



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Internews**  
Local voices. Global change.



**Rooted  
in Trust**

## L'ESPACE ENTRE NOUS

*L'espace entre nous : **comprendre la confiance, la communication et la collaboration entre médias et organisations humanitaires** dans les urgences de santé publique*





#### **AUTEURS :**

**Ce document a été rédigé par Rocio Lopez Inigo, Wayne Sharpe et Katherina Thomas, avec l'orientation éditoriale de Stijn Aelbers, Meghann Rhynard-Geil et Irene Scott. Il s'appuie largement sur la recherche et l'analyse conduites par les membres des équipes nationales de Rooted in Trust (par ordre alphabétique) :**

**Brésil :** Bryan Araújo, Leticia Oliveira et Samilly Valadares

**Colombie :** Ana Barajas Escobar, Claudia Castilla Sedas, NathalyEspitia Diaz, Emy Osorio Matorel, Matheus Felipe Pereira de Souza, Juan Sandoval Vasco et Natalie Tines

**République démocratique du Congo (RDC) :** Laurent Bujiriri, Pascaline Faïda, Florence Kavir, DesangesKavira, Donatien Mbonigaba et Yvette Musafiri

**Irak :** Goran Khudhur, San Saravan et Sara Sofiwan

**Liban :** RawanAjami, Habib Akiki (Fondation Maharat), ZeinabDirani et Sarah Rida

**Mali :** Kalifa Keita et Maïmouna Sidibe

**Soudan du Sud :** Peter Atem, Michael TamiruGubay, Mapuor Malual Manguen et Tusiime Wilfred Romeo

**Soudan :** Asia Kambal

**Zimbabwe :** SenziwaniNdlovu, ThandolwenkosiNkomo et Kudakwashe Sigobodhla.

Pour l'écriture de ce document, l'équipe de Rooted in Trust a consulté 51 professionnels de l'humanitaire et de la santé et 51 journalistes et rédacteurs en chef dans 9 pays : Brésil, Colombie, République démocratique du Congo, Irak, Liban, Mali, Soudan du Sud, Soudan et Zimbabwe. **Nous remercions tous ceux qui ont donné de leur temps et qui ont partagé avec nous leurs idées et leurs expériences. Leurs contributions ont été extrêmement précieuses pour identifier les besoins, les défis et les moyens de mieux se préparer pour la prochaine infodémie.**

© Internews Avril 2023. Cette publication est protégée par le droit d'auteur, mais le texte peut être utilisé gratuitement à des fins de programmation humanitaire, de plaidoyer, de campagne, d'éducation et de recherche, à condition que la source soit citée dans son intégralité. Le détenteur des droits d'auteur demande que toute utilisation de ce type soit enregistrée auprès de lui à des fins d'évaluation d'impact. Toute copie dans d'autres circonstances, toute réutilisation dans d'autres publications, toute traduction ou adaptation doit faire l'objet d'une autorisation. Les informations contenues dans cette publication sont correctes au moment de la mise sous presse. Cette recherche est généreusement produite grâce au financement du Bureau d'aide humanitaire de l'USAID (BHA), dans le cadre du projet «Rooted in Trust» (Enracinés dans la confiance).

# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF</b> .....	<b>5</b>
<b>2. INTRODUCTION</b> .....	<b>10</b>
<b>3. METHODOLOGIE</b> .....	<b>15</b>
<b>4. RÉSULTATS</b> .....	<b>16</b>
<b>4.1. Que disent les organisations humanitaires et de santé sur les obstacles dans leurs relations avec les médias ?</b> .....	<b>16</b>
Insuffisance des ressources humaines spécialisées .....	<b>16</b>
Absence d'approche collective .....	<b>17</b>
Objectifs différents, incompréhension et méfiance.....	<b>18</b>
Budgets limités.....	<b>19</b>
Pas de prise en compte des langues locales et minoritaires.....	<b>22</b>
Raréfaction des médias locaux pour répondre aux besoins d'information de la communauté .....	<b>23</b>
Risques, accès et agendas politiques.....	<b>25</b>
<b>4.2. Que disent les médias de leurs relations avec les organisations humanitaires et de santé ?</b> .....	<b>27</b>
La confiance .....	<b>27</b>
Différences d'intérêts, d'approches et de principes .....	<b>28</b>
Accès à l'information et acteurs de la santé et de l'aide humanitaire .....	<b>29</b>
Nécessité de multiplier les opportunités de collaboration et de mise en réseau .....	<b>33</b>
Sécurité et stigmatisation.....	<b>32</b>
<b>5. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS</b> .....	<b>36</b>
Recommandations à l'endroit des organisations humanitaires et de santé impliquées dans les réponses aux situations d'urgence .....	<b>36</b>
Recommandations à l'attention des professionnels des médias .....	<b>39</b>

## ACRONYMES

### ■ COVID-19

Maladie à coronavirus 2019

### ■ GOARN

Réseau mondial d'alerte et d'action en cas d'épidémie

### ■ HQ

Headquarters (Siège)

### ■ IDP

Internally Displaced Persons (Personnes déplacées internes)

### ■ MoH

Ministère de la santé

### ■ MoI

Ministère de l'information

### ■ OING

Organisation internationale non gouvernementale

### ■ OMS

Organisation mondiale de la Santé

### ■ ONG

Organisation non gouvernementale

### ■ ONU

Organisation des Nations unies

### ■ OSC

Organisation de la société civile

### ■ RCCE

Communication sur les risques et engagement communautaire

### ■ RiT

Rooted in Trust (Enraciné dans la confiance)

### ■ UNICEF

Fonds des Nations unies pour l'enfance

### ■ WG

Working Group (Groupe de travail)



# 1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

La pandémie de COVID-19, comme les nombreuses crises qui l'ont précédée, nous a montré une fois de plus l'importance de promouvoir des écosystèmes d'information solides et sains. Au cours de la crise, nous avons été témoins de l'érosion de la confiance dans la réponse sanitaire, les systèmes de santé et les autorités publiques, alors que les informations officielles rivalisaient avec la désinformation dans les espaces numériques et à la table des familles.

De même, la crise du COVID-19 a montré une fois de plus que le manque de compréhension, de confiance et de collaboration entre les acteurs humanitaires et de santé et les professionnels des médias se traduit trop souvent par des informations inopportunes, inexactes ou non pertinentes, sans rapport avec les besoins des communautés ou les priorités locales. Cette situation a été particulièrement ressentie par les communautés vulnérables et marginalisées vivant dans des contextes humanitaires, car les choix de santé publique ont souvent ignoré ou échoué à prendre en compte les contextes difficiles auxquels ces populations étaient confrontées.

Les médias locaux ont, une fois de plus, rencontré des difficultés pour accéder aux informations dont ils avaient besoin pour informer leurs communautés. Par ailleurs, les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire n'ont

pas toujours réussi à transmettre les connaissances scientifiques complexes liées à la pandémie d'une manière pertinente pour les journalistes au niveau hyperlocal. Des efforts ont été entrepris pour diffuser des messages précis, mais le fossé entre les experts de la santé et les médias n'a pas toujours été comblé au niveau local. Les problèmes de connectivité, de langue, d'adaptation au contexte des informations et d'accès limité à des experts localement pertinents ont affecté la pertinence des informations fournies, laissant les communautés confuses, se sentant ignorées et, finalement, mal informées. De ce fait, beaucoup se sont tourné vers des sources d'information moins fiables, sensationnalistes ou inexactes, qui ont joué le rôle de mécanismes de compréhension dans une période de peur et d'anxiété.

Ce rapport a été conçu pour explorer les relations entre les acteurs humanitaires et de santé et les professionnels des médias dans le contexte de la pandémie et de l'infodémie. Il identifie les lacunes et les obstacles, nouveaux ou pas, auxquels sont confrontés les deux groupes dans leur engagement réciproque. Si le rapport utilise la pandémie de COVID-19 comme étude de cas, les défis identifiés sont sans doute pertinents pour d'autres urgences de santé publique et d'autres crises humanitaires.

Le rapport s'appuie sur les voix de 51 praticiens de l'humanitaire et de 51 journalistes de 9 pays (Brésil, Colombie, RDC, Irak, Liban, Mali, Sud-Soudan, Soudan et Zimbabwe). Les personnes interrogées ont partagé leurs expériences de travail au sein d'agences des Nations unies, d'ONGI, d'ONG, d'organisations communautaires, d'organisations de la société civile et de médias nationaux ou locaux, au niveau national et local, avec des communautés vulnérables de personnes affectées par des crises humanitaires. ...

## QUI SONT LES MÉDIAS ?

Dans ce rapport, nous faisons référence aux « médias » et aux « journalistes » pour englober l'ensemble des informations produites par les organisations de médias audiovisuels, numériques et imprimés, qui peuvent se présenter sous différentes formes : actualités, reportages d'investigation de longue durée, contenu numérique, talkback radio/TV, interviews en direct, programmes d'information, de style de vie et d'éducation, etc. Alors que les personnes interrogées dans le cadre de ce rapport font parfois référence aux médias en tant qu'acteurs se concentrant uniquement sur les nouvelles de dernière minute et les reportages courts, nos commentaires dans cette recherche et ces orientations font référence à l'étendue du contenu créé par une série d'organisations médiatiques professionnelles.



## 1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

...

### LES PRINCIPALES CONCLUSIONS DE CE RAPPORT SONT LES SUIVANTES :

- **Les journalistes spécialisés dans le domaine de la santé restent en nombre insuffisant**, ce qui freine leurs capacités à rendre compte de questions de santé complexes et d'urgences de santé publique (surtout évoluant rapidement comme le COVID-19).
- Les deux groupes d'acteurs estiment que **leurs mandats différents et le manque de compréhension réciproque de leurs objectifs respectifs rendent la confiance entre eux difficile**, ce qui finit par affecter leurs relations et l'échange d'informations essentielles avant et pendant une situation d'urgence.
- **Les deux groupes peuvent collaborer par intermittence mais ils manquent d'espaces communs pour un engagement continu.** Les médias sont souvent absents des plateformes de coordination humanitaire et santé, ainsi que des plans de préparation et de réponse à long terme.
- Les deux groupes d'acteurs ont souligné le manque de **ressources humaines disponibles pour répondre à temps et de manière appropriée.** Cela influe, par exemple, sur la rapidité avec laquelle les acteurs humanitaires et de santé répondent aux questions des journalistes ou sur leur capacité à aborder des questions complexes et sensibles au rythme du cycle de l'information. Cela a également une incidence sur la possibilité pour les journalistes d'avoir le luxe de se spécialiser dans un domaine tel que le journalisme

de santé. Les ressources financières sont aussi une barrière. Pour les professionnels des médias, des fonds limités signifient une moindre capacité à couvrir les zones reculées ou les groupes vulnérables. Le transport, l'hébergement ou la nécessité de consacrer de longues heures de la journée à décrypter des événements complexes et délicats font que ces sujets tendent à être négligés. Les difficultés financières auxquelles sont confrontés les médias locaux dans les zones rurales ou isolées ne font qu'aggraver les insuffisances en matière de travail médiatique contextualisé, d'après les acteurs humanitaires et de santé.

- Ce manque de travail médiatique contextualisé peut avoir pour conséquence **une couverture stéréotypée ou sensationnaliste des groupes vulnérables.** Cette observation est souvent liée à la perception d'agendas de la part des professionnels des médias ou au manque de compréhension des dynamiques ou complexités locales par des journalistes qui n'appartiennent pas au groupe/à la zone en question.
- Les journalistes **ont fait part de leurs difficultés à obtenir des interviews d'experts humanitaires et de santé** en général, mais surtout d'interlocuteurs parlant les langues locales et au fait du contexte local - un point que les praticiens humanitaires ont également identifié comme un obstacle dû à des considérations bureaucratiques, des processus d'approbation, des préoccupations concernant les risques réputationnels et le manque de ressources humaines pour répondre à toutes les sollicitations des médias. ...



## 1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

...

- Enfin, les questions de sécurité et d'accès aux populations vulnérables ont été mentionnées comme des limites supplémentaires auxquelles sont confrontés les professionnels des médias pour couvrir les questions humanitaires. Les acteurs humanitaires ont indiqué que leur mandat premier et principal était de ne pas nuire et de protéger les populations affectées par les crises. Cette préoccupation aboutit parfois à des interactions très contrôlées et chorégraphiées entre les médias et les populations humanitaires, ce qui peut peser sur les opportunités pour les populations de se plaindre des acteurs humanitaires et à la capacité des médias à jouer leur rôle d'acteurs de la redevabilité.

Ce rapport s'inscrit dans le cadre du projet Rooted in Trust 2.0 (RiT) mené par Internews, un projet infodémique global dans 13 pays qui se concentre sur l'identification et la réponse au COVID-19 et sur la désinformation en matière de santé au sein des communautés vulnérables<sup>1</sup>. L'objectif final de ce projet est de contribuer à des écosystèmes d'information sains, en renforçant l'accès à des informations vérifiées, pertinentes et adaptées au contexte par le biais de canaux bidirectionnels, afin de permettre aux communautés de poser des questions, d'exprimer leurs besoins et de contribuer à la réponse à l'infodémie.

L'un des objectifs de ce projet et, au-delà, d'Internews, tout au long de la réponse à la pandémie du COVID-19, était de renforcer les liens entre les parties prenantes concernées par l'information, notamment les acteurs humanitaires et de santé, les médias, les OSC, les autorités locales et d'autres générateurs d'information, afin de permettre une collaboration plus efficace pour répondre aux besoins, manques et préférences de la communauté en matière d'information.

Les lacunes et les défis évoqués dans ce rapport étaient évidents dès le début de la pandémie et on les retrouve dans beaucoup d'urgences humanitaires et de santé auxquelles répond la programmation d'Internews. Le projet prévoyait donc un certain nombre d'activités visant à surmonter ces obstacles :

1. Avec l'appui financier du Bureau d'Assistance Humanitaire de l'USAID.

...

**P**our relever ces défis, nous proposons un consensus commun permettant d'aller de l'avant. Les journalistes et les acteurs humanitaires se disent également intéressés par davantage d'opportunités de collaboration avant, pendant et après les crises de santé publique. Ils citent, de part et d'autre, les progrès accomplis dans le cadre de la réponse à la pandémie, ouvrant la voie à d'autres opportunités de créer la confiance et de définir une approche collective pour aller de l'avant. Les deux camps aimeraient que la communication entre eux soit plus fluide et plus réactive à mesure qu'ils construisent et renforcent leurs relations par un engagement continu.

À cet égard, les deux parties ont souligné l'importance de créer des forums médiatiques permanents pour assurer un échange continu d'informations, élaborer une approche des manières de travailler ensemble et identifier les besoins et priorités combinés pour agir lors des crises humanitaires et de santé publique complexes. Ces espaces permettraient d'approfondir les discussions sur les différentes approches et principes qui guident le travail de chacun et pourraient offrir, nous l'espérons, des opportunités de bâtir une confiance et une collaboration accrues.

Nous espérons que ce document aidera tous les acteurs à mieux comprendre certains des défis relationnels qui contribuent aux mauvais résultats de la communication en matière de santé pour les communautés. Ce rapport a été élaboré dans le cadre d'une réflexion sur notre propre approche et sur les moyens de renforcer nos pratiques. Pour nous, à Internews, les conclusions de ce rapport nous invitent à réfléchir à la manière dont nous pouvons faire évoluer nos propres pratiques d'information et de communication, afin de mieux contribuer à une approche collaborative et holistique pour les infodémies futures et nous espérons que d'autres acteurs seront inspirés à faire de même.

## 1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

...

- Internews a soutenu ou créé des groupes de travail sur les médias qui opèrent parallèlement aux plateformes de communication sur les risques et d'engagement communautaire (RCCE) en Afrique de l'Est et de l'Ouest et dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), tout en codirigeant le groupe de travail mondial sur les médias de service collectif/GOARN. Ces espaces ont permis aux agences humanitaires et de santé (y compris celles dont le mandat prévoit le développement des médias ou un axe média fort) de se réunir avec les médias locaux pour créer des opportunités de partage de compétences, de discussion et de collaboration.
- Dans tous les pays où nous sommes intervenus, nous avons créé ou soutenu des plateformes d'échange existantes où les journalistes locaux pouvaient poser des questions, collaborer et être mis en relation avec des experts et les dernières informations scientifiques. Nous avons également soutenu un groupe régional africain regroupant des journalistes de plus de 10 pays.
- Tout au long de RiT et d'autres programmes mis en œuvre par notre Réseau de journalisme pour la santé (HJN), nous nous sommes engagés dans des activités continues de renforcement des capacités des journalistes, en fournissant l'expertise en matière de santé la plus récente et en la traduisant dans les langues et les contextes locaux à travers des dialogues avec les médias, des formations et un appui technique en matière de santé.

La question du financement des journalistes pour couvrir les urgences de santé occupe une place importante dans ce rapport et suscite un débat sur la manière dont les journalistes peuvent protéger leur indépendance tout en acceptant des financements pour couvrir des événements et des sujets spécifiques. Dans certains pays, il est courant de verser aux journalistes une indemnité de déplacement pour leur permettre d'assister à des réunions, à des événements ou à des formations. De même, il est fréquent que des agences humanitaires et de santé paient pour une couverture médiatique dans la presse écrite, numérique ou audiovisuelle. Cela peut prendre la forme de l'achat d'un espace publicitaire

ou d'une annonce d'intérêt public, du financement de chroniques régulières, d'émissions de radio et de télévision qui traitent de questions humanitaires et de santé ou d'un appui financier du partenaire média dans son ensemble en vue de sa pérennité. Les journalistes, qu'ils soient locaux ou internationaux, sont aussi parfois «parrainés» par une agence dont ils utilisent les moyens de transport, la logistique et d'autres formes de soutien pour accéder à des communautés touchées par la crise.

Comme nous l'expliquons dans le rapport, la stabilité financière des médias est une question délicate, et de nombreux médias dans les contextes humanitaires dépendent des fonds des donateurs pour survivre. Bien qu'il appartienne, en fin de compte, à chaque journaliste et/ou organisation de média de déterminer dans quelle mesure le donateur peut contribuer au contenu et à la forme du produit médiatique fini, nous sommes conscients du déséquilibre de pouvoir qui existe dans ce modèle. Internews accorde des subventions à des médias, notamment pour la production de contenus sur la santé, mais par principe, elle n'exerce aucun contrôle éditorial sur le produit final. Le mentorat et le soutien sont fournis, mais le produit final est déterminé par le partenaire. Les médias partenaires suivent leurs propres lignes directrices professionnelles et éditoriales lorsqu'ils produisent du contenu avec le soutien d'Internews. L'objectif est de renforcer les capacités sans compromettre l'indépendance éditoriale. ■



## 2. INTRODUCTION

**M**algré des années d'avertissements sur l'imminence d'une pandémie, l'urgence COVID-19 a été accueillie par un manque de préparation au niveau global. Les organisations de préparation aux urgences de santé ont échoué à prévoir l'impact de la pandémie sur les communautés vulnérables et marginalisées ou à prendre en compte leurs besoins spécifiques lors de l'élaboration et de la mise en œuvre des orientations de santé publique<sup>2</sup>. Parmi les conséquences qui n'ont pas été prises en compte à un stade précoce, on peut citer les contraintes financières qui ont empêché les gens d'observer les mesures de confinement, les soins aux personnes âgées et aux autres groupes vulnérables et immunodéprimés, les conséquences psychosociales des mesures d'isolement, les pics de violence basée sur le genre, l'absence de solutions de scolarisation pour les enfants enfermés dans les contextes ne permettant pas un accès facile à l'internet et l'aggravation de la stigmatisation de certains groupes.

En outre, la pandémie de COVID-19 a constitué un défi pour les systèmes de santé et de réponse humanitaire du monde entier, qui ont dû communiquer sur un virus encore difficile à comprendre – un virus mortel qui se propageait rapidement, au-delà des frontières et sur l'ensemble de la planète. Les acteurs humanitaires et de santé, les autorités, les médias et les intervenants de première ligne ont dû faire face à ce qui allait bientôt être qualifié d'infodémie, sans grande préparation sur la manière de communiquer, d'écouter et de répondre aux divers besoins d'information et priorités des communautés, en particulier à l'égard des groupes vulnérables et marginalisés.

La communauté humanitaire a acquis une expertise de plusieurs décennies sur la place de la communication avec les communautés au cœur des interventions d'urgence. Cependant, les leçons tirées des épidémies précédentes n'ont pas permis de créer des structures suffisamment solides au sein de la communauté pour répondre au défi sans précédent que représentait le COVID-19<sup>3</sup>. En réponse aux priorités identifiées dans le plan stratégique de préparation et de réponse du COVID-19<sup>3</sup>, une architecture renforcée pour la communication sur les risques et

l'engagement communautaire a été rapidement mise en place pour répondre aux priorités identifiées dans le pilier 2 du plan. Les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire ont déployé des ressources et des compétences pour renforcer ces interventions afin de ralentir la transmission du COVID-19 et de protéger les communautés à risque. Mais ces efforts ont-ils été suffisants ?

Certains pays confrontés à des crises humanitaires ou de santé et disposant d'une solide expertise en matière d'engagement communautaire étaient prêts à réagir rapidement et à utiliser des outils, des réseaux et des canaux pour répondre aux besoins. Mais dans beaucoup d'autres, les acteurs humanitaires et de santé ont trouvé peu de solutions pour atteindre les gens au-delà des médias sociaux ou des médias traditionnels. Ceci a, en fait, révélé encore davantage l'impact disproportionné ressenti par les communautés vulnérables et marginalisées, dont les besoins ont souvent été ignorés par les responsables de l'information lors de la diffusion des recommandations. On peut citer les besoins linguistiques non satisfaits, l'utilisation de canaux ou de formats peu familiers aux groupes spécifiques, ou simplement le manque de compréhension des flux d'information, de la confiance dans les fournisseurs d'information et des dynamiques informationnelles.

Ceci a restreint, pour les gens, les capacités d'accès à des informations contextualisées, précises et opportunes, ainsi qu'à divers canaux de communication bidirectionnelle permettant de poser des questions, de clarifier les informations sur la santé et de comprendre les conseils des experts et les données scientifiques dans le contexte de leur communauté. L'information et les orientations de santé publique produites dans une logique verticale (de haut en bas) -qui dépendent davantage de l'expertise médicale que de la participation de la communauté et des enseignements des pratiques communautaires – ont contribué à la diffusion de fausses informations et de rumeurs parallèlement aux informations officielles, alors que les gens cherchaient des réponses sur l'inconnu avec les outils à leur portée. ...

2. CDAC Network (2020) *Improving The Response To Covid-19: Lessons From The Humanitarian Sector Around Communication, Community Engagement And Participation*. <https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/6191e5567e25533e99a29ec2/1636951415288/Learning+and+Evaluation+Global+English+3.pdf> (accessed 24 April 2023)

3. WHO (2019) *Novel Coronavirus (2019-nCoV): Strategic Preparedness and Response Plan*. <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/srp-04022020.pdf> (accessed 24 April 2023)

## 2. INTRODUCTION

...

Dans un contexte d'incertitude et d'évolution rapide des connaissances scientifiques sur le COVID-19, les organisations humanitaires et de santé et les autorités publiques ont dû relever le défi de s'adresser à des journalistes avides d'information et de conseils en matière de santé. Ils ont cherché des informations qui soient à la fois faciles à assimiler et adaptées aux besoins de leur public – un défi pour les acteurs mondiaux et nationaux, car les possibilités pour les gens de protéger leur santé variaient d'un pays à l'autre, d'un contexte à l'autre, tant au niveau du groupe que de l'individu. Et pourtant, bien que la communauté humanitaire ait compris l'importance de reconnaître et d'utiliser des structures de communication hyperlocales dans le cadre des interventions d'urgence, les médias locaux n'ont pas toujours été inclus dans la conversation ou perçus comme des collaborateurs clé dans la réponse en matière de communication<sup>4</sup>, et ce pour diverses raisons (dont beaucoup seront discutées dans cet article). Cela signifie que les médias, en particulier les médias locaux, ont dû relever des défis majeurs pour suivre l'évolution de la situation et fournir en temps utile des informations opportunes, précises et adaptées au

contexte. Pour la première fois, une pandémie mondiale a été associée à l'utilisation généralisée d'outils de communication mondiaux, tels que les réseaux sociaux, ce qui a produit des conversations débordant largement les questions locales et les frontières nationales.

Les médias ont eu la lourde tâche non seulement de rester à jour sur un sujet techniquement complexe, avec de nouvelles informations publiées quotidiennement et des règles et réglementations en évolution constante, mais aussi de devoir s'interroger sur l'impact de l'événement sur leur public et sur les mesures à prendre pour assurer leur sécurité et celle de leurs proches.

Confrontés à l'incertitude et au manque de sources d'information disponibles sur le plan national et local, les journalistes ont souvent cherché des conseils auprès d'organismes mondiaux de santé publique, souvent incapables de s'adapter à d'innombrables langues et réalités locales différentes. Cette situation a contribué à une surabondance d'informations – certaines exactes, d'autres inapplicables, d'autres encore fausses et trompeuses – alors que les journalistes, les responsables de l'information et les communautés tentaient de trouver des réponses adaptées à leurs besoins et à leurs réalités.

Les médias, en particulier les organisations à base communautaire, ont eu du mal à distinguer le vrai du faux en l'absence d'experts compétents prêts à répondre aux questions et aux informations erronées diffusées en ligne et hors ligne. Dans bien des cas, des journalistes bien intentionnés ont tenté de combler les déficits d'information en consultant localement des médecins, des cliniciens ou des experts en santé publique spécialistes d'autres domaines de la médecine que les maladies infectieuses et qui n'étaient pas toujours au fait des dernières découvertes scientifiques sur le COVID-19, contribuant ainsi à la diffusion de conseils inappropriés (bien que souvent bien intentionnés). Certains journalistes ont également tenté de devancer le cycle de l'information en accédant et en citant des épreuves d'articles de recherche non encore validés prenant ainsi le risque de propager des informations erronées, mal interprétées, voire dangereuses.

...

### POURQUOI LA COMMUNICATION BI-DIRECTIONNELLE EST-ELLE IMPORTANTE DANS LES CRISES SANITAIRES ?

La communication bi-directionnelle permet aux communautés de réagir à l'information qui leur est fournie, pour faire clarifier ce qui n'est pas compris, commenter et critiquer la façon dont l'information et les services leur sont procurés et guider les fournisseurs d'information dans la compréhension de leurs besoins et priorités. Ainsi, les perceptions de la communauté suscitent les conversations pertinentes vis à vis des besoins locaux, alertent les professionnels de la communication sur les risques plus larges et sont utiles à la programmation humanitaire autant qu'à la prise de décision au niveau local.

4. WCDAC Network (2014), *Communicating with Communities and Accountability: A Current Debate*. <https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61bbfb96e7b8ec012a5fbb33/1639709593009/Working+Paper+Communicating+with+Communities+and+Accountability.pdf> (au 3 avril 2023)  
CDAC Network (2019), *Collective Communication and Community Engagement in Humanitarian Action. How-to Guide for Leaders and Responders*. [https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217\\_How\\_To\\_English.pdf](https://static1.squarespace.com/static/60996b757eb6521a42f3839d/t/61b9483840314c544b35780e/1639532625054/190217_How_To_English.pdf) (au 15 mars 2023)

## 2. INTRODUCTION

...

### POURQUOI CETTE RECHERCHE EST-ELLE NÉCESSAIRE ?

Les journalistes et les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire ont tous un rôle important à jouer en temps de crise, mais ils sont souvent frustrés de part et d'autre, en raison d'un manque de compréhension de leurs rôles différents bien que leurs objectifs ne soient pas opposés. Chaque partie prenante est confrontée à des contraintes qui compliquent leur marge de manœuvre et leur la compréhension des perspectives, objectifs et priorités de l'autre partie. C'est pourquoi ils peinent souvent à trouver la meilleure façon de collaborer efficacement.

Cette recherche est importante parce que les défis liés à cette relation ont un impact sur les communautés touchées par la crise. Les médias sont moins à même de rendre compte efficacement des besoins et des préoccupations humanitaires et d'agir en tant que facteur de responsabilisation sur la réponse s'ils ne peuvent pas accéder aux experts, aux porte-parole et à la communauté touchée par la crise. De même, les humanitaires passent à côté de l'opportunité de travailler avec des fournisseurs d'informations existants et fiables susceptibles de lancer rapidement l'alerte sur les problèmes qui touchent la communauté, d'expliquer les services d'aide et d'informer les communautés sur leurs droits. En fin de compte, c'est la communauté qui valide l'existence des deux acteurs. Les médias ne sont rien sans leur public et les humanitaires ne sont rien sans une communauté à servir.

La programmation Nexus développe un autre argument en faveur de l'engagement des agences humanitaires auprès des médias locaux, en vue de leur renforcement de capacités et de leur réactivité aux besoins de la communauté. Longtemps après le départ des agences humanitaires, nous devrions laisser derrière nous des médias plus forts et plus résistants, capables de continuer à défendre les besoins d'information de la communauté et mieux préparés à répondre à la prochaine crise.

Bien que le présent rapport s'attarde sur les difficultés rencontrées dans les relations entre ces acteurs, nous ne devons pas oublier l'objectif commun : répondre aux

...

### QUEL RÔLE JOUENT LES MÉDIA LOCAUX DANS UNE CRISE SANITAIRE ?

**L**es médias locaux et les organisations communautaires jouent un double rôle : ils sont souvent à la fois originaires de la communauté affectée par la crise tout en étant souvent des fournisseurs d'information auxquels la communauté fait confiance. Ils peuvent partager de l'information d'une façon pertinente à l'égard des réalités, priorités et préférences locales. Les médias locaux occupent aussi une position unique en ce qu'ils servent de points d'entrée vers les perceptions de la communauté. Ils permettent au public de s'exprimer plus librement sur des sujets délicats, particulièrement lorsqu'il s'agit de critiquer la réponse humanitaire ou des acteurs individuels, car ces canaux sont perçus comme plus indépendants et dignes de confiance que les mécanismes de plainte et de feedback et autres mesures de redevabilité proposés par les agences humanitaires.

Les journalistes sont bien équipés pour relayer l'escalade des inquiétudes et des questions aux répondants humanitaires et protéger la communauté en interpellant les répondants sur leurs actions (ou leur inaction).

En outre, le rôle des médias locaux est particulièrement important lorsqu'on aborde les groupes vulnérables qui rencontrent davantage d'obstacles dans l'accès à l'information à cause de défis relatifs à la langue ou l'alphabétisation, au handicap, à des préoccupations légales, à la stigmatisation et à des barrières dans la communication de leurs besoins aux fournisseurs d'aide. A cet égard, assurer un accès véritable à l'information pour la prise de décision implique d'être en capacité de proposer un accès à une variété de sources, dans une langue comprise par le public et dans des formats et canaux inspirant la confiance.

## 2. INTRODUCTION

...

besoins de la communauté, y compris en informations. Certes, ils peuvent emprunter des voies différentes pour y parvenir, à travers des processus, une terminologie et des délais différents, mais nous constatons qu'il est possible d'identifier un terrain d'entente et d'entretenir une collaboration dans le respect des préoccupations et des besoins de chacun :

■ **Les deux acteurs sont liés par un ensemble de normes similaires visant à ne pas nuire.** Tout comme les Principes humanitaires<sup>5</sup> soulignent les principes d'humanité, de neutralité et d'impartialité, les Principes internationaux d'éthique professionnelle du journalisme<sup>6</sup> stipulent que les journalistes doivent éviter de causer du tort<sup>7</sup>. Ces points communs constituent une opportunité pour les deux acteurs d'engager la conversation sur la manière de se soutenir mutuellement afin de garantir le respect de leurs mandats respectifs tout en travaillant pour un bien public plus large, au service, finalement, des communautés dans lesquelles ils sont tous deux intégrés.

■ **Les deux acteurs ont une responsabilité sociale – la recherche de conseils d'experts neutres est un bon moyen de trouver des solutions communes pour faire mieux tous ensemble.** Les journalistes ont un devoir envers les personnes sur lesquelles ils font des reportages, tout comme les humanitaires ont le devoir de servir les personnes en situation de crise humanitaire. Une collaboration étroite dans ces situations offre une excellente occasion de partager les meilleures pratiques en matière de responsabilité sociale et d'adhésion au principe de ne pas nuire, avec le soutien d'experts qui peuvent guider les journalistes et le personnel humanitaire sur la manière d'éviter la perpétuation des traumatismes et de la victimisation dans la communication publique, l'importance du consentement et une représentation digne des personnes en situation de crise.

■ **La capacité d'attention pour les crises humanitaires est limitée – les deux acteurs peuvent trouver des moyens de se soutenir mutuellement et de faire la lumière sur les histoires qui restent à raconter.** S'il est vrai que l'intérêt des journalistes et de leurs rédacteurs en chef peut rapidement s'évanouir après la vague initiale suscitée par une grande crise, les humanitaires sont souvent tout aussi frustrés de dépendre de la capacité d'attention des publics mondiaux et nationaux et de la manière dont les donateurs peuvent embrasser les es priorités du public plutôt celles du terrain. Ces expériences similaires constituent un terrain d'entente et une opportunité de chercher les moyens de relever ces défis et de renforcer l'empathie des uns envers les autres.

■ **Les deux acteurs ont besoin l'un de l'autre pour fonctionner correctement – un engagement régulier transforme cette attente en évidence, plutôt que quelque chose d'inhabituel ou de difficile.** Les organisations humanitaires et de santé qui adoptent comme bonne pratique de s'engager avec les médias peuvent créer des opportunités pour développer de l'expertise technique et appuyer le renforcement de capacités dans de multiples domaines des deux côtés, tels que les droits de l'homme ou les principes humanitaires, mais aussi des connaissances plus pratiques sur la façon de ne pas perpétuer les traumatismes ou d'expliquer les processus scientifiques qui éclairent les décisions dans une situation d'urgence sanitaire. Plus chacune des deux parties sera à l'aise avec le métier de l'autre, mieux elles pourront tirer avantage de leurs expertises et de leurs positions respectives dans le cadre d'une intervention.

Enfin, la pertinence locale et la responsabilité accrue vis-à-vis des populations touchées par les crises bénéficieront du fait que les acteurs humanitaires ne se

...

5. OCHA (2022), *OCHA on Message: Humanitarian Principles*. [https://www.unocha.org/sites/unocha/files/OOM\\_Humanitarian%20Principles\\_Eng.pdf](https://www.unocha.org/sites/unocha/files/OOM_Humanitarian%20Principles_Eng.pdf) (Au 3 mars 2023)

6. Accountable Journalism, *International Principles of Professional Ethics in Journalism*, <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-Principles> (Au 5 mars 2023)

7. Principle VI of the Code talks about respect for privacy and human dignity, urging journalists to respect the right of the individual to privacy and human dignity, in line with provisions of international and national law. Principle IX makes direct reference to the ethical commitment to abstain from any justification for, or incitement to, wars of aggression and all other forms of violence, hatred, or discrimination. See more in *Accountable Journalism, International Principles of Professional Ethics in Journalism*, <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-Principles> (Au 5 mars 2023)

## 2. INTRODUCTION

...

contentent pas de tolérer, mais soutiennent activement la présence d'acteurs tiers tels que les organisations de la société civile et les médias locaux. Lorsqu'ils sont reconnus et inclus, la réponse humanitaire peut bénéficier de leur présence et de leur expertise du contexte, pour le plus grand profit de l'information des populations. Ces acteurs devraient être autorisés à suivre et à remettre en question la réponse humanitaire du point de vue de la population locale, en soulignant les priorités locales négligées, les préoccupations non prises en compte par les mécanismes de retour d'information et en attirant l'attention sur les solutions mises en œuvre par la communauté. En résumé, la promotion d'un environnement de confiance envers les acteurs locaux contribuera à améliorer la responsabilisation au niveau local dans le cadre de la réponse humanitaire.

Dans le cadre du projet « Rooted in Trust », Internews s'est efforcée de créer des opportunités de collaboration entre les médias, les acteurs de la santé et les acteurs humanitaires. A travers des forums, des groupes de travail RCCE (tels que le groupe de travail sur les médias RCCE de la région d'Afrique de l'Est et d'Afrique australe ou le groupe de travail sur les médias RCCE du RCCE Collective Service Media Sub-working group) nous avons jeté des ponts qui ont permis aux deux parties de bénéficier des perspectives et de l'expertise de l'autre. Cette recherche présente les principaux résultats de ces interactions. Nous espérons qu'elle aidera les lecteurs à mieux comprendre les frustrations ressenties de part et d'autre et à imaginer les mesures pratiques permettant de faire mieux et plus durablement pour les communautés touchées par une crise. ■



### 3. MÉTHODOLOGIE

**D**ans le cadre de cette étude, nous avons interrogé des participants de neuf pays : Brésil, Colombie, République démocratique du Congo, Irak, Liban, Mali, Soudan du Sud, Soudan et Zimbabwe. Tous ces pays participent au projet Rooted in Trust (RiT) d'Internews. Les participants ont été sélectionnés par échantillonnage raisonné, à partir des réseaux existants d'acteurs de la santé et de l'aide humanitaire et de professionnels des médias déjà connus des équipes nationales du projet<sup>8</sup>.

Les chercheurs ont veillé à obtenir le consentement éclairé des participants avant de commencer les entretiens. Les données d'identification telles que les noms des personnes et des organisations et les fonctions ont été anonymisées, pour permettre aux participants de s'exprimer librement. Les entretiens ont été menés à distance et, dans la mesure du possible, en personne.

Les entretiens ont duré entre vingt et soixante minutes. Au total, 51 praticiens d'organisations humanitaires et de santé mettant en œuvre des programmes liés à la pandémie ont été consultés (il s'agissait d'employés d'organisations multilatérales, d'ONGI, d'ONG locales et d'OSC ayant des antécédents professionnels très divers). Du côté des médias, 51 journalistes, rédacteurs en chef de médias et membres d'associations de médias ont été consultés. Au total, 102 entretiens ont été menés dans tous les pays.

Les résultats ont ensuite été analysés à l'aide d'une méthodologie de codage thématique, sur la base d'un consensus commun d'approche partagé par tous les pays de la RiT. Les résultats nationaux ont été compilés et résumés dans le présent rapport. Bien que des conclusions thématiques communes aient été identifiées tout au long des entretiens, les citations sélectionnées pour illustrer les résultats ne représentent pas nécessairement l'une ou l'autre partie dans son ensemble ou les acteurs d'un pays en particulier.

#### LIMITES DE L'ÉTUDE

Cette étude a porté sur un échantillon relativement restreint de 102 participants (51 praticiens d'organisations humanitaires et de santé et 51 journalistes et rédacteurs en chef), répartis dans neuf pays.

Bien que nous ayons toujours eu pour objectif l'égalité de genre et la diversité, cela n'a pas toujours été possible de l'atteindre en raison de la petite taille de l'échantillon de chaque pays. Dans certains pays, des facteurs liés au contexte et des questions logistiques nous ont empêché de recruter un nombre égal d'acteurs humanitaires et de professionnels des médias.

Les contraintes de temps ont également constitué une limite. Les données ont été collectées sur une période de deux mois, en mars et avril 2022. Une étude plus longue, ou une étude réalisée lors d'une crise humanitaire ou de santé différente, pourrait révéler des défis différents de ceux énumérés dans le présent rapport.

En outre, alors que les participants des secteurs de la santé et de l'humanitaire se sont vu poser des questions les invitant à réfléchir sur leur positionnement et leur réflexivité, ces questions n'ont pas été posées lors de la plupart des entretiens avec les participants journalistes. Dans de futures études, nous essaierons de prévoir ces questions pour les deux groupes. Cette étude n'a pas non plus significativement abordé la relation des acteurs humanitaires et des médias avec les communautés locales, notre recherche s'étant concentrée sur les dynamiques, les obstacles et les défis rencontrés par les médias et les acteurs humanitaires et de santé dans leur engagement réciproque. Cependant, les acteurs ont été invités à réfléchir à l'impact final de ces obstacles sur leur travail et sur les communautés/publics qu'ils cherchent à servir et informer. Enfin, le contexte de la pandémie de COVID-19 n'a pas toujours permis de mener des entretiens en personne. Un certain nombre d'entre eux ont donc été réalisés à distance. ■

<sup>8</sup>. Pour cette enquête, nos équipes ont principalement sollicité des membres d'organisations et de médias avec lesquels elles interagissent de façon régulière. Notre rôle est de renforcer les relations entre les différents acteurs de l'écosystème informationnel, y compris les médias, les agences humanitaires et de santé. De ce fait, nous admettons qu'il peut y avoir des biais dans la sélection des personnes interviewées, dans la mesure où il s'agit d'acteurs déjà familiers de ces conversations.

## 4. RÉSULTATS

### 4.1 QUE DISENT LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES ET DE SANTÉ SUR LES OBSTACLES DANS LEURS RELATIONS AVEC LES MÉDIAS ?

#### INSUFFISANCE DES RESSOURCES HUMAINES SPÉCIALISÉES

L'une des préoccupations les plus fréquentes exprimées par les représentants des organisations humanitaires et de santé est le manque de journalistes spécialisés pour couvrir les questions de santé techniquement complexes ou les urgences de santé publique. La pandémie de COVID-19 a mis en évidence les difficultés rencontrées par beaucoup de journalistes pour assimiler des informations très complexes et évoluant rapidement sur la santé et la science et pour les transmettre ensuite à leur public.

*L'Irak est confronté à un problème majeur : l'absence de médias spécialisés dans la santé, qui auraient permis d'améliorer l'approche et le mécanisme de diffusion des messages. (Agence des Nations unies spécialisée dans la santé, Irak).*

Cependant, la formation au journalisme spécialisé dans la santé n'est pas le seul besoin identifié par les organisations humanitaires. Les personnes interrogées ont également parlé d'un manque de ressources humaines spécialisées pour rendre compte d'autres questions complexes liées aux crises humanitaires, telles que les questions juridiques, la protection et le contenu sensible au genre.

En raison de ces trop faibles compétences techniques, les informations que les acteurs humanitaires et de santé partagent avec les journalistes ne sont pas toujours bien comprises et interprétées par des professionnels qui ne sont pas familiers de ces questions. Souvent, des informations erronées peuvent être diffusées à travers des reportages involontairement inexacts, simplement parce que les auteurs n'ont pas l'expertise nécessaire pour décortiquer et vulgariser les informations techniques fournies.

*Les médias doivent être formés à la transmission de messages plus accessibles et simplifiés, ainsi qu'à la vérification des faits scientifiques. Dans d'autres pays, les médias reçoivent des formations spécialisées dans le domaine de la santé. Cette formation n'existe pas au Liban. (Institut de recherche, Liban).*

*Les épidémiologistes/chercheurs et les médias ne parlent pas le même langage. La technicité du langage utilisé dans la recherche fait qu'il est très difficile pour les médias de converser avec la communauté. De plus, il n'y a pas assez de réunions entre les deux parties pour simplifier ou expliquer les aspects techniques. (Institut de recherche, Liban).*

*(...) les organisations humanitaires, parfois, ne communiquent pas leurs idées de manière digeste et/ou n'articulent pas leurs efforts avec les médias pour co-créditer du contenu qui informe en utilisant un langage facile à comprendre (...)  
(Agence des Nations Unies, Colombie)*

En outre, les personnes interrogées estiment que le langage technique privilégié par les représentants des organisations humanitaires et de santé peut également dissuader les journalistes de couvrir certains sujets.

Certaines personnes interrogées ont également estimé que les journalistes et les rédacteurs en chef des médias n'étaient pas toujours suffisamment formés sur le code de déontologie et les bonnes pratiques du secteur des médias pour couvrir certains sujets, y compris sur les sources à utiliser et l'équilibre de l'information. Les personnes interrogées ont fait remarquer que cela avait un impact sur la qualité des reportages sur des sujets sensibles et ils ont relié ces insuffisances à la nécessité de formations spécialisées sur ces questions.

*Les médias doivent être formés à la transmission de messages plus accessibles et simplifiés, ainsi qu'à la vérification des faits scientifiques. Dans d'autres pays, les médias reçoivent des formations spécialisées dans le domaine de la santé. Cette formation n'existe pas au Liban. (Institut de recherche, Liban)*

*Il faut davantage de formation pour renforcer les capacités. Les journalistes doivent comprendre les questions d'actualité et savoir comment en rendre compte le mieux possible. Il faut former les journalistes sur l'engagement communautaire, sur les sujets de préoccupation et dans le domaine de l'éthique. (ONGI, Zimbabwe)*

...

## 4. RÉSULTATS

...

### ABSENCE D'APPROCHE COLLECTIVE

Les personnes interrogées dans plusieurs pays ont souligné les difficultés à élaborer une réponse collective avec les médias en raison de leur absence des plateformes de coordination. Comme l'ont indiqué les personnes interrogées, les médias ne sont jamais ou rarement invités dans ces espaces (tels que les plateformes de communication sur les risques et d'engagement communautaire) où les organisations partagent les mises à jour pertinentes et discutent de la manière de répondre aux besoins d'information, de communication et d'engagement de la communauté. L'absence des journalistes et des médias dans ces mécanismes de coordination provoque des lacunes importantes dans le partage d'informations, l'identification des besoins communs et une compréhension limitée des priorités lors d'une intervention d'urgence.

Cette approche cloisonnée de la coordination met également en évidence une grave carence de la communication fournie par ces organisations sur les objectifs et les priorités de la réponse plutôt que sur les seuls aspects scientifiques ou de santé. Les informations sur ce qui doit être fait (mesures, réglementations, délais), sur les acteurs impliqués dans la réponse (et sur les raisons pour lesquelles ces acteurs prennent les décisions et les actions qui en découlent), ainsi que sur l'évolution de la réponse en termes d'avancées et de reculs à chaque étape de la gestion de l'urgence devraient être davantage diffusées.

Cette approche permettrait de gérer les attentes des communautés et de les guider à travers les limites et les potentiels des acteurs impliqués ainsi que d'ouvrir le dialogue sur ce que les structures communautaires peuvent faire pour contribuer à un résultat positif - plutôt que d'imposer des mandats sans un «pourquoi» clairement défini. Les médias peuvent jouer un rôle important dans ce processus en encadrant les conversations autour de ces questions importantes et en créant des mécanismes de communication bidirectionnelle où la communauté peut partager ses réflexions et ses préoccupations.

*Il serait bon d'activer des plateformes telles qu'un comité d'engagement des médias, en invitant les médias à toutes les réunions de coordination.*  
**(Agence des Nations unies spécialisée dans la santé, Soudan du Sud)**

Certaines personnes interrogées ont exprimé le besoin d'impliquer les médias dans ces espaces afin d'établir des relations plus durables et soutenues pouvant permettre un soutien mutuel, ainsi que l'opportunité de co-crée et de collaborer à toutes les phases de la planification d'urgence, de la réponse, et au-delà.

*Il faut créer une plateforme permettant aux acteurs humanitaires et aux journalistes de s'engager et de travailler en réseau à de meilleures relations de travail au service de la communauté.*  
**(ONGI, Zimbabwe)**



...

## 4. RÉSULTATS

...

Ainsi, plusieurs informateurs au Liban ont souligné que les tentatives de rationalisation des interactions avec les médias avaient finalement entraîné de longs retards et une moins bonne couverture sanitaire. Il avait été décidé que toutes les demandes des médias seraient dirigées vers le groupe RCCE plutôt que vers les agences individuelles. En principe, cela devait favoriser une réponse coordonnée et garantir la cohérence de tous les messages, les organisations «parlant d'une seule voix». Toutefois, en réalité, cette initiative a créé un goulot d'étranglement avec de longs délais de réponse aux demandes des médias, réduisant la possibilité de réagir de manière rapide ou flexible, ce qui a freiné l'accès des médias à l'expertise en matière de santé et aux autorités de santé publique. Elle n'a pas non plus permis aux médias d'accéder plus facilement à des experts en santé habilités pour répondre à des interviews, comme cela était prévu à l'origine. Cela nous rappelle que s'il est important d'agir de manière coordonnée, cela ne doit pas se faire au détriment de la satisfaction des besoins d'information de la communauté en temps voulu et de manière appropriée.

### OBJECTIFS DIFFÉRENTS, INCOMPRÉHENSION ET MÉFIANCE

Les personnes interrogées au sein des organisations humanitaires et de santé de plusieurs pays ont exprimé leur frustration à faire coïncider les différents processus, objectifs et calendriers des réponses programmatiques avec les médias. Cette perception d'objectifs discordants, associée à un manque de volonté de collaboration de part et d'autre, crée une distance et une méfiance inutiles entre les deux groupes d'acteurs.

Selon des répondants de l'humanitaire et de la santé, la préférence des médias pour des nouvelles de dernière minute et leur lassitude à l'égard des crises qui se prolongent, créent des obstacles importants aux organisations humanitaires voulant faire figurer des sujets à l'ordre du jour. Le COVID-19 est un exemple

*Les journalistes locaux s'intéressent à d'autres sujets que COVID-19 en ce moment, et ils veulent toujours parler de quelque chose de nouveau, si bien qu'ils ne sont plus vraiment réceptifs à la communication sur le COVID-19. (ONGI, Liban).*

*Les médias... ne semblent pas s'intéresser au développement ni au travail humanitaire – sauf lorsqu'il y a un scandale quelconque».*

**(ONGI, Soudan)**

*...des aspects tels que les violations du droit humanitaire international, qui se produisent actuellement dans le cadre des accords de paix, ne sont pas abordés par les médias, qui étaient très intéressés par le sujet lorsque le processus de mise en œuvre a commencé. Mais aujourd'hui, même s'il s'agit d'une partie importante de l'agenda humanitaire, ils sont passés à des sujets plus récents et plus tendance...*

**(Agence des Nations Unies, Colombie)**

de la manière dont certaines questions deviennent de moins en moins intéressantes pour les médias à mesure que des besoins concurrents, de nouvelles épidémies ou des événements nationaux prennent plus d'importance dans la vie des gens (bien qu'ils puissent rester pertinents pour la réponse de santé publique).

Certaines personnes interrogées en Colombie ont expliqué que, de peur d'être mal citées ou de subir un traitement sensationnaliste, les organisations humanitaires et de santé limitent très souvent leurs relations avec les médias à des relations publiques, laissant ainsi peu d'espace aux journalistes pour faire «leur travail». Elles font part de leurs craintes sur le traitement des sujets (instrumentalisation à des fins politiques ou personnelles, stigmatisation de certaines populations ou interprétation biaisée de conflits complexes) et sur le rôle et la réputation de l'organisation. Inquiètes du manque de neutralité des journalistes, elles préfèrent parfois garder le silence.

*(Il y a un défi dans) les agences de l'ONU, car les ONG fonctionnent différemment. Nous n'avons pas le droit de donner des informations. Il est difficile de faire une déclaration ou d'être porte-parole. Les journalistes de la région recherchent les informations les plus crues qu'ils peuvent obtenir... et cela rend parfois moins attrayant le fait de parler à une agence multilatérale. [...] Cela m'est arrivé à plusieurs reprises avec différents types de journalistes : vous dites quelque chose et le lendemain, ils sortent une autre déclaration de l'ONU (Agence des Nations Unies, Colombie)*

...

## 4. RÉSULTATS

Les journalistes de la région font partie de leur contexte et reproduisent donc les mêmes peurs que leurs communautés. Les journalistes sont parfois aussi des leaders sociaux... ils font des dénonciations [...] Ils sont une source d'informations fiable sur ce qui se dit dans leurs communautés. Leur façon de produire de l'information est très différente de celle d'une salle de rédaction. Ils sont amis avec tout le monde ; ils font partie des fêtes et sont immergés dans la configuration sociale régionale. **(UN Agency, Colombia)**

Malgré ces inquiétudes, de nombreux informateurs sont conscients de la grande utilité d'être en contact avec des journalistes locaux. Ces derniers peuvent aussi être des sources fiables d'informations sur la communauté et ils peuvent orienter les organisations sur la meilleure façon de communiquer avec certains groupes et de gérer les relations et les dynamiques méconnues des personnes extérieures.

Il n'y a pas beaucoup de mention de questions plus politiques de notre part, la communication est plus institutionnelle ; entrer sur ce terrain avec la presse serait plus difficile. (...) La dynamique de [l'agence des Nations unies] est davantage axée sur la visibilité que sur le plaidoyer. Cela conduit à une relation plus superficielle avec les médias **(Agence des Nations Unies, Brésil)**

Certaines personnes interrogées au Brésil ont reconnu que les tentatives de contrôle des messages par les services de communication institutionnelle pouvaient en effet avoir un impact sur les relations avec les journalistes et sur les opportunités potentielles d'établir des relations de confiance. En fin de compte, cela peut affecter la couverture des sujets sérieux qui requièrent l'attention de la population dans son ensemble.

Améliorer la visibilité des différents projets mis en œuvre par les acteurs étatiques et non étatiques est crucial, car cela contribue à l'obtention des fonds pour le COVID-19. **(OSC, Zimbabwe)**

Les dynamiques mentionnées ci-dessus conduisent souvent les professionnels de la communication des organisations humanitaires et de santé à s'adresser aux médias à des

9. Les Quilombolas sont les habitants Afro-Bréiliens des villages quilombo au Brésil. Il s'agit de villages créés par des esclaves d'origine africaine échappés des plantations d'esclaves avant l'abolition de 1888 et habités par la suite par leurs descendants. L'identité quilombola est aujourd'hui perçue comme un groupe ethnico-racial étroitement lié à son territoire et au processus de résistance historique à l'oppression subie par leurs ancêtres africains.

Nous avons un collectif de communication dirigé par un journaliste [...] et un groupe de journalistes volontaires qui ont une formation en communication sociale et une expérience des agendas de quilombolas<sup>9</sup> [...] nous rassemblons les articles, nous en discutons et nous les envoyons aux médias pour sensibiliser ce groupe afin qu'ils publient et donnent de la visibilité à ce que nous voulons vraiment. Cela n'arrive pas [souvent] le cas, [mais] nous continuons à produire nous-mêmes. **(OSC, Brésil)**

fins de visibilité de la programmation (et de financement) plutôt qu'à s'engager véritablement avec les médias sur des questions qui touchent à des dynamiques complexes.

Souvent, ce travail de visibilité s'accompagne d'efforts de sensibilisation sur les besoins des populations et ce que fait l'organisation pour y répondre. Ceci est particulièrement mis en évidence par les organisations communautaires, les organisations de la société civile ou les ONG qui cherchent à influencer les médias et les agendas politiques sur les besoins des communautés avec lesquelles elles travaillent. Cependant, comme nous l'avons vu plus haut, ces efforts de relations publiques ne permettent pas toujours aux journalistes d'aborder des questions plus vastes et d'accomplir leur mandat.

La communication est l'une des stratégies pour la visibilité et la responsabilisation de toutes nos actions. [...] En externe, elle est soutenue par les médias qui non seulement soutiennent la visibilité mais permettent aussi à un public plus large d'avoir des connaissances sur les actions de l'organisation à travers des débats [...], des documentaires sur le projet, des témoignages sur les impacts du projet et les forces et faiblesses de l'organisation. **(OSC, Mali)**

### DES BUDGETS LIMITÉS

Les personnes interrogées ont identifié certaines contraintes communes au sein des organisations qui les empêchent de s'engager avec les médias de manière

## 4. RÉSULTATS

Le temps est un obstacle majeur ; les médias travaillent beaucoup plus vite que les organisations et il en va de même pour les rumeurs. **(ONGI, Liban)**

(Nous avons une) capacité limitée, en tant que petite organisation, pour atteindre les grands médias. En général, ce sont les petits médias locaux et internationaux qui nous contactent et non l'inverse. **(OSC, Liban)**

En ce sens, le rôle de porte-parole [inter-agences] est limité [...], ce qui limite mon interaction avec les médias [...]. Obtenir [un représentant de haut niveau de l'ONU] est impossible, cela nécessite une validation des messages qu'ils vont eux-mêmes diffuser...

**(Groupe de travail inter-agences, Colombie)**

adéquate. L'impossibilité de répondre en temps voulu aux demandes des médias est l'un des obstacles les plus fréquemment cités par les organisations. Cet obstacle est souvent lié à la rareté des ressources humaines disponibles pour répondre aux demandes - plus souvent mentionnées par les petites ONG ou OSC qui ne peuvent pas toujours disposer d'un personnel spécialisé pour se consacrer à plein temps aux relations avec les médias ou à la communication.

L'engagement auprès des médias est une compétence. Il est important de tisser des liens avec les journalistes afin qu'ils comprennent votre organisation et son fonctionnement. Cela diminuera les difficultés rencontrées lors de l'engagement avec les journalistes. **(ONGI, Zimbabwe)**



(Il serait bon) d'organiser une formation entre les organisations humanitaires et les médias sur ce que nous attendons les uns des autres. **(ONGI, Soudan du Sud)**

Si les réflexions des répondants des Nations unies ont montré une amélioration de la flexibilité des structures des organisations en vue du partage des informations essentielles le plus rapidement possible, certains ont toutefois mentionné les longues procédures qui persistent pour obtenir des messages dûment validés par la hiérarchie.

Les organisations ont également souligné le manque d'expertise interne sur l'engagement avec les médias au sein des équipes humanitaires. L'écart entre le travail médiatique et l'expertise humanitaire et de santé devient un défi pour le personnel inexpérimenté qui n'a ni le temps, ni la formation pour gérer les médias. Bien souvent, les programmes ratent l'occasion de dialoguer avec les journalistes parce que leurs informations ne sont pas pertinentes ou mal présentées ou qu'elles ne répondent pas aux besoins des journalistes.

Plusieurs organisations ont estimé qu'il fallait tirer parti des capacités internes dans ce sens en organisant des formations sur le travail avec les médias ou en créant des espaces où les organisations humanitaires et les médias pourraient apprendre les uns des autres. Comme mentionné dans les sections précédentes, ces espaces contribueraient non seulement à une meilleure compréhension mutuelle, mais aussi à l'échange d'informations actualisées avec les journalistes et au développement des compétences des médias sur des questions techniques complexes bien avant une éventuelle urgence - contribuant ainsi au renforcement des capacités de préparation. Par l'instauration de telles relations de manière durable avant les crises, on s'épargnerait des centaines de demandes d'informations contextuelles techniques au début de la situation d'urgence.

Les ressources financières limitées dédiées à la communication ont également été exprimées en termes de budgets restreints dévolus aux événements médiatiques et à la capacité des équipes de travailler régulièrement avec les médias ou de le faire dans la langue parlée (voir la section suivante pour plus

## 4. RÉSULTATS

...



d'informations). Comme nous l'avons déjà mentionné, les activités de communication des organisations humanitaires et de santé se concentrent souvent sur la visibilité des programmes/donateurs ou sur les efforts de mobilisation des ressources perçues comme secondaires par rapport aux services humanitaires ou aux interventions de santé publique jugés «essentiels». Ceci ignore la valeur que l'engagement avec les médias peut apporter à une communication des risques plus large, au changement social, à l'engagement communautaire et aux efforts de responsabilisation. C'est ainsi que, parfois, c'est le responsable de la communication qui gère les relations avec les médias, plutôt que le personnel des programmes qui pourrait utiliser la relation avec les médias dans l'intérêt de ses besoins programmatiques.

Cette situation a été principalement mise en évidence par les ONG locales et de petite taille qui souhaitent communiquer avec les médias mais ne peuvent pas toujours y dédier des ressources des programmes. En raison de ces limites, de nombreuses organisations ont déclaré qu'elles ne communiquaient généralement avec les médias que lorsque ceux-ci les approchaient ou lors d'événements ponctuels, comme le lancement ou la clôture d'un projet, au lieu de s'engager régulièrement et d'influencer l'ordre du jour en faveur de ce qui est important pour les communautés.

En outre, les personnes interrogées dans la plupart des pays (à l'exception du Liban et du Brésil) ont souligné les difficultés rencontrées par les journalistes pour couvrir certains sujets sans appui financier, c'est-à-dire sans salaires, frais de nourriture, transport ou même coûts de diffusion. Les personnes interrogées reconnaissent les défis auxquels les médias sont confrontés pour survivre et certaines, en particulier les grandes organisations et les agences des Nations unies, reconnaissent qu'elles soutiennent les collaborations rémunérées. Mais ces comportements favorisent finalement un abandon malsain du contrôle éditorial, les organisations pouvant parfois s'accorder un droit de veto sur le produit journalistique final. (voir chapitre suivant).

*Après les efforts des employés pour communiquer avec les communautés, les médias sont les premiers à soutenir nos efforts de communication. Cependant, leurs interventions se limitent le plus souvent aux services demandés et payés.*  
**(OSC, Mali)**

*Tout se passe mais avec des coûts à assumer et sans argent, aucun média ne peut jamais donner un espace gratuit. Vous avez votre budget et votre message, ils vous donnent l'espace.*  
**(OSC, RDC)**

...

## 4. RÉSULTATS

...

### PAS DE PRISE EN COMPTE DES LANGUES LOCALES ET MINORITAIRES

La question de la langue est une autre limite partagée par les organisations humanitaires et de santé faisant potentiellement obstacle à des relations efficaces avec les médias. Certaines personnes interrogées ont reconnu qu'elles fonctionnaient et «pensaient» encore en termes jargonneux, ce qui rend difficile la traduction des concepts et des priorités humanitaires en quelque chose qui ait du sens pour les médias (et finalement leur public), dans les langues parlées par les journalistes.

Il est important de permettre au personnel parlant des langues nationales et minoritaires de recevoir formation et soutien lui permettant de dialoguer avec les médias et se sentir à l'aise pour interpréter ces concepts en temps réel, tout comme il est nécessaire de répondre aux questions d'une manière qui ait du sens pour les journalistes et les communautés locales. Il s'agit non seulement de s'assurer que le langage approprié est utilisé, mais aussi d'expliquer les concepts dans le contexte et la réalité locaux (plutôt que dans l'interprétation théorique du QG). Cependant, cela ne semble pas être la norme dans les pratiques et les processus de ces organisations et peu de membres du personnel sont autorisés à échanger avec les médias. Dans de nombreux exemples qui nous ont été rapportés, le personnel expatrié occupant les postes de direction est parfois choisi en priorité pour ces interactions, ce qui pèse sur la pérennité des relations et la pertinence contextuelle des échanges.

Les petites organisations locales ont indiqué que les contraintes financières qui empêchent la traduction et l'adaptation des documents dans les langues minoritaires

constituent le principal obstacle qui limite les possibilités de travail avec des médias ciblés. Les grandes organisations s'en remettent souvent à des traductions techniques émanant des bureaux régionaux ou mondiaux du siège et destinées à la communication et aux médias. Cependant, les équipes locales ne disposent pas toujours de membres des communautés cibles pour concevoir ou réviser leur contenu ou pour s'impliquer dans les relations avec les médias. Ceci limite les capacités d'adaptation au contexte.

Comme l'ont expliqué certaines ONGI au Brésil et au Soudan, traduire les informations humanitaires dans les langues locales pour les médias n'est pas toujours une solution simple, car certains concepts peuvent ne pas avoir d'équivalents dans la langue locale. Dès lors, il est laissé aux médias la charge d'adapter comme ils peuvent ce matériel avec le risque, à cause de la nature jargonnable du langage humanitaire, d'une mauvaise interprétation de l'information.

*Nous utilisons principalement du contenu international, avec des traductions et des adaptations des documents qui nous parviennent du [siège de l'ONGI] [...] Un défi [identifié] est donc la nécessité d'adapter la langue, le format et la narration (par exemple, des interviews avec des expatriés, etc.). (ONGI, Brésil)*

*Je pense que la langue est une grande barrière – les personnes qui écrivent le message en anglais sont issues du secteur humanitaire, et les médias pensent en arabe. Lorsque vous réunissez [ces] personnes, elles sont incapables de communiquer effectivement - il y a un fossé de communication même avec une traduction. (ONGI, Soudan)*

...



## 4. RÉSULTATS

...

### RARÉFACTION DES MÉDIAS LOCAUX POUR RÉPONDRE AUX BESOINS D'INFORMATION DES COMMUNAUTÉS

De nombreuses personnes interrogées reconnaissent que les médias ont joué un rôle important dans le contexte du COVID-19 en fournissant des informations régulières et actualisées sur les fondements scientifiques du virus, sur les mesures de prévention et sur l'impact du virus sur les populations. Toutefois, les organisations du Brésil, de Colombie, du Mali et du Sud-Soudan ont souligné que, comme les acteurs sanitaires et humanitaires, les médias n'étaient pas toujours en mesure de produire des informations adaptées aux contextes locaux et répondant aux particularités, demandes et besoins des communautés.

Les médias nationaux ont parfois du mal à contextualiser leurs produits en raison de leur manque de présence dans certaines régions ou de la nécessité de s'adresser au grand public. Au contraire, les médias locaux qui couvrent des régions infranationales, des villes spécifiques ou des zones rurales peuvent être davantage présents physiquement et prêts à fournir des informations pertinentes pour leur public immédiat. Par exemple, ils sont plus à même de parler des événements qui affectent la vie quotidienne dans leur zone spécifique, de fournir des références locales et de produire des informations dans les langues locales et/ou minoritaires. Toutefois, ces plus petits médias sont confrontés à une autre série de défis qui les empêchent de fournir un contenu toujours pertinent ou utile pour les communautés.

Par exemple, en Colombie, les médias hyperlocaux sont confrontés à des contraintes financières plus importantes que les médias nationaux et dépendent fortement du soutien public/gouvernemental. Leur personnel est exposé à des risques personnels plus grands dans les environnements d'insécurité, perçoit des salaires plus bas et éprouve de plus grandes difficultés à s'adapter au journalisme numérique à cause de la qualité de la connexion et du manque d'infrastructures publiques adaptées. Les difficultés pour atteindre les communautés isolées – dont beaucoup sont autochtones et parlent des langues différentes – ou les communautés victimes de violences aiguës pèsent aussi lourdement sur les capacités des journalistes à produire des reportages et fournir des informations utiles.

De même, le personnel humanitaire (en particulier les équipes chargées des relations avec les médias) a tendance à être moins présent dans les zones rurales ou à disposer de moins de ressources disponibles, ce qui ne facilite pas pour les journalistes l'accès aux informations nécessaires sur les besoins humanitaires ou les dynamiques qui ont un impact sur la vie des gens.

Ces difficultés peuvent souvent avoir pour conséquence que des événements locaux ne soient pas rapportés, que les communautés/publics n'aient accès qu'à des informations fragmentaires ou trop généraux, ne répondant pas à leurs besoins spécifiques d'information hyper-locale. Dans certains cas, lorsqu'ils accèdent à l'information, elle est parfois dépassée ou décalée par rapport aux problèmes des communautés, ce qui laisse libre cours à la désinformation.

Dans la région nord du Brésil, la plus désertique du pays en matière d'information, ces contraintes menacent la survie des médias de base. Les petits médias y sont généralement concentrés dans les capitales des États, produisant souvent des informations sur le contexte urbain, ce qui laisse peu de place aux informations pertinentes pour les personnes vivant dans les zones rurales ou les communautés isolées, comme les groupes indigènes ou les quilombolas. Ces carences se traduisent souvent par une production d'informations qui ignore les spécificités hyperlocales qui rendent l'information pertinente et exploitable au niveau local. Les organisations humanitaires et de santé, ainsi que les OSC, soulignent que ces approches et ces limites peuvent aboutir à une production médiatique qui n'est pas adaptée aux langues parlées par les minorités ou qui ne tient pas compte de leur culture et leur vision du monde, ce qui amoindrit l'impact positif que les produits médiatiques peuvent avoir sur l'écosystème informationnel de ces groupes.

*Les médias ont joué un rôle correct et engagé dans la transmission de l'information, mais ils l'ont fait dans le cadre de ce à quoi ils sont habitués. Ils n'ont pas cherché à adapter leur langage à ceux qui ne sont pas atteints. (OSC, Brésil)*

*Il y a des carences dans la diffusion de l'information dans les zones rurales où l'accès aux médias est très limité, seulement à la radio et parfois très compliqué. (Agence des Nations unies spécialisée dans la santé, Mali)*

...

## 4. RÉSULTATS

...

Comme l'ont montré les entretiens, les efforts de co-création entre les communautés, les médias et les intervenants humanitaires sont rares. De nombreuses organisations recueillent les réactions de la communauté comme un exercice de renforcement de la responsabilisation pour adapter la programmation aux besoins de la communauté (y compris les efforts d'engagement avec la communauté). Cependant, ces données ne sont pas toujours utilisées de manière systématique dans les relations avec les médias et les informations données aux journalistes.

Lorsque c'est le cas, les résultats sont souvent communiqués dans le cadre de « dossiers de presse » qui peuvent inclure des études, des évaluations des besoins ou toute autre information supplémentaire sur le programme afin d'informer les journalistes « sur » la communauté, plutôt que sur les besoins d'information que les médias pourraient s'efforcer de combler. Ces résultats mettent donc en évidence le fait que les relations avec les médias continuent d'être conçues comme distinctes des relations avec les communautés. Même lorsque les organisations procèdent à une écoute sociale ou recueillent les réactions des communautés, ces résultats sont rarement pris en compte pour orienter ce qui doit être discuté avec les journalistes.

*Habituellement, les données et le retour d'information sont collectés dans le cadre de la gestion des données au sein de l'organisation afin d'améliorer la planification et la mise en œuvre dans l'avenir. Cependant, certaines des situations difficiles vécues par des personnes ont déjà été diffusées sur des chaînes de télévision et des plateformes de médias sociaux. (OSC, Irak)*

*Il est important que la communauté soit de plus en plus impliquée dans les processus médiatiques et de communication sur les thèmes prévus. Les journalistes et les communicateurs devraient être issus de la communauté elle-même – ce qui impliquerait des processus d'engagement et de formation de la communauté. De cette manière, ce serait plus facile d'être attentif à ne pas renforcer des choses qui ne devraient pas l'être au niveau de la désinformation. (Agence des Nations unies, Brésil)*

Dans certains pays, comme le Mali et le Soudan du Sud, où les radios locales jouent un rôle important dans l'articulation et le dialogue des communautés, les agences de l'ONU et les ONG ont activement partagé les résultats du retour d'information des communautés avec les médias locaux, afin qu'ils puissent mieux concevoir leurs émissions en direct, leurs podcasts ou leurs programmes en ligne. Cette relation s'appuie sur des décennies d'apprentissage de la collaboration nécessaire entre les intervenants humanitaires et les réseaux de radios locales à l'occasion de crises complexes qui ont exigé des efforts soutenus d'engagement avec les communautés.

*Oui [nous collectons des données sur les réactions des communautés et nous les partageons avec les médias], nous devons garder à l'esprit que les communautés croient en leurs médias locaux et que le public des médias sont les populations rurales (...) il y a forcément un lien. (OSC, Mali)*

*Nous identifions les manques à partir des retours que nous recevons de la communauté et nous fournissons des informations à diffuser par les médias. Nous leur demandons également de nous dire ce qui n'est pas abordé et nous travaillons ensemble à développer des programmes. (UN Agency specialized in health, South Sudan)*

Cependant, dans d'autres contextes comme le Liban, ce lien entre les perceptions de la communauté et le travail des médias pour répondre aux urgences de santé a principalement résulté des efforts conjoints du groupe national RCCE ou des campagnes menées par l'OMS/UNICEF. Ce travail coordonné a permis de mettre en évidence les lacunes en matière d'information sur certaines questions urgentes et d'identifier collectivement les tendances nationales en matière de rumeurs. Toutefois, ces groupes opérant au niveau national et utilisant des données à l'échelle du pays, les spécificités locales des données communautaires n'ont pas été prises en compte.

...

## 4. RÉSULTATS

...

### RISQUES, ACCÈS ET AGENDAS POLITIQUES

Les organisations humanitaires et de santé qui travaillent avec des groupes vulnérables et/ou marginalisés ont souligné les difficultés rencontrées pour s'assurer que les questions ayant un impact sur ces communautés soient reflétées dans la couverture médiatique, que ce soit au niveau national ou local. Bien que les organisations aient exprimé différentes raisons pour lesquelles c'était important, la plupart ont estimé que c'était une opportunité de faire comprendre au grand public les problèmes auxquels ces populations étaient confrontées et le rôle qu'elles jouaient pour les résoudre. Cette idée a été surtout défendue parmi les organisations les plus grandes, internationales et nationales. Les organisations de la société civile et les petites ONG qui travaillent plus près des communautés ont davantage perçu l'intérêt des médias pour répondre directement aux besoins d'information des communautés. Les personnes interrogées ont souligné que les contraintes financières pesant sur les médias avaient pour conséquence une moindre couverture des questions locales ou touchant les groupes vulnérables ou marginalisés, faute de rentabilité ou d'intérêt pour le public à l'inverse d'autres sujets d'importance nationale. Comme mentionné plus haut, beaucoup d'organisations ont l'impression que les questions ayant un impact sur ces communautés ne sont couvertes que lorsqu'il y a un événement extraordinaire ou que l'attention du public est exceptionnelle. Pourtant, la couverture quotidienne des événements qui affectent leur vie semble être ignorée.

Par exemple, les répondants en Colombie ont souligné que les journalistes indépendants étaient plus susceptibles d'être payés par les médias nationaux pour couvrir des sujets d'importance nationale, plutôt que des questions mineures ou des événements locaux ayant un impact sur les communautés minoritaires.

*Je pense que cela dépend du niveau des médias... L'année dernière, nous avons organisé un séminaire en ligne (...) et l'un des invités était le rédacteur en chef de la santé [d'un média national] ... il a déclaré qu'en tant que grand média, il était difficile d'avoir un contact étroit avec les communautés, car la chose la plus importante pour les médias devrait être de comprendre ce qui se passe dans les communautés... Les grands médias connaissent la ville, mais pas la profondeur de chaque territoire. (OSC, Colombie)*

Certaines organisations ont également indiqué qu'elles voyaient des risques potentiels dans l'exposition des communautés vulnérables aux journalistes et aux interviews et que cela entraînait en conflit avec leur mission de protection de ces communautés. Cela limite la qualité et la portée de l'engagement avec les médias sur les questions qui touchent les minorités et les communautés vulnérables. Comme l'ont indiqué les personnes interrogées, les journalistes demandent parfois des informations sur des sujets sensibles ou des données individuelles que les organisations ne sont pas en mesure de fournir, ce qui peut diminuer leur intérêt à couvrir ce type de sujets.

Le principe de protection étant au cœur de toute opération humanitaire, les organisations s'efforcent de fournir aux journalistes ce dont ils ont besoin pour accomplir leur part du travail. Toute fuite d'informations sensibles, y compris des données personnelles ou la localisation de membres de la communauté, peut exposer les gens à un risque sérieux d'être ciblés ou extorqués par des parties au conflit ou des individus. Une mauvaise technique d'entretien peut traumatiser davantage les participants et un compte-rendu bâclé peut contribuer à éroder la confiance des communautés envers les fournisseurs d'aide.

Certains humanitaires ont évoqué des cas où la couverture de sujets ayant un impact sur les communautés vulnérables avait été jugée insensible, sensationnaliste, perpétuant des stéréotypes ou, parfois, politiquement biaisée. En réponse, dans leur communication avec les médias, ils tentent de contrôler le récit par des approches institutionnelles, offrant des interactions limitées avec les communautés ou partageant des messages prédéfinis avec les journalistes. Dans certains cas, la possibilité d'entretiens approfondis avec le personnel de l'organisation a été restreinte.

*Peut-être qu'un plus grand intérêt des médias pour des sujets plus sensibles tels que la santé des populations indigènes, la santé des immigrants ou la traite des êtres humains pourrait favoriser le partage d'informations différentes, mais [notre agence] ne s'exprimerait pas ouvertement sur des sujets liés à ces questions. (Agence des Nations Unies, Brésil)*

Comme l'illustre la citation ci-dessus, parler publiquement de certaines populations et de leurs besoins peut être une question délicate pour les agences humanitaires et de

...

## 4. RÉSULTATS

...

santé en raison des tensions politiques et sociales. Les organisations humanitaires et de santé peuvent choisir de garder le silence sur les sujets sensibles et de plaider auprès des gouvernements et des autres intervenants en privé, pour protéger leurs relations de travail avec les gouvernements ou éviter les représentations négatives des communautés vulnérables qui pourraient contribuer à alimenter les tensions.

Toutefois, cela peut également avoir des conséquences directes sur la capacité des médias à placer ces questions au centre de l'agenda et à sensibiliser le public sur les besoins de ces communautés et les insuffisances de la réponse. Par exemple, lors de la pandémie de COVID-19, les chiffres officiels du gouvernement concernant le taux de maladies et de décès dus au COVID-19 dans les communautés quilombolas et indigènes du Brésil sont restés limités, voire inexistantes dans certains cas. Cette situation a eu des répercussions sur les communautés elles-mêmes et sur la prise de conscience nationale de l'impact de la pandémie sur ces groupes vulnérables. Par exemple, les grands médias ont généralement ignoré les conséquences de l'urgence sanitaire dans ces communautés, tandis que les médias locaux et autochtones n'étaient pas en mesure d'expliquer pleinement l'impact de la pandémie dans ces communautés et de lutter contre les rumeurs et idées fausses sur la gravité de la pandémie. Les Quilombolas et les populations autochtones n'ont pas non plus eu accès à des informations utiles qui auraient pu les aider à mieux comprendre le scénario de la pandémie et la manière dont elle les affectait – et, en fin de compte, à plaider en faveur d'une adaptation de la réponse sanitaire à leurs besoins spécifiques.

*Nous travaillons avec notre équipe de communication, en partenariat avec des médias alternatifs. En général, les médias traditionnels ne reconnaissent pas l'importance du travail effectué par nos organisations sociales. Il est beaucoup plus facile [pour eux] de montrer du sang à l'écran que de divulguer des actions qui pourraient au moins atténuer la souffrance des gens. (OSC, Brésil)*

Enfin, la difficulté d'accès à certaines zones géographiques a été un obstacle majeur identifié tout au long de la pandémie pour assurer la couverture de certains groupes. Souvent, le manque d'accès à l'électricité, la médiocrité des

infrastructures de communication, le manque d'appareils numériques ou de fiabilité des connexions Internet ont empêché les journalistes d'accéder à ces communautés, ce qui a contribué à une sous-représentation de l'impact de la pandémie sur ces communautés dans les récits des médias nationaux. Dans de nombreux contextes, les problèmes de sécurité sont un autre facteur qui limite l'accès des journalistes aux communautés. ■

*En deux ans de pandémie, sur une période de cinq mois, il y a peut-être eu quelques courts articles. Mais personne n'est allé dans les villages pour écrire des articles (parce qu'ils ne le pouvaient pas). (OSC, Brésil)*



## 4. RÉSULTATS

### 4.2 QUE DISENT LES MÉDIAS DE LEURS RELATIONS AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES ET DE SANTÉ ?

Les journalistes sont formés à l'esprit critique, et bien que les médias interrogés dans le cadre de cette étude aient souligné de nombreux aspects positifs de leurs relations avec les organisations humanitaires et de santé, les personnes interrogées ont eu tendance à se concentrer sur les difficultés, réclamant des solutions qui seraient bénéfiques pour renforcer dans l'avenir la collaboration et la communication.

#### LA CONFIANCE

L'une des préoccupations les plus courantes exprimées par les représentants des médias est l'absence de relations de confiance entre les journalistes et les représentants des organisations humanitaires. De nombreux médias interrogés ont indiqué que des relations fiables, cohérentes, transparentes, positives et respectueuses – les pierres angulaires de la confiance – avec les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire étaient importantes pour leur travail, mais qu'il était difficile d'établir de telles relations. Dans de nombreux contextes décrits dans ce rapport, les relations entre les journalistes et les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire sont nées des racines coloniales de la santé mondiale, et les séquelles hiérarchiques et le contexte de suspicion de cette époque persistent, empêchant les deux groupes d'entrer en contact l'un avec l'autre sans le lourd poids de cette histoire. Le mouvement de décolonisation de la santé mondiale est également un processus de construction de la confiance, mais il est important de reconnaître que ce processus n'est pas facile pour les deux parties, compte tenu des dynamiques dont leurs secteurs ont hérité.

Le manque de confiance entre les professionnels des médias et les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire pèse sur leurs relations de travail quotidiennes, ont déclaré les participants des médias. Les participants ont l'impression que les acteurs humanitaires et de la santé doutent des intentions et du professionnalisme des journalistes, ou ne

sont pas à l'aise avec le mandat des journalistes qui consiste à produire des reportages de manière indépendante, ce qui peut saper la confiance et le respect essentiels à une collaboration saine, durable et transparente.

*Le problème est que les humanitaires veulent que les journalistes adoptent leurs messages, ce qui menace non seulement leur objectivité mais aussi leur capacité à « raconter une histoire. »*  
**(Journaliste, Soudan)**

Les journalistes se sont plaints du fait que les acteurs humanitaires et de la santé ne font pas confiance aux médias pour obtenir des informations « correctes », de sorte qu'ils ne répondent pas aux questions spécifiques, limitent l'accès aux sources spécialisées et relaient plutôt des messages soigneusement réfléchis sur leurs activités.

Poussés à l'extrême, les journalistes affirment que les humanitaires veulent souvent avoir un droit de regard préalable sur le travail des journalistes, ce qui « affecte notre capacité à fournir des informations chaudes » et nuit à l'intégrité éditoriale. Ils ont confié leur grande frustration au contact de travailleurs humanitaires dictant aux médias la manière dont ils devraient couvrir leurs activités ou les crises humanitaires. Les personnes interrogées estiment que cette tendance limite la capacité des journalistes à accéder aux communautés touchées par les conflits et à les couvrir, ainsi que leur capacité à mettre en lumière les injustices et les mauvaises pratiques et à plaider pour la communauté.

*Je me dis qu'une organisation humanitaire, ça a vraiment à voir avec la proximité. Mais aujourd'hui, dans toutes les ONG, les directeurs sont invisibles. Quand on les voit, ils ont l'air de surhommes qu'on ne peut même pas approcher pour leur parler... Au Mali, les gens ont peur de parler. A chaque fois, ils ont peur de la hiérarchie. Ils disent que si les chefs n'ont pas donné l'autorisation, ils risquent d'avoir des problèmes plus tard*  
**(Journaliste, Mali)**

*C'est une question de confiance. Nous devons nous faire confiance mutuellement, et les humanitaires doivent cesser d'être méfiants et de penser que nous voulons faire de la mauvaise publicité à leurs activités. Nous avons pratiquement les mêmes objectifs pour les populations, les informer et les sensibiliser. Que chacun reconnaisse sa place et nous laisse faire notre travail correctement quand nous demandons des informations.*  
**(Journaliste, Mali)**

## 4. RÉSULTATS

...

*Les partis politiques au pouvoir encouragent les personnes qui travaillent pour les organisations humanitaires à ne pas nous fournir d'informations.*

**(Journaliste, Irak)**

Les journalistes ont vu dans ces attitudes des obstacles au processus de construction de la confiance. Certains ont également évoqué la hiérarchie implicite entre les médias et ces organisations, les médias étant perçus comme en bas de la chaîne alimentaire.

Les journalistes affirment que l'exclusion et le népotisme sont des problèmes majeurs dans les secteurs de la santé et de l'humanitaire. C'est l'une des raisons mentionnées par les médias de leur difficulté à faire confiance à ces acteurs.

*Dans le scénario actuel du gouvernement, il n'y avait aucun moyen de faire confiance aux informations des institutions de santé, alors l'idée a toujours été, surtout au plus fort de la pandémie, de chercher des informations dans des études et auprès d'agents internationaux.*

**(Journaliste, Brésil)**

*Les professionnels de la santé que nous contactons et recherchons, nous comprenons qu'ils sont engagés dans la santé publique. Il s'agit généralement de médecins et d'infirmières du système de santé et, comme ils appartiennent à ce secteur, ils ont une responsabilité.*

**(Journaliste, Brésil)**



Cependant, certaines données ont faussé cette tendance. Au Brésil, les répondants des médias ont fait état d'une plus grande confiance envers les organisations internationales de santé publique et d'aide humanitaire pendant la pandémie. Dans le contexte du paysage politique brésilien et de la récente présidence de Jair Bolsonaro, qui a cherché à saper la confiance du public dans les vaccins COVID-19<sup>10</sup>, les répondants des médias ont déclaré que leur confiance dans les sources d'information officielles du gouvernement avait été ébranlée. Ces circonstances ont affaibli les organismes publics en tant que sources d'information fiables et ont encouragé les journalistes à se tourner vers les acteurs internationaux.

Un journaliste a déclaré que les humanitaires pouvaient et devaient être des facilitateurs dans la négociation de l'accès permettant aux journalistes de couvrir les populations touchées par les conflits et les pandémies au Soudan. Il a expliqué que la proximité des humanitaires avec les autorités et la sécurité les plaçait dans une position idéale pour soutenir les médias.

*Je ne peux pas faire un reportage si je ne vais pas voir par moi-même parce que je suis un témoin.*

*Les médias sont des témoins, nous devons vérifier... par exemple, si je vais à Souq Omdurman et qu'il y a la famine, si je vois des gens enterrer des ossements, c'est une histoire. Je veux parler de la souffrance des gens – j'ai besoin de voir ce qu'ils vivent.*

**(Journaliste, Soudan)**

### DIFFÉRENCES D'INTÉRÊTS, D'APPROCHES ET DE PRINCIPES

Les journalistes et les acteurs humanitaires sont régis par des codes de déontologie différents, même s'ils partagent un certain nombre de principes et d'objectifs communs. Les données ont révélé que cela pouvait constituer un défi pour les professionnels des médias, qui peuvent être contraints d'adopter les codes de pratique des acteurs humanitaires tout en collaborant avec eux, ce qui peut susciter d'intenses tensions avec l'éthique et les normes journalistiques. ...

10. 'Brazil's Bolsonaro warns virus vaccine can turn people into 'crocodiles'', France 24, 18 December 2020, <https://www.france24.com/en/live-news/20201218-brazil-s-bolsonaro-warns-virus-vaccine-can-turn-people-into-crocodiles> (accessed February 24 2023)

## 4. RÉSULTATS



*Les acteurs humanitaires jouent un rôle important, car même lorsque nous nous rendons sur les sites pour interviewer les PDI [personnes déplacées à l'intérieur de leur propre pays], elles refusent de parler sans l'accord des humanitaires présents à leurs côtés. De plus, ce sont eux qui choisissent les personnes à interviewer à la place des journalistes. (Journaliste, Mali)*

Les personnes interrogées ont indiqué que certains humanitaires refusaient d'être enregistrés pendant les interviews, ce qui obligeait les journalistes à se contenter de notes écrites, augmentant ainsi le risque de déformation de concepts complexes et de mauvaise interprétation des informations et privant les journalistes d'une preuve sonore des propos tenus en cas de contestation ultérieure de la part de l'agence.

*Il y a des représentants humanitaires qui refusent catégoriquement que vous enregistriez leur voix pendant les interviews, ou que vous utilisiez leurs images pour illustrer vos articles de presse. Ils préfèrent que vous ne preniez que des notes, ce qui est très compliqué pour les journalistes de la presse écrite. (Journaliste, Mali)*

En Colombia, les médias interrogés affirment que les organisations humanitaires ne cultivent pas les relations avec les médias pour plusieurs raisons, du manque de temps pendant les situations d'urgence à la perception que les journalistes ne sont pas capables d'objectivité, en passant par la conviction que les agences humanitaires et de santé n'ont pas le personnel disponible pour travailler avec les médias en dehors des grands centres.

### ACCÈS À L'INFORMATION ET ACTEURS DE LA SANTÉ ET DE L'AIDE HUMANITAIRE

Le journalisme peut être une activité extrêmement sensible au temps qui passe. Par définition, l'information désigne ce qui vient de se passer. Les journalistes peuvent travailler dans des délais très courts et disent qu'ils trouvent frustrant de traiter avec le secteur humanitaire en période d'urgence, car les protocoles de communication des organisations humanitaires peuvent rendre impossible la fourniture d'informations urgentes. Les journalistes ont cité la bureaucratie dans les secteurs de la santé et de l'humanitaire comme un obstacle à l'obtention d'informations pendant la réponse en urgence au COVID-19. Dans certains cas, les établissements de santé ont exigé des journalistes qu'ils produisent des lettres d'autorisation du ministère de la Santé pour accéder aux services. Cette pratique induit de la lenteur et elle peut aussi bloquer l'accès des médias qui produisent des articles critiques à l'égard du gouvernement. Les journalistes ont déclaré que lorsqu'ils avaient besoin d'informations des acteurs humanitaires, ils étaient parfois renvoyés à une autre personne, puis à une autre personne, et ainsi de suite, jusqu'à ce que leur délai de publication soit écoulé.

**BUREAUCRATIE ET DÉLAIS :** Les journalistes ont systématiquement souligné l'importance d'avoir accès aux acteurs de la santé et de l'aide humanitaire, mais ils ont décrit les difficultés à les joindre pour obtenir interviews et informations, que ce soit par téléphone, par courrier électronique ou en personne. Ils ont déclaré avoir dû passer beaucoup de temps à courir après les agences humanitaires pour obtenir des réponses, à envoyer des courriels sans réponse et à se heurter à des obstacles logistiques pour organiser des interviews – en particulier auprès de sources avec lesquelles ils n'avaient pas encore établi de relations de travail et qui étaient essentielles lors d'une crise de santé publique.

*Il est difficile d'obtenir des informations de la part de ces organisations à cause des protocoles en vigueur sur la diffusion de l'information. Il faut suivre une longue file d'attente avant d'obtenir le feu vert ou de recevoir l'information demandée. Le temps est essentiel pour les journalistes car l'industrie de l'information est inondée de nouveaux sites en ligne et si vous êtes en retard, votre histoire est dépassée. (Journaliste, Zimbabwe)*

## 4. RÉSULTATS



Très souvent ici, quand les journalistes veulent interviewer des travailleurs humanitaires, par exemple, ils nous disent qu'ils ont besoin de l'autorisation de leur hiérarchie pour parler. **(Journaliste, Mali)**

Il serait bon qu'ils honorent leurs engagements envers la radio au lieu de signer des protocoles d'accord et de les abandonner à mi-chemin. **(Journaliste, RDC)**

Lorsque les acteurs humanitaires étaient disponibles, les journalistes ont dit avoir souvent été confrontés à des retards dans l'accès à des informations importantes et dans le respect des délais, pendant que les acteurs humanitaires demandaient à leurs supérieurs l'autorisation de parler à la presse.

**LE DÉFI DE TROUVER UN PORTE-PAROLE OU DES INFORMATIONS À JOUR :** Les participants des médias ont exprimé leur frustration quant au fait que les noms et les coordonnées des porte-paroles des agences humanitaires et de santé étaient souvent absents des sites Internet ou des documents des organisations, comme les brochures et les dépliants, ce qui les rendait difficile à contacter en cas de besoin sur une question humanitaire ou de santé.

L'absence de renseignements sur les personnes à contacter dans les différentes organisations fait qu'il nous est difficile d'entrer en contact avec les personnes susceptibles de nous fournir des informations. Souvent, lorsque vous appelez, on vous renvoie à une personne qui, parfois, n'a pas l'autorisation de parler aux médias. Cela complique notre travail. Les organisations pourraient peut-être publier un répertoire des personnes qui, en leur sein, peuvent s'adresser aux médias sur des thèmes spécifiques, ce qui faciliterait notre travail. **(Rédacteur, Zimbabwe)**

Les participants du nord du Brésil ont particulièrement apprécié la contribution des acteurs humanitaires non gouvernementaux, étant donné les obstacles qu'ils rencontrent pour accéder aux données actualisées des agences gouvernementales, qui sont situées à des centaines ou des milliers de kilomètres plus au sud. Un journaliste a fait remarquer que les retards habituels dans la mise à jour des informations sur les sites web officiels du gouvernement avaient empiré pendant la pandémie de COVID-19.

Nous avons remarqué un problème de mise à jour des données. Les sites web qui sont disponibles pour soi-disant accéder à l'information mettent du temps à être mis à jour. Dans l'Amapá, ils sont d'abord faits à la main, puis numérisés. **(Journaliste, Brésil)**

Dans les provinces du Nord et du Sud-Kivu et de l'Ituri en République démocratique du Congo, sites des récentes épidémies d'Ebola, tous les médias interrogés s'accordent à dire que les organisations humanitaires et de santé sont une source d'information fiable, qui leur permet de mieux couvrir les questions en jeu.

(C'est) un secteur qui constitue une source qui aide à comprendre et à distinguer le vrai du faux. **(Journaliste, RDC)**

## 4. RÉSULTATS

...

*Même si les sources de désinformation sont souvent relayées par certaines personnes... influentes dans la région, la présence des humanitaires remonte le moral et rassure la population en lui donnant l'espoir de vaincre la pandémie. (Journaliste, RDC)*

Les participants des médias ont indiqué qu'ils consultaient des professionnels de la santé et de l'humanitaire non seulement pour accéder à des données fiables et actualisées, mais aussi pour leur fournir une analyse des données.

*Trouver des données, filtrer les données et travailler les données. La pandémie a démontré l'importance du journalisme de données. C'était assez difficile parce qu'ils devaient interpréter ces données, qu'ils avaient des doutes et qu'ils devaient contacter des sources pour étayer [leur] compréhension. (Journaliste à Roraima, Brésil)*

Au Brésil, les journalistes ont pu recueillir des témoignages auprès des membres de la communauté eux-mêmes, mais il leur fallait contacter des acteurs de la santé et de l'humanitaire pour obtenir des déclarations d'experts en santé publique.

*Il est arrivé un moment où nous avons dû faire des productions pour contrer cette [désinformation], même en ce qui concerne le vaccin. Comment avons-nous procédé ? En recueillant des déclarations d'acteurs extérieurs [aux communautés] associés au vaccin... Ce type de témoignage était important pour démonter les nouvelles mensongères qui nous étaient transmises. C'est un travail important que nous avons effectué en un mois. Et il ne suffit pas de réfuter ces informations avec des arguments scientifiques. Nous l'avons fait avec des déclarations de personnes vaccinées (Journaliste à Pará, Brésil)*

En Colombie, tous les médias interrogés, à l'exception d'un seul, ont déclaré que les organisations humanitaires ne les avaient jamais contactés. L'un des médias a été contacté, selon son fondateur, parce qu'il s'agit d'un média scientifique et que, par conséquent, les experts des universités, des groupes de réflexion et des organisations de santé pensaient qu'il pensaient qu'il serait plus facile pour eux d'entrer en contact et de

communiquer à travers ce média. Un journaliste d'un autre média de Bogota a noté l'absence de conférences de presse de la part des organisations gouvernementales au début de la pandémie et le manque de données ouvertes fournies par le ministère colombien de la Santé. Il était donc d'autant plus important de pouvoir obtenir des informations et des analyses d'experts auprès des acteurs humanitaires et de santé locaux.

Les personnes interrogées ont indiqué qu'elles devaient parfois contacter une tierce partie ou trouver des personnes dans leur réseau qui connaissaient un membre du personnel d'une organisation pour pouvoir organiser une réunion avec lui voire obtenir une réponse à un courriel. En rapportant des informations exactes et en réfutant les fausses informations, certains journalistes se sont retrouvés du jour au lendemain experts en matière de santé et de science. Dans bien des cas, les journalistes devaient collecter des données auprès de plusieurs sources, dont certaines moins fiables que la source la plus proche, parce que cette dernière ne se rendait pas disponible.

*Le travail dans les médias exige de la rapidité, surtout pendant une pandémie, ce que nous n'avons pas trouvé dans les organisations. (Journaliste, Liban)*

De nombreux journalistes et associations de médias du Soudan du Sud ont déploré le fait qu'il n'y avait pas de personnes de contact au sein des agences humanitaires et de santé auxquelles s'adresser en cas de besoin. Dans de nombreux cas, les journalistes n'ont facilement accès qu'aux organisations gérant des projets en rapport avec les médias. De nombreuses autres organisations humanitaires et de santé n'ont pas prévu les médias dans leurs programmes, ont déclaré les journalistes, ce qui a eu pour effet de distendre les liens entre les médias et les organisations humanitaires et de santé.

*L'accès à l'information est un problème car les sources ne sont pas disposées à fournir l'information à temps quand le public en a besoin. Il n'est pas facile d'accéder à un porte-parole dans le milieu humanitaire. Ils vous demandent de leur envoyer un courriel, mais lorsque vous écrivez un courriel, ils ne répondent pas. (Journaliste, Soudan du Sud)*

...

## 4. RÉSULTATS

...

Le manque de communication, voire l'absence de communication de la part des acteurs humanitaires, est également une plainte fréquente des journalistes interrogés en Irak. Tous les médias irakiens qui ont participé à l'enquête ont déclaré que le secteur humanitaire ne les soutenait pas dans leur lutte contre la désinformation sur le COVID-19, laissant les Irakiens créer leur propre corpus de connaissance, parfois sur la base de la désinformation circulant sur Internet, auprès de relations sociales avec des médecins et autres cliniciens, et parfois à partir de leur propre imagination sur les causes de la maladie et la manière de la traiter.

*Seuls quelques médecins nous ont aidés à faire face à la désinformation, mais aucun acteur humanitaire. (Journaliste, Irak)*

### UNE COMMUNICATION À SENS UNIQUE :

Les journalistes ont exprimé leur frustration sur le fait qu'ils se rendent disponibles pour les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire, mais que la réciproque n'est pas vraie.

*Il n'est pas très facile d'obtenir des informations de la part des acteurs humanitaires. En général, les acteurs humanitaires ont tendance à avoir beaucoup de bureaucratie. Parfois, ils disent d'envoyer un courriel. Lorsque vous l'envoyez, ils n'y répondent pas ; parfois ils y répondent. C'est difficile, sauf quand ce sont eux, les acteurs humanitaires, qui veulent les médias. Alors, ça devient facile d'obtenir des informations parce qu'ils peuvent vous inviter à des conférences de presse et, de temps en temps, ils envoient des communiqués de presse. (Syndicat du journalisme, Soudan du Sud)*

Aux critiques exprimées par les organisations humanitaires sur la couverture médiatique des problèmes locaux ou des groupes minoritaires, les médias répondent que les agences humanitaires organisent rarement des conférences de presse dans les zones rurales. Au Nord-Kivu, en RDC, la moitié des journalistes qui ont participé à l'enquête ont déclaré contacter les organisations sanitaires et humanitaires au moins une fois par semaine, et ceux de la capitale du Nord-Kivu, Goma, ont déclaré avoir régulièrement assisté à des points de presse pendant la pandémie. Cependant, les journalistes basés dans les zones rurales et dans la province de l'Ituri - où l'insécurité politique et le

conflit armé posent problème - ainsi que dans la province du Tanganyika, ont été moins bien servis. Ils ont déclaré n'avoir eu que peu ou pas accès aux points de presse alors qu'ils avaient besoin de connaître l'évolution de la pandémie, de la vaccination et la contribution des agences humanitaires. Lorsque des réunions d'information ont pu être organisées dans ces régions moins bien desservies, les journalistes ont exprimé leur satisfaction.

*En Ituri, par exemple, nous citons le point de presse organisé début 2022 à Mahagi par le médecin-chef du PEV à Aru pour expliquer à la population le bien-fondé de la vaccination, les types de vaccins disponibles et leur compatibilité. Pour les médias de l'Ituri, c'était l'occasion de sensibiliser la population sur la deuxième dose du vaccin COVID-19. (Journaliste, RDC)*

Ces difficultés d'accès aux acteurs de la santé et de l'aide humanitaire ont été perçues par les journalistes comme de nature culturelle et logistique. Interrogé sur les difficultés rencontrées dans la couverture de la pandémie, un radiodiffuseur de l'État de Pará, dans le nord du Brésil, a déclaré : « Dès le début [de la pandémie], les journalistes ont dû faire face à des problèmes de santé et de logistique. »

*Au tout début [de la pandémie], les agences officielles fournissaient des informations, mettaient en place un système de soins, installaient leurs structures : c'était très facile, il n'y avait pas de problème. Mais la communauté a commencé à poser des questions. Pourquoi n'y a-t-il pas un hôpital de campagne dans chaque ville ? Pourquoi n'avez-vous pas vacciné tout le monde ? Pourquoi un vaccin est-il arrivé en ville alors que les habitants de la campagne ne l'ont pas reçu ? Lorsque les questions commencent à déranger les responsables de la santé, ils commencent à élever des barrières. (Journaliste, Brésil)*

Au Soudan, les journalistes ont également indiqué que même lorsqu'ils se rendaient sur le terrain avec des acteurs de la santé et de l'aide humanitaire, on les empêchait de sortir du champ délimité par l'organisation ou de parler avec les communautés affectées par le conflit ou les urgences sanitaires. Cette situation a augmenté la frustration de certains journalistes à l'égard des humanitaires, perçus alors

...

## 4. RÉSULTATS

...

comme empêchant les journalistes de faire leur travail et de produire un reportage plus contextualisé incluant les préoccupations et les espoirs des communautés.

### NÉCESSITÉ DE MULTIPLIER LES OPPORTUNITÉS DE COLLABORATION ET DE MISE EN RÉSEAU

Les participants des médias ont abordé les défis permanents posés par des contextes de ressources limitées, à la fois en termes de paysage médiatique et de géographie. Ce facteur n'est pas inhérent à la dynamique entre les journalistes et les acteurs de la santé et de l'aide humanitaire ; il n'en est pas non plus le résultat, mais il en influence certains aspects. Les difficultés d'accès aux acteurs humanitaires et de santé ont été exacerbées par la connectivité internet limitée dans certaines régions, comme le nord du Mali, tandis que certaines personnes interrogées faisaient part de leur frustration de devoir consacrer leur temps libre à courir après les acteurs humanitaires pour obtenir des interviews.

Dans de nombreuses régions du monde, y compris dans l'est de la République démocratique du Congo (RDC) et au Mali, il existe une pratique socialement attendue, mais éthiquement controversée, qui consiste à verser de petites indemnités aux journalistes en échange de leur participation à des événements ou des conférences de presse organisées par les acteurs humanitaires et de santé et de la production d'un compte-rendu. La genèse de cette pratique, également connue sous le nom de «journalisme d'enveloppe», n'est pas documentée, mais on pense qu'elle est apparue en Afrique de l'Ouest dans les années 1980 et qu'elle pourrait trouver son origine dans les pratiques coloniales des administrations et des entreprises qui payaient les couvertures médiatiques<sup>11</sup>. Aujourd'hui,

*En plus des informations fiables qu'elles fournissent, les organisations humanitaires apportent un soutien financier qui renforce notre capacité de sensibilisation. (Journaliste, RDC)*

11. Nkie Mongo, C. (2021). The practice of envelope journalism in the Republic of the Congo. *Newspaper Research Journal*, 42(1), 111–126. <https://doi.org/10.1177/0739532921990763> (accessed 20 February 2023)



c'est devenu une pratique habituelle de certaines organisations non gouvernementales conscientes d'un problème sous-jacent : les faibles salaires généralement perçus par leurs journalistes, en particulier dans les pays en développement. Les participants des médias se sont attardés sur l'importance de cette pratique pour les reporters faiblement rémunérés.

Mais cette pratique, selon les participants des médias, a pour effet que les humanitaires voient dans les journalistes des personnes davantage motivées par l'argent plutôt que par l'intégrité professionnelle.

*Certaines organisations se méfient des journalistes, pensant qu'ils viennent chercher de l'argent lorsqu'ils demandent des informations. Ils nous considèrent comme des mendiants*  
**(Journaliste, RDC)**

En fait, les personnes interrogées en RDC ont déclaré que le soutien financier était moins précieux à leurs yeux que l'accès à des ateliers de formation. Le soutien financier et logistique arrive en deuxième position. Cependant, dans de nombreux contextes, la tradition de payer pour le temps d'antenne et la production de programmes a créé une relation de co-dépendance entre les médias et le secteur humanitaire et de la santé ; comme toute relation de ce type, elle affecte l'estime de

...

## 4. RÉSULTATS

...

soi et le respect de soi des journalistes et dilue leur professionnalisme. Elle place également les ONG et les agences de santé dans une position de supériorité sur leurs collègues journalistes. Dans ces environnements, les médias dépendent des organisations d'aide internationale qui les finance pour la production de programmes sur leurs activités, du lavage des mains à la sensibilisation sur le vaccin COVID-19, en passant par les services qu'elles fournissent. Cette relation de «payer pour jouer» contribue au soutien des médias locaux quand l'économie de marché et les recettes publicitaires ne suffisent pas à asseoir leur rentabilité, mais elle crée une culture de dépendance et d'incitation, elle compromet l'indépendance éditoriale des médias, crée entre les deux groupes une relation hiérarchique plutôt que symbiotique et compromet la capacité des journalistes à demander librement des comptes aux acteurs humanitaires.

*Certains programmes ont besoin d'être soutenus pour trouver des solutions aux problèmes posés par le COVID-19, l'hépatite, la diarrhée et le choléra. Si les acteurs humanitaires financent notre station de radio, on aura moins de problèmes et la coopération entre la station de radio et les organisations humanitaires sera grande. Oui, il y a d'autres acteurs comme l'OIM (Organisation internationale pour les migrations) qui nous soutiennent, mais ce n'est pas suffisant.*

**(Journaliste, Soudan du Sud)**

Les personnes interrogées au Zimbabwe se sont plaintes des difficultés liées à l'insuffisance des relations entre les organisations humanitaires et les journalistes. Elles ont indiqué qu'elles étaient rarement invitées à des conférences de presse ou contactées par des acteurs humanitaires ou de santé pour discuter d'idées d'articles ou réagir à des articles publiés. Pour elles, il faudrait multiplier les occasions de faciliter l'engagement réciproque et l'établissement de relations entre les journalistes et les organisations humanitaires, à la fois dans le cadre et en dehors des pressions du cycle de l'information.

*Il est nécessaire d'organiser des réunions régulières entre les journalistes et les acteurs humanitaires. Cela peut contribuer grandement à combler le fossé qui nous sépare. De nombreux responsables de l'information de ces organisations sont des journalistes. Ils devraient donc jouer un rôle plus actif pour combler ce fossé.* **(Rédacteur, Zimbabwe)**

*Il faut une communication et un contact permanents entre les organisations et les médias. Cela peut se faire par le biais de conférences de presse mensuelles. Un comité d'agents de santé pourrait rencontrer les médias régulièrement. Il pourrait y avoir un briefing mensuel sur la santé. Cela permettrait également de créer des relations.*

**(Rédacteur en chef, Zimbabwe)**

Les journalistes Libanais ont observé que l'organe gouvernemental avec lequel ils ont l'habitude d'interagir, le ministère de l'Information, était resté silencieux lors de la riposte au COVID-19. Bien que le groupe de travail RCCE et l'OMS aient étroitement collaboré avec le ministère de la Santé publique dans la riposte à la pandémie, ils ont déploré un manque de coordination avec le ministère de l'Information, de sorte que les journalistes, tout comme le public, recevaient les informations lors des points de presse diffusés en direct par le ministre de la Santé mais n'avaient pas la possibilité de poser leurs questions, de vérifier les faits et de s'interroger sur la désinformation. Ils ont déclaré que cela avait compromis les relations qu'ils avaient mis du temps à bâtir ainsi que la compréhension mutuelle de la façon dont chacun travaillait.

Le problème s'est aggravé lorsque les vaccins ont commencé à arriver au Liban. Lorsque le ministère de la Santé et l'OMS ont commencé à annoncer l'arrivée des différents vaccins, les journalistes ont essayé de vérifier les faits et d'en savoir plus. Selon les personnes interrogées, si des canaux de communication appropriés avaient été mis en place entre les organisations humanitaires et les médias, les journalistes auraient eu accès à une personne capable d'expliquer en termes simples l'océan de données scientifiques dans lequel ils se trouvaient noyés à ce moment-là.

*Dans une telle pandémie, nous aurions dû avoir un point de contact entre les organisations et les médias, mais malheureusement cela n'a pas été le cas.* **(Journaliste, Liban)**

...

## 4. RÉSULTATS

...

Tous les médias interrogés au Liban ont souligné l'importance de créer des canaux de communication directs avec les organisations pour faciliter l'accès à l'information. A quelques exceptions près, comme Médecins Sans Frontières, qui partage des informations sur le COVID-19 dans un groupe WhatsApp, peu d'organisations au Liban ont créé leurs propres canaux de communication avec les journalistes. En l'absence de communication significative, les journalistes ont dit avoir été laissés dans l'ignorance par les ONG et les agences de l'ONU sur les principales mesures prises pendant la pandémie. Ce problème a été amplifié dans les régions isolées et vulnérables où opèrent certaines ONG, car ces régions sont plus difficiles à couvrir par les médias en raison de leur éloignement et du manque d'intérêt du public. Ces régions ont donc encore moins fait l'objet de reportages contextualisés.

*Les journalistes devraient avoir un accès rapide et facile à l'information afin de pouvoir répondre aux rumeurs le plus rapidement possible.*

**(Journaliste, Liban)**

Les journalistes du Soudan ont parlé ouvertement du manque de coordination qu'ils avaient subi dans ce pays et ils ont souligné la nécessité d'un organe de coordination entre les médias et les organisations sanitaires et humanitaires. Les travailleurs humanitaires et de santé qui ont participé à l'enquête ont eux-aussi souligné l'utilité d'une telle structure pour faciliter la communication et l'engagement entre les deux parties. Un journaliste soudanais a indiqué qu'en raison du manque de financement, le Centre d'information des Nations unies n'était pas en mesure de remplir pleinement sa mission d'interface entre les humanitaires et les journalistes pour une meilleure coordination.

### SECURITY AND STIGMA

La sécurité et la stigmatisation concernent tous les groupes engagés dans la fourniture d'informations pendant les crises et les épidémies. Ce sont des facteurs externes qui offrent aux acteurs la possibilité de les aborder de manière cohérente. Les journalistes interrogés dans le cadre de cette étude ont parlé de l'impact de la sécurité et de la stigmatisation sur leur travail et leur vie. Lors des récentes crises de santé publique, comme Ebola

et COVID-19, les journalistes ont été menacés et pris à partie pour leur couverture de l'événement.

*Lorsque le COVID-19 est apparu au Mali, une grande partie de la population ne croyait pas à l'existence réelle de la maladie. Elle nous a accusés, nous les journalistes, surtout ceux de la radio, d'avoir reçu de l'argent pour faire la propagande de la pandémie. **(Journaliste, Mali)***

*Les médias interrogés dans les provinces du Nord-Kivu et de l'Ituri, dans l'est de la République démocratique du Congo, ont évoqué leurs difficultés de travail dans une période d'insécurité prolongée combinée à une pandémie, exprimant les craintes de se voir exposés à des viols et à de divers dangers, en particulier en cette période de guerre et d'état de siège. **(Chercheur Internews, RDC).***

Au début de la pandémie de COVID-19, certains professionnels des médias au Mali qui relayaient des informations fondées sur la science ont été qualifiés de corrompus ou accusés d'avoir des arrière-pensées financières et de faire circuler de la propagande sur le virus.

Ces récits nous conduisent à penser que si les acteurs humanitaires se soucient, à juste titre, de leur sécurité ou de celle des communautés, ils se préoccupent rarement des risques que ces reportages peuvent faire courir aux médias eux-mêmes. ■



## 5. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS



**P**our aller de l'avant, le processus de création et de renforcement de la confiance et de la collaboration ne doit pas reposer seulement sur une plus grande fréquence des interactions entre les médias et les acteurs de la santé et de l'humanitaire, mais aussi sur la promotion de relations plus approfondies permettant aux médias et aux humanitaires de se rencontrer et d'explorer leur connaissance des motivations, des approches et des cadres éthiques respectifs de l'autre. Cela leur permettrait de percevoir de part et d'autres comme des alliés en cas de crise de santé publique, avec une communauté de préoccupations et d'intérêts, tout en gérant des attentes et des différences importantes dans leurs rôles. De telles occasions pourraient également permettre d'analyser les pratiques, les croyances et les dynamiques qui empêchent les deux groupes d'établir des relations d'égal à égal, qu'il s'agisse de pratiques telles que le journalisme d'enveloppe ou de l'héritage du colonialisme dans le domaine de la santé mondiale.

La confiance est un processus à double sens et nos échanges ont clairement révélé un déficit de confiance dans les deux camps. Cependant, ils ont aussi montré qu'ils voyaient tous deux l'intérêt de se soutenir mutuellement en situation d'urgence. Lorsqu'ils sont unis contre une menace commune sur l'exactitude

de l'information, les journalistes et les humanitaires se considèrent comme des alliés dans les crises de santé publique, et non comme des adversaires. Le processus d'instauration de la confiance se poursuivra probablement à un rythme progressif, mais, alors que les organisations de santé mondiale et les médias tirent les leçons du COVID-19 et examinent les approches décoloniales de la santé mondiale, se soumettant à un examen minutieux et à un questionnement sur leur intégrité, ce moment offre aux journalistes et aux acteurs de la santé l'occasion d'accélérer le processus.

Les recommandations suivantes découlent des résultats de cette étude et s'appuient sur les leçons tirées du projet Rooted in Trust et de l'engagement du projet avec les communautés humanitaires et les médias pendant la crise du COVID-19.

### **RECOMMANDATIONS À L'ENDROIT DES ORGANISATIONS HUMANITAIRES ET DE SANTÉ IMPLIQUÉES DANS LES RÉPONSES AUX SITUATIONS D'URGENCE**

**1. Ne vous contentez pas d'expliquer la science, mais discutez également du pourquoi et du comment des décisions prises en réponse à une urgence sanitaire.** Les agences humanitaires

...

## 5. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS

...

et de santé doivent s'engager à expliquer les données scientifiques et les bonnes pratiques qui en découlent, en annonçant ce qu'elles font pour faire face à la situation – mais elles doivent également être disponibles pour expliquer comment elles sont parvenues à certaines décisions et pourquoi elles abordent la réponse d'une certaine manière. Le manque général de transparence dans la prise de décision est un terrain propice aux rumeurs et mine la confiance dans l'information et les services. Toute tentative d'explication des processus de décision renforcera la capacité des médias à traduire ces informations pour leur public et contribuera à renforcer la confiance dans les acteurs impliqués et leurs décisions.

### **2. Formez les professionnels des médias sur une série de sujets avant la prochaine urgence sanitaire. Cela leur permettra d'être mieux équipés pour couvrir des crises complexes à venir et de participer à leur préparation.**

Les agences humanitaires et de santé doivent envisager de soutenir les professionnels des médias et les journalistes afin de renforcer leurs capacités techniques et leurs compétences pour rendre compte de la santé, des situations d'urgence, des conflits, des questions de genre, des principes de protection et du droit humanitaire. Les organisations spécialisées doivent également envisager de soutenir régulièrement les médias dans les domaines de l'éthique journalistique, de la vérification des faits, de la désinformation et de la lutte contre les rumeurs.

### **3. Changez de perspective : les médias sont un élément important de l'intervention d'urgence et pas seulement un haut-parleur pour les messages clés ou la visibilité de la programmation.**

Engagez-vous avec les journalistes, les rédacteurs en chef et les médias de manière régulière - pas seulement en temps de crise ou en cas de nécessité. Permettez-leur de poser des questions, accordez des interviews, organisez des échanges d'information informels pour vous assurer que les médias sont au courant des interventions humanitaires et de santé et renforcez les capacités des secteurs de la santé et de l'aide humanitaire sur la manière dont les médias peuvent contribuer

à la réalisation d'objectifs communs. Prévoyez un budget permettant un plus grand engagement des médias à travers des subventions et autres solutions de financement. Établissez des relations durables qui permettront de faire face à l'urgence lorsqu'elle se présentera.

### **4. Envisagez la création de plateformes de travail communes avec les médias pour faciliter la collaboration pendant la collaboration pendant, avant et après une situation d'urgence.**

De tels canaux pourraient faciliter la création d'un espace neutre permettant l'échange permanent d'informations entre les diverses parties prenantes, ainsi que l'identification continue des besoins et des priorités d'action tout au long de la préparation à l'urgence, de la réponse à l'urgence et de l'après-récupération. En outre, ils pourraient contribuer à une meilleure compréhension des principes et approches des deux univers et permettre d'identifier des opportunités de co-création et de collaboration.

### **5. N'essayez pas de contrôler le récit des médias, mais soutenez plutôt leur indépendance.**

Si les organisations doivent assurer la sécurité et la protection des communautés, elles doivent aussi laisser aux journalistes davantage d'espace pour s'informer, poser des questions et aller au fond des problèmes qu'ils couvrent. Les journalistes locaux font partie intégrante de la communauté et ont un rôle essentiel à y jouer pour que les détenteurs du pouvoir (y compris les humanitaires et les prestataires de soins de santé) rendent compte de leurs actions. Freiner leur travail en limitant l'accès à certaines zones, en choisissant pour eux les personnes à interviewer ou en contrôlant leurs articles avant publication, c'est mettre en péril les efforts plus larges déployés pour que les victimes des crises puissent demander des comptes. Dans ce contexte, la responsabilisation doit prévoir la responsabilité de travailler avec tous les acteurs de la communauté (y compris les journalistes) pour que les personnes et les communautés soient mieux préparées.

### **6. Rendez-vous disponible et prêt à répondre aux questions des médias. Faute de réponses des**

...

...

**experts, ils peuvent se tourner vers des sources peu fiables.** Les organisations humanitaires et de santé doivent s'assurer de aider répondre aux questions des journalistes à temps et de manière contextualisée, dans la langue parlée.

**7. Prévoyez et planifiez davantage de ressources allouées à la collaboration avec les médias dans le cadre de la préparation et de la réponse aux situations d'urgence.** Dans le cadre des processus internes, les organisations devraient identifier les obstacles internes qui les empêchent actuellement de mieux collaborer avec les médias (protocoles, lignes comptables dédiées, processus d'autorisation, etc.) Il est essentiel de renforcer les capacités d'un éventail plus large de personnel technique et de gestion sur les raisons pour lesquelles il est important de travailler avec les médias (et sur les modalités de cet engagement) afin de garantir que les échanges avec les journalistes soient efficaces, bénéfiques et contribuent à renforcer plutôt qu'à menacer la programmation. Il est également important de prendre en considération les spécificités des médias locaux lorsque l'on travaille avec eux (la langue par exemple) ainsi que les contraintes physiques auxquelles ils peuvent être confrontés pour couvrir des sujets.

**8. Envisagez l'intérêt de l'engagement avec les médias au-delà de l'équipe communication.**

Les médias font partie de la communauté et peuvent vous aider à définir les priorités. Au minimum, les équipes de communication et le personnel chargé des programmes d'engagement et de responsabilisation des communautés doivent collaborer pour veiller à ce que les médias jouent un rôle, non seulement de promotion du travail de l'organisation, mais aussi de réponse aux besoins d'information identifiés par la communauté.

**9. Partagez les commentaires des communautés et les résultats de l'écoute sociale avec les journalistes afin qu'ils puissent travailler sur des produits médiatiques pertinents pour leur public.**

Boucler la boucle avec les communautés sur leurs besoins d'information consiste à renforcer l'écosystème de l'information au-delà de la programmation, en tenant compte des besoins des communautés. Partagez ces informations avec les médias et envisagez également de les aider à accroître leurs propres activités d'écoute sociale via leurs pages sur les médias sociaux, des programmes d'appels et d'autres formes d'interactivité permettant aux rédacteurs en chef de prendre le pouls de leur communauté. ■



## 5. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS

...

### RECOMMANDATIONS À L'ATTENTION DES PROFESSIONNELS DES MEDIAS

#### 1. Cultivez activement les relations avec les acteurs de la réponse humanitaire afin d'instaurer un climat de confiance.

Cela permet de vous assurer qu'en cas de crise, il existe des sources fiables au sein d'un large éventail d'organisations sur lesquelles vous pouvez vous appuyer pour obtenir les dernières nouvelles et les principaux porte-parole ainsi que des informations générales. Constituez un carnet de contacts qui vous servira à traiter les sujets concernant l'ensemble de la communauté et contenant les contacts d'experts pratiquant les langues locales ou capables de parler de questions susceptibles de concerner les minorités ou d'autres groupes vulnérables.

#### 2. Discutez de vos principes, besoins et objectifs afin d'améliorer la coopération.

Invitez les représentants des organisations humanitaires dans les salles de rédaction pour des discussions éditoriales informelles dès le début de la survenue de crises humanitaires et de santé, afin de parvenir à une compréhension mutuelle des besoins et d'établir des règles de base pour une meilleure coopération. Les organisations humanitaires et les journalistes n'ont pas besoin d'aligner leurs mandats, mais elles devraient s'efforcer de reconnaître leurs rôles différents dans des contextes similaires et de fixer des règles de base communes dans l'intérêt de la communauté.

#### 3. Défendez la nécessité de rendre des comptes.

Tout le monde commet parfois des erreurs. Si votre média a mal rapporté une histoire humanitaire ou de santé, soyez prompt à corriger la faute et à expliquer l'erreur à votre public. Cela contribuera à instaurer un climat de confiance avec les acteurs humanitaires et de santé et à démontrer que vous êtes attaché à la qualité des reportages. De même, assurez-vous de pouvoir jouer votre rôle d'observateur et de demander des comptes aux acteurs humanitaires et de la santé. Soyez juste et informé dans vos critiques et soyez motivé par la nécessité de protéger votre communauté.

#### 4. Garantissez votre autonomie financière pour des reportages indépendants.

Assurez votre indépendance éditoriale, même en cas de soutien financier. Si les médias doivent avoir la possibilité de bénéficier d'appuis du secteur de l'aide internationale pour accéder aux communautés touchées dans les endroits difficiles d'accès, ils doivent s'efforcer, dans la mesure du possible, de réduire leur dépendance à l'égard des acteurs de l'aide pour leur sécurité sur le terrain, leur transport, leurs dépenses ou indemnités, car cela compromet l'indépendance de leurs reportages dans la réalité et dans la perception de leurs partenaires. Les médias qui ont besoin de financements du secteur du développement international doivent multiplier leurs sources de financement et s'assurer qu'un financement venant d'une organisation d'aide ne s'accompagne pas d'accords écrits ou imaginés de nature à compromettre leur impartialité éditoriale.

#### 5. Joignez vos efforts à ceux de vos pairs pour mettre en avant vos difficultés d'accès à l'information.

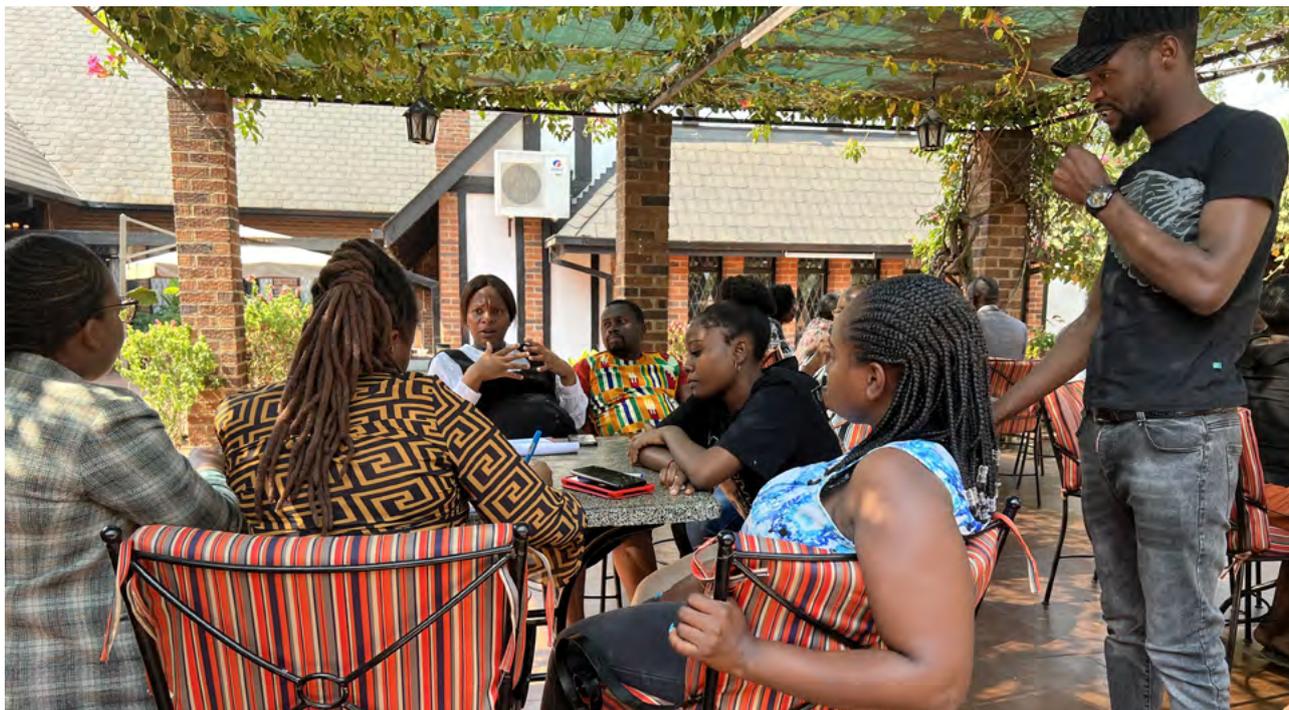
Les plaintes des médias ou les questions relatives à l'accès aux acteurs humanitaires et de santé gagnent en efficacité lorsqu'elles sont présentées collectivement, par exemple par l'intermédiaire d'organismes professionnels ou d'associations de journalistes. Les journalistes bénéficieraient d'une plus grande attention à leurs besoins en parlant d'une seule voix de leurs besoins à la communauté d'intervention d'urgence et dans la recherche de solutions.

#### 6. Tirez parti de la position unique des médias et capitalisez sur les perspectives locales.

Les journalistes locaux comptent parmi les personnes les mieux informées et les mieux connectées dans toutes les communautés et ils peuvent également renforcer leur position en adoptant une approche davantage axée sur la demande du public dans leurs programmes et leurs processus éditoriaux. Ils pourraient, par exemple, encourager les gens à appeler pour faire part de leurs préoccupations et signaler les problèmes qu'ils voient surgir dans la communauté où ils vivent et travaillent. De cette façon, ils deviendraient un rouage essentiel des stratégies d'engagement

...

## 5. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS



communautaire des organisations humanitaires et de santé. Bien qu'il soit souvent difficile d'obtenir des chiffres d'audience dans les contextes de faibles ressources, une approche continue et cohérente de l'engagement de l'audience peut également aider à convaincre les partenaires de fournir un soutien financier plus important à travers la publicité ou d'autres modèles économiques.

### **7. Trouvez l'équilibre entre le bien du public et l'intérêt du public, en particulier au début d'une situation d'urgence.**

Exploitez les possibilités que vous offrent les points de vue des communautés pour aborder les sujets sous des angles pertinents pour votre public et pour l'aider à accéder à l'information dont il a besoin. Une couverture approfondie de sujets complexes peut vous aider à éviter les portraits sensationnalistes ou les reportages superficiels sur des événements touchant des groupes vulnérables. Cela peut également contribuer à renforcer la confiance dans votre travail et à faire évoluer les préjugés des acteurs humanitaires pour qui les médias ne couvrent que les nouvelles saignantes ou les contenus sensationnalistes.

**8. Visez la qualité.** Cherchez à former les journalistes sur la manière de rendre compte des urgences de

santé ou autres. Une formation appropriée peut donner les moyens aux journalistes de couvrir les sujets sensibles de manière professionnelle et respectueuse, étant entendu que la couverture des crises par les journalistes peut se révéler bénéfique ou néfaste selon le professionnalisme dont il fait preuve dans l'exercice de son métier. Même si de nombreux médias n'ont pas les ressources nécessaires pour compter dans leur rédaction des journalistes dédiés à la santé, veillez à ce que l'ensemble de votre équipe éditoriale ait une bonne compréhension des questions de santé (après tout, tout le monde devra probablement produire des programmes ou des informations sur la santé à un moment ou à un autre de sa carrière) et spécialisez particulièrement quelques membres clés du personnel.

### **9. Dialoguez avec les acteurs humanitaires afin de bâtir une culture de la confiance.**

Dans ces conversations, qui pourraient également se dérouler à l'antenne, les journalistes peuvent intégrer les leçons de la pandémie de COVID-19 et les approches de décolonisation de la santé mondiale. Les deux groupes doivent se soumettre à un examen minutieux et intégrer pour éliminer les obstacles systémiques à une collaboration véritable entre les journalistes et les organisations humanitaires. ■

