

BELGIQUE - BELGIE
P.P.
1000 BRUXELLES 1
1/1836

BUREAU DE DEPOT
BRUXELLES 1

Echos du COTA

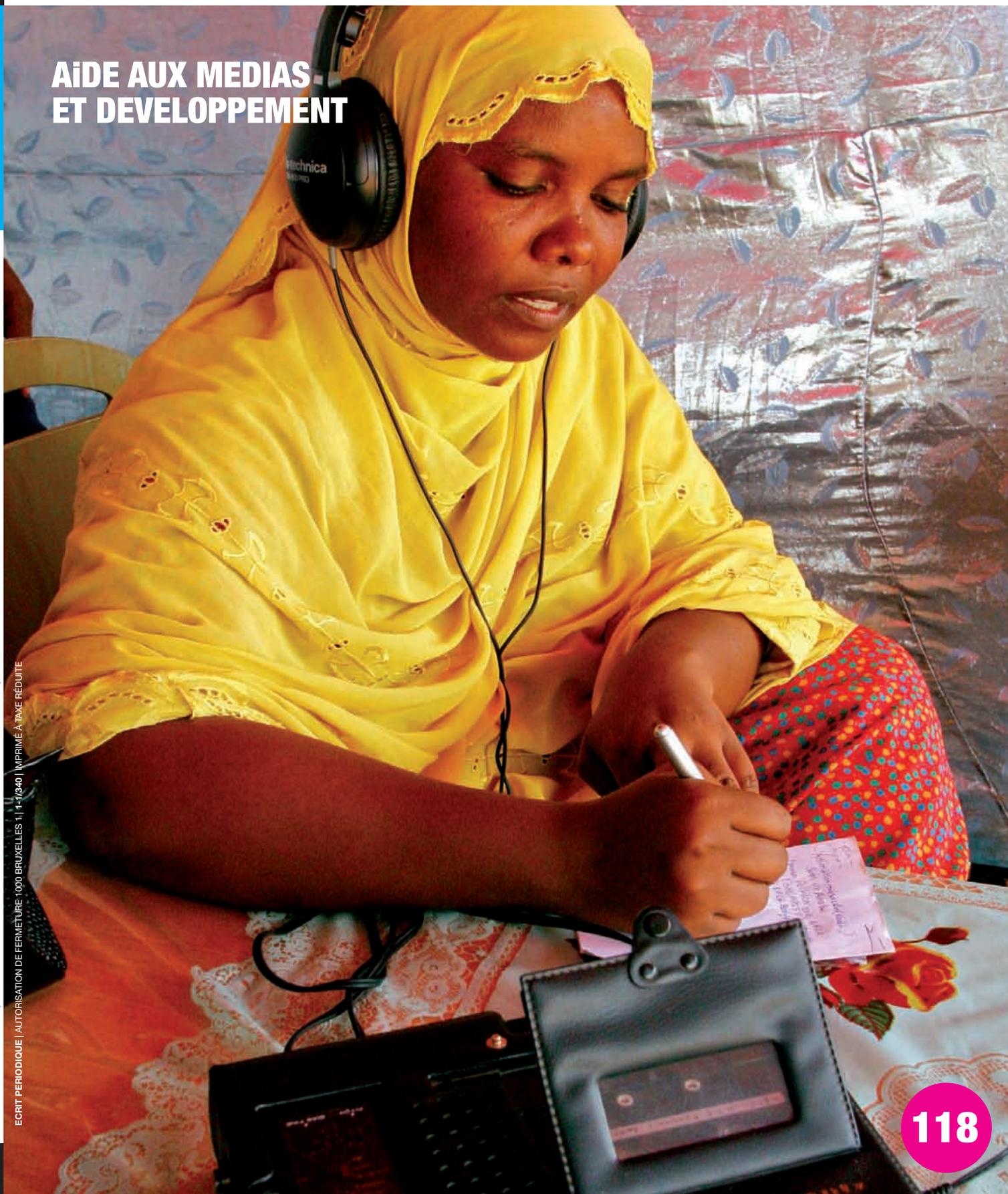
BULLETIN TRIMESTRIEL D'INFORMATION DU COTA ASBL

**AIDE AUX MEDIAS
ET DEVELOPPEMENT**

MARS 2008

ISSN : 0773-5510 | COTA asbl 7, rue de la Révolution 1000 Bruxelles | 3€

ECRIT PÉRIODIQUE | AUTORISATION DE FERMETURE 1000 BRUXELLES 1 | 1-1/340 | IMPRIMÉ À TAXE RÉDUITE



118

éditorial

EDITEUR RESPONSABLE COLETTE ACHEROY
7 RUE DE LA REVOLUTION 1000 BRUXELLES
BELGIQUE

RÉDACTION STEPHANE BOULC'H
[STEPHANE.BOULCH@COTA.BE]

GESTION DES ABONNEMENTS ROSE MARTINEZ
[ROSE.MARTINEZ@COTA.BE]

GRAPHISME FREDERIC PIRON
[FREDERIC.PIRON@COTA.BE]

PHOTO COUVERTURE GIACOMO PIROZZI/PANOS PICT.

FORMULES D'ABONNEMENT
ANNUEL : 10 € [4 NUMEROS]
ANNUEL PARRAINÉ : 7 € [4 NUMEROS]
PRIX AU NUMERO : 3 €

POUR LES ÉCHANGES DE PUBLICATIONS,
VEUILLEZ CONTACTER LA RÉDACTION

COORDONÉES BANCAIRES
DEXIA BD PACHECO 1000 BRUXELLES
SWIFT-BIC : GKCCBEBB
IBAN : BE730682 1270 4960
068-2127049-60

POUR LE PAYEMENT À L'ÉTRANGER, NE PAS
ENVOYER DE CHÈQUE, MAIS UTILISER LE MANDAT
POSTAL INTERNATIONAL OU LE VIREMENT DE COMPTE
À COMPTE (FRAIS À VOTRE CHARGE)

COTA ASBL
7 RUE DE LA REVOLUTION
1000 BRUXELLES
BELGIQUE
TÉL. : 00 32 [0]2 218 18 96
FAX. : 00 32 [0]2 223 14 95
INFO@COTA.BE // WWW.COTA.BE

Belle leçon de communication !

Aucun grand sommet international, aucune grand'messe du développement ne se déroule plus aujourd'hui sans que ne soit réaffirmée la nécessité de tirer parti des progrès accomplis dans le domaine des technologies de l'information et de la communication, de réduire la fracture numérique et de mieux impliquer la société civile et les acteurs de base. Les médias sont appelés à jouer un rôle de plus en plus important dans la lutte contre la pauvreté et la poursuite des Objectifs du Millénaire. Cela fait longtemps qu'on glose à ce sujet.

Mais combien de bailleurs et d'ONG s'investissent ne serait-ce que ponctuellement dans l'appui aux médias du Sud ? Quelle part de l'aide leur est accordée ? Combien de programme et de projets consacrent une partie de leurs budgets à une communication qui vise réellement le renforcement des personnes et le changement social ? Combien d'agences de développement ou d'ONG possèdent un département de communication et d'information digne de ce nom préoccupé par autre chose que l'autopromotion institutionnelle et les relations publiques ? Comptez-vous....

Les documents préparatoires de la 10ème table ronde inter institutions des Nations Unies sur la communication au développement (2007) admettaient qu'en dépit des discours, la communication pour le développement n'a pas été assez intégrée aux stratégies de développement. L'appropriation, la participation, le dialogue sont des objectifs de plus en plus mis en avant, mais aucune stratégie concrète n'est réellement préconisée. Les conceptions de la communication se limitent à la publicité des projets. Il semblerait qu'on ne se soit pas suffisamment préoccupé de partager le savoir pour rechercher réellement le consensus sur la planification, la mise en œuvre et l'évaluation des projets de développement.

Faute d'engagement, le débat sur les médias et le développement a très peu évolué ces 20 dernières années car les références ont très peu changé finalement. Les colloques se succèdent et leurs recommandations réinventent sans cesse la poudre, on habille les bonnes intentions de nouveaux oripeaux méthodologiques, de nouvelles formules creuses et on lance des pétards mouillés qu'on regarde s'éteindre...

» sommaire

- 3 **LE DÉVELOPPEMENT DES MÉDIAS EN AFRIQUE: PROBLÈMES ET PERSPECTIVES**
(F. BANDA)
- 9 **CRÉER DES ESPACES POUR LES VOIX DE TOUS**
(B. JALLOV)
- 13 **LES MÉDIAS INDÉPENDANTS SONT UNE COMPOSANTE MAJEURE DU PROGRÈS**
(M. DOMENICONI)
- 17 **POUR UNE REMISE EN QUESTION DES MODÈLES DE FINANCEMENT ET DE FORMATION DES MÉDIAS DE PROXIMITÉ**
(STÉPHANE BOULC'H)
- 25 **SUR LE THEME DU TRIMESTRE...**
- 27 **FICHE-OUTILS**
- 29 **NOUVEAUTES EN BIBLIOTHEQUE**
- 32 **PERIODIQUES**
- 33 **FORMATIONS**
- 34 **ACTUALITES**



Le développement des médias en Afrique: problèmes et perspectives

*Fackson Banda**

Photo : COTA
Salle des ordinateurs de la Maison de la presse de Bamako - Mali

Que signifie “développer” les médias? Assurer leur renforcement intellectuel, idéologique économique, institutionnel, infrastructurel? Faut-il plutôt soutenir les médias publics, privés, associatifs? Les constats retirés du processus de consultation continentale “Strengthening African Media” (STREAM - Renforcement des médias africains) semblent plaider en faveur d’une approche hybride, intégrée...

Jusque ici, la plupart des textes ayant eu pour vocation de proposer des orientations et des stratégies pour le renforcement des médias africains ont négligé de définir le concept de développement des médias. Mais les aspects sur lesquels ils mettent l’accent permettent de déduire leurs inclinations...

Les antécédents

En 1991, à Windhoek (Namibie), l’UNESCO appelle à un rassemblement des praticiens et des organisations de liberté de la Presse. Cette conférence aboutit à une déclaration incitant à la promotion d’une presse africaine pluraliste et indépendante¹.

Elle pose des jalons qui serviront de base à nombre de textes africains, en particulier la doctrine de libéralisation et de privatisation des médias, justifiée par la nécessité de libérer ces derniers du contrôle de l’Etat.

Ainsi, la Commission Africaine des Droits de l’Homme et des Peuples (CADHP), dans son article 9, réaffirme le principe de liberté d’expression exprimé dans l’article 19 de la Déclaration universelle des droits de l’Homme. Sa conception de la liberté d’expression pose notamment la nécessité d’encourager le développement de la radiotélédiffusion privée, de transformer la radiotélédiffusion d’Etat en un véritable service public et de créer des organismes régulateurs indépendants.

La Charte Africaine de la radiotélédiffusion, adoptée en 2001, réaffirmera ces conditions.

Mais c’est le rapport de la Commission pour l’Afrique qui soulignera surtout le rôle potentiel que peuvent jouer les médias en faveur du développement africain². Désormais, les Britanniques s’engagent ouvertement dans l’appui aux médias

et à la communication, entraînant à leur suite de nombreuses initiatives.

Le Global Forum for Media Development (GFMD)

Fin 2005, les Américains d'Internews³ organisent le forum mondial pour le développement des médias à Amman (Jordanie).

Un des principaux objectifs du GFMD est de faciliter le partage d'informations entre promoteurs et bailleurs sur les meilleures pratiques, les priorités et les moyens de mesurer les succès de l'aide aux médias.

Avec cet événement apparaît l'idée de créer un mécanisme international dédié spécifiquement au soutien aux médias africains. En dépit des doutes exprimés quant à sa concrétisation, on suggère néanmoins la constitution d'un forum africain pour le développement des médias.

La priorité du GFMD semble être d'assurer l'indépendance des médias. Dans ce cas, le GFMD cherche à privilégier le développement des médias commerciaux privés.

L'African Media Development Initiative (AMDI)

C'est à l'instigation de la BBC World Service et des universités de Rhodes (Afrique du Sud) et Amadou Bello (Nigéria) que l'initiative pour le développement des médias africains voit le jour. Elle réalise une étude sur l'évolution du paysage médiatique africain de 2000 à 2005⁴ qui fait notamment apparaître les aspects suivants :

- l'absence de recherches sérieuses entreprises à l'échelle continentale pour départager ce qui fonctionne ou non dans les tentatives de renforcement des médias ;
- la radio est le média le plus suivi et, dans la plupart de pays étudiés, ce sont les chaînes publiques qui obtiennent la plus grande audience même si l'influence des stations commerciales régionales, suivies par les radios communautaires, a tendance à croître de façon constante ;
- malgré des croissances variables d'un pays à l'autre, les journaux restent concentrés dans

les centres urbains ;

- dans le secteur médiatique, l'intégration de la téléphonie mobile est spectaculaire par rapport à celle, timide, de l'Internet ;
- il est stratégiquement important de concentrer les efforts de renforcement sur les aspects où des mutations sont en train de s'opérer mais face auxquels le secteur est stratégiquement moins armé (ex : les nouvelles technologies de l'information, l'évolution de la consommation de l'information...) ;
- l'importance du secteur médiatique comme un agent de changement sur les questions de développement est étonnamment sous-évaluée par la communauté internationale (sans doute parce que le secteur est politiquement sensible).

Il ressort en définitive qu'au contraire de ce qui se pratique généralement, il serait préférable de recourir à une approche de renforcement holistique qui prenne à la fois en compte les médias communautaires, publics et privés (chaque secteur ayant un rôle unique et complémentaire à jouer dans un paysage médiatique pluraliste).

Le processus consultatif STREAM

C'est à l'occasion d'une réunion d'experts du secteur des médias, qui s'est tenue les 9 et 10 mars 2006 à Addis Abeba (Ethiopie) sous l'égide de la Commission Economique Africaine (CEA) que ce vaste processus consultatif a été proposé. Comme la recherche AMDI, il est soutenu par le département d'aide au développement du Royaume-Uni (DFID). Cette démarche a été initiée avec la ferme volonté de faire en sorte que l'Afrique s'approprie la réflexion sur les conditions et stratégies à mettre en œuvre pour renforcer ses médias. Il s'agit de :

- parvenir à une compréhension partagée de la situation des médias et des secteurs de la communication sur le continent,
- développer un cadre et un agenda d'action communs en faveur du développement des médias,
- renforcer les médias en les impliquant à la consultation par un ensemble d'interventions inclusives et cohérentes (le travail d'un



Photo : COTR
Vendeur de médicaments sur le marché de Kara kara - Niger

nouvelles formes de médias électroniques est, elle aussi, prise en compte.

L'auto-régulation des médias

Il ressort de la consultation que la régulation des médias est un axe d'intervention central à tout effort de renforcement des médias. Les situations d'un pays à l'autre sont très diverses.

Si certains ont encore tendance à s'orienter vers des régimes de régulation fortement dépendants des Etats (quelques-uns sont d'ailleurs très répressifs), il existe tout de même un consensus pour rechercher l'instauration de systèmes d'auto-régulation ou de régulation indépendante.

Ces systèmes doivent être doublés de mécanismes de renforcement éthiques qui veillent à ce que la régulation continue d'oeuvrer en faveur de l'intérêt public.

L'instauration d'un tel dispositif implique la nécessité de transformer les institutions de radiotélédiffusion d'Etat en de véritables institutions de service public jouissant d'une indépendance éditoriale suffisante.

groupe d'experts de référence est appuyé par des discussions électroniques, des enquêtes physiques et des réunions organisées selon des critères régionaux et linguistiques qui tiennent compte des diversités africaines)⁵.

Le STREAM prend appui sur la démarche holistique préconisée par l'AMDI. Il emprunte aussi aux divers discours précédents le principe de promotion de la liberté d'expression et les objectifs d'instauration d'une presse africaine indépendante et pluraliste. En droite ligne de ces déclarations, le développement des médias est également conçu comme devant viser leur croissance économique, infrastructurelle et institutionnelle. Mais d'autres facteurs de développement humain sont également pris en compte comme la liberté, l'égalité des genres, la démocratie, l'éthique, etc.

On cherche autant à soutenir les médias publics, commerciaux et communautaires. L'influence des

De gros efforts de sensibilisation et de lobbying doivent être consentis pour inciter les élites politiques à établir des conditions légales et politiques propices au développement des médias. En particulier, la liberté d'information doit être législativement reconnue.

Les actions de lobbying doivent viser à la fois les niveaux nationaux, régionaux et continental, de manière à tirer avantage de toutes les plateformes existantes.

L'auto-régulation est mieux servie quand les politiques économiques sont propices à la croissance de médias indépendants. Des encouragements fiscaux devraient par exemple être accordés.

Les ressources

Se profile aussi l'ambition de créer un fonds africain de soutien aux médias et à la communication dont le mandat serait clairement d'aider les

médias à tirer le meilleur profit des opportunités d'investissement pouvant s'offrir à eux en mettant à leur service des dispositifs d'information, en encourageant les partenariats d'affaire, en facilitant la distribution de contenu, etc. Pareil fonds devrait être clairement dirigé par un leadership africain sur le modèle de fonds de développement tels que le Zambia's Media Trust Fond (MRF) ou la South Africa's Media Development and Diversity Agency (MDDA), le Southern Africa Development Fund (SAMDEF) et le Southern African Institute for Media Entrepreneurship Development (SAIMED). Pour fonctionner, un tel dispositif a besoin de s'appuyer sur des ressources multiples dont celles des nations africaines elles-mêmes. Les gouvernements, le secteur privé et les institutions continentales doivent être mises à contribution. Tous les accords bilatéraux ou multilatéraux dans lesquels des Etats africains sont impliqués, devraient intégrer des clauses d'appui aux médias.

Les formations mises à disposition des médias doivent porter sur la gestion de ces médias et de leurs activités d'affaires.

Le soutien de corps professionnels, tels que des syndicats de journalistes est également souhaitable. Cela suppose de favoriser leur création ou de renforcer les compétences et capacités d'interventions de ceux qui existent déjà. Ce qui implique des programmes de formation spécifiques mais aussi l'encouragement des synergies entre ces divers corps professionnels et le développement de codes éthiques forts et des mécanismes d'application solides sur lesquels s'appuyer.

La production des médias

La consultation fait apparaître la nécessité d'aligner la production sur l'intérêt du public. La qualité du contenu est une question très importante. Or, aujourd'hui, la production est devenue étroitement dépendante des tendances à la commercialisation et à la privatisation qui se généralisent et compromettent l'indépendance éditoriale.

Il importe donc en premier lieu de renforcer l'éthique journalistique à travers des mécanismes

d'auto-régulation tels que commentés plus haut. Il est primordial d'établir des mesures de contrôle de qualité plus exigeantes, qui incluent des critères plus larges que ceux habituellement attachés aux médias : le genre, le développement, l'environnement, les conflits, etc.

Il serait utile de recourir à des systèmes externes de gestion de la qualité comme celui de CERTI-MEDIA⁶.

A tous les niveaux, les propositions de formation doivent être adaptées à ces critères de qualité. Les rémunérations des journalistes devraient être augmentées de manière à encourager les initiatives et l'innovation.

Enfin, il est recommandé d'appuyer le renforcement de leurs compétences multimédia de manière à leur permettre de mieux se familiariser à un environnement de technologies convergentes.

La formation des médias

On touche ici à la question clé du développement des médias. Les organismes de formation doivent être renforcés.

Il faut envisager des actions de lobbying et de sensibilisation auprès des ministères en charge de l'éducation afin de les inciter à tout mettre en œuvre pour que le système éducatif permette l'accès à un niveau de connaissances générales suffisant.

Favoriser la mobilité et les échanges entre étudiants, éducateurs et formateurs devrait permettre d'améliorer l'enseignement du journalisme et des études médiatiques.

Les gouvernements doivent être amenés à augmenter les allocations budgétaires affectées à l'éducation et plus particulièrement aux filières concernant les médias.

Le fonds de soutien auquel nous faisons référence plus haut devrait consacrer une part suffisante de ses budgets à la formation des médias.

La recherche sur la formation en journalisme doit

enfin être améliorée. Il y a urgence à constituer une banque de données des offres en formation disponibles.

Un développement des médias à l'africaine

Rien de réellement nouveau dans les recommandations issues du STREAM. Elles réaffirment néanmoins les positions africaines et donnent des indications précieuses sur ce qu'il est possible de réaliser.

L'initiative a également permis d'aboutir à une compréhension et une analyse partagées des dynamiques de développement des médias en Afrique.

Elle a encore le mérite d'affirmer la nécessité de progresser davantage dans la clarification du concept de "développement des médias" et de sa signification spécifique dans les contextes africains. Il ne peut y avoir de définition unique. Il faut tenir compte de la diversité des cultures qui caractérise le continent tout en intégrant les principes fondamentaux de la démocratie en matière de médias et de communication.

L'Afrique doit pouvoir s'approprier toute stratégie de développement de ses médias. L'engagement africain ne peut plus se contenter d'être simplement représentatif. Les structures et processus doivent être réellement africains. Cela signifie que les Africains, dans leur diversité géographique et culturelle, doivent se rassembler pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer ensemble les initiatives de développement des médias.

L'Union africaine doit être mobilisée et les différentes instances de gouvernance doivent tenir les engagements de principe auxquels elles ont souscrit.

Toutefois, il faudra veiller à ne pas s'enfoncer dans une logique purement institutionnelle. Le rôle des institutions doit se cantonner à la prise d'initiatives et à leur coordination. Mais des plates-formes d'actions multi-acteurs doivent pouvoir prendre en charge la mise en œuvre qui rassemble aussi bien les bailleurs de fonds, les gouvernements, la

société civile, les entrepreneurs privés, les citoyens ordinaires.

A partir des recommandations de l'AMDI et du STREAM, l'initiative pour les médias africains (African Media Initiative – AMI), pilotée depuis les bureaux de la BBC World Service Trust, a désormais pour mission de développer des propositions concrètes susceptibles de guider les efforts de développement des médias du continent. Elle débute à peine ses travaux. Espérons qu'elle parviendra à conserver le cap décrit dans cet article.

⁰ Professeur à l'école de journalisme et d'études sur les médias de l'université de Rhodes (Afrique du Sud).

¹ Eurasian Media Forum. Windhoek Declaration on Promoting an Independent and Pluralistic African Press.

(<http://www.eamedia.org/windhoek.php>)

² "Notre intérêt commun"

(www.commissionforafrica.org/french/report/introduction.html)

³ www.internews.org

⁴ Voir BBC World Service Trust (2006), Research summary report: African media development initiative. London, The BBC World Service Trust ; ainsi que BBC World Service Trust. (2006). African Media Development Initiative

(http://www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml. Accessed on 2006/09/11)

⁵ UNECA (2006). Strengthening Africa's media: building sustainable institutions to bolster the public sphere and nurture effective states. Report of the workshop held at Economic Commission for Africa. Addis Abeba, Ethiopia. 9-10 March 2006.

⁶ www.certimedia.org

Le COTA

Le COTA est une association indépendante de solidarité internationale (ONG de droit belge), qui oeuvre au renforcement des capacités d'action, d'analyse et de réflexion des acteurs engagés dans la coopération développement.

Forte d'une équipe interne pluridisciplinaire et d'un réseau étendu d'experts externes, l'ONG offre des services d'information, de formation, d'étude, d'appui et de conseil, de mise en relation de personnes et institutions. La plupart des études réalisées sont des évaluations de projets/programmes ainsi que des études thématiques en lien avec des pratiques de coopération/développement.

Ces services sont fournis à travers divers vecteurs : centre de documentation en réseau, site Internet, réunions, animations d'ateliers, interventions dans des formations, rapports d'étude, publications de revue et d'ouvrages...

Le COTA est également engagé dans des activités d'éducation au Développement.

Agréé en Belgique par la Direction Générale de la Coopération au Développement (DGCD), le COTA est membre du conseil d'administration de la fédération des ONG de développement francophones et germanophones de Belgique (ACODEV) ainsi que de l'Agence pour la Promotion des Énergies Renouvelables, du Centre National de Coopération au Développement (CNCD) et du réseau des centres de documentation SUDOC (www.sudoc.be).

Hormis ses activités récurrentes, durant le trimestre qui vient de s'écouler, le COTA a notamment réalisé les activités suivantes :

- La finalisation de l'évaluation à mi-parcours du projet "Produire des semences de céréales en milieu paysan au Mali" mis en œuvre par OXFAM Solidarité.
- La finalisation de l'évaluation du programme de microinterventions (MIP) de la coopération belge avec la 3^e et dernière mission de terrain en RDC.
- Une mission au Mali de formation et d'accompagnement à la planification stratégique, des formateurs et responsables du CEPID (Cabinet d'Etudes et Planification des Interventions pour le Développement), centre de formation et de consultation actif dans le domaine de la décentralisation.
- Quatre missions d'appui méthodologique pour la préparation de cadres logiques en vue de l'élaboration de projets interuniversitaires au Vietnam, en Inde, au Cameroun et au Brésil.
- L'évaluation de la Commission agriculture et alimentation (C2A) de Coordination Sud (Paris).
- Une formation (une journée) de coopérants de Volens : "Initiation à la Gestion du cycle de projet".
- Une animation de débat sur le thème "Mondialisation, altermondialisation, rapports Nord-Sud" dans le cadre de la Foire Internationale du Livre de Bruxelles.

Pour toute information supplémentaire, consultez notre site Internet ou contactez-nous par téléphone au +32 2 218 18 96 ou par courrier électronique à info@cota.be.



Créer des espaces pour les voix de tous

Birgitte Jallov*

Photo : COTA
Animatrice de Radio Mampito à Fianarantsoa - Madagascar

S'ils sont conçus et orientés de manière à permettre de mieux traduire les préoccupations des gens et réellement répondre à leurs besoins en information et en communication, les médias peuvent jouer un rôle crucial dans l'empowerment¹ des groupes vulnérables et marginalisés ...

Sans information et moyens de communication, il est impossible de prendre des décisions motivées ou d'influencer le moindre débat. Assurer l'accès à une information appropriée et créer des canaux d'expression est pourtant important. Mais comment s'assurer d'atteindre ceux qui en ont le plus besoin? ²

Le consortium pour le changement social³ et le centre pour la gouvernance du PNUD à Oslo⁴ ont développé un outil qui permet, aussi simplement que possible, d'identifier les besoins des groupes les plus vulnérables et marginalisés. L'objectif : progresser vers une véritable "communication pour l'empowerment" (CpE).

Appuyer les médias pour la communication pour l'empowerment.

Un faisceau croissant de travaux attestent que la participation de tous est requise pour parvenir à atteindre les Objectifs du Millénaire (ODM). Cela ne peut-être envisagé que si la communication assure l'empowerment des plus pauvres et des plus marginaux en leur permettant d'être mieux informés sur les décisions qui affectent leurs vies et de disposer de canaux pour se faire entendre et interférer sur ces décisions. Ce n'est pas possible dans un mode de communication vertical.

Des audits en matière d'information et communication doivent permettre de repérer les besoins et les lacunes à combler dans ces domaines de manière à mieux situer les aspects sur lesquels doivent porter les améliorations et déterminer les conditions dans lesquelles l'utilisation de l'information et de la communication peut contribuer à augmenter significativement les chances de progresser réellement vers les ODM.

Un guide pratique de la CpE publié en 2006⁵ était à la base de ce travail. Son but était d'inciter et d'aider à ce que les méthodes de la CpE puissent systématiquement être mises à profit dans la planification et la mise en œuvre des stratégies

nationales de réduction de la pauvreté et des Plans Cadres des Nations Unies pour l'Aide au Développement.

L'information et la communication pour tous doit être une préoccupation centrale des stratégies et actions de développement si l'on veut aboutir aux changements désirés.

Un programme pilote est en train de tester la CpE ainsi que les outils et méthodes qui y sont associés. Cinq pays doivent y prendre part. Madagascar et le Mozambique ont déjà commencé. Un pays africain supplémentaire et deux pays asiatiques devraient le faire bientôt.

L'appui accordé aux médias doit être orienté de façon à répondre aux besoins des groupes les plus vulnérables et marginalisés. Il faut faire en sorte que les médias contribuent à transmettre à ces groupes les compétences et capacités requises pour :

- leur fournir l'information dont ils ont besoin et qu'ils souhaitent recevoir,
- mettre en place et mettre à leur disposition des canaux leur permettant de discuter et d'exprimer leur point de vue sur les questions qui les concernent.

Plusieurs facteurs rendent cela possible aujourd'hui :

- le développement des technologies dans les pays en développement ;
- on reconnaît de plus en plus l'influence des médias sur les stratégies de développement ;
- il est désormais admis que les initiatives qui fonctionnent et ont de l'impact sont basées sur la participation ;
- les initiatives de communication cherchant à habiliter les populations sont de plus en plus nombreuses ;
- la communication apparaît comme essentielle pour atteindre les ODM⁶.

Un processus d'audit et d'évaluation des besoins en matière d'information et de communication tel qu'il est initié dans le cadre de ces initiatives pilotes a pour objectif d'identifier :

- les besoins d'information et de communication des groupes vulnérables ;
- à quel point ces besoins sont satisfaits (et où

se trouvent les lacunes à combler?) ;

- comment ils le sont (à travers quels canaux d'information et de communication?).

Les résultats attendus dans chaque pays impliqué sont :

- des rapports proposant des réponses stratégiques aux besoins identifiés ;
- la mise en œuvre de projets pilotes destinés à tester ces réponses (des fonds supplémentaires seront dès lors nécessaires) ;
- la constitution d'un groupe d'acteurs nationaux qui pourront suivre le processus et veiller à sa continuation.

Plus généralement, on espère pouvoir en déduire un outil permettant de mieux intégrer l'information et la communication à une place centrale dans les stratégies de développement nationales et internationales.

Les résultats du programme pilote devraient pouvoir être rendus publics au début de l'année 2009.

Les radios communautaires : une solution efficace...

Les observations réalisées jusqu'à présent à Madagascar et au Mozambique portent surtout sur l'accès aux médias nationaux et sur l'efficacité des services de radiotélédiffusion publics. Mais les radios communautaires apparaissent comme la source d'information la plus fiable et dégagent le plus d'espaces pour le débat et le dialogue.

C'est un fait que l'on commence à admettre. Enfin, les défenseurs des radios communautaires sont mieux compris et suscitent de l'intérêt quand ils évoquent le rôle important qu'elles peuvent jouer en faveur du développement.

Il a fallu un long travail de sensibilisation et de lobbying pour que cet argument soit perçu comme recevable.

Il est désormais clairement établi que, si nous voulons sérieusement initier des changements et un développement durables, nous devons commencer par travailler là où se trouvent les gens, en particulier les plus pauvres ; aussi les

plus difficiles à atteindre. Il est nécessaire de les inclure dans les processus de développement afin qu'ils puissent identifier leurs rêves et leurs visions et trouver le moyen de les concrétiser. La communauté internationale commence à réaliser que la radio communautaire est un des outils les plus puissants pour y parvenir.

Ainsi, par exemple :

- A l'issue du congrès mondial sur la communication pour le développement (Rome - septembre 2006), il est notamment recommandé de s'assurer que les populations ont accès à des outils de communication qui leur permettent de communiquer au sein de leurs communautés et avec ceux qui prennent les décisions qui les affectent ; et les radios communautaires et les autres médias communautaires sont citées comme des moyens d'y parvenir⁷.
- la 10ème table ronde des Nations Unies sur la communication (Addis Abeba, février 2007) conseille aux agences, programmes et fonds d'intégrer la communication dans toutes les phases de la gestion des programmes et des projets (planification, exécution, suivi, évaluation)⁸.
- le rapport de la Commission pour l'Afrique mise sur pied par Tony Blair en 2004 souligne le rôle de la radiotélédiffusion et des méthodes publiques de communication dans la prévention des maladies et l'amélioration de la santé publique et recommande que les gouvernements favorisent l'implication des communautés dans l'amélioration des résultats de la santé et oeuvrent au renforcement de la transparence⁹.

Ces idées commencent à transparaître dans les politiques de coopération de certains partenaires. Ainsi, en préambule à sa politique sur la "culture et les médias dans la coopération au développement", l'agence de coopération suédoise (Sida) déclare que son travail avec la culture et les médias est fondé sur les droits des individus (les droits à la liberté d'expression, d'exercer des activités culturelles et créatives, d'accéder à de l'information, au savoir et à la connaissance, de transformer ces derniers en actions, de se libérer de la pauvreté). Mais le rôle déterminant que les interventions culturelles et les médias doivent

jouer dans la coopération suédoise n'est pas seulement une question de droit, c'est aussi un gage d'efficacité. C'est parce que les gens qui vivent dans la pauvreté sont réellement capables d'exercer une influence, d'accéder et de participer au débat public, qu'il devient possible de combattre l'injustice, la faim, les conflits et les abus de pouvoirs¹⁰.

... mais pas miraculeuse

Les radios communautaire sont enfin perçues comme un des moyens les plus simples et les plus efficaces pour provoquer des changements centrés sur les gens et maîtrisés par eux. Le fait est que cela fonctionne. De nombreuses expériences en témoignent dans les milieux ruraux des pays en développement.

Mais ce nouvel enthousiasme, si longtemps espéré, ne doit pas pour autant nous amener à recourir aux radios de façon mécanique comme s'il s'agissait du "nouveau truc en vogue garantissant le succès". Il est important de ne pas oublier les réalités des terrains ruraux et les problèmes concrets qu'entraîne l'utilisation de ces outils et espace d'information et de communication que sont les stations communautaires.

La simplicité apparente de cette solution n'est pas forcément synonyme de facilité car les radios sont très fragiles¹¹. Si elles sont appelées à jouer un rôle de plus en plus important, et sans doute pour longtemps encore, de nombreux défis restent à relever.

De plus en plus d'acteurs de la coopération sont prêts à les intégrer dans leurs activités et un grand nombre de radios communautaires risquent d'émerger du jour au lendemain sans appui ni expérience aucune. Quelques-unes de ces stations remporteront certainement à court terme de nombreux succès¹². A condition cependant d'évoluer dans un cadre organisationnel qui garantisse :

- leur appropriation par la communauté ;
- la représentativité des volontaires employés dans la radio ;
- leur capacité à réaliser une programmation appropriée et pertinente ;
- leur capacité à apaiser les tensions et les dif-

- férents au sein de la communauté (car il arrive au contraire qu'elles les exacerbent) ;
- leur viabilité et leur capacité à faire face aux problèmes financiers ;
 - leur aptitude à attirer des partenaires et à conclure des partenariats¹³ ;
 - leur capacité à mettre en place et à respecter des pratiques de suivi-évaluation réellement participatives¹⁴.

Pour tout cela il faut naturellement qu'au niveau national un environnement légal puisse aussi être aménagé de manière à favoriser le travail des stations dans leur mission d'empowerment des individus et des communautés.

Parvenir à seulement enclencher ce processus d'empowerment requiert du temps. Il est important de bien garder cela à l'esprit. Tous les partenaires impliqués dans la création de radios, bailleurs inclus, doivent comprendre qu'il faut au moins compter 5 ans. Pour qu'un impact soit perceptible, il faut se donner 10 ans. Mais cela en vaut la peine. Car sans cela, il ne sera pas possible d'aboutir à un développement durable qui inclut chacun.

^{*} Spécialiste de la communication pour le développement (birgitte-jallov@mail.dk).

¹ L'empowerment renvoie à l'augmentation du pouvoir spirituel, politique, social et économique des individus et communautés. Cela inclut le développement de la confiance en leurs propres capacités. Dans sa traduction en français de l'étude dont il est question plus bas, le PNUD a préféré employer le terme "habilitation". L'auteur a conservé le terme anglais, jugeant la traduction du PNUD trop imparfaite.

² En guise d'introduction à cette problématique, consulter : James Deane (2005), Why Media Matter: Ensuring the World's Poorest People have a say, CFSC-BBC World Trust (www.communicationforsocialchange.org/mazi.php?id=5).

³ www.communicationforsocialchange.org

⁴ www.undp.org/oslocentre

⁵ www.undp.org/oslocentre/docs06/translations/French%20translation%20-%20Communication%20for%20Empowerment.pdf

⁶ Pour les médias et la communication dans les stratégies de développement et les ODM, se référer à la bibliographie thématique proposée à la fin de ce dossier.

⁷ World Congress on Communication for Development, 2007. The Rome Consensus. Communication for Development. A Major Pillar for Development and Change, Rome, January.

(<http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/RomeConsensus07.pdf>)

⁸ United Nations, 2007. Towards a Common UN System Approach. Achieving the Millennium Development Goals. Report of the 10th UN Inter-Agency Round Table on Communication for Development, Addis Ababa, 12-14 February (<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001558/155880e.pdf>)

⁹ Commission for Africa, 2005. Our Common Interest. Report of the Commission for Africa, London, March.

http://www.commissionforafrica.org/english/report/thereport/english/11-03-05_cr_report.pdf

¹⁰ Sida (Swedish International Development Cooperation Agency), (2006). Culture and Media: policy in development cooperation, Stockholm.

¹¹ Sur cette question, consulter notamment B. Jallov, City Radio for Empowerment and Impact, dans Development Journal (December 2004), et l'article de Stéphane Boulc'h à la fin du présent dossier.

¹² Voir les expériences relatées dans :

<http://www.sida.se/shared/jsp/download.jsp?f=EACMP+Impact+Assesment+Report-FINAL+REPORT.doc&a=33466>

¹³ Lisa Canon (1999), Life beyond Aid.

¹⁴ Voir B. Jallov, Assessing Community Change: Development of a "Bare Foot" Impact Assessment Methodology, dans Radio Journal (July 2005).





Les médias indépendants sont une composante majeure du progrès

Marco Domeniconi*



Photo : Fondation Hirondele
Studio 1 de la radio Okapi à Kinshasa - RDC

Le soutien aux médias indépendants reste accessoire dans la panoplie des outils de l'aide internationale au développement ou dans les situations d'urgence. Pourquoi? "Probablement, explique Jean-Marie Etter¹, parce que le statut particulier de la presse, son caractère volontairement indocile, la rendent difficile à inclure dans des stratégies publiques internationales..."

Les faits sont là : les contributions d'organismes tels que USAID, DFID, ou la Commission européenne à la presse indépendante sont faibles, voir négligeables proportionnellement à leurs budgets. Dans leurs organigrammes, il n'y a pas de ligne budgétaire spécifique pour la presse. Il n'y a pas de véritables "divisions médias" en tant que telles, même si certains de ces organismes se sont dotés de spécialistes qui les conseillent dans ce domaine, mais ne décident pas. De nouveaux domaines d'intervention sont apparus, tels que "bonne gouvernance et démocratie" ou "ressources naturelles et environnement". Dans le domaine des médias, rien ou très peu. Pourtant,

l'aide aux médias existe. "Dans les décennies écoulées, relève Jean-Marie Etter, il y a eu des modes: les radios rurales, par exemple, ou les radios communautaires, qui aujourd'hui encore trouvent parfois les faveurs des décideurs. L'on retrouve actuellement des projets concernant les médias, mais ils sont utilisés comme soutien à un objectif général plus large. Pour un programme d'aide à la gouvernance, pour le soutien à la mise en place d'un processus électoral, pour un projet de soutien à la justice internationale, l'on se souvient tout d'un coup que les médias existent et qu'ils pourraient contribuer à l'action projetée. C'est dire que les médias sont considérés comme un moyen d'appui à d'autres objectifs, mais que la constitution de secteurs médiatiques forts et indépendants n'est pas considérée comme un but en soi". L'information factuelle: un outil de paix et de lutte contre la pauvreté. Or, l'information est une composante majeure du bon fonctionnement politique et économique d'une société. Le droit à l'information est un droit fondamental. Là où des populations entières en sont privées, il serait de la

responsabilité première de l'aide internationale de créer ou de développer des médias indépendants au même titre que de soutenir l'alimentation ou l'éducation. L'information des citoyens est un outil d'une extraordinaire puissance pour contribuer à la paix dans les situations de conflit. Les conflits sont alimentés par la propagande et la rumeur qui suscitent la violence, la méfiance et la haine. L'information factuelle désamorce ces tensions. C'est une réalité que la Fondation Hirondelle constate quotidiennement dans son travail.

“L'information citoyenne et civique, souligne Jean-Marie Etter, permet de construire des sociétés responsables, mais il ne suffit pas d'y penser en période électorale. Il faut la concevoir sur la durée. L'information indépendante, on l'oublie ou on le néglige presque toujours, est aussi un puissant accélérateur de la prospérité économique, du bien-être social, et un instrument de la lutte contre la pauvreté. La Banque Mondiale a consacré à ce thème un livre intitulé “Le droit d'informer”, dans lequel Prix Nobel, chercheurs et patrons de presse livrent une contribution documentée et concrète à la liberté de la presse²”. Les médias sont une priorité en soi. Autant de raisons, donc, pour donner à l'information indépendante une place claire et importante dans les budgets de l'aide humanitaire et de la coopération. Mais aujourd'hui, l'information indépendante est la grande absente de la doctrine généralement admise.

“Cette mise à l'écart, suppose Jean-Marie Etter, est probablement due à une conjonction de facteurs différents. D'abord, une certaine méfiance à l'égard des journalistes en général, personnages que l'on sait encore souvent rétifs à tout encadrement, peu contrôlables et peu prévisibles. Ensuite, la difficulté à mesurer l'impact des projets médias.”

“Dans le cas des radios de la Fondation Hirondelle, nous prévoyons systématiquement

des études d'audience qui nous permettent de mesurer le taux d'écoute et d'apprécier les réactions des auditeurs à nos programmes. Mais, en zone de conflit, il n'y a pratiquement pas de bases statistiques et l'organisation de sondages est d'autant plus difficile et chère. Et même lorsque l'on sait qu'il y a un véritable succès d'audience, les instruments manquent pour évaluer l'impact des programmes sur la citoyenneté, sur la capacité de chacun à mieux participer personnellement au destin collectif. La Fondation Hirondelle travaille avec des chercheurs universitaires sur ces instruments de connaissance. On avance, mais on manque encore de réflexion globale, de stratégies.”

Faut-il aider les radios communautaires ? Ce serait politiquement correct, peu intrusif dans le tissu politique local, et cela favoriserait la prise en main de petites collectivités par elles-mêmes.

“Je crois – poursuit Jean-Marie Etter – qu'il est utile et nécessaire de soutenir des radios communautaires. Mais il faut savoir ce que l'on recherche: de telles radios ne peuvent atteindre la taille critique nécessaire pour développer une activité journalistique significative au niveau d'un pays entier, pour jouer un rôle social qui dépasse le cadre précis de leur communauté. Elles sont appelées à jouer un rôle utilitaire. Si on ne leur demande rien d'autre, elles seront à la hauteur de leurs objectifs. Et l'on peut avoir le même type de réflexion pour les radios rurales. En soutenant ces radios, l'on apporte une contribution essentielle à la prise en charge par elles-mêmes des communautés dont elles sont issues, mais l'on ne construit pas des médias indépendants forts, capables de contribuer au fonctionnement démocratique, d'influer durablement sur les équilibres sociaux et politiques d'un pays”. La radio est encore le média le plus populaire. C'est donc un paysage médiatique global que la Fondation Hirondelle veut prendre en compte, avec ses différentes composantes : la radio, qui reste souvent le média le plus puissant et le plus



Photo : Fondation Hironnelle
Ecoute entres mamans - RDC

que l'on pourra aujourd'hui trouver les bons modèles. Ils sont à réinventer." Les médias indépendants méritent d'être reconnus comme une composante majeure du progrès. Ils méritent d'être considérés non pas comme des instruments pour d'autres causes, mais comme une priorité en soi. "Ils méritent des stratégies globales et courageuses, conclut Jean Marie Etter, des budgets importants pour pouvoir assumer leur rôle. Dans un univers où se redéfinissent les relations entre les bénéficiaires de l'aide internationale et les donateurs, une prise en compte massive du secteur des médias indépendants pourrait modifier profondément la donne actuelle".

populaire, la télévision, présente dans les grandes villes et dont le rôle s'accroît, la presse écrite, les nouveaux médias.

"Il faut prêter une attention particulière aux radios et télévisions nationales, affirme Jean-Marie Etter. Malgré leur fréquente sujétion au pouvoir, et peut-être à cause de celle-ci, elles ont besoin d'un véritable soutien. De manière générale dans le secteur des médias, c'est l'indépendance éditoriale, donc aussi la responsabilité éditoriale, qu'il faut privilégier avant tout. Elle passe par l'indépendance économique des médias, qu'il faut aider à construire; elle passe par des mécanismes institutionnels et légaux. L'appareil législatif, protecteur de la liberté de la presse et prescripteur de responsabilités, est un élément fondamental ; elle passe aussi par la création d'associations professionnelles puissantes chez les journalistes ; elle passe par la création de cultures d'entreprises de médias fondés sur la rigueur professionnelle et sur l'éthique personnelle. Et, à cet égard, ce n'est d'ailleurs probablement plus dans la presse occidentale

* Journaliste, Fondation Hironnelle, Media for Peace and Human Dignity. (mdomeniconi@hironnelle.org)

¹ Président de la Fondation Hironnelle (jetter@hironnelle.org).

² <http://books.google.be/books?id=K43sOl4xr1MC&pg=PA254&lpg=PA254&dq=le+droit+%22d+informer%22+banque+mondiale&source=web&ots=yjGESVMvy-&sig=ooM8XqObwjRGsVNmiDVztdECmLU&hl=fr#PPP1,M1>

La **Fondation Hironnelle** est une organisation de journalistes qui crée des médias en zones de crises. C'est la seule organisation qui se soit spécialisée exclusivement dans ce domaine. Son siège est à Genève.

Depuis sa création, en 1995, elle a mis sur pied de nombreux médias indépendants en Afrique et dans d'autres régions du monde ravagées par des tensions ou des conflits. Dans ces situations, une information rigoureuse et professionnelle joue un rôle déterminant en faveur de la paix : elle dissipe les rumeurs, maintient l'attention sur les faits réels, évite les propagandes. Pour des millions d'auditeurs à travers le monde, les médias de la Fondation sont aujourd'hui encore la seule source d'information crédible et fiable.

La Fondation Hironnelle est aussi un éditeur de médias, surtout des radios. Elle a emprunté son nom à celui de la première station qu'elle a dirigé, radio «Agatashya»³. La Fondation Hironnelle travaille en zone de conflit endémique, de conflit ouvert, ou de post-conflit. Elle choisit les instruments les mieux adaptés à une situation donnée. Il s'agit toujours de médias de proximité qui s'expriment dans les langues des usagers. Les médias de la Fondation pratiquent un journalisme fondé sur la rigueur. Toutes les rédactions sont dotées d'une Charte qui préconise la double vérification des sources, la distinction entre le fait et le commentaire, et qui définit droits et devoirs des journalistes. La Fondation prête une attention particulière à leur formation. L'information professionnelle est au centre des activités de la Fondation Hironnelle. Mais ses radios proposent tout ce qui constitue les médias modernes : musique, divertissement, émissions interactives,

émissions de service et magazines. Les programmes sont accessibles sur Internet. La Fondation Hironnelle veut collaborer à la résolution des conflits et à l'émergence de sociétés démocratiques et tolérantes. Elle veut contribuer à la formation d'une opinion publique responsable, citoyenne, ouverte au dialogue. Elle est particulièrement attachée à la justice, condition de la réconciliation. La Fondation Hironnelle travaille souvent dans l'urgence mais elle entend apporter son savoir-faire et son expérience aux collaborateurs des zones où elle travaille, afin de les aider à construire sur la durée des médias dont ils assurent la pérennité et le contrôle. Actuellement, la Fondation Hironnelle est active au Libéria (STAR Radio), au Népal (soutien à Radio Népal), en République Centrafricaine (Radio Ndeke Luka), en République démocratique du Congo (Radio Okapi), au Sierra Leone (Cotton Tree News), au Soudan (Radio Miraya) et en Tanzanie (Agence Hironnelle).

La Fondation Hironnelle emploie environ 250 collaborateurs; dont une dizaine dans son bureau de Lausanne. De nombreux gouvernements financent ses projets: la Communauté européenne, la Suisse, la Hollande, la Suède, la Grande-Bretagne, la France, le Canada, les Etats-Unis, la Norvège, la RFA et le Japon. De nombreuses organisations collaborent avec la Fondation; mentionnons le département de maintien de la paix des Nations Unies, avec lequel la Fondation Hironnelle travaille en partenariat sur Radio Okapi en RDC et Miraya FH au Soudan.

³ « Agatashya » signifie «Hironnelle» en kinyarwanda. La Fondation a gardé ce nom parce qu'il est simple et universel.

Site Internet de la fondation Hironnelle :
www.hironnelle.org

Sites Internet des médias qu'elle a mis en place :
www.radiookapi.net www.hironnellenews.com
www.mirayafm.org www.radiondekeluka.org
www.cottontreenews.org www.strarradio.org.lr



Pour une remise en question des modèles de financement et de formation des médias de proximité

Stéphane Boul'h*

Photo : Fondation Hirondele
Journaliste de Cotton Tree/Neus - Sierra Leone

Maintenant que les déclarations de principes (re)reconnaissent les avantages qu'il y aurait à mieux intégrer les médias de proximité dans les stratégies de développement, ne faudrait-il pas remettre en questions les logiques de l'appui qu'on leur accorde?

Loin d'être des experts en matière d'aide aux médias, d'après les observations que nous avons pu faire de la situation des radios de proximité ouest-africaines, c'est une question qu'il nous paraît tout de même opportun de poser.

Pourquoi le faire à partir du cas particulier des radios de proximité?¹ Parce que, les autres articles de ce numéro et l'abondante littérature qui leur est consacrée en attestent, depuis de longues années maintenant, tout le monde nourrit de grands espoirs à leur égard. En raison de leur expansion spectaculaire et de leur indéniable influence sur les auditoires, elles sont pour le moment la manifestation la plus visible des évolutions opérées ces vingt dernières années dans les discours sur la communication pour le développement en Afrique. A notre avis, bon nombre des réflexions que nous posons à partir de leur exemple pourraient s'appliquer à d'autres

médias. Tout au moins elles devraient inciter à le faire...

Aide-toi, le ciel t'aidera

Les radios de proximité sont les hérauts de toutes les utopies à la mode. L'intérêt qu'on leur porte nous semble d'ailleurs parfaitement justifié. Mais, dans les faits, nous ne sommes pas certains que leur réputation se soit améliorée en proportion des louanges qu'on leur adresse. Il y a six ans, nous déplorions combien bailleurs et ONG mésestimaient ou sous-estimaient les potentiels des radios dites "communautaires"². Les choses ont-elles réellement évolué?

Beaucoup de stations meurent trop jeunes. Car trop nombreux sont les investisseurs focalisés sur l'urgence de multiplier les stations, qui sont obsédés par la nécessité de "faire du chiffre". Leur intérêt se porte davantage sur le nombre de radios locales installées dans l'année, que sur la qualité de leur ancrage communautaire, la stabilité de leur fonctionnement après quelques années d'existence ou la pertinence de leur programmation du point de vue des besoins des populations.

On admet qu'il faut du temps pour implanter une station de proximité mais l'appui n'est dispensé que dans le court terme et ne consiste qu'en l'installation de la radio dans ses locaux et l'acquisition du matériel au détriment du suivi et de l'accompagnement sur le moyen et long terme. Pourtant, dans le même temps, les exigences de qualité et de viabilité à leur égard sont de plus en plus fortes. On n'a jamais autant exigé qu'elles démontrent l'impact de leurs actions. Nous n'avons jamais autant entendu ou lu de commentaires stigmatisant leur manque de professionnalisme, leur incapacité à s'assurer une autonomie financière suffisante, etc.

Et les solutions qu'on leur présente pour y remédier sont toujours des énoncés de principes idéaux inadaptés à la réalité... Une fois décrypté, le message qu'on leur adresse est le suivant : "Débrouillez-vous. Soyez de bonnes gestionnaires, vous êtes des entreprises comme les autres". On compte en somme sur les vertus de la sélection naturelle... Est-ce une bonne façon de les aider et d'aller jusqu'au bout des ambitions de développement dont on se gargarise?

Les considère-t-on comme il faut?

Très rares sont les commentaires les concernant qui les regardent autrement que comme des "outils" ou, à la rigueur, "des espaces de dialogue et de débat". Comme c'est impersonnel et surtout, comme c'est commode pour négocier les conditions de leur intervention !

Comme n'importe quel média, les radios de proximité sont des outils d'information et de communication. Mais leurs diverses fonctions au sein de la communauté, les attentes des populations ou des institutions locales dépassent très largement celles que l'on attribue à un simple support destiné à véhiculer des messages et de l'information, un simple porte-voix d'opinions diverses. Leurs apports outrepassent de très loin les services rendus aux diverses campagnes qui les emploient.

Les radios locales de services aux communautés sont des actrices à part entière de la vie et du changement social parce que :

- leurs fonctions les situent au centre de

débats, de processus de concertation et de médiation ;

- même lorsqu'on les cantonne tacitement dans le rôle de témoin passif, elles participent bel et bien à ces rencontres ;
- elle sont constamment amenées à opérer des choix et des jugements dans leurs stratégies, dans l'information qu'elles dispensent, dans les partenaires qu'elles approchent ;
- elles doivent en outre inciter les gens à s'intéresser à leurs activités ou à d'autres projets, et endosser par là-même un rôle d'influence.

Tant qu'on n'aura pas admis que les radios sont des actrices à part entière de la société civile³, elles seront toujours considérées par les politiques ou les intervenants de la coopération comme des seconds couteaux tout juste bons à exécuter des stratégies décidées par d'autres... Les options de collaboration en resteront à ce qu'elles sont, les opportunités de renforcement, les chances d'émancipation demeureront limitées ; l'évolution du secteur tout entier s'en trouvera ralentie...

On attend des radios de proximité qu'elles facilitent les synergies et la mobilisation des communautés sur les questions de développement auxquelles elles sont confrontées. Comment pourraient-elles y parvenir si elles ne sont pas admises dans le tissu social, culturel et institutionnel comme des interlocutrices dignes de ce nom? Sont-elles aidées pour s'affirmer comme tel?

Quelles formations leur destiner?

Malgré quelques ouvertures récentes, rares encore sont les opportunités de formations qui sortent du canevas technique de base. Il faut dire que les principaux intéressés orientent rarement leurs demandes au-delà. Le coût des modules de formation offerts et la disponibilité qu'ils réclament font qu'on va limiter ce type de dépenses au strict nécessaire et sauter sur toutes les offres de stage gratuites ou les moins chères qui se présentent, quelles que soient leur adéquation aux besoins réels. Même lorsque des besoins plus larges sont ressentis, ils ne sont pas forcément exprimés.



Photo : COTA
Technicien de la radio Kafo de Oualia - Mali

renforcement de compétences de médias de proximité?

Les professionnels des médias à qui l'on confie le soin de former les agents de radios apportent des compétences et des préceptes qui sont parfois en décalage avec les enjeux du développement local, ou qui ont une vision plus réduite du rôle des médias dans la vie sociale ; ils amènent aussi des critères de travail qui ne sont pas toujours compatibles avec ceux de la coopération (qui ne sont pas forcément davantage pertinents).

D'une certaine manière, les radios locales de service aux communautés (RLSC) se retrouvent écartelées entre les besoins et contraintes de leur milieu, les critères de qualité du monde des médias et ceux de la coopération, des considérations théoriques empruntées à des logiques gestionnaires étrangères, des normes techniques empruntées à d'autres réalités. Ils ne convergent pas toujours. Sans compter que les priorités des uns ne sont pas forcément celles des autres. Qui fixe le juste milieu?

Encore faudrait-il être capable de le faire...

On a peu capitalisé sur les usages et la réflexion sur les fonctions possibles des stations est encore peu avancée. On manque cruellement de concepts, de modèles pour décrire certaines situations, de critères pour les comprendre ou d'indicateurs suffisamment reconnus pour en témoigner. Aussi, comment l'offre et la demande en formations évolueraient-elles? La dépendance financière, envers le partenaire/promoteur du Nord et le bailleur de fonds, engendre un effet pervers selon lequel on hésite un peu trop souvent encore à critiquer leurs propositions stratégiques... Après tout, qui est l'expert?

Les bailleurs de fonds et les promoteurs de médias en général poussent à une professionnalisation accrue des radios. Mais à quelles conceptions de la communication ou des médias en général, les exigences qui en découlent font-elles référence? Si on se fie aux propos tenus dans l'éditorial qui ouvre ce numéro, le monde de la coopération est-il réellement en position d'apprécier les besoins en

Un appauvrissement des pratiques?

On lit et on entend également beaucoup de plaintes concernant le manque de créativité des équipes de RLSC. Si les producteurs des RLSC ne s'évertuaient pas à essayer de copier les grands médias que les formations leur donnent en exemples, peut-être en serait-il autrement? Ne sont-ils pas poussés à rencontrer des critères qui, pour des raisons de ressources ou de matériel, leur sont de toute façon inaccessibles?

De plus, les différents genres radiophoniques sont enseignés sous des formes stéréotypées. Cela aide les responsables de stations à mieux gérer les moyens et le temps d'antenne disponibles (à chaque modèle correspond une durée d'émission). Les agents peuvent ainsi être rapidement formés aux rudiments de la radiodiffusion et, dans une certaine mesure, trouvent un modèle théorique permettant de mieux jauger la qualité technique et esthétique de leurs prestations. Ces schémas, ces modèles



Photo : COTR
Comptable de la Radio Iberoquinada de Faticel - Niger

d'émissions devraient être présentés comme des sources d'inspiration, des amorces à la création propres.

Malheureusement, cette standardisation a plutôt pour effet de freiner la créativité. Les modèles sont rarement remis en cause et parfois appliqués systématiquement alors qu'ils mériteraient d'être améliorés, adaptés en fonction des objectifs poursuivis, des contextes ou des besoins de l'environnement. Leur application scrupuleuse contribue en partie au maintien de la radio dans ses usages éculés.

La norme fixant à l'avance les finalités contenues dans chaque genre, les implications en termes d'appui au développement qui ne sont pas prévues sont souvent ignorées. Si les agents de radios les méconnaissent, c'est parce que leur formation ne les y prépare pas assez.

Autre responsabilité des programmes de

développement : les commandes de productions sont très contraignantes sur la forme et sur le contenu. Il n'existe pas ou peu de financements qui autorisent les auteurs à libérer leur créativité, à faire de la pure fiction par exemple, si elle n'a pas un alibi "développementaliste", si le sujet traité ne se rapporte pas au VIH-SIDA, à la santé maternelle, au statut de la femme, aux pratiques agricoles, à l'alphabétisation... Quelle place reste-il à la culture dont on vante si souvent l'importance pour le développement humain?

L'influence du journalisme et des médias de masse

Un des plus grands problèmes dénoncés aujourd'hui est le manque de qualifications journalistiques, en particulier leur mauvaise maîtrise, voire leur mépris, des règles déontologiques du métier. L'essentiel de l'offre en formation se rapporte au journalisme.

Personne ne niera que contrôler un média implique une attitude responsable respectueuse de certaines règles élémentaires d'éthique. On a certainement raison d'inciter les médias à se préserver de toute forme de corruption, de partialité partisane ou de manipulation, à respecter les lois en vigueur dans leur pays, les règles élémentaires de politesse, de convivialité et de la liberté d'expression ; à s'en tenir autant à leurs droits qu'à leurs devoirs. Les références éthiques et juridiques sont absolument nécessaires. Ce qui nous préoccupe, c'est qu'on a peut-être trop tendance à en généraliser l'application à tous les médias, quelles que soient leur taille, leur vocation, leurs méthodes de travail ou leur identité juridique. Sans compter qu'elles postulent une certaine universalité éthique, largement inspirée des mœurs occidentales...

Les codes professionnels, les chartes diverses auxquels les mécanismes de (auto)régulation se réfèrent sont-ils adaptés aux mandats spécifiques des RLSC?

Elles ne sont pas uniquement des médias. Elles n'assument pas seulement des rôles de journalistes ou d'informateurs ou de communicateurs aux sens conventionnels de ces termes. Elles sont également, et peut-être même davantage, des animateurs et des médiateurs sociaux, des acteurs de la société civile, des agents de développement appelés à des responsabilités qui requièrent des qualifications plus larges que celles du journalisme.

Que les règles déontologiques de la presse s'appliquent à leurs activités qui regardent le journalisme, à certains contextes ou enjeux particuliers, tendus sur le plan politique ou contenant les germes de conflits violents (comme des périodes électorales par exemple), c'est une bonne chose. Mais doit-il en être de même pour leurs autres "casquettes"?

La place et le rôle des radios de proximité, en particulier de celles d'entre elles qui se disent "communautaires", sont par essence ambigus. Elles doivent affronter des problèmes identitaires sérieux et résoudre de nombreux conflits d'intérêts. Cantonner d'emblée leurs références au journalisme et aux grands médias ne nous

paraît pas une réponse satisfaisante.

Il est vrai que les jeunes "radioteurs" en herbe sont demandeurs de cette référence au monde de la presse professionnelle. Non seulement, même les régions pauvres et enclavées doivent pouvoir compter sur de bons et authentiques journalistes, mais en plus, c'est valorisant pour le secteur comme à titre individuel. N'oublions pas que les motivations de nombreux bénévoles à travailler pour une station se trouvent dans l'opportunité qui leur est offerte d'acquérir des qualifications qu'ils pourront éventuellement mettre à profit ailleurs.

Dans le contexte où ils sont amenés à exercer, vaut-il mieux être un "technicien professionnel" ou un acteur de la cité responsable et efficace? Peut-on être les deux à la fois? Si oui, quelles formations proposent de concilier les deux idéaux?

Des professionnels ou des militants?

Une bonne qualification offre des garanties certaines quant aux conditions d'entretien du matériel, à la qualité des programmes, à la fiabilité des services offerts, et par extension, à la viabilité de la station toute entière.

Or, les recrues des radios ne sont pas forcément suffisamment éduquées, peu d'entre-elles peuvent se prévaloir d'un diplôme, et encore plus rarement en communication ou en techniques audiovisuelles. Il faut faire avec.

C'est incontestablement un handicap, mais d'un certain point de vue, cela peut apparaître comme un atout. Certaines radios ont délibérément choisi d'éviter de faire appel à des professionnels parce qu'elles cherchaient à innover et aussi à favoriser la polyvalence et garantir l'esprit communautaire. Quelqu'un qui a par exemple travaillé dans une radio d'Etat peut reproduire certains schémas ou doit faire des efforts pour les contenir. On part ici du principe qu'il est plus efficace et plus sûr d'employer des personnes "neuves", jugées surtout sur leur intérêt et leurs capacités d'adaptation. C'est aussi un moyen d'éviter la reproduction tacite de schémas de communication hérités de modèles éculés, de réflexes hérités d'approches de masse, moins participatives, etc.



Photo : COTRA
Equipe d'animateurs de la Radio Ibero guinda de Faluel - Niger

Pour attirer de l'aide, certains commentateurs, acquis à la cause des médias du Sud, ont peut-être trop tendance à mettre l'accent sur les lacunes à combler, plutôt que sur les qualités à valoriser. La faculté de survivre et de travailler dans des conditions particulièrement précaires et instables en est assurément une. Le militantisme qui anime bon nombre de "radioteurs" de proximité africains en est une autre. Les met-on suffisamment en avant?

Bien sûr une bonne motivation ne suffit pas et l'amélioration des pratiques, comme la consolidation du secteur, passe inévitablement par une certaine professionnalisation. En outre, il est naturel que les "radioteurs" africains veuillent obtenir la reconnaissance de leurs pairs, qu'ils tiennent à ce que leurs compétences soient respectées et leurs mérites admis... A condition que le désir de rendre le secteur plus performant ne finisse pas par étouffer la spontanéité, la débrouillardise et la vocation même de ses forces vives, de leur identité même...

La volonté de professionnalisation à outrance des médias peut entraîner un autre risque : la "dé-communautarisation". Plus on a besoin de spécialistes, moins les communautés peuvent s'impliquer, moins elles peuvent contrôler le média, moins elles peuvent bénéficier des fonctions structurantes et formatrices de l'initiative...

Il faut donc trouver le juste équilibre entre l'amateurisme et le professionnalisme. Les opportunités de formations destinées aux radioteurs de proximité se doivent d'en tenir compte...

Comment est abordée la question du financement?

On néglige trop souvent d'aborder la problématique du financement des médias dans sa dimension globale. Or, la santé économique de la radio est proportionnelle à sa faculté de s'intégrer dans toute la dynamique de développement local,

de s'impliquer dans les initiatives du plus grand nombre d'acteurs. Une bonne assise financière dépend de la représentativité de la radio et de sa légitimité tant au regard des acteurs locaux que de l'extérieur (bailleurs de fonds, partenaires étrangers, etc). Se pencher sur l'économie de la radio revient aussi à s'interroger sur les modalités de participation des acteurs, des collectivités locales, des ONG, des pouvoirs locaux ou nationaux, de la communauté dans son ensemble, sur leurs capacités de concertation et d'organisation.

Trop de bailleurs de fonds conditionnent leur appui sur les seuls critères attestant de la capacité des communautés à assurer, à terme, seules la viabilité financière de leurs stations.

On a longtemps escompté que des capacités avérées de gestion, un matériel fiable et une bonne formation technique et méthodologique dans le maniement et l'entretien de l'équipement pouvaient constituer un bagage suffisant que les bénéficiaires pourraient à leur guise faire fructifier. Le volume de marché potentiel, le nombre d'annonceurs ou de partenaires susceptibles de louer les services de la radio sont les principaux critères permettant d'estimer la viabilité financière d'une station, y compris lorsque celle-ci n'est pas un média à vocation commerciale.

D'une façon générale, on investit plus volontiers dans l'implantation de radios dans des régions présentant des garanties économiques durables et suffisamment organisées. La pertinence de la réponse aux besoins ou la volonté d'implication des populations ne sont pas jugées déterminantes. Dans certains cas, on n'hésite pas à installer des stations dans des zones où il en existe déjà. Or, les régions les plus enclavées, les moins riches, les moins bien organisées et où les ONG ne sont pas actives sont celles qui tireraient le plus grand profit des vertus dynamisantes d'une radio communautaire...

Cette attitude est décalée par rapport aux besoins réels sur le terrain. Elle trahit aussi, selon nous, une vision limitée de ce que peut être l'apport de la radio de proximité en tant que catalyseur de développement.

Non seulement l'envie et la motivation de la communauté sont passées au second plan, mais on néglige les bénéfices directs ou indirects qu'une localité peut retirer de la présence d'une radio sur le plan social, culturel, économique⁴, politique mais aussi sur le plan organisationnel et sur celui du savoir général.

Lorsqu'on compare les coûts de la radio aux moyens de viabilité disponibles, on omet souvent de quantifier l'économie que représente la somme de ces bénéfices pour les programmes/projets de développement engagés dans la zone. Sans cela, beaucoup ne pourraient être menés à bien.

Les aides extérieures à long terme sont inévitables

Avant d'exiger d'une radio qu'elle parvienne à s'autogérer et qu'elle asseye son autonomie financière, encore faut-il que les investissements qu'on lui consacre soient pensés sur le long terme, et en fonction de choix pertinents de stratégies, d'équipements, de formations, de recrutement, de gestion, qui débouchent effectivement sur des opportunités de développement. Il y a quelque chose de cynique à exiger des stations de respecter des critères de viabilité sans leur en donner les moyens au départ.

Et quand bien même leur serait-il possible de diversifier jusqu'à un certain point leur sources de revenus, les possibilités locales sont trop réduites ou exigent un déploiement de compétences et de moyens dont elles ne disposent pas forcément d'emblée.

Les stations de proximité ne peuvent s'autofinancer sur le long terme, en particulier la part de leurs activités qui relèvent de leur mandat social, de fonctions collectives et transversales.

Idéalement, les collectivités doivent autant que possible accepter de les prendre en charge (et quand on parle de collectivité, c'est dans un sens large qui implique la population comme les acteurs institutionnels et associatifs présents dans la zone d'émission sans en être nécessairement issus), mais les bailleurs doivent comprendre que l'appui à la professionnalisation ou à l'émancipation des médias ne peut être envisagé que sur le

long terme. Il faut continuer à subventionner, peut-être dans une moindre proportion, mais sur la durée.

¹ COTA. Cet article reprend certains des propos développés dans l'ouvrage "Plaidoyer pour l'appui des radios locales de service aux communautés en Afrique de l'Ouest. Guide à l'intention des ONG et des bailleurs de fonds" (collection Hors Série, n°5bis), COTA- Institut Panos Afrique de l'Ouest, Bruxelles, 2008

² Dans le cas particulier des radios, nous sommes allergiques au terme "communautaire". Pour des raisons que nous détaillons dans l'ouvrage cité précédemment, nous jugeons que c'est un concept théorique ambigu et galvaudé auquel nous préférons celui de "radios de proximité" ou de "radios locales de service aux communautés".

³ Lire "ONG et radios communautaires en Afrique. Sur la même longueur d'onde ?" dans "Les Echos du Cota", n°95 (juin 2002) et "Radios communautaires en Afrique de l'Ouest. Guide à l'intention des ONG et des bailleurs de fonds (collection Hors Série n°5), COTA, Bruxelles, 2003. (www.cota.be).

⁴ Notons qu'elles sont les seuls acteurs de la société civile auxquels on dénie le droit de faire de la politique et de manifester un engagement idéologique...

⁵ Ce sont les seules entreprises dont on ne valorise pas les apports dans les diagnostics économiques locaux. Comment peut-on les juger si insignifiants sans se donner la peine de les examiner ?

POUR S'INFORMER ET S'ENGAGER SUR L'ÉCOLOGIE

Des interviews
de personnalités
engagées

Dans chaque numéro,
un dossier complet
sur un thème crucial

Ne manquez pas
le numéro
de mai sur
l'énergie végétale

DÉCOUVREZ LA REVUE DURABLE !

www.larevuedurable.com



Des
informations clefs
pour préparer
l'avenir

Des articles
rédigés par des
spécialistes

L'actualité
internationale
de l'écologie

Des
points de vue,
des campagnes,
des initiatives,
des indicateurs, etc.

Sur le thème du trimestre...

Recherches sur le thème du trimestre

Tous les documents avec une mention COTA (cote de rangement ou disponibilité) sont consultables au centre de documentation du lundi au vendredi de 9h à 13h et de 14h à 17h (sauf le vendredi matin). Les autres documents peuvent être commandé en librairie ou via l'éditeur.

Les principales ressources Internet :

www.cameco.org
www.comminit.com
www.communicationforsocialchange.org
www.fordfound.org
www.freevoice.nl
www.gret.org
www.hirondelle.org
www.i-m-s.dk
www.internews.org
www.unesco.org/webworld/ipdc/index.html
www.mediasupport.org
www.medienhilfe.ch
www.panoscanada.ca
www.panosinst.org
www.panoseasternafrika.org.ug
www.panos.org.uk
www.panosparis.org
www.panosouthasia.org
www.panos-ao.org
www.pressnow.nl
www.soros.org
www.osiafrica.org and
www.osiwa.org
www.waccglobal.org
www.apc.org
www.amarc.org
www.oneworld.net/

Les autres références :

>> Consolider les médias africains : une réflexion sur l'action des bailleurs de fonds

Pierre Daubert
GRET, Paris, France, 2004, 17 p.
Coll. Coopérer aujourd'hui, n°39
Cote Cota : 163-DAU-e
Référence Internet :
<http://www.gret.org/resource/pdf/cooperer39.pdf>

>> Appui aux médias africains : les politiques des bailleurs de fonds

Daniel Fra
GRET, Paris, 2000, 222 p.
Cote Cota : 163-FRA-a

>> African Framework for the Development of a Sustainable and Pluralistic Media

Economic Commission for Africa, Addis Ababa, Ethiopie, 2007, 48 p.
Cote Cota : 163-UNE-a

>> The Role of the Media (dossier)

In : D+C Development and Cooperation, vol. 31 n°7, 2004, p. 275-289
Cote Cota : S111.d

>> Media for Rural Development : a guide for media use

Paul-Mathias Braun
GTZ, Bonn, Allemagne, 2004, 32 p.
Cote Cota : 163-BRA-m

>> La communication pour l'habilitation : élaboration de stratégies médias pour appuyer les groupes vulnérables. Notes d'orientation pratique

PNUD, New York, 2006, 38 p.
Cote Cota : 160-UND-c

Référence Internet :

<http://www.undp.org/oslocentre/docs06/translations/French%20translation%20-%20Communication%20for%20Empowerment.pdf>

>> Media : a Key Player for Realizing Social Accountability. Orientation Guide

Swiss agency for Development and Cooperation (SDC), Berne, Suisse, 2007, 32 p.

Cote Cota : 163-SDC-m

Référence Internet (en français) :
www.deza.ch/ressources/ressource_fr_160505.pdf

>> Why Media Matter : Ensuring the World's Poorest People Have a Say

James Deane
CFSC-BBC, 2005, 20 p.

Référence Internet :

[http://www.communicationforsocialchange.org/mazi.php?id=5\)#70](http://www.communicationforsocialchange.org/mazi.php?id=5)#70)

Médias, objectifs du millénaire et lutte contre la pauvreté

>> Community Radio Social Impact : Assessment Removing Barriers

Increasing Effectiveness. Challenges, Findings, Reflections, Experiences,
Lines of Action for Community Radio Stakeholders : AMARC Global Evaluation
AMARC, 2007, 128 p.

Référence Internet :

http://evaluation.amarc.org/evaluation_2007.pdf

>> Voices of Change : Strategic Radio Support for Achieving the Millenium Development Goals

DFID, 2006, 32 p.

Référence Internet :

<http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/voices-of-change.pdf>

>> The Significance of Information and Communication Technologies for Reducing Poverty

Phil Marker, Kerry McNamara, Lindsay Wallace

DFID, 2002, 67 p.

Référence Internet :

<http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/ictpoverty.pdf>

>> An international Perspective on Communication Strategies for the Millennium Development Goals

Ida Mc Donnell

OECD, 2004, 36 p.

Cote Cota : 110-OEC-a

Référence Internet :

<http://www.oecd.org/dataoecd/19/8/33904346.pdf>

>> La contribution de la radiodiffusion vers les objectifs millénaires pour le développement au sud de Madagascar. Une étude de l'Andrew Lees Trust "Projet Radio"

Leo Metcalf, Nicola Harford, Mary Myers

DFID, 2007, 86 p.

Référence Internet :

<http://www.andrewleestrust.org/Reports/DFID%20Report%20French%20%2018%20April%20%20B.pdf>

>> Les objectifs du millénaire et l'éducation en Afrique : étude diagnostique sur la République démocratique du Congo, le Rwanda, le Sénégal, le Burkina Faso et le Maroc

Arnaud Zacharie, Maria Ruiz, Oumou Zé, Francisco Padilla

CWBCI, Bruxelles, 2006, 175 p.

Cote Cota : 170-ZAC-o

>> Mainstreaming Information and Communication Technologies for the Achievement of the Millennium Development Goals

UN ICT Task Force, 2004

Référence Internet :

<http://www.apdip.net/documents/mdg/analysis/unict18112004.pdf>

>> Information and Communication Technologies and Large-Scale Poverty Reduction : lessons from Asia, Africa, Latin America and the Caribbean

Stijn van der Krogt

International Institute for Communication and Development, 2005



Fiche-outils

Communication, changement social et développement participatif

En 2003, nous avons réalisé une enquête sur l'état des connaissances, réflexions et compétences des ONG belges en matière de communication et d'information pour le développement et le changement social.

Nous pointions l'absence de typologie claire en ce qui concerne les différents types de communication spécifiques au développement et au changement social.

Il aurait été plus exact de dire que plusieurs références existent mais qu'elles ne s'accordent pas entre elles. Sans prétendre résoudre les différends sémantiques, il nous semble utile de tenter rapidement un compromis entre les sources existantes, les témoignages recueillis et nos propres inclinaisons. D'où la rédaction des fiches synthétiques qui suivent...

Rédiger des notes si courtes sur des problématiques aussi vastes et complexes n'est pas une chose facile. Nous n'avons pas la prétention d'être exhaustif. Le lecteur a le choix : ces fiches peuvent être lues séparément ou abordées comme un ensemble cohérent ; tout dépend de ses préoccupations...

Pour le moment, les fiches suivantes sont disponibles :

- Tentatives de définitions des notions de données, information et communication.
- La communication pour le développement est-elle un domaine d'action prioritaire ?
- Tentative de définition de la communication pour le développement et le changement social.
- Principes et actions de la réduction de la fracture numérique.
- NTIC et Objectifs du Millénaire.
- Les enjeux de la fracture numérique en Afrique.
 - Besoins communicationnels des sociétés civiles d'Afrique de l'Ouest

Cette rubrique est destinée à la présentation de fiches techniques, méthodologiques ou conceptuelles téléchargeables dans les rubriques consacrées aux Etudes et Recherches de notre site Internet (www.cota.be). Il n'est souvent pas possible en une page ou deux de les publier ici en entier. Cet espace sert surtout à les introduire, en justifier le contenu et en résumer les points saillants. Dans la mesure du possible, les fiches ont un rapport avec le thème du trimestre, mais cela n'est pas toujours le cas.

L'objectif premier est de permettre un tour d'horizon à la fois rapide et analytique des problématiques qui nous paraissent essentielles. Il va sans dire que le format laisse peu de place à la nuance et impose des choix. Nous l'assumons. De même que la sélection des sujets traités, ces fiches n'ont pas la prétention d'être objectives. Elles sont conçues comme des

tremplins pour des recherches plus larges, des moyens de susciter des questions de votre part ; elles sont des invitations à compléter l'information que nous donnons, à débattre... Car elles ne sont pas définitives et appellent délibérément des compléments d'informations.



Le centre de documentation du Cota

Le centre de documentation du Cota : la référence en matière d'information relative au développement

Le COTA gère et anime un centre de documentation qui met à votre disposition de l'information technique et méthodologique utile dans le cadre de la mise en œuvre de projets de développement durable.

Le centre de documentation du COTA s'adresse principalement aux "coopérants ONG" et au personnel de terrain des projets de développement. Notre centre est néanmoins ouvert à tous : étudiants, personnes originaires de pays en développement désireuses de rentrer au pays pour y monter un projet ou une petite entreprise, ...

La bibliothèque, ouverte gratuitement au public, comprend plus de 24 000 documents et reçoit régulièrement environ 300 périodiques et newsletters. La majorité de ces documents sont en langue française ou anglaise, mais certains sont en espagnol ou en portugais.

Les documents sont rangés selon le système de classification SATIS, qui comprend huit grands thèmes divisés chacun en sous-thèmes :

- Le développement en général et la coopération au développement en particulier
- Quelles énergies pour un développement durable ?
- Les techniques de gestion de l'eau (approvisionnement, épuration, distribution)
- Le développement agricole (agronomie tropicale, agriculture biologique, gestion de terre)
- La transformation des produits agroalimentaires
- La petite entreprise, l'artisanat
- La construction, principalement en matériaux locaux
- La santé, la mise en place et l'organisation de structures de soins de santé primaires

Le centre de documentation offre un service personnalisé d'aide à la recherche et met à votre disposition un ordinateur. Il offre également la possibilité de recevoir gratuitement la liste de nos nouvelles acquisitions ou des listes thématiques sur les sujets qui vous intéressent.

Le centre de documentation du COTA fait partie de SUDOC, réseau de centres de documentations belges francophones spécialisés dans les questions de développement et les relations Nord-Sud. SUDOC a créé un catalogue commun regroupant les bases de données documentaires des six centres de documentation membres du réseau (CNCD, CETRI, COTA, Iles de Paix,



SEDIF et UNICEF).

Vous pouvez consulter le nouveau site Sudoc (www.sudoc.be) qui reprend une présentation sommaire de ces six associations, une palette de nouveaux services qui seront bientôt mis en ligne (nos coups de cœur, des dossiers thématiques, une rubrique Actualités et une rubrique Education au développement) ainsi qu'un catalogue collectif interrogeable en ligne.

Consultation et prêt des documents :

Le centre de documentation est accessible gratuitement à tous les visiteurs. Chaque visiteur peut emprunter jusqu'à 5 documents pour une durée de 15 jours. Une participation de 0,5€/document est demandée pour le prêt. Vous pouvez également vous abonner pour une durée d'un an (6€). Une photocopieuse (noir et blanc) est à disposition des visiteurs pour permettre de photocopier les documents (0,10€/page).

Informations pratiques :

COTA asbl – Centre de documentation

Rue de la Révolution, 7

1000 Bruxelles - Belgique

Tél. +32(0)2 218 18 96

Fax. +32(0)2 223 14 95

Accès en transports en commun (métro : Madou, tram : 92, 94, bus : 29, 63, 65)

Horaires :

Le centre de documentation est ouvert du lundi au jeudi de 9h à 13h et de 14h à 17h, le vendredi de 14h à 17h.

Contacts :

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à contacter les documentalistes : Valérie Bertrand (valerie.bertrand@cota.be) et Frédéric Piron (frederic.piron@cota.be).

Nouveautés en bibliothèque

Vous pouvez retrouver la liste complète des nouvelles acquisitions du centre de documentation sur notre site (<http://www.cota.be>) ou encore la recevoir par courrier électronique (sur demande bibliotheque@cota.be). Les ouvrages repris ci-dessous sont disponibles en consultation au centre de documentation. Si vous désirez acquérir un de ceux-ci, veuillez contacter le diffuseur indiqué.



>> Images et démocratie : les Congolais face au cinéma et à l'audiovisuel

Guido Convents
Africa Festival, Kessel-Lo, 2006, 487 p.
Cote Cota : 163-COŃ-c

Ce livre s'interroge sur les relations qu'entretiennent les Congolais avec les images animées et constate que l'imaginaire de ce pays a été fortement imprégné de cinéma. Cet ouvrage met en évidence le fait que les Congolais sont conscients qu'une production audiovisuelle libre et artistique est essentielle pour le développement démocratique de leur pays.
Site Internet : www.afrikafilmfestival.be



>> World development report 2008 : agriculture for development

World Bank, Washington, 2007, 365 p.
Cote Cota : 110-WOR-w

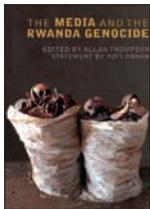
Le rapport recommande de placer le secteur de l'agriculture au centre des efforts de développement pour pouvoir atteindre l'objectif consistant à réduire de moitié d'ici 2015 la proportion de la population vivant dans une extrême pauvreté et souffrant de la faim.
Site Internet : www.worldbank.org/wdr2008



>> Apiculture et moyens d'existence durables

Nicola Bradbear
FAO, Rome, Italie, 2005, 21 p.
Cote Cota : 457-BRA-a
Référence Internet : <http://www.fao.org/docrep/008/y5110f/y5110f00.htm>

Une colonie d'abeilles assure la nourriture et le revenu de la famille. Le miel et la cire trouvent des marchés faciles dans la communauté. L'apiculture peut être pratiquée partout où les abeilles peuvent butiner - en ville ou à la campagne. Il s'agit bien d'un moyen d'existence durable pour de nombreuses communautés.



>> The Media and the Rwanda Genocide

Thompson, Allan

IDRC, Ottawa, 2007, 463 p.

Cote Cota : 163-THO-m

Référence Internet : http://www.idrc.ca/fr/ev-106013-201-1-DO_TOPIC.html

Ce livre est un compte-rendu de l'influence dangereuse que les médias peuvent exercer lorsqu'ils servent d'outil politique ou lorsque les organes de presse et les journalistes abdiquent leurs responsabilités. Les auteurs formulent des suggestions pour l'avenir en indiquant comment éviter la censure et la propagande et en plaidant en faveur d'une nouvelle responsabilité pour les médias, celle de rendre compte.



>> Quel développement? Quelle coopération internationale?

Tamara Kunanayakam

CRID, Bruxelles, 2007, 170 p.

Cote Cota : 111-KUN-q

L'auteur explique l'histoire de la Déclaration sur le droit au développement, son contenu, sa validité juridique, sa pertinence pour l'avenir... Son analyse est complétée par trois contributions portant sur les Objectifs du millénaire, le "post-Consensus de Washington" et l'Alternative bolivarienne pour les Amériques, l'ALBA.



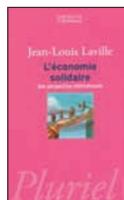
>> Bon, propre et juste : éthique de la gastronomie et souveraineté alimentaire

Carlo Petrini

Editions Yves Michel, Barret-sur-Méouge, France, 2006, 328 p.

Cote Cota : 500-PET-b

L'auteur propose une nouvelle définition de la qualité d'un produit alimentaire : il s'agit d'adopter un comportement responsable en privilégiant la production et la consommation des aliments remarquables du point de vue gustatif, respectueux des typicités alimentaires, des écosystèmes et de la biodiversité, et assurant en même temps des conditions de vie équitables aux producteurs et aux communautés nourricières du monde.



>> L'économie solidaire : une perspective internationale

Jean-Louis Laville

Hachette, Paris, 2007, 379 p.

Cote Cota : 601-LAV-e

Ce livre fait la synthèse de recherches menées sur plusieurs continents qui mettent en évidence la multiplicité des pratiques dans lesquelles l'économie est un moyen au service de finalités solidaires.



>> Financer le développement par la mobilisation des ressources locales

Catherine Schümperli Younossian
IUED, Genève, Suisse, 2007, 259 p.
Cote Cota : 111.4-IUE-f

Le dossier met en garde contre les risques d'une financiarisation excessive et propose des pistes qui l'infléchissent : le retour à l'échelle locale et l'extension des fonds de garantie qui encouragent le financement des investissements productifs par des institutions de proximité.



>> Jatropha Curcas : le meilleur des biocarburants. Mode d'emploi, histoire et avenir d'une plante extraordinaire

Jean-Daniel Pellet / Elsa Pellet
Editions Favre, Lausanne, Suisse, 2007, 63 p.
Cote Cota : 224-PEL-j

Jatropha Curcas est la source la plus écologique de carburant vert. Quelles sont ses perspectives d'avenir ? Comment et où le cultive-t-on ? Toutes ces questions et bien d'autres trouvent leurs réponses dans cet ouvrage qui ouvre une nouvelle perspective sur les biocarburants.



>> La notion de société civile

Gauthier Pirotte
La Découverte, Paris, 2007, 122 p.
Cote Cota : 130-PIR-n

Cet ouvrage éclaire le lecteur sur la notion de société civile et quelques-uns de ses usages sociaux les plus répandus (démocratie participative, coopération au développement, solidarités internationales), illustrant ainsi la place prise par la société civile au croisement de multiples débats et réflexions sur l'évolution des sociétés contemporaines du Nord comme du Sud.



>> Eloge du conflit

Miguel Benasayag / Angélique del Rey
La Découverte, Paris, 2007, 227 p.
Cote Cota : 139-BEN-e

Analysant les différentes dimensions du conflit, les auteurs mettent à jour les ressorts profonds de la dérive conservatrice des sociétés postmodernes. Ils démontent aussi bien les illusions de la « tolérance zéro » que celles de la "paix universelle"

Périodiques

>> Etat des résistances dans le Sud - 2008 : points de vue du Sud

Editions Syllepse - Centre Tricontinental

Alternatives Sud, vol. XIV (2007), n°4

L'ensemble des pays du Sud a connu un réveil et une dynamisation de leurs sociétés civiles ces 20 dernières années. Ces mouvements constituent un vecteur de démocratisation politique et sociale de première importance, comme le démontre ce nouveau numéro d'Alternatives Sud.

>> Les nouvelles alliances de la finance rurale

SOS Faim

Défis Sud, n°81, février-mars 2008

Les articles proposés ici nous exposent différentes opinions sur les voies à suivre pour financer le monde rural en Afrique et en Amérique latine.

>> Migrations : au-delà des défis, un potentiel à exploiter

DDC

Un seul monde, n°1, mars 2008

Au niveau international, on admet désormais que les migrations ne sont pas seulement synonymes de problèmes, mais qu'elles ouvrent aussi de nouvelles perspectives et recèlent un grand potentiel.

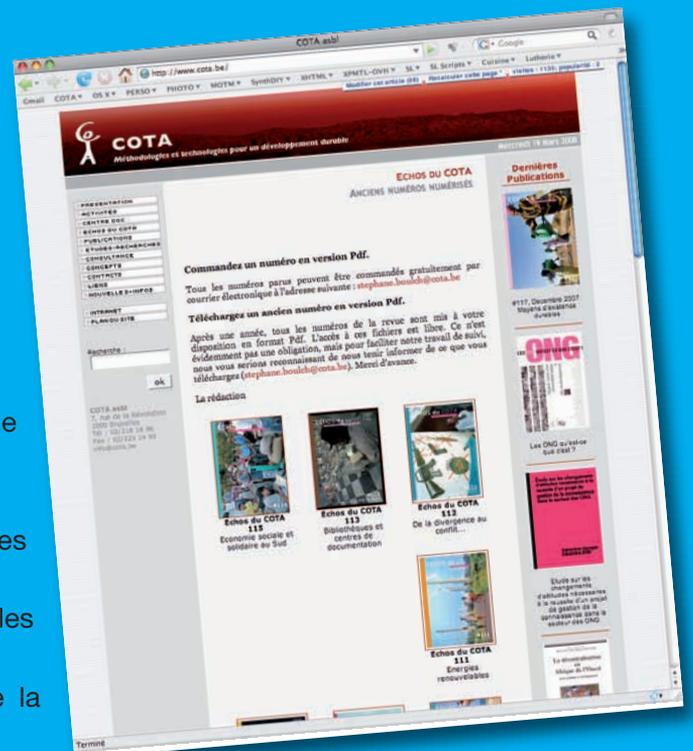
LES ECHOS DU COTA EN LIGNE

[HTTP://WWW.COTA.BE](http://www.cota.be)

Sur le site du COTA, une rubrique réservée à la revue vous permet de :

- télécharger d'anciens n° et des articles supplémentaires en version Pdf,
- commander une version électronique de tous les numéros et articles parus,
- consulter la table des matières complète de la revue,
- remplir ou nous faire parvenir une demande d'abonnement,
- nous adresser vos remarques et suggestions.

Cette rubrique n'est pas une version numérique de la revue, mais une interface destinée à faciliter les échanges avec le lecteur et à l'associer davantage à notre travail. C'est un outil précieux pour mieux vous connaître. Visitez-le. Utilisez-le.



Formations

>> Programmes de Master de l'Institut de Politique et de Gestion du Développement

L'institut de Politique et de Gestion du Développement (IOB) de l'Université d'Anvers (Belgique) propose trois programmes de Master d'une année académique à plein temps en Etudes de Développement.

Informations : Greet Annaert, service des inscriptions : www.ua.ac.be/dev

>> 7 et 8 avril 2008 : Mieux communiquer en osant s'affirmer - Namur (Belgique)

Informations : Universités de Paix, 4, Boulevard du Nord, 5000 Namur, tél. : 081 554 140

Email : info@universitedepaix.be, Site Web : www.universitedepaix.be

>> 5 to 9 may 2008 Monitoring Economis, Social and Cultural Rights - Geneva (Switzerland)

The course will provide staff from small and medium organisations (in particular NGOs) with the know-how to get started in monitoring ESC rights, or in-depth knowledge to enhance their ESCR monitoring work.

Informations : escr@huridocs.org, tél. : +41 22 755 5252, IUED : www.iued.ch, HURIDOCS : www.huridocs.org

>> 4 - 6 March 2008 Effective Interviewing for Contact Investigation - Newark, NJ (United States)

Sponsored by the New Jersey Medical School Global Tuberculosis Institute (GTBI), This interac-

tive three day course will cover the principles of effective communication, interviewing, and contact investigation related to tuberculosis (TB). The format includes lectures, group discussions and exercises, role playing, and standardised patient interviews. This course was designed for health care workers who interview TB patients for the purpose of contact investigation.

Informations : Valerie Gunn - gunnvl@umdnj.edu, tél. : 973 972 0903

>> Ateliers sous-régionaux de méthodologie sur les sciences sociales en Afrique

Thème : Terrains et théories de la recherche qualitative

16 - 20 juin 2008 - lieu : Université de Douala, Douala, Cameroun

7 - 11 juillet 2008 - lieu : Université du Bénin, Lomé, Togo

11 - 15 août 2008 - lieu : Kenyatta University, Nairobi, Kenya

6 - 10 octobre 2008 - lieu : CRASC, Oran, Algérie

Informations : Ateliers méthodologiques sous-régionaux Codesria, BP 3304, Dakar, CP 18524 - Sénégal, tél. : +221 33 825 98 22/23, fax : - 221 33 824 12 89, email : methodological.workshop@codestria.sn, Site Web : www.codestria.org

>> Dans le cadre des 10 journées de formation proposée par le Monde selon les femmes, 3 rendez-vous sont encore à venir :

1. Vendredi 18 avril 2008 : Genre et communication

2. Mardi 20 mai 2008 - Genre et

développement durable

3. Mardi 17 juin 2008 - Genre et migration

Informations : Le Monde selon les femmes asbl, 18 rue de la Sablonnière, 1000 Bruxelles

Tél. : +32 2 223 05 12, Fax : +32 2 223 15 12, Site Web :

www.mondefemmes.org

>> Formations proposées par SupAgro - Institut des régions chaudes - Montpellier (France)

1) du 7 au 30 avril 2008 : La microfinance au service du monde rural,

2) du 7 au 30 avril 2008 : L'organisation des producteurs

3) du 5 au 23 mai 2008 : Construire une formation professionnelle en milieu rural

4) du 5 au 30 mai 2008 : Les outils de la finance rurale

5) du 5 au 30 mai 2008 : Dynamiques de développement local et planification

6) du 23 au 27 mai 2008 : Evaluer les impacts environnementaux : méthodes et outils

7) du 2 au 27 juin 2008 : Financement de l'agriculture et des organisations paysannes

8) du 2 au 27 juin 2008 : Conseil aux exploitations agricoles et aide à la décision

9) du 2 au 27 juin 2008 : Approche multi-acteurs et gestion locale des ressources naturelles

10) du 2 au 27 juin 2008 : Approche multi-acteurs et gestion locale des ressources naturelles

11) du 9 au 13 juin 2008 : Approche patrimoniale des ressources naturelles et médiation

Informations : defis@supagro.inra.fr

Actualités

Vient de paraître :

>> Le tourisme autrement

Marie-Paule Eskénazi, Couleur livres (Collection Société), 120 pages, (ISBN 978-2-87003-471-2)

Le tourisme autrement porte en lui les germes d'une modification du comportement touristique. Tout en offrant un produit de haute qualité, il pense globalement le développement en agissant localement et se révèle un puissant facteur de cohésion sociale. Il apporte une réponse positive à l'urbanisation croissante en offrant des perspectives de vie qui maintiennent la population rurale sur sa terre. Il responsabilise autant le consommateur que tous les participants de la chaîne du tourisme et favorise l'estime de soi des populations. Enfin, par sa prise en considération de la fragilité de certaines zones et des problèmes environnementaux, il participe à la sauvegarde de la planète.

>> April 6 - 12 2008 - Nairobi (Kenya)

Global Youth Forum on Development 2008

This event will bring together young people of 35 years old and under to showcase their activities through seminars, presentations, and exhibitions. The Forum intends to strengthen the relationships between youth from different regions.

Informations :

Email : info@gyfod2008.org

>> 17 et 18 avril 2008, Enita Clermont, Lempdes (France)

Contribution de l'agriculture biologique et de nos choix alimentaires à l'effet de serre.

Ce colloque permettra de préciser les changements les plus urgents et les plus faciles à mettre en œuvre pour arriver à diviser au moins par deux l'impact du contenu de notre assiette sur le changement climatique.

Informations : Annabel Barthélémy, ENITA Clermont, tél. : 04 73 98 13 29, email : colloquebio08@enitac.fr, site Web : www.abiodoc.com

>> 25 et 26 avril 2008 - Paris (France)

4ème conférence nationale du commerce équitable

À la cité des sciences et de l'industrie de Paris, les visiteurs viendront apprécier la qualité, la richesse et la diversité des produits et services issus des différentes filières du commerce équitable, s'informer et échanger sur les grands enjeux et perspectives de ce secteur en perpétuelle évolution, échanger leurs expériences, nouer des relations, s'imprégner d'idées originales et découvrir les spécificités du commerce équitable au travers de nombreuses animations ludiques, interactives et pédagogiques.

Informations : info@forumequitable.org

>> 28 au 30 mai 2008 - Accra (Ghana)

eLearning Africa : troisième édition de la conférence internationale consacrée aux TIC pour le développement, l'éducation et la formation

eLearning Africa 2008, la troi-

sième édition de la conférence internationale consacrée aux TIC pour le développement, l'éducation et la formation, se tiendra cette année au Ghana. L'événement et ses dispositifs innovants en matière de conférence fournissent aux professionnels africains tout comme à chaque partenaire une opportunité sans précédent de comparer, d'apprendre, de partager et de mettre en réseau, tout en renforçant les nombreux et très divers projets et initiatives dans le domaine des technologies de l'éducation en Afrique.

Informations : www.elearning-africa.com

>> 20 - 25 juillet 2008 - Stockholm (Sweden)

International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Congress

Organised by Stockholm University and the Department of Journalism, Media and Communication, this conference will explore the pivotal, yet under-researched, roles of the media with regard to today's global inequalities.

Informations : hirman@jmk.su.se

>> 14 - 17 novembre 2008, le Cap (Afrique du Sud)

Forum International de l'AWID

Près de 1500 activistes des droits des femmes du monde entier se réuniront afin de discuter sur le pouvoir des mouvements sociaux.

Informations : www.awid.org

LES THÈMES QUE NOUS SOUHAITONS TRAITER DANS LES PROCHAINS NUMÉROS SONT LES SUIVANTS* :

- N° 119 [JUIN 2008]: GESTION AXÉE SUR LES RÉSULTATS
- N° 120 [SEPTEMBRE 2008] : ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT
- N° 121 [DECEMBRE 2008]: CULTURE ET DÉVELOPPEMENT

Si vous avez des articles à proposer en relation avec ces thématiques ou bien des thématiques à suggérer, n'hésitez pas à nous le faire savoir dans les meilleurs délais. Ils trouveront certainement une place dans nos pages ou sur le site.

Courriel : stephane.boulch@cota.be

Télécopie : + 32 2 223 14 95

Téléphone : + 32 2 250 38 36 ou 218 18 96

Veillez à nous contacter suffisamment à l'avance afin que nous puissions avoir le temps de discuter de votre projet, d'examiner comment l'insérer dans notre planning (au plus tard au début du mois qui précède celui de la parution : ainsi, par exemple, pour un numéro prévu pour la fin mars, ce serait début février. Passé ce délai, nous ne pourrions plus les accepter ou alors seulement pour notre site Internet).

→ CRITÈRES DE SÉLECTION DES ARTICLES

Les articles doivent traiter d'une des thématiques planifiées et cadrer avec l'opinion que notre rédaction aura souhaité privilégier d'un commun accord avec nos partenaires et autres contributeurs ou les lecteurs qui se seront manifestés.

La revue étant un support d'échanges de propositions et d'alternatives, les articles sont sélectionnés en vertu de leur aptitude à susciter la réflexion, inspirer des expériences, lancer une discussion, influencer des projets de développement.

Si les versions finales ne nous parviennent pas dans les délais convenus avec le responsable de la rédaction, l'article ne sera pas publié dans la revue.

→ FORMAT DES ARTICLES

- 10 000 caractères maximum (sauf convention avec la rédaction)
- sous format électronique (courrier électronique ou disquette) (les fax et courriers sont admis si le contributeur n'a vraiment pas le choix)
- en format Microsoft Word
- sans mise en forme automatique (juste du gras pour les titres, chapeaux et inter-titres)
- Chaque article doit débuter, après le titre, par un chapeau en gras très bref qui résume ses intentions.
- Les notes doivent être indiquées manuellement et renvoyer en fin de texte
- Format Times New Roman, taille 12, simple interligne, justifié.

→ RÉTRIBUTIONS

Chaque auteur dont le texte sera accepté sera rétribué sous la forme d'un versement de 50€ et d'un abonnement gracieux d'un an à la revue.

→ DROITS

- La rédaction se réserve le droit de refuser de publier un texte si celui-ci ne correspond pas aux critères convenus entre elle et l'auteur ou si les délais de livraison ne sont pas respectés. L'auteur ne sera alors pas rétribué.
- L'auteur continuera naturellement à pouvoir disposer de son texte pour toute autre allocution et publication. Il devra toutefois s'engager à en référer au COTA et à signaler les références de la première parution dans les ECHOS.
- A moins que les parties en conviennent autrement, l'auteur concède le droit au COTA d'utiliser son texte comme bon lui semblera. Il va de soi que le COTA veillera à toujours mentionner l'auteur original et les références initiales de son texte.

→ PUBLICATIONS SUR LE SITE

A la demande du COTA et si l'auteur y consent, un article refusé pourra éventuellement être publié sur le site en format Pdf dans la section dossiers thématiques. L'auteur ne sera alors pas rétribué financièrement mais pourra bénéficier d'un abonnement gratuit d'un an.

** Les sujets peuvent encore changer ou leur traitement reporté en fonction des activités du COTA, des suggestions des auteurs et lecteurs...*



LES ONG, QU'EST CE QUE C'EST?

COTA, COULEUR LIVRES 2005, 159 PAGES.

Les ONG sont sous les feux de l'actualité. Par leurs interventions, leurs prises de positions, leurs capacités de mobilisation, elles deviennent un des acteurs incontournables de nos sociétés, du Nord au Sud, de l'Est à l'Ouest. Celles qui s'occupent plus particulièrement de la coopération au développement avec les pays du Sud (ONGD) en sont une des composantes. Ce livre se compose de deux parties. Dans la première, 46 personnalités belges issues de divers milieux (culturel, politique, associatif, syndical, universitaire, sportif,...) expriment leur point de vue, leur regard ou leurs attentes à propos des ONG. La seconde partie répond à ces questions et apporte d'autres informations utiles. Cet ouvrage constitue la première étape d'une action plus large de sensibilisation à la solidarité internationale et de dialogue avec le public belge sur la nature et le rôle des ONG face aux enjeux internationaux actuels...

» DERNIERES PUBLICATIONS



HORS SERIE N°2
ORGANISER L'EVALUATION D'UNE ACTION DE DEVELOPPEMENT DANS LE SUD
C.LELOUP, S. DESCROIX



HORS SERIE N°3
NORD-SUD, SE DOCUMENTER ET ORGANISER UNE RECHERCHE
P. GERADIN, C. SLUSE



HORS SERIE N°4
HISTOIRES D'EVALUATION
S. DESCROIX



HORS SERIE N°5
RADIO COMMUNAUTAIRES EN AFRIQUE DE L'OUEST
S. BOULC'H



HORS SERIE N°6
LA PAUVRETE EN REFERENCES
M. TOTTE



HORS SERIE N°2
ORGANISER L'EVALUATION D'UNE ACTION DE DEVELOPPEMENT DANS LE SUD
C.LELOUP, S. DESCROIX



HORS SERIE N°3
NORD-SUD, SE DOCUMENTER ET ORGANISER UNE RECHERCHE
P. GERADIN, C. SLUSE



CHEMINEMENT D'UNE ACTION DE DEVELOPPEMENT
E. BEAUDOUX, G. DE CROMBRUGGHE, F. DOUX-CHAMPS, M.C. GUENEAU, M. NIEUWERK



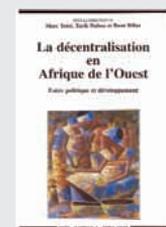
MEDIA RESISTANCE
S.BAILLY, D. BEAUFORT



TECHNOLOGIES WALLONNES POUR UN DEVELOPPEMENT DURABLE
AWEX



PAROLES D'AFRIQUE CENTRALE : BRISER LES SILENCES
INSTITUT PANOS, COTA



LA DECENTRALISATION EN AFRIQUE DE L'OUEST : ENTRE POLITIQUE ET DEVELOPPEMENT
ED. KARTHALA