



Outils de communication et d'animation participative

Réalisé par : AMSED

ÉDITORIAL

Depuis plus que 16 ans, AMSED à travers les différentes formations, rencontres et séminaires organisés a permis de réunir, de mutualiser les pratiques, de former, et de faire réfléchir les associations et les individus.

Le Guide de la Communication et l'animation participative est mis en place pour accompagner et aider sur la spécificité de la bonne communication.

Plusieurs associations nous ont confirmées que ce document leur a été d'une grande utilité et leur a servis dans leur apprentissage et dans leur dialogue.

AMSED souhaite faire bénéficier l'ensemble des acteurs du monde de développement social de cet outil et les mettre à la lumière des attentes du nouveau Millénaire.

Equipe AMSED.

PRÉFACE

Certains spécialistes rédigent des essais traitant de la communication pour le développement sans nécessairement être engagés dans des projets sur le terrain. D'un autre côté, la plupart des praticiens de la communication connaissent bien les hauts et les bas de l'action sur le terrain mais ne publient que rarement leurs réflexions et expériences.

Ce manuel est un support de formation sur les techniques de communication et de conduite de réunions qu'AMSED organise. Il est destiné aux intervenants dans le domaine social et notamment les associations et les groupements communautaires amenés à animer des interventions de développement. Il appuie et complète les acquis des ateliers de formations. Son contenu repose sur des modules de formations organisées par AMSED. Il a été également enrichi à partir de ressources traitant du même sujet.

Ce manuel tente de traiter des techniques de communication et de la dynamique des groupes pour répondre aux besoins des associations œuvrant dans le domaine du développement humain pour améliorer la qualité de leurs communications avec leurs populations.

Pour qui la communication renvoie à l'idée de médias, l'idée principale de ce guide, à savoir que la communication est un outil facilitant le processus du développement, peut paraître insolite. Tel n'est pas le cas pour celles et ceux qui voient dans le développement l'accomplissement des membres d'une communauté engagés dans des actions destinées à améliorer leurs conditions de vie. La communication nourrit alors l'interaction qui doit se développer parmi toutes les parties en cause, si l'on veut trouver les consensus nécessaires rendant possible l'atteinte des objectifs fixés. Il en découle que la communication s'intègre ainsi au processus du développement même et que les intervenants – qu'il s'agisse de membres de la communauté ou d'intervenants – deviennent dès lors des communicateurs pour le développement.

Ce manuel peut également servir de base pour des formations dans tous autres cadres qui visent le renforcement des capacités des individus ou groupements d'individus œuvrant dans le domaine du développement humain.

L'utilisation de ce manuel suppose que l'on privilégie un apprentissage basé sur la participation des concernés dans l'élaboration du contenu et sur la valorisation de leur propre savoir.

INTRODUCTION

Renforcer les capacités des communautés à prendre en charge leur propre développement : tel est la mission principal d'AMSED. Mais comment atteindre cet objectif dans un contexte de pauvreté, d'épuisement des ressources naturelles? Lorsque les ressources nécessaires pour subvenir aux besoins fondamentaux et pour stimuler le développement socio-économique font défaut, les communautés n'ont d'autres choix que de prendre en main leur propre développement et de collaborer à la recherche de solutions.

La recherche pour le développement : Avec le soutien des associations, AMSED développe une voie liée à un processus de développement mené par la communauté, l'utilisation des résultats est garantie, puisqu'elle vient répondre à des préoccupations mentionnées par la cible.

La communication participative : est un outil de travail efficace qui peut faciliter les processus de développement communautaire et de recherche pour le développement. Elle vise à faciliter la participation de la communauté à leurs propres initiatives de développement grâce à l'utilisation de diverses stratégies de communication.

Ce guide présente les concepts ainsi qu'une méthodologie pouvant servir de guide à la planification et à la mise en œuvre des initiatives de recherche et de développement communautaire. Il s'adresse aux membres des équipes de recherche, à leurs partenaires en développement travaillant directement avec les communautés, ainsi qu'aux membres des communautés engagés dans des activités de recherche et de développement.

Le guide introduit les notions de communication participative et de recherche pour le développement ; il aborde les sujets liés à l'utilisation efficace de la communication bi ou multidirectionnelle entre les communautés locales et les intervenants ; et il présente une méthodologie qui aidera à planifier, à mettre en œuvre et à évaluer des stratégies de communication efficaces.

Les chercheurs, les agents de développement et les intervenants communautaires ne peuvent pas s'attaquer seuls aux problèmes vécus par les communautés. Le processus doit être basé sur la participation active de ceux à qui le projet est destiné tout en impliquant les autres intervenants qui travaillent avec les communautés. Ces concepts décrivent les principes de la communication et de l'animation participative.

Pour que la communication puisse faciliter la participation communautaire, il faut d'abord et avant tout que les chercheurs, les agents de développement et les intervenants communautaires qui l'utilisent s'efforcent de renforcer la capacité des individus et des groupes communautaires. Ce guide est une introduction aux concepts et à la méthodologie qui faciliteront la mise en œuvre de ce processus.

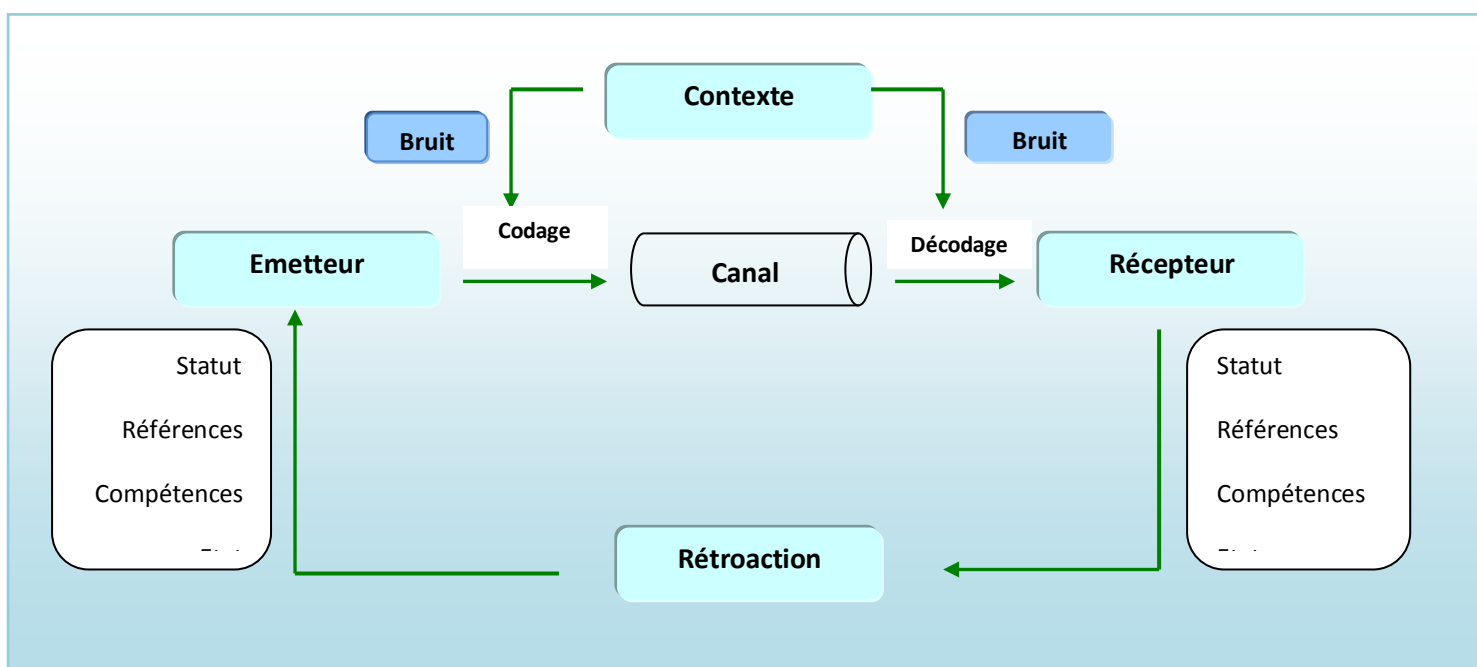
Au départ, le guide se veut un simple document de référence, mais il peut aussi être utilisé comme ressource au cours de séances de formation. En outre, ce document s'avérera utile à toutes les personnes désireuses de l'adapter à leur propre secteur.

Le guide est divisé en quatre sections : la communication, les rôles, la méthodologie et les outils de communication.

1. **La communication** et différentes définitions.
2. **Les rôles** des intervenants et présente les notions de communication et d'animation participative et de recherche pour le développement.
3. **La méthodologie** et introduit une approche méthodologique visant à planifier et à mettre en œuvre des stratégies de communication.
4. **Les outils de travail** et aborde la question des conditions nécessaires à l'utilisation efficace des outils de communication dans une approche participative.

La communication

D'une manière schématique, la communication peut être définie comme étant une transmission d'un message donné d'un émetteur vers un ou plusieurs récepteurs via un canal (voix, écrit, visuel), celui-ci (le récepteur) réagit par une rétroaction (feed back) et ce dans un environnement donné. Six composantes peuvent être ressorties de cette première définition et qui peuvent être schématisé comme suit:



Les composantes de la communication

En fait, la communication est un acte beaucoup plus complexe pour être schématisé de la sorte (schéma plus haut): un émetteur actif qui émet un signal et un récepteur passif qui le reçoit et en fait une image figée. Il s'agit plutôt d'un processus plus complexe de partage; un "échange social" entre acteurs dans un environnement donné. En dépit de son aspect mécanique, le schéma présenté plus haut facilite l'appréhension de l'acte de communication et permet de le décomposer en ses différentes composantes.

Le message

C'est ce que l'on adresse à autrui pour lui faire parvenir une information: phrases orales ou écrites dans une langue donnée; un signal ou série de signaux ou un assemblage d'éléments voulu par l'émetteur. C'est l'élément le plus évident de la communication.

Le message présente deux dimensions:

a) le contenu:

Le contenu du message est porté par la voix, c'est la communication verbale (c'est ce qui est dit)

b) la forme:

Elle est exprimée par le corps (ton de la voix, expressions faciales, gestuelle, distance, position etc.). C'est la communication non verbale.

Le récepteur doit donc non seulement comprendre le message mais aussi reconnaître la forme qu'il l'accompagne.

c) Les caractéristiques:

Pour qu'un message soit reçu par le récepteur, il doit avoir les caractéristiques suivantes:

- Clair;
- Concis;
- Complet ;
- Compréhensible

Le canal

C'est le moyen de transmission de l'information. Il peut prendre diverses formes: supports papier ou bandes magnétiques; appareillage plus complexe (téléphone; radio; Télévision; Internet) le canal n'est pas uniquement un outil, le choix du support peut influencer la forme du message. Ainsi une information n'est pas traitée de la même manière dans la presse écrite, à la radio ou à la télévision. Une conversation téléphonique n'est jamais l'équivalent d'un tête à tête. Le support impose ses contraintes propres.

Le code

Il constitue le point commun nécessaire entre émetteur et récepteur, leur permet de communiquer et de se comprendre. Il faut par, exemple, qu'émetteur et récepteur parlent la même langue. Le code est le résultat d'une convention, d'un accord tacite entre les membres d'une communauté qui acceptent d'attribuer la même valeur à un signal donné. Les langues naturelles sont des codes comme peut le montrer la difficulté à communiquer lorsqu'on ne parle pas la même langue. On peut facilement remarquer la différence de signification que l'on peut donner à certains symboles : les couleurs de vêtements, les gestes ou les dessins. En Asie par exemple, le blanc indique le deuil tandis que les vêtements de mariage sont rouges; que dans les Balkans, on hoche la tête pour dire non tandis qu'on l'agite latéralement pour dire oui.

La rétroaction (feed back)

La rétroaction (feed back ou effet de retour) désigne la perception par l'émetteur lui-même du message qu'il est en train de produire. A tout moment, l'émetteur est en situation de récepteur. Il envoie le message et le reçoit presque simultanément. La réception lui permet de contrôler et d'ajuster la forme du message émis.

Le bruit

Tout ce qui fait obstacle à la communication que cet obstacle soit matériel ou non. Le bruit peut être un lieu bruyant, des parasites dans la transmission; un éclairage insuffisant mais aussi l'inattention du récepteur; l'incompétence de l'émetteur. Ces obstacles peuvent perturber ou altérer le message. L'émetteur d'un message devrait avoir le souci constant de réduire le bruit.

La redondance

Il y a redondance lorsque dans un message, un élément d'information est donné par plusieurs procédés différents. La redondance ne consiste pas à répéter l'information mais à la donner sous plusieurs formes. Le message comprend alors des éléments qui ne sont pas strictement nécessaires, qui semblent faire double emploi. La redondance n'est pas un obstacle à la communication; il en est au contraire un auxiliaire précieux, car elle assure une meilleure transmission de l'information. En effet, elle réduit le risque de perte de l'information par excès de bruit.

L'émetteur

C'est celui qui envoie l'information. Un émetteur quel qu'il soit doit remplir certaines caractéristiques.

Dans cette partie, nous nous intéresserons à l'émetteur en tant qu'animateur. Pour qu'un animateur délivre son message dans de bonnes conditions (un message compréhensible; un minimum de bruits, un auditoire attentif) et pour qu'il soit reçu et compris par son auditoire comme voulu, celui-ci (l'animateur) doit respecter certaines

règles et adopter certains comportements et attitudes qui à défaut peuvent nuire à la qualité de la communication.

Le récepteur

Il reçoit un message qui lui est adressé par l'émetteur. Il peut s'agir d'une seule personne (conversation, lettre privée) ou de plusieurs (groupes, message publicitaire). L'émetteur et le récepteur peuvent ne pas se trouver au même temps et au même endroit. On dira que la communication est différée. Les rôles de l'émetteur et du récepteur ne sont pas figés mais sont interchangeable. L'émetteur devient récepteur et réciproquement et ceci plusieurs fois durant une conversation.

La communication est une composante essentielle de la recherche et du développement participatif. La façon d'approcher une communauté locale, l'attitude adoptée dans l'interaction avec les membres de cette communauté, le degré de compréhension de leurs problèmes et la façon de les approcher, la manière de recueillir l'information et de la partager, tout cela implique une manière d'établir un processus de communication.

La manière dont la communication sera établie avec les gens conditionnera la façon dont ils se sentiront concernés par les problèmes abordés et le degré avec lequel ils participeront à une initiative concrète visant à les solutionner.

Pour que la communication puisse efficacement soutenir des initiatives de développement, elle doit être à double voie. Elle ne devrait pas consister en une simple diffusion d'informations, ni en des efforts de persuasion visant à dire aux gens ce qu'ils devraient faire ou ne pas faire. Elle ne devrait pas être vue non plus comme une façon de motiver les gens à participer à des activités auxquelles ils n'ont pas contribué directement. Le rôle du chercheur ou de l'agent de développement devrait plutôt consister à établir un dialogue avec les membres de la communauté sur des questions de développement liées à son mandat et à faciliter le dialogue entre les groupes communautaires.

La communication participative pour le développement

La communication participative pour le développement est une action planifiée, fondée d'une part sur les processus participatifs et d'autre part sur les médias et la communication interpersonnelle, qui facilite le dialogue entre différents intervenants réunis autour d'un problème de développement ou d'un but commun, afin d'identifier et de mettre en œuvre une initiative concrète visant à solutionner le problème ou atteindre le but fixé, et qui soutient et accompagne cette initiative.

Le mot intervenant désigne les membres des communautés, les groupes communautaires, les autorités locales ou régionales, les organisations non gouvernementales (ONG), les services gouvernementaux ou toute autre organisation œuvrant au niveau communautaire, ainsi que les responsables qui sont engagés, ou devraient l'être, dans l'initiative de développement retenue.

Ce type de communication implique une révision des pratiques, en mettant l'accent non pas sur la diffusion d'informations à sens unique ou sur la persuasion, mais sur la facilitation des échanges entre les divers intervenants afin de cerner un problème de développement commun. Ce processus conduira à l'identification et à la mise à l'essai de solutions possibles, ainsi qu'à l'identification des conditions nécessaires en termes de partenariats, de connaissances et de conditions matérielles.

On peut également adopter le même procédé lorsque le point de départ du projet n'est pas un problème de développement, mais plutôt un objectif commun d'action communautaire. Les échanges entre intervenants servent donc à définir et à articuler les rouages de l'objectif fixé, à choisir une série d'activités pour atteindre l'objectif en question et à cerner les besoins en termes de partenariats, de connaissances et de conditions matérielles.

Le rôle de facilitateur

Que l'on démarre le processus à partir de l'identification d'un problème de développement ou d'un objectif d'action communautaire, le rôle de l'intervenant consiste à utiliser la communication comme outil pour faciliter la participation communautaire et l'identification de ce problème ou de cet objectif.

Cela demande des changements dans les pratiques. Plusieurs intervenants commencent en effet par repérer eux-mêmes un problème se posant dans une communauté donnée pour ensuite expérimenter des solutions avec la collaboration des membres de la communauté. Ils utilisent alors la communication pour informer les gens sur les multiples dimensions dudit problème et sur les solutions à mettre en œuvre afin de le régler. Le chercheur ou l'agent de développement intervient à titre de facilitateur dans un processus impliquant les communautés locales et les autres parties prenantes dans l'identification et la résolution d'un problème ou dans la réalisation d'un objectif commun.

Cela demande un changement d'attitude. Le chercheur ou l'agent de développement doit apprendre à considérer les membres des communautés non comme des bénéficiaires, mais comme des intervenants à part entière. Il doit être prêt également à établir des partenariats et des synergies avec les autres intervenants en développement travaillant avec les mêmes communautés.

Agir comme facilitateur n'est pas chose aisée. Il faut apprendre à écouter, savoir amener les gens à exprimer leurs points de vue, les aider à atteindre un consensus et à dresser un plan d'action. Pour plusieurs chercheurs et agents de développement, il s'agit d'un nouveau rôle pour lequel ils n'ont pas été préparés. C'est une manière nouvelle de faire la recherche pour le développement et de mener les initiatives de développement.

La recherche et le développement participatif

La communication participative pour le développement propose une nouvelle vision de la recherche et des projets de développement dans les communautés. Le parcours méthodologique peut être classé en trois séries d'événements :

La première série d'événements est liée à l'approche de la communauté locale. Elle demande :

- d'établir un contact avec la communauté locale ;
- de connaître et de bien comprendre le contexte local.

La seconde série d'événements implique la communauté et les autres parties prenantes dans la planification d'une initiative de développement ou d'un projet de recherche. Elle doit amener les gens à :

- cerner un problème de développement donné ou un objectif commun ;
- comprendre les multiples dimensions de la question et déterminer les solutions potentielles (dans le cas d'un problème à régler) ou les conditions préalables requises (dans le cas d'un objectif à atteindre) ;
- fixer un plan d'action à mettre à l'essai ou à implanter ;
- préciser les conditions nécessaires en termes de connaissances, de partenariats et de conditions matérielles.

La troisième série d'événements consiste à établir une stratégie de communication qui viendra appuyer l'initiative à mettre en œuvre. Elle implique les actions suivantes :

- préparer et mettre en œuvre un plan de communication visant à soutenir le plan d'action retenu par la communauté ;
- faciliter la mise en place de partenariats ;
- faciliter l'acquisition des connaissances nécessaires à la réalisation de ces activités ;
- planifier la diffusion et l'utilisation des résultats.

Cependant, il est important de savoir que, si on ne peut garantir l'acquisition des conditions matérielles nécessaires à la mise en œuvre des plans d'action, la communication seule ne peut être d'une grande aide.

Les origines de la communication pour le développement

La communication participative pour le développement est rattachée à la fois à la communication pour le développement et à la recherche participative.

Bien que l'expression «communication pour le développement» soit parfois employée pour qualifier la contribution générale des communications au développement de la société, ou encore pour désigner la discussion des thèmes de développement dans les médias, elle réfère normalement à l'exploitation planifiée de stratégies et de processus de communication visant le développement.

Il faut ajouter que la communication du développement n'est pas un domaine homogène mais plutôt un champ d'études vaste où plusieurs approches, idéologies et écoles de pensée se côtoient. La communication participative, les médias communautaires, l'éducation des adultes, l'information, éducation, communication (IEC), la plaidoirie, les activités de vulgarisation, les programmes de divertissement-

éducation et le marketing social sont les principales approches qu'on rencontre sur le terrain.

La définition de la communication pour le développement varie selon les approches méthodologiques. Toutefois, au-delà des divergences idéologiques et des différentes approches, les leçons tirées de l'expérimentation dans ce domaine ont démontré l'importance de mettre l'accent sur les procédés interactifs et participatifs plutôt que sur la production et la diffusion de l'information coupée des processus communautaires.

Les limites de la communication participative pour le développement

L'expérience nous a appris qu'il y a des limites à utiliser la communication pour faciliter le développement. D'une part, toute action a nécessairement une portée limitée : elle s'inscrit souvent dans une cohérence à long terme. Le changement demande du temps et la mise en œuvre continue de processus est souvent complexe. Il faut reconnaître que la communication à elle seule ne suffira pas à atteindre les objectifs de développement fixés, car les efforts de développement que la communication participative soutient ont également besoin de ressources financières et matérielles, et, dans plusieurs cas, d'un certain niveau de pouvoir politique.

D'autre part, il y a des limites en termes d'aptitudes et de compétences qu'il faut considérer. Les communautés peuvent arriver à accomplir un certain nombre de choses seules, avec leurs propres ressources. Par contre, dans certains cas, d'autres personnes doivent participer et un nombre de conditions. Enfin, il y a certaines situations sur lesquelles les communautés locales n'ont aucun pouvoir direct (par exemple, les lois, les politiques et la culture) et face auxquelles elles doivent développer des stratégies à plus long terme.

Les intervenants doivent donc aider les communautés à fixer des objectifs et des échéanciers réalistes pour la mise en œuvre des actions retenues. Les résultats des activités de développement n'apparaissent généralement pas immédiatement.

Enfin, la participation demande beaucoup de temps et d'engagement pour y arriver, parfois elle peut également susciter de nombreuses frustrations, puisqu'elle permet l'expression de points de vue souvent divergents. Il faut pouvoir reconnaître ces limites, tout en sachant que le développement durable est impensable sans elle.

La facilitation d'une vision participative du développement

Les premiers modèles de développement étaient définis surtout selon des variables économiques. On croyait qu'une fois acquise la richesse affecterait automatiquement le bien-être et le niveau de vie d'une société. De même, la communication était considérée comme un procédé de diffusion de l'information.

Aujourd'hui le développement est devenu comme un projet global dont les sociétés sont responsables. On a compris qu'on ne pouvait pas implanter le développement

dans un mouvement de l'extérieur vers l'intérieur ; chaque société doit définir son propre modèle de développement à la lumière de son contexte, de son système de valeurs, de sa culture et des ressources disponibles. Le principe tient aussi pour les groupes au sein d'une communauté donnée. Les gens doivent être actifs au cœur du processus de développement. Du côté communicationnel, cette vision du développement implique que l'accent est mis sur la facilitation de la participation.

On a aussi appris que le développement ne relève pas simplement de questions financières ou matérielles : il implique les notions de liberté, de distribution équitable des revenus, d'ouverture politique, d'accès à l'éducation, etc.

La participation est une clé dans le processus de définition et de réalisation du développement.

La participation de la communauté

Devons-nous encore parler de « participation » ? La participation a été le concept de développement central dans les dernières décennies et tout intervenant en développement s'y réfère. En pratique, toutefois, elle regroupe plusieurs approches « non participatives ». La participation ne doit pas se limiter à la « consultation », en développement, les communautés doivent participer à la définition de leurs propres problèmes, à la recherche des solutions possibles et au choix de la mise en œuvre. S'il y a production d'information, celle-ci devrait être menée de façon à aider les communautés à comprendre un problème particulier et à agir pour le régler.

La participation n'est pas non plus synonyme de mobilisation. Le concept va bien plus loin que la simple obtention du soutien de la communauté pour un projet de développement conçu par les autorités, les ONG ou les spécialistes. Cette approche ne permet pas d'obtenir des résultats durables car les décisions sont prises à l'extérieur de la communauté.

Qu'est-ce que la « participation » alors ? Un bon indicateur est donné lorsque les gens prennent la responsabilité de mener à bien une initiative de développement. C'est-à-dire que les membres de la communauté prennent non seulement part aux activités, mais sont engagés directement dans le processus décisionnel et dans la planification de l'initiative de développement.

Afin d'encourager ce type de participation, les équipes de recherche et les agents de développement doivent percevoir leurs vis-à-vis non comme des bénéficiaires mais bien comme des partenaires de l'effort de développement. De même, du côté de la communication, il faut déployer des efforts afin de faciliter la participation aux discussions sur le problème de développement à régler ou l'objectif à atteindre ainsi que sur les actions à entreprendre.

La participation va aussi de pair avec la responsabilisation. Il est utile de cerner les rôles et les responsabilités des intervenants engagés dans le projet et de clarifier la contribution financière ou matérielle de chacun d'eux dans le processus. Ces contributions peuvent être très variées : donner de leur temps, fournir des services, du matériel utilitaire, du financement, etc. Ces contributions, mêmes modestes,

procureront un sentiment d'appropriation des activités. Sans cette appropriation, l'effort sera toujours perçu comme « l'initiative des autres ».

La participation est également liée à l'exercice de la démocratie. Sans le respect des droits de la personne ni la liberté d'expression, le potentiel de la communication comme déclencheur de transformations sociales est grandement limité.

La communication comme outil de facilitation de la participation

Le rôle du chercheur ou de l'agent de développement qui utilise la communication n'est pas de diffuser ou de transmettre des messages, mais plutôt de faciliter la participation aux activités de développement local.

Le succès des activités de communication est intimement lié à la perception du rôle de l'intervenant à titre de facilitateur du processus de participation communautaire. Si un intervenant considère que son rôle est de produire un message, puis de le diffuser, il ne sera pas en position d'aider les groupes communautaires à cerner les problèmes de développement et à implanter un plan d'action. On doit également s'assurer de ne pas se substituer aux ressources techniques compétentes, mais de susciter leur collaboration à l'initiative de développement qui a été mise sur pied.

Afin de faciliter la participation, les chercheurs et les agents de développement doivent être prêts à exercer diverses fonctions :

- Faciliter le dialogue et les échanges d'idées au sein de différents groupes : ceci nécessite une connaissance et une compréhension approfondies du contexte local.
- Encourager la réflexion sur les problèmes de développement local et sur les solutions possibles ou encore sur les objectifs communs à atteindre : ce qui demande une compréhension fouillée du sujet.
- Soutenir le processus de délimitation du problème et l'identification d'une série d'actions concrètes visant à expérimenter ou à implanter les solutions choisies : il faut donc encourager les groupes engagés dans ces séries d'actions à partager leurs points de vue.
- Appuyer les efforts de sensibilisation d'apprentissage et de mise en œuvre de l'initiative de développement : il faut choisir la stratégie de communication appropriée à chaque groupe.
- Assurer la circulation efficace de l'information auprès des participants : en exploitant les outils et les moyens de communication appropriés à chaque groupe.
- Soutenir la prise de décision : en facilitant l'atteinte d'un consensus entre les participants.
- Assurer la collaboration au niveau local et établir des partenariats : en forgeant des alliances entre les personnes-ressources et les organisations œuvrant dans les mêmes localités.
- Faire le suivi de l'initiative de développement : en s'assurant que les actions entreprises sont mises en œuvre et évaluées.
- S'assurer que les autorités ou les organismes ressources soient en mesure d'appuyer les efforts locaux et comprennent les besoins et les points de vue des communautés.

Faciliter un processus de communication à double voie

Il faut d'abord et avant tout apprendre à **établir un dialogue** avec une communauté. Ceci veut dire amener les gens à s'exprimer, à écouter les points de vue des uns et des autres et atteindre un consensus autour d'un plan d'action. Cette habileté exige de savoir bien écouter et de connaître les points de vue des participants, afin de pouvoir encourager l'échange d'opinions et d'information.

La planification et l'implantation d'une stratégie de communication

Une autre fonction de la communication participative, basée sur la communication à double voie avec les membres de la communauté locale, comprend **la planification et l'implantation d'une stratégie de communication** qui viendra appuyer l'initiative de développement ou l'effort de recherche.

Faciliter les processus d'apprentissage

Si l'objectif de l'intervention implique l'acquisition de connaissances et de savoir-faire pratiques qui doivent aider les participants à implanter l'initiative de développement visée, alors la communication doit également servir à **faciliter le processus d'apprentissage**, souvent il peut être utile de s'adjoindre la collaboration d'une personne-ressource qui possède ces habiletés et qui facilitera le processus d'apprentissage et d'acquisition des connaissances, plutôt que de s'improviser soi-même pédagogue.

Animer les discussions

Une des fonctions les plus importantes du processus est celle **d'animateur de discussions** : il faut savoir être à l'écoute des points de vue exprimés, créer les occasions pour échanger ces idées, encourager les participants à exprimer leur opinion, résoudre les conflits et se servir judicieusement du temps dont on dispose, tout en maintenant la discussion dans la bonne direction.

La discussion et l'échange des points de vue doivent mener à une décision sur la façon de mettre en œuvre ou d'expérimenter la solution choisie. Il faut donc être en mesure de **résumer les principaux points du débat, de soutenir un processus de prise de décision et de faciliter l'atteinte d'un consensus**.

Structurer l'information

Une autre fonction de la communication participative consiste à **rendre l'information accessible** dans un format conforme aux caractéristiques des participants dans le processus de communication.

La pratique de la communication participative

La communication participative pour le développement veut promouvoir la participation de la communauté aux initiatives de développement grâce à l'utilisation stratégique de la communication. Dans cette perspective, elle rassemble les

approches et les techniques de la recherche participative, du développement participatif et celles de la communication du développement.

En recherche participative, les agents et les membres des communautés apprennent ensemble, à travers la pratique, grâce à des efforts de réflexion et de participation communs. C'est par la pratique et la réflexion sur la pratique qu'on découvre comment appuyer au mieux le développement communautaire.

Les chercheurs et les agents de développement, tout comme les membres de la communauté et les autres intervenants engagés dans le processus doivent participer aux activités de suivi et d'évaluation, afin de tirer les conclusions des activités entreprises et de les appliquer dans la pratique. Il s'agit d'un cycle continu d'actions et de réflexions sur l'action à travers lequel chacun apprend à améliorer les efforts mis en œuvre.

La méthodologie

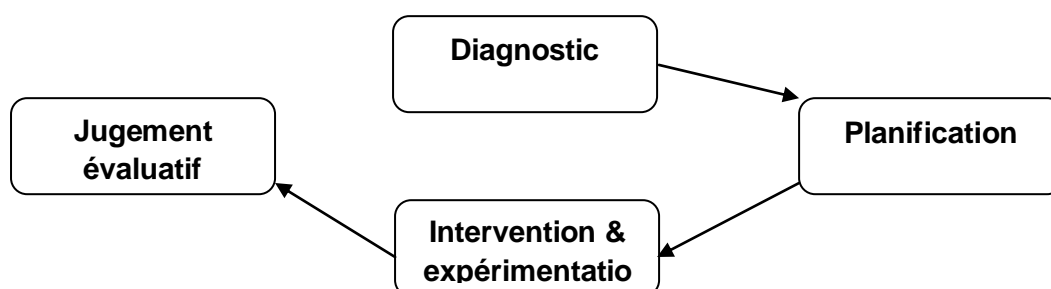
L'objectif de cette partie du guide est de proposer des outils pour mettre en pratique la communication participative pour le développement à l'aide d'une méthodologie systématique. On y propose dix étapes pour appuyer la planification et la mise en œuvre efficace des interventions de recherche ou de développement participatifs.

La participation au processus de planification est importante. En communication participative pour le développement, la communauté locale est engagée dans chacune des étapes suivantes : cerner le problème de développement à régler (ou l'objectif à atteindre), comprendre ses multiples dimensions, déterminer les solutions potentielles (ou concevoir une série d'actions) et décider d'un plan d'action concret à mettre en œuvre ou à expérimenter. Ces étapes ne sont plus du seul ressort des chercheurs, des agents de développement et des organismes concernés.

L'approche méthodologique

La communication participative pour le développement supporte un processus de développement participatif ou de recherche pour le développement.

Le cercle extérieur du processus de recherche participative ou de développement participatif.



On représente habituellement un tel processus par quatre phases principales interreliées les unes aux autres : la définition du problème, la planification, l'intervention (ou, dans le cas d'une recherche, l'expérimentation) et l'évaluation. Après cette dernière, on peut soit reprendre le processus à la définition du problème et refaire un autre cycle, soit réviser la planification et reprendre l'intervention ou encore passer à des activités de partage des résultats et de mise à l'échelle. Ce processus se développe de manière continue à travers chacune de ces étapes, par les interactions entre les intervenants et les membres de la communauté et celles entre ces derniers.

Le cercle intérieur : dix étapes pour planifier et mettre en œuvre la communication participative pour le développement.

Établir une relation avec une communauté et approfondir sa compréhension du contexte local :

Le processus de l'intervention inclut :

Étape
1 :

- la collecte de données préliminaires sur la communauté et son environnement,
- les premiers contacts avec les membres de la communauté,
- l'identification des groupes et des personnes-clés,
- l'approfondissement de la collecte d'informations avec la participation de la communauté
- la facilitation d'un dialogue autour des problèmes et des initiatives de développement.

Faire participer la communauté : cerner un problème; trouver des solutions potentielles ; décider de la mise en œuvre d'une initiative concrète

Étape
2 : Le processus de l'intervention inclut :

- Faire participer la communauté ;
- Cerner le problème ;
- Trouver des solutions potentielles ;
- Décider de la mise sur pied d'une initiative concrète.

Identifier les groupes communautaires et les autres intervenants concernés par le problème et l'initiative de développement.

Étape
3 : Le processus de l'intervention inclut :

- Porter une attention particulière aux rôles et aux besoins des hommes et des femmes de la communauté;
- Connaître le groupe de personnes (Caractéristiques physiques : âge, genre,

etc ; Contexte ethnique et géographique ; Langue et habitudes de communication ; Caractéristiques socio-économiques : style de vie, revenu, niveau de scolarité, analphabétisme, etc. ; Aspects culturels : traditions, valeurs, croyances, etc. ; Connaissances générales, attitudes, comportements face au problème de développement décelé.)

Déterminer les besoins et établir les objectifs et les activités de communication.

Le processus de l'intervention inclut :

- Étape 4 :
- Besoins matériels et besoins de communication ;
 - Objectifs de communication (Sensibilisation aux dimensions du problème cerné ; Acquisition de nouvelles connaissances ; Partage de l'information et des savoirs ; Développement d'habiletés particulières ; Renforcement des attitudes ou des comportements ; Résolution de problèmes ; Participation et organisation communautaire ; Trouver des solutions potentielles)

Choisir les outils de communication appropriés.

Pour choisir les outils de communication appropriés, nous pouvons tenir compte de trois critères principaux :

1er CRITÈRE : L'UTILISATION COMMUNAUTAIRE

Chaque fois que la situation le permet, il est bon d'avoir recours aux outils qu'on utilise déjà dans la communauté pour échanger informations et points de vue, ou à ceux avec lesquels un groupe particulier de participants est le plus à l'aise. Il faut garder à l'esprit le but que l'on poursuit en utilisant ces outils : faciliter la réalisation d'une initiative de développement que les participants ont eux-mêmes choisie. L'intention ne sera pas par exemple de réaliser un document vidéo pour expliquer une nouvelle technologie à la communauté, mais d'utiliser cet outil, afin que les participants puissent présenter leurs propres réalisations, qu'ils puissent comparer différentes façons de le faire ou prendre part activement au débat.

- Étape 5 :
- En outre, dans le cas d'objectifs d'apprentissage, l'utilisation des outils de communication devrait aller de pair avec ce que nous avons appris de l'éducation aux adultes : partir de l'expérience des individus pour concevoir et mettre en œuvre une expérience d'apprentissage interactif.

2e CRITÈRE : LES COÛTS ET LES CONSIDÉRATIONS TECHNIQUES

Le second critère est lié aux dépenses que peut entraîner l'utilisation de ces outils, au temps nécessaire pour préparer le matériel et à l'environnement technique dans lequel nous comptons nous en servir (disponibilité de l'électricité ou de piles, lieux appropriés, accessibilité, etc.).

3e CRITÈRE : L'USAGE PRÉVU

Le troisième critère est lié au genre d'usage auquel on destine l'outil. On trouvera à ce propos, dans la troisième partie de ce guide, quelques notes détaillées à propos des outils de communication et de leur utilisation.

Préparer et protèger les contenus et le matériel de communication.

Le processus de l'intervention inclut :

- Faire participer les gens au choix et à la préparation du matériel et des contenus ;
- Réaliser des pré-tests du contenu et du matériel ;

Tenir compte du

- Étape 6 :
- Contenu : (Compréhension du contenu ; Précision de l'information présentée ; Crédibilité des individus qui s'expriment au sujet du matériel de communication ; Types de réactions provoquées par le contenu.)
 - Forme : (Intérêt suscité ; Qualité technique.)
 - Matériel : (Réaction aux formats choisis ; Opinion sur l'environnement technique nécessaire à l'utilisation du matériel ; « Longévité » du matériel.)
 - Commentaires : (Potentiel du matériel de communication à provoquer la réaction des participants et à les amener à exprimer leur opinion.)

Faciliter la mise en place de partenariats et réviser la planification

Distinction de cinq types de collaboration à rechercher lors des activités de communication participative pour le développement. Il s'agit de partenariats avec :

- Étape 7 :
- les groupes communautaires;
 - les autorités locales ;
 - les services techniques gouvernementaux, les projets et les organismes de développement œuvrant dans la région;
 - les médias locaux (stations de radio ou journaux ruraux, théâtre, médias traditionnels) ;
 - Les personnes-ressources ou des célébrités locales

Aussi d'amener les collaborateurs à participer à la planification de l'initiative de communication.

Établir un plan de suivi et mise en œuvre :

Cette étape inclut la planification des activités à entreprendre, la description des tâches et des responsabilités, l'établissement d'un échéancier et la préparation d'un budget pour chaque activité, pour ce il est important de :

- Étape 8 :
- Cerner le but à atteindre et l'initiative de développement à entreprendre ;
 - Désigner des groupes spécifique cible ;
 - Etablir un échéancier de réalisation ;
 - Préparation du budget.
 - Evaluer les dépenses.

Assurer le suivi et l'évaluation de la stratégie de communication et documenter le processus de recherche ou de développement :

l'évaluation permet de :

Étape
9 :

- Voir si nous sommes sur la bonne voie pour atteindre les objectifs fixés au départ.
- Recenser les principales difficultés rencontrées et déterminer les actions requises pour remédier à la situation.
- Déterminer si nous avons atteint nos objectifs et, si oui, dans quelle mesure.
- Evaluer les retombées de nos activités sur le problème ou sur l'initiative de développement retenue au départ.
- Tirer des leçons de l'expérience, de trouver des façons d'en améliorer le résultat et de formuler des recommandations pour les activités futures.

Mettre au point une stratégie d'utilisation des résultats :

Le partage des résultats va plus loin que la simple diffusion d'information. Il consiste à la fois à rendre l'information accessible en différents formats à différents groupes d'utilisateurs et à recueillir leurs réactions, afin de faciliter le transfert et l'utilisation des résultats de recherche ou de l'information nécessaire à la mise en œuvre de l'initiative réalisée.

La mise à échelle quant à elle, regroupe des activités de multiplication des résultats, d'extension géographique ou sociale ou encore de plaidoyer.

Étape
10 :

Ces deux types d'activités introduisent un nouvel exercice de planification, centré cette fois sur une stratégie d'utilisation des résultats. Il s'agit de déterminer les conditions à mettre en place pour que ces connaissances et ces résultats puissent être utilisés de manière à solutionner des problèmes de développement ou à atteindre des objectifs communs.

Il sera plus aisé de procéder à des activités de partage de l'information et au prolongement de ces activités dans une communauté donnée ou dans une communauté avoisinante si, au cours de la recherche, des membres de la communauté sont formés pour expliquer à d'autres ce qu'ils apprennent lors de cette initiative et si les canaux appropriés de communication ont été indiqués dès le départ.

La mise à échelle auprès des preneurs de décision sera également facilitée si, au cours des activités de recherche ou de développement, des personnes clés contactées dès le début sont tenues au courant du déroulement des activités et sont invitées à partager leurs suggestions et à poser des questions. Il faut d'une part les informer du contenu précis des activités mais aussi, d'autre part, connaître le contexte dans lequel elles pourraient se servir de ces

renseignements et de ces connaissances pour apporter des changements.

Dans un cas comme dans l'autre, les processus seront renforcés si, durant la mise en œuvre de l'initiative, on a déterminé les modes appropriés pour présenter et discuter l'information. Ainsi, on saura présenter l'information d'une façon acceptable pour ces groupes, avec les moyens qui leur sont familiers et à l'endroit et au moment appropriés pour eux. En effet, la manière dont les équipes de recherche et les organismes en développement présentent normalement leurs résultats est généralement conçue dans une perspective de diffusion d'information et non pas dans une perspective d'utilisation des résultats par des groupes bien définis.

Cette étape de planification est le début d'un nouveau cycle qui pourrait enclencher une nouvelle intervention ou mettre l'accent sur le partage des leçons tirées de l'expérience de recherche ou de développement. Afin de mieux appliquer ce processus pendant l'activité de recherche ou de développement, il est préférable de jeter sur papier quelques idées à ce sujet dès le début de l'intervention. Cela aidera également à réviser les choix qui auront été faits pendant la planification du processus de communication participative pour le développement.

Certaines étapes peuvent être pratiquées en parallèle à d'autres ou dans

un tout autre ordre. Il est donc important de voir ces étapes comme des points de repère dans un processus systématique global. Ces réserves étant exposées, voici les dix étapes par lesquelles nous passons habituellement pour planifier et mettre en œuvre une stratégie de communication participative pour le développement :

Les outils

Les outils de communication selon trois séries de critères sont :

- les outils de communication déjà utilisés dans la communauté ;
- les coûts d'utilisation, les conditions et la période d'utilisation;
- les types d'usage.

Les types d'outils de communication

Nous faisons généralement la distinction entre les médias de masse (journaux, radio, télévision), les médias traditionnels (conte, théâtre, chanson), les médias « de groupe » (vidéo, photographie, affiches), les médias communautaires, telle la radio rurale de proximité, et les technologies de l'information et de la communication, Ces médias, ainsi que les différentes formes de communication interpersonnelle constituent nos outils de communication.

Il faut cependant garder à l'esprit que la plupart du temps c'est le jumelage de plusieurs approches, outils ou médias qui peuvent renforcer une stratégie de communication; ainsi, ces propositions ne doivent pas être perçues comme étant indépendantes les unes des autres.

Outils de communication interpersonnelle

Discussion et débats :

Les discussions de groupe et les rencontres-débats sont beaucoup utilisées. Des discussions menées avec de grands groupes ne sont cependant pas la meilleure façon de faciliter la participation. Souvent, seules quelques catégories de personnes oseront parler, donner leur opinion, poser des questions, cependant, il y a plusieurs sujets dont on ne pourra pas parler ouvertement. L'efficacité de la discussion se trouve dans la complémentarité avec d'autres activités, par exemple des discussions avec des groupes plus petits et bien ciblés. Cela vaut aussi pour les rencontres-débats, qu'on devrait plutôt renommer «rencontres dialogues », le but n'étant pas de provoquer une confrontation d'idées, mais d'amorcer un dialogue communautaire.

Séances de visionnement :

Les mêmes arguments s'appliquent à l'organisation d'une séance de visionnement d'un film ou d'une bande vidéo. Ces séances sont habituellement associées à des présentations par des personnes-ressources et une discussion organisée après la projection. Cet outil est très efficace pour accroître la sensibilisation à un problème précis, ou pour intégrer des éléments d'information ou de nouvelles connaissances à acquérir. Par contre, prise isolément, cette activité n'a que peu de potentiel pour stimuler la participation à la quête de solutions.

Encore une fois, l'efficacité de l'outil est directement reliée à l'organisation d'activités complémentaires avec des groupes plus petits et bien ciblés.

Groupes de discussion :

Un groupe de discussion comprend un petit nombre de personnes (sept à dix) qui partagent des caractéristiques communes. L'information recueillie grâce à cette technique peut donner un bon aperçu des points de vue des autres membres de la communauté présentant les mêmes caractéristiques.

La discussion se déroule d'après un guide de discussion préparé à l'avance, mais dont les questions sont ouvertes. Il s'agit de donner la chance à chaque participant d'exprimer son opinion sur le sujet.

Dans plusieurs cas, un groupe de discussion peut aussi faire partie intégrante d'une activité de développement stratégique où chaque participant contribue non seulement à circonscrire le problème, mais aussi à concevoir la stratégie qui permettra de faciliter la participation communautaire afin de résoudre ce problème et de mettre en œuvre des solutions potentielles.

Les techniques de recherche participative :

Les techniques de recherche participative sont bien documentées et largement utilisées sur le terrain. Ces techniques peuvent consister en la réalisation d'une carte collective de la communauté, la reconstitution d'une ligne de temps, retraçant l'historique de la communauté, la production d'une matrice de priorités, la

promenade d'observation, l'utilisation des diagrammes de Venn, la constitution des calendriers saisonniers et des plans d'actions, etc.

Ces techniques, qui permettent de recueillir un ensemble de renseignements utiles en peu de temps, sont également des modes efficaces pour faciliter la participation des membres de la communauté. Il arrive cependant que ces techniques soient employées de façon plus restrictive lorsqu'elles ne sont pas bien comprises par les participants et qu'elles ne soient utilisées par les intervenants que dans le but de recueillir de l'information.

Or, l'idée principale derrière ces techniques de recherche participative est de recueillir de l'information rapidement avec la participation des membres de la communauté et de la partager afin que toutes les parties puissent s'approprier l'intervention et participer aux processus d'analyse et de prise de décision. Si les choses ne se passent pas ainsi, et si les intervenants recueillent ces renseignements sans nourrir le processus d'appropriation, la technique est alors mal appliquée. Ces derniers penseront alors travailler de façon participative alors que, dans les faits, cette participation sera artificielle.

Les jeux de rôles :

La technique du jeu de rôles est un moyen intéressant de faciliter la participation au sein d'un petit groupe, d'évaluer l'attitude générale et de recueillir des points de vue et des opinions. Un jeu de rôles peut regrouper de deux à cinq personnes arborant une identité précise et jouant ces rôles. La situation devient intéressante lorsqu'un des personnages doit tenter de plaider en faveur de sa cause devant les autres.

Par exemple, un premier personnage peut être l'intervenant qui arrive dans la communauté, et un second, un membre de la communauté. Chacun d'eux doit simuler une situation où l'intervenant établit un dialogue avec le membre de la communauté pour déterminer ses besoins face à une initiative de développement.

Le jeu est suivi d'une discussion de groupe. Chaque participant explique ce qui s'est passé dans son groupe et comment il s'est senti dans son rôle et face aux rôles de ses partenaires. L'animateur souligne alors les idées principales et relie l'exercice au sujet de discussion. Ensuite, les participants et le médiateur évaluent s'ils ont atteint ou non l'objectif de l'activité.

Visites personnelles, visites guidées, ateliers, expositions :

Les visites chez les gens sont une bonne façon de stimuler la sensibilisation à un problème et de recueillir les points de vue de chacun sur ce problème. Très souvent, les personnes qui ne prendront pas la parole en public ou qui ne participeront pas aux rencontres organisées se trouveront plus à l'aise pour discuter dans le contexte de leur environnement familial.

Les visites rendues à des membres de la communauté par leurs pairs sont souvent utiles pour présenter des solutions qui ont déjà été appliquées dans d'autres contextes ainsi que pour stimuler la motivation à travailler avec les intervenants. Mais ces visites sont encore plus efficaces lorsque les pairs préparent eux-mêmes la

rencontre après avoir pris part à des discussions sur les problèmes qui les préoccupent et sur leurs solutions potentielles.

L'organisation d'un atelier peut aussi être utile pour discuter des problèmes de développement de la communauté, présenter des approches ou des technologies pouvant contribuer aux solutions à un problème donné ou établir une stratégie commune.

Enfin, les expositions ou les expérimentations réalisées sur le terrain sont beaucoup plus efficaces que celles qui sont pratiquées dans des endroits destinés à cette fin. Elles sont toutefois plus difficiles à organiser et demandent évidemment l'engagement des membres de la communauté.

Médias de groupe (Photographies, Illustrations, tableaux mobiles)

Ce moyen consiste en la production de « boîtes à images » ou tableaux à feuilles mobiles. Il s'agit d'une série de photos ou de dessins qui racontent une histoire, comprenant de trois à dix photos, sans texte. Les images illustrent une situation problématique, puis une situation où l'on a résolu le problème. Le tableau est présenté par un facilitateur qui demande aux individus ce qu'ils voient dans les images. Cet outil est très efficace pour stimuler la discussion, pour comparer des points de vue et pour développer un consensus sur un problème donné. Les images peuvent être dessinées à la main, imprimées ou collées sur les feuilles mobiles ou sur un morceau de tissu.

On peut aussi se servir du même procédé en créant un jeu de cartes à partir de ces photos ou dessins : on fait passer les cartes d'une personne à une autre, et chacun tente de reconnaître l'image en commentant la situation.

Une autre façon intéressante d'utiliser les photos est de distribuer des appareils aux participants et de leur demander de prendre des photos des situations problèmes auxquelles ils doivent faire face ou des solutions qu'ils aimeraient adopter. Une exposition est ensuite mise sur pied et, à partir des discussions qu'elle suscite, on peut trouver des stratégies pour agir.

En outre, on peut utiliser les photos au cours d'une discussion où les individus expriment leur point de vue à partir des images qu'ils ont produites. On peut aussi faire un montage du type «avant et après».

Les photos et illustrations sont également des outils efficaces dans le contexte des visites personnelles car on peut les utiliser pour interroger les gens sur ce qu'ils voient dans ces photos et ce qu'ils ressentent face à la situation.

Affiches et bannières :

On utilise souvent les affiches et les bannières pour sensibiliser la population à un sujet. Elles ne sont pas réellement efficaces pour faciliter la participation; il est donc important de les jumeler avec des activités interactives auxquelles participent les membres de la communauté.

Les enregistrements vidéo :

Aujourd'hui, les caméras numériques simplifient beaucoup l'usage de la vidéo. Comme dans le cas des photographies, la vidéo est habituellement utilisée pour illustrer un problème donné ou pour démontrer une solution. Cependant, l'utilisation d'un document vidéo est souvent plus efficace lorsque les images illustrent un problème et ses causes sans pour autant proposer de solutions. Celles-ci émergent alors de la discussion suivant le visionnement du document.

Un autre moyen efficace d'utiliser la vidéo est connu sous l'appellation « Fogo process » du nom d'une île canadienne où la méthode a été mise au point. Dans ce procédé, on utilise la vidéo pour présenter un problème ; la projection est suivie d'une discussion de groupe, qui est filmée puis projetée devant la communauté, soulevant ainsi une nouvelle discussion pour déclencher, de cette façon, d'autres discussions jusqu'à ce que les individus en arrivent à un consensus d'action.

Dans certains contextes, la discussion sur un problème dans une communauté peut aussi être présentée dans d'autres communautés, où on filmara les débats qui ont lieu après la projection et ainsi de suite.

Les enregistrements audio :

On utilise les enregistrements sur cassette pour créer des forums de discussion. Dans cette approche, on distribue des enregistreuses et des cassettes aux groupes participants pour appuyer les discussions sur les problèmes et les initiatives à mettre en œuvre. Les cassettes sont ensuite échangées entre différents groupes.

Médias traditionnels

Le théâtre

Comme outil de communication participative, le théâtre, comme les autres médias traditionnels, doit être utilisé conjointement avec un ensemble d'activités interactives. Généralement utilisé pour stimuler la sensibilisation à un problème, son potentiel pour appuyer une initiative concrète à mettre en œuvre pour résoudre un problème demeure faible s'il n'est pas intégré à une stratégie plus globale.

Le concept de théâtre-débat (où après la pièce est enclenché un débat avec les spectateurs) et le théâtre-forum (où certaines parties de la pièce sont jouées par les spectateurs, habituellement pour tenter de convaincre un personnage de changer son comportement) sont par contre très efficaces pour soulever la discussion sur les problèmes du milieu. Encore une fois, par contre, ils doivent s'insérer à l'intérieur d'une stratégie de développement qui accompagne l'initiative à long terme.

Chants, musique, contes et proverbes

Les chants et la musique peuvent être utilisés pour créer une atmosphère au départ d'une discussion de groupe, ou pour diffuser des connaissances lors de rencontres ou de visites. Dans certains cas, on pourra produire des cassettes audio à partir de ces chants et musiques et ainsi en étendre le champ d'exploitation.

Dans certains contextes, les proverbes sont aussi utilisés pour faciliter la discussion sur un sujet donné. Le conte et, plus particulièrement, le « conte interrompu » – où les personnes qui écoutent doivent terminer l'histoire ou en imaginer la fin – peuvent aussi créer une ambiance, stimuler la sensibilisation et faciliter les discussions de groupes.

Médias de masse

La radio rurale

Dans plusieurs contextes, la radio rurale est l'outil de communication de prédilection pour rejoindre un vaste public ou des groupes habitant à l'extérieur des frontières de la communauté.

Les journaux locaux

L'utilisation des journaux locaux soutient les efforts d'une initiative de développement en renseignant la communauté sur l'évolution de cette initiative, en informant d'autres organismes, autorités, personnes-ressources, etc., de son existence, ou encore en valorisant les participants et leur contribution. Il est préférable de former un partenariat avec un journaliste dès le début de l'initiative.

La télévision

Sauf dans les pays et les régions où la télévision communautaire est bien développée, on n'utilise pas la télévision comme on le pourrait, principalement en raison des coûts qui y sont associés. Le médium a cependant un potentiel extraordinaire pour appuyer et nourrir les discussions, les débats et les interventions de développement, et permet de donner à ces activités une ampleur qu'elles ne peuvent atteindre avec les petits groupes.

La télévision a un potentiel participatif important fondé sur le visionnement en communauté et sur les clubs de discussion. Certaines initiatives en Afrique et en Inde ont obtenu beaucoup de succès grâce à cet outil. Par contre, comme nous l'avons déjà mentionné, les frais d'exploitation ne permettent pas de faire de la télévision un outil durable.

Technologies de l'information et de la communication

La projection

Les ordinateurs portatifs peuvent être munis de piles qui les rendent autonomes pendant plusieurs heures. Ils peuvent aussi se glisser facilement dans un sac à dos. Les logiciels tels que Power Point permettent de stocker facilement des photos, des cartes, des séquences vidéo, etc., et de les utiliser lors de discussions avec des groupes spécifiques sur le terrain ou dans des communautés plus pauvres où il n'y a pas de service d'électricité, par exemple.

Internet comme lien entre les différentes initiatives de développement

L'utilisation d'Internet et du courrier électronique permet de relier plusieurs initiatives communautaires. Ce type de communication est motivant pour les participants de l'initiative de développement et il leur permet d'obtenir du soutien ou des renseignements pertinents ainsi que d'échanger des idées.

La production d'un site Web communautaire élimine le sentiment d'isolement chez les participants et nourrit la motivation à agir car il s'agit d'une forme de mesure concrète du progrès de l'initiative. Le site Web est aussi accessible de partout dans le monde. Les renseignements qui y sont fournis peuvent donc être utilisés par d'autres groupes prenant part à une initiative semblable dans un autre pays.

Le choix des outils de communication selon les types d'usage

Parmi tant de types d'usages qui existent, la liste ci-dessous reste le meilleur choix :

1. Déclencher le processus de communication participative ;
2. Soutenir et animer les groupes de discussion ;
3. Élargir les séances de discussion de groupe ;
4. Rejoindre d'autres groupes ou participants au-delà des frontières de la communauté ;
5. Soutenir l'acquisition et l'échange de connaissances ;
6. Aider les participants à exprimer leurs idées entre eux ou à un autre groupe spécifique ;
7. Évaluer et documenter les activités.

Il va de soi que cette liste n'est pas exhaustive. L'idée générale qui s'en dégage est l'utilité de déterminer l'usage que nous voulons faire de chacun de ces outils lors d'une activité de communication.

Déclencher le processus de communication participative

On se rappellera que la première étape de l'approche de communication participative consiste à aider les participants à cerner un problème de développement et ses causes pour ensuite choisir les actions à entreprendre pour le résoudre.

Tel que mentionné précédemment, la photographie et les enregistrements vidéo peuvent être d'une grande utilité pour appuyer cette phase du processus. La photo et la vidéo offrent toutes deux l'avantage d'être peu coûteuses ; de plus, l'équipement est facile à manipuler. Les intervenants peuvent se servir eux-mêmes de ces outils sans avoir besoin d'une aide spécialisée (des spécialistes en radio ou en audiovisuel, des troupes de théâtre, etc.) et les participants peuvent eux aussi facilement apprendre à s'en servir.

Le théâtre peut également servir d'excellent outil déclencheur, à plus forte raison lorsqu'il est jumelé à la participation interactive des spectateurs (soit certains spectateurs prennent la parole pendant la pièce, soit les participants organisent eux-mêmes la pièce et la présentent sur scène). La mise en scène de problèmes

touchant la communauté peut parfois ouvrir la discussion sur des questions délicates et encourager les individus à exprimer leur opinion et à réagir ouvertement.

Des séances de visionnement de films ou de vidéos peuvent aussi servir à exposer un problème et déclencher une discussion. Pour que la séance soit réellement constructive, il faut bien préparer les participants à cette activité. Avant de projeter un film ou un document vidéo, il est important d'expliquer le sujet, les raisons du visionnement et les thèmes du débat qui suivra.

Une rencontre-débat (ou rencontre-dialogue) accompagnée d'une présentation donnée par une personne-ressource peut aussi servir de processus déclencheur. Il est important, à cette étape, de s'assurer que chaque personne a la chance de parler. Il faut aussi créer une atmosphère qui encouragera la discussion et l'échange, sinon la rencontre risque de se transformer en séance de questions-réponses et n'appuiera pas un processus de communication participative associant les participants à l'identification des problèmes et des solutions potentielles.

Les groupes de discussion sont aussi un bon moyen de préparer une rencontre-débat ou d'autres réunions plus formelles avec les groupes participants.

Soutenir et animer les discussions

La vidéo sert à être utilisée pour illustrer des pratiques appropriées ou néfastes reliées au problème de développement qu'on veut résoudre. Ces exemples peuvent être utilisés pour stimuler la discussion et mener à la prise de décision ou à des actions concrètes. On peut aussi avoir recours à des photographies et des affiches.

Une boîte à images (tableau à feuilles mobiles) peut être utilisée pour illustrer les aspects d'une situation problématique et les solutions potentielles afin de déclencher une discussion avec un petit groupe. Le succès de la boîte à images dépend de la façon de l'utiliser : il s'agit de montrer chaque image en demandant aux participants de les commenter et de réagir aux points de vue des autres.

D'ailleurs les images, affiches ou photographies peuvent souvent aider des participants à exprimer leur point de vue, surtout lorsqu'ils n'ont pas l'habitude de prendre la parole devant un groupe.

Le théâtre peut aussi être un moyen efficace d'illustrer les aspects d'un problème ou les réactions et les attitudes des gens : on stimulera ainsi la réflexion et la discussion.

À cette étape, les groupes de discussion, les rencontres-débats (qu'on devrait plutôt appeler rencontres d'échange) et les séances de visionnement peuvent être organisés pour approfondir l'analyse des causes du problème ou pour choisir une solution à implanter ou à mettre à l'essai.

Élargir les séances de discussion de groupe

Il peut être très utile de prolonger les discussions de groupe en distribuant aux participants une affiche, un cahier illustré ou des photographies qui peuvent être

réalisées par des membres de la communauté. Ainsi, les participants pourront revoir une information portant sur les points de vue qui ont été échangés. Les participants peuvent aussi se servir de ces outils pour discuter des problèmes avec les gens qui les entourent.

À la suite d'une séance de discussion, il est aussi possible de préparer des visites organisées afin que les participants puissent constater et comparer les initiatives entreprises par d'autres groupes.

Rejoindre d'autres groupes ou participants au-delà des frontières de la communauté

Lorsqu'on veut sensibiliser les autorités centrales sur les réalités de la vie rurale, il est possible de penser à utiliser la télévision (mais la plupart du temps, sauf dans le cas de la télévision communautaire, des coûts importants y sont reliés). Lorsque l'accès est assuré, Internet et le courrier électronique sont particulièrement efficaces pour approcher les ONG, les organismes internationaux et les programmes de coopération bilatérale, pour solliciter du soutien à une initiative de développement, ou encore pour planifier des actions communes avec d'autres groupes.

Soutenir l'acquisition et l'échange de connaissances

Il est utile de préparer un cahier illustré ou un texte imprimé (qui peut n'être que d'une page) pour accompagner une affiche ou un enregistrement audio, afin d'aider les participants à acquérir de nouvelles connaissances et habiletés au cours du processus de communication. Il est important de considérer le facteur «langue » dans l'utilisation de matériel imprimé ou enregistré.

À la documentation démonstrative ou explicative, on peut ajouter les enregistrements vidéo, qui facilitent l'échange de connaissances entre différents groupes de participants.

Aider les participants à exprimer leurs idées entre eux ou à un autre groupe spécifique

Quels sont les outils de communication les plus appropriés pour aider les participants à exprimer leurs points de vue dans le processus de communication? Avec quels outils se sentiront-ils le plus à l'aise, et lesquels de ces outils sont les plus appropriés aux autres groupes qu'ils tentent de rejoindre? Quels sont les médias qui peuvent être utilisés facilement et de façon économique? Les réponses dépendent de l'objectif que nous tentons d'atteindre.

Nous pouvons, pour ce faire, nous servir d'outils simples tels que des enregistrements vidéo ou audio, ou avoir recours aux médias de masse si le budget peut couvrir les frais engagés. En plus de s'allier la collaboration d'un producteur-réalisateur, les groupes participants peuvent dans certains cas recevoir une formation qui leur permettra de produire leur propre émission.

Les jeux et autres exercices qui se pratiquent en petits groupes sont également une excellente façon de «briser la glace» entre les gens et de faciliter la discussion.

Évaluer et documenter les activités

Il est aussi possible d'utiliser des photos ou des bandes audio et vidéo pour illustrer une situation telle qu'elle était au début du processus de communication, puis d'en enregistrer le progrès, pour pouvoir comparer avec l'étape finale de l'initiative. Cette opération aidera à mieux évaluer ce qui aura été accompli.

La collaboration de la presse locale, en plus de faciliter la sensibilisation de l'opinion publique à l'initiative, permettra de soutenir la documentation de l'intervention.

Encore une fois, cette liste d'outils et de conseils d'utilisation n'est en aucun cas exhaustive et n'a pour but que d'illustrer le choix des outils de communication en fonction de leur usage. Un outil de communication sert une fonction précise qu'il vaut mieux avoir à l'esprit au moment de la sélection.

Conclusion

La manière avec laquelle le chercheur ou l'agent de développement approche une communauté locale, l'attitude avec laquelle il interagit avec les groupes, la façon dont il recueille et partage l'information, l'espace qu'il ouvre afin que les membres de la communauté participent effectivement à la prise de décision, tout cela détermine le degré de participation dans la recherche ou l'activité de développement.

La communication participative pour le développement est au cœur de ce défi de facilitation d'une participation véritable. Elle consiste à amener les membres des communautés et leurs partenaires à collaborer aux initiatives de développement ou à la recherche participative pour le développement.

Il s'agit d'un outil, non d'une recette qu'on peut appliquer aveuglement. Dans chaque contexte, il est important d'adapter la démarche aux besoins des communautés et aux ressources dont on dispose.

De même, la communication est indispensable, mais à elle seule ne suffit pas : elle doit être accompagnée des ressources humaines, financières et matérielles nécessaires au bon déroulement de l'initiative. De la même façon, ces ressources ne sont pas suffisantes s'il n'y a pas de communication pour faciliter et encourager la participation communautaire, et pour accroître le sentiment d'appropriation de l'initiative de développement.

Ce guide doit être adapté à chaque contexte par les principaux intervenants engagés dans les activités de recherche et de développement. La démarche présentée ici demande à être enrichie de l'expérience et des leçons apprises dans les communautés pauvres qui, au moyen des processus de communication participative, s'approprient les initiatives de développement. Nous espérons que ce guide saura vous encourager dans cet effort.

Bibliographie

ALEXANDRE, L., et G. BESSETTE, *L'appui au développement communautaire, une expérience de communication en Afrique de l'Ouest*, Ottawa et Paris : CRDI/IDRC et Agence intergouvernementale de la Francophonie, 2000.

BERRIGAN, F.J., *Community Media and Development*, Paris : UNESCO, 1981.

BESSETTE, G. et RAJASUNDERAM (dir.), *Participatory Communication for Development, a West African Agenda*, Ottawa : IDRC/CRDI, et Peinang : Southbound, 1996.

CASMIR, F.L., *Communication in Development*, Norwood, NJ : Ablex Publishing Corporation, 1991.

CHAMBERS, R., *Whose Reality Counts? Putting the First Last*, Londres : Intermediate Technology, 1997.

COLDEVIN, G., *Participatory Communication*, Rome : Communication for Development Group, FAO, 2001.

DUDLEY, E., *The Critical Villager : Beyond Community Participation*, Londres, New York : Routledge, 1993.

FRASER, C. et S. RESTREPO-ESTRADA, *Communicating for Development : Human Change for Survival*, Londres, New York : I.B. Tauris, 1998.

FRASER, C. et J. VILLET, *Communication : A Key to Human Development*, Rome : FAO, 1994.

FREIRE, P., *The Pedagogy of the Oppressed*, New York, N.Y. : Continuum, 1993 (1970).

GUMUCIO DRAGON, A., *Making Waves, Stories of Participatory Communication for Social Change*, A Report to the Rockefeller Foundation, New York : The Rockefeller Foundation, 2001.

MACBRIDE, S., *Many Voices, One World : Report of the International Study Commission on Communication Problems*, Paris : UNESCO, 1980.

MELKOTE, S., *Communication for Development in the Third World, Theory and Practice*, New Delhi-Londres : Sage Publications, 1991.

ROGERS, E., *Communication and Development, Critical Perspectives*, Beverly Hills, Londres, Delhi : Sage Publications, 1976.

SAIK YOON, C., « Participatory Communication for Development », in BESSETTE, G. et RAJASUNDERAM (dir.) *Participatory Communication for Development, a West African Agenda*, Ottawa, IDRC, 1996 et Peinang, Southbound.

SERVAES, J., T. JACOBSON, et S. WHITE (dir.), *Participatory Communication for Social Change*, New Delhi, Londres : Thousand Oaks, 1996.

SERVAES, J., *Communication for Development : One World, Multiple Cultures*, Creskill, NJ : Hampton Press, 1999.

WHITE, A., N.K. SADANANDAN, et J. ASCROFT (dir.), *Participatory Communication : Working for Change and Development*, New Delhi : Sage Publications, 1995.