociale_FINAL.pdf

Strategic Communication for Development Projects – A toolkit for task team leaders. Cabañero-Verzosa, Cecillia. Banque mondiale (2003)
<http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/toolkitwebjan2004.pdf>

La communication stratégique dans le DSRP. Mozammel, Masud & Zatiokal Barbara. Banque mondiale (2002) <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/prspchapterfrench.pdf>

Strengthening the Knowledge and Information Systems of the Urban Poor. Schilderman, Theo. Intermediate Technology Development Group (2002) http://www.itdg.org/?id=kis_research

The Other Information Revolution: Media and empowerment in developing countries Deane, James et al. UNRISD (2003) www.unrisd.org

Voice, Accountability and Human Development: The Emergence of a New Agenda. Goetz, Anne Marie et Rob Jenkins, Bureau du Rapport mondial sur le développement humain. Publication hors-série; note d'information pour le RMDH (2002) http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Goetz-Jenkins_2002.pdf

With the support of multitudes: Using strategic communication to fight poverty through PRSPs. Department for International Development (R.-U.) et Banque mondiale (2005)
<http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/strat-comm-prsp.pdf>

ANNEXE 1

Déclaration de Bellagio sur le rôle de la communication dans la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement 11 novembre 2004

En novembre 2004, des représentants d'organisations bilatérales, multilatérales et non gouvernementales se sont réunis en Italie au Centre de conférences de la Fondation Rockefeller à Bellagio pour examiner comment les stratégies de communication pourraient appuyer la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement. La réunion était organisée par le Communication for Social Change Consortium avec le concours du Department for International Development (DFID) du Royaume-Uni. Les participants ont élaboré et adopté une déclaration, dont on trouvera ci-dessous une version éditée, ainsi qu'un ensemble de points d'action.

En 2000, le monde a souscrit à la Déclaration du Millénaire et s'est engagé à assurer la réalisation de huit objectifs du Millénaire pour le développement d'ici 2015. En 2004, on conçoit déjà des doutes sur la réalisation effective de ces objectifs.

Le succès de l'entreprise dépend, dans une large mesure, de la participation aux efforts et de leur appropriation de la part de toutes les parties prenantes. La communication est d'une importance fondamentale pour aider les gens à façonner la société dans laquelle ils vivent. Il faut, en particulier, favoriser l'adoption de stratégies de communication qui informent mais qui amplifient aussi la voix des personnes qui ont le plus à gagner et à perdre, et qui visent à surmonter les obstacles structurels s'opposant à la réalisation des objectifs. Ces stratégies restent toutefois très faiblement prioritaires dans les plans de développement, et cela met en cause la réalisation des OMD. Par exemple :

- La principale mesure prévue pour atteindre l'objectif fondamental de la réduction de moitié de la pauvreté d'ici 2015 est la mise en œuvre de stratégies de réduction de la pauvreté. Or, malgré l'accent mis sur la participation dans le processus des DSRP, les problèmes mal compris, le débat public encore limité et l'appropriation de la part des pays encore insuffisante menacent la bonne application de cette mesure. Les approches sectorielles et les programmes d'appui budgétaire connaissent des problèmes analogues.
- L'objectif visant à maîtriser le VIH/sida d'ici 2015 ne pourra être atteint, et les efforts visant à élargir l'accès aux antirétroviraux ne pourront aboutir qu'à condition d'accorder une plus haute priorité à la communication. Le succès des stratégies de lutte contre le VIH/sida dépend de la communication pour aider les gens à instaurer un environnement social dans lequel les changements de comportement deviennent possibles. C'est le dialogue et le débat qui permettent de passer de la stigmatisation au soutien. Quand

moins de 10 % de la population connaît son statut sérologique, la communication est nécessaire pour que les ARV atteignent ceux qui en ont besoin et que ceux-ci en bénéficient. Il est essentiel de mettre en œuvre des stratégies qui placent la voix des personnes affectées par le VIH/sida au centre des efforts, pour soutenir la demande de prévention et de traitement émanant des communautés.

- Des difficultés se présentent pour l'objectif de réduction de la mortalité infantile, la tendance s'orientant ici au contraire dans le sens d'une augmentation de la mortalité. L'effort mondial d'éradication de la poliomyélite, par exemple, a été freiné par des campagnes anti-vaccination. Des stratégies de communications qui engagent le dialogue sur ces questions sont indispensables pour relever le défi.
- Une haute priorité est accordée dans l'ordre du jour de la coopération au développement au progrès de la démocratie, à l'élargissement de la participation et au renforcement du respect des droits de l'homme pour les pauvres. L'importance d'une communication bidirectionnelle, où les populations pauvres se voient accorder la possibilité d'exprimer leurs besoins, ne saurait être surestimée pour atteindre cet objectif.
- L'objectif de réduction de moitié de la pauvreté extrême et de la faim d'ici 2015 ne pourra pas être atteint si l'on ne s'attaque pas à la pauvreté rurale. Les connaissances, la communication et la participation sont essentielles à cette fin.

Plusieurs organismes de développement réexaminent leurs stratégies de communication et qui révisent leurs priorités en vue de relever ces défis ainsi que de nombreux défis analogues. Un congrès sur la communication pour le développement, sous l'égide de la Banque mondiale, est prévu pour 2005. Mais parallèlement à ces tendances positives, les stratégies de communication de nombreux organismes de développement sont toujours fragiles, fragmentées et peu opérantes.

Une nouvelle pensée stratégique s'élabore actuellement sur la réalisation des OMD et la communication devrait y occuper une place centrale.

Dans ce contexte, pour être efficace, la communication ne peut plus être conçue comme une simple diffusion d'information. Si les praticiens de la communication créent et entretiennent des forums de débat public, ils pourront susciter des appuis en faveur des OMD et

induire l'énergie sociale requise pour les atteindre. On ne saurait trop souligner le fait que la communication est un processus bidirectionnel fondé sur les principes de l'appropriation, de la participation et de la voix de toutes les parties prenantes, principes réaffirmés lors de la Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement qui s'est tenue à Rome (Italie) en 2004.

L'environnement de l'information et de la communication, complexe et changeant, vient renforcer l'importance de ces principes et créer de nouvelles possibilités de communication, tout particulièrement d'emploi des technologies de l'information et des communications pour appuyer un développement axé sur les gens. Les efforts visant à la réalisation des OMD doivent reposer sur les principes fondamentaux de la pensée du développement, tels que l'équité, la sensibilité aux sexospécificités, l'inclusion et le respect des cultures. Ces principes doivent impérativement être reflétés dans le financement et la pratique des stratégies de communication appliquées par les organismes de développement en vue de la réalisation des OMD.



Programme des Nations Unies pour le développement
Bureau des politiques de développement
Groupe de la gouvernance démocratique

304 East 45th Street, New York
NY 10017

Oslo Governance Centre
Borgata 2B
Postboks 2881 Tøyen
0608 Oslo
Norway

www.undp.org
www.undp.org/oslocentre