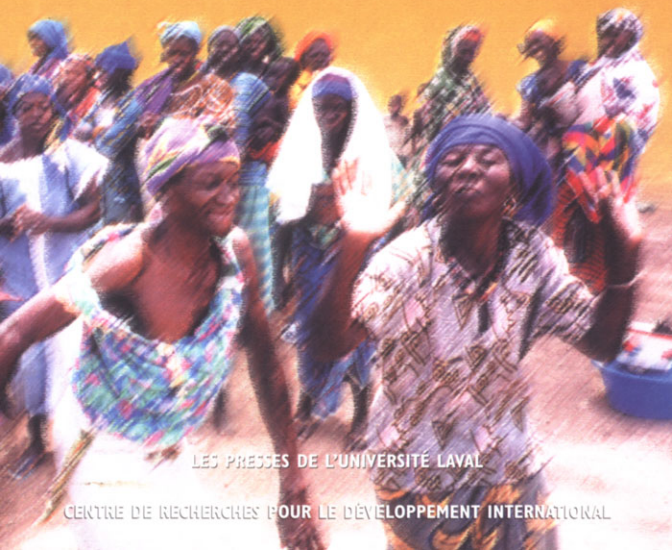


Communication et participation communautaire

*Guide pratique de communication
participative pour le développement*

Guy Bessette



LES PRESSES DE L'UNIVERSITÉ LAVAL

CENTRE DE RECHERCHES POUR LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Communication et participation communautaire

**Guide pratique de communication participative
pour le développement**

This page intentionally left blank

Guy Bessette

Communication et participation communautaire

Guide pratique de communication participative
pour le développement

Les Presses de l'Université Laval

Centre de recherches pour le développement international

Ottawa • Dakar • Le Caire • Montevideo • Nairobi • New Delhi • Singapour

Les Presses de l'Université Laval reçoivent chaque année du Conseil des Arts du Canada et de la Société d'aide au développement des entreprises culturelles du Québec une aide financière pour l'ensemble de leur programme de publication.

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise de son Programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition (PADIE) pour nos activités d'édition.

Cet ouvrage est publié conjointement avec le Centre de recherches pour le développement international, BP 8500, Ottawa (Ontario) Canada K1G 3H9 (www.idrc.ca)

Mise en pages : André Vallée

Maquette de couverture : Hélène Saillant

© Les Presses de l'Université Laval 2004
Tous droits réservés. Imprimé au Canada

Dépôt légal, 4^e trimestre 2004
ISBN 2-7637-8131-4

Distribution de livres Univers
845, rue Marie-Victorin
Saint-Nicolas (Québec)
Canada G7A 3S8
Tél. (418) 831-7474 ou 1 800 859-7474
Télé. (418) 831-4021
<http://www.ulaval.ca/pul>

TABLE DES MATIÈRES

Préface.....	xi
--------------	----

Introduction	1
--------------------	---

Les rôles

Le chercheur et l'intervenant communautaire comme facilitateurs d'un processus de communication.....	7
--	---

Introduction	9
---------------------------	----------

Le chercheur et l'agent de développement comme acteurs d'un processus de communication.....	9
--	---

La communication participative pour le développement.....	10
---	----

Le rôle de facilitateur	11
-------------------------------	----

La recherche et le développement participatifs	12
--	----

Les origines de la communication pour le développement	14
---	----

Tendances principales.....	15
----------------------------	----

Les limites de la communication participative pour le développement	16
--	----

La facilitation d'une vision participative du développement...	17
--	----

La participation de la communauté	18
---	----

La communication comme outil de facilitation de la participation.....	21
--	----

La pratique de la communication participative.....	25
--	----

La méthodologie

Comment planifier une stratégie de communication participative pour le développement.....	27
---	----

Introduction

L'approche méthodologique.....	30
--------------------------------	----

Les étapes

Établir une relation avec une communauté et approfondir sa compréhension du contexte local	33
Faire participer la communauté : cerner un problème ; trouver des solutions potentielles; décider de la mise sur pied d'une initiative concrète	48
Identifier les groupes communautaires et les autres intervenants concernés par le problème (ou l'objectif) et l'initiative de développement retenue	55
Déterminer les besoins et établir les objectifs et les activités de communication	62
Choisir les outils de communication appropriés.....	65
Préparer et prétester les contenus et le matériel de communication.....	68
Faciliter les partenariats et réviser la planification	71
Établir un plan de suivi et de mise en œuvre	76
Assurer le suivi et l'évaluation de la stratégie de communication et documenter le processus de recherche ou de développement.....	82
Mettre au point une stratégie d'utilisation des résultats	96

Quelques commentaires additionnels.....	98
---	----

Les outils

Utiliser les outils de communication avec une approche participative.....	103
--	-----

Introduction	105
--------------------	-----

Les types d'outils de communications	106
--	-----

Outils de communication interpersonnelle	106
--	-----

Médias de groupe	111
------------------------	-----

Médias traditionnels.....	114
Médias de masse	115
Technologies de l'information et de la communication	117
Le choix des outils de communication selon les types d'usages...	118
Déclencher le processus de communication participative	119
Soutenir et animer les discussions.....	122
Élargir les séances de discussion de groupe	123
Rejoindre d'autres groupes ou participants au-delà des frontières de la communauté.....	123
Soutenir l'acquisition et l'échange de connaissances.....	124
Aider les participants à exprimer leurs idées entre eux ou à un autre groupe spécifique	125
Évaluer et documenter les activités	126
 En guise de conclusion.....	 127
 Bibliographie.....	 129
 ANNEXE	
Tendances principales de la communication pour le développement.....	131

P.S. Note sur le genre :

Dans le présent texte, la forme masculine a valeur de genre neutre et désigne aussi bien les hommes que les femmes dans les références faites aux chercheurs, aux agents de développement et à leurs partenaires dans les communautés où ils œuvrent.

This page intentionally left blank

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.

L'auteur fait exception à ces deux règles : titulaire d'un doctorat, c'est également en praticien qu'il réunit ses expériences dans cet ouvrage servant de guide à d'autres intervenants.

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.

Dans plusieurs exemples, l'auteur s'appuie sur le contexte de la gestion de l'environnement et des ressources naturelles; toutefois, il fait valoir l'utilité qu'elle revêt tout autant dans d'autres domaines du développement. Il expose d'abord les concepts clés, accompagne pas à pas le lecteur dans une méthodologie en dix points en vue de son application et suggère quelques outils de communication appropriés à l'approche adoptée. En appendice, le lecteur trouvera une synthèse qui rend compte de la perception changeante de la relation entre les

processus appariés de la communication et du développement à mesure que le concept de communication relative au développement a évolué au fil des ans. L'auteur enrichit la matière d'une analyse théorique qui non seulement ajoute plus de profondeur pour le chercheur et le professionnel du développement à qui l'ouvrage est destiné, mais qui éclairera les étudiants en communication pour le développement appelés à être les chercheurs, les praticiens et les décideurs de demain.

Si la définition du développement dénote des communautés soucieuses de prendre part aux processus qui conduisent à ce progrès, quel sens donner au qualificatif « participatif » accolé ici à la notion de communication pour le développement? L'auteur hésite un temps... et opte enfin pour son insertion dans le titre de l'ouvrage. Sa décision se justifie. Tant que la participation des populations ne sera pas acceptée universellement comme le premier élément essentiel à leur développement, il convient de réitérer encore et encore que la communication associée au développement se doit d'être participative!

Nora Quebral
Los Banos

L'AUTEUR

Guy Bessette travaille au Centre de recherches pour le développement international (Canada) comme spécialiste de programme dans le secteur de l'environnement et de la gestion des ressources naturelles. Titulaire d'un doctorat en technologie éducative, il est spécialisé en communication pour le développement et éducation non formelle. Il a publié deux autres volumes sur la communication pour le développement : *La communication participative pour le développement : un agenda ouest-africain* (CRDI, 1996) et *L'appui au développement communautaire : une expérience de communication en Afrique rurale de l'Ouest* (CRDI et Agence Intergouvernementale de la francophonie, 2000).

This page intentionally left blank

INTRODUCTION

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

La recherche pour le développement s'inscrit également dans une démarche appropriative des communautés, avec le soutien et la participation de chercheurs, d'animateurs sur le terrain et d'intervenants communautaires. Alors qu'auparavant on la concevait surtout comme une initiative de structures de recherche ou de développement qui menaient l'expérimentation sur le terrain, avec la participation des communautés, on développe aujourd'hui de nouvelles voies liant la recherche et le développement à l'intérieur d'une démarche d'appropriation par les communautés. Cette nouvelle voie met l'accent sur l'utilisation des résultats. Lorsque la recherche demeure le fait de la structure extérieure qui intervient dans une communauté, les résultats tendent à ne pas être utilisés de manière durable. Lorsque, par contre, elle est 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 les gens.

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.

L'expression « participation de la communauté » renvoie non pas à une simple participation à des activités décrites par d'autres intervenants, mais à la prise de décision sur les activités à entreprendre et les objectifs à poursuivre. Elle s'applique aux groupes communautaires au sein d'une même communauté, incluant ceux qui n'ont généralement pas accès à la prise de décision.

Ce guide présente ces 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. Bien que l'ouvrage prenne à l'occasion, comme domaine de référence, le secteur de la gestion des ressources naturelles, les notions présentées peuvent être transposées aisément dans les autres secteurs de développement.

Le guide introduit les notions de communication participative et de recherche pour le développement; il aborde les sujets reliés 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.

Comment les chercheurs et les agents de développement peuvent-ils améliorer leur communication avec les communautés locales et les autres intervenants? Comment la communication peut-elle faciliter la participation communautaire dans la recherche et les initiatives de développement tout en améliorant la capacité des communautés à participer à la gestion de leurs propres ressources naturelles? Comment les chercheurs, les membres des communautés et les agents de développement peuvent-ils améliorer leurs chances d'influencer les preneurs de décisions?

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 sous-tendent les principes de la communication participative.

Traditionnellement, dans le contexte de la gestion des ressources naturelles tout comme dans d'autres domaines, beaucoup d'efforts de communication se sont concentrés sur la diffusion de connaissances et de conseils techniques ou encore sur la persuasion visant la modification de comportements. Toutefois, le transfert de l'information par des experts en direction des communautés de base, effectué selon une intervention du haut vers le bas, n'a pas donné les résultats escomptés. L'expérience a démontré qu'au contraire il est beaucoup plus efficace de recourir à des stratégies de communication appropriées pour donner aux communautés locales la capacité :

- de discuter des problèmes et des pratiques de gestion des ressources naturelles (ou de tout autre secteur de développement) ;
- de cerner et d'analyser les problèmes et les besoins et d'en déterminer la priorité ;
- de concevoir et d'implanter des initiatives de développement concrètes pour remédier à ces problèmes ;
- d'acquérir les connaissances nécessaires pour implanter ces initiatives ;
- d'évaluer et de faire le suivi des efforts fournis et de planifier les prochaines étapes.

Ce processus de communication réunit les membres des communautés et les intervenants (les experts, les membres des communautés, les vulgarisateurs agricoles, les organisations non gouvernementales, les services de soutien technique) dans un dialogue et un échange d'idées sur les besoins, les objectifs et les actions à entreprendre pour mettre en œuvre le développement.

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 à mener à terme ces tâches. Ce guide est une introduction aux concepts et à la méthodologie qui faciliteront la mise en œuvre de ce processus.

Il vise à soutenir les équipes de recherche, les groupes et les associations communautaires, les services techniques gouvernementaux et les organismes de développement afin d'améliorer la communication à double voie avec les communautés locales et les intervenants et de lier

les efforts de recherche ou de développement à une démarche appropriative vécue par les communautés.

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 qui s'intéressent à l'approche qui y est présentée, ainsi qu'aux personnes désireuses de l'adapter à leur propre secteur.

La méthodologie présentée dans ce guide, par contre, doit être considérée comme un point de départ à la pratique de la communication participative, non pas comme une recette ou une formule toute faite. Elle doit également être adaptée au contexte de chacun par les principaux acteurs engagés dans les activités de recherche ou de développement.

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

La première section porte sur *les rôles* des intervenants et présente les notions de communication participative et de recherche pour le développement. Y sont abordées les notions de communication pour le développement, de développement, de participation et de recherche-action. Y sont aussi définis les rôles des équipes de recherche, des agents de développement et des intervenants dans le processus de communication visant à faciliter la participation communautaire.

La seconde section porte sur *la méthodologie* et introduit une approche méthodologique visant à planifier et à mettre en œuvre des stratégies de communication. Cette approche est constituée de dix étapes : établir une relation avec une communauté et connaître le contexte local ; faire participer la communauté (cerner un problème ; trouver des solutions potentielles ; mettre sur pied une initiative concrète) ; inventorier les groupes communautaires et les autres intervenants concernés par le problème et l'initiative ; déterminer les besoins, les objectifs et les activités de communication ; choisir les outils de communication appropriés ; préparer et prétester les contenus et le matériel de communication ; faciliter la mise en place de partenariats et réviser la planification ; établir un plan de suivi et de mise en œuvre ; assurer le suivi et l'évaluation des activités de communication et documenter le processus de recherche ou de développement ; mettre au point une stratégie d'utilisation des résultats.

La troisième section porte sur *les outils de travail* et aborde la question des conditions nécessaires à l'utilisation efficace des outils de communication dans une approche participative.

This page intentionally left blank

LES RÔLES

Le chercheur et l'intervenant
communautaire comme facilitateurs
d'un processus de communication



This page intentionally left blank

LES RÔLES

Introduction

L'objectif de cette première partie est de présenter les principaux concepts liés à la communication participative pour le développement.

Plus spécifiquement, ce guide vous aidera à :

1. Réfléchir au rôle de chercheur, d'agent de développement ou d'intervenant communautaire en interaction avec les communautés locales ;
2. Reconnaître le potentiel et les limites de la communication participative à faciliter la participation aux activités de recherche et de développement ;
3. Comprendre les multiples facettes de l'application de la communication participative dans les communautés et avec les autres intervenants.

Le chercheur et l'agent de développement comme acteurs d'un processus de communication

La communication est une composante essentielle de la recherche et du développement participatifs. Tout intervenant en développement qui travaille avec une communauté est également un agent de communication. 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

Pour beaucoup de personnes, le terme « communication » réfère aux médias et aux activités de diffusion de l'information où le message est lancé au moyen de publications imprimées, d'émissions de radio ou de télévision, de bandes vidéo éducatives, etc. En général, on est moins familier à percevoir la communication comme un outil pour faciliter la participation et la prise en charge par les communautés de leur propre développement.

L'expression « communication participative pour le développement », réfère à cet usage. Nous pouvons la définir ainsi :

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.

Par « intervenants », nous entendons 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

Dans les deux cas, qu'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. Malheureusement, ce genre d'approche, « du haut vers le bas », n'a que peu d'effet. À la fin des recherches ou du projet de développement, la situation tend à revenir à ce qu'elle était au départ.

Cela reflète le paradigme traditionnel de la recherche pour le développement, dans lequel le chercheur appliquait ses connaissances pour résoudre un problème avec l'aide de la communauté locale, et publiait ses résultats. Dans le nouveau paradigme, 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 participatifs

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.

Cette suite d'actions devrait coïncider avec les objectifs du projet de recherche ou de développement. Idéalement, ces objectifs devraient être fixés à cette étape. En pratique, cependant, ils sont souvent définis bien avant à cause des contraintes de présentation des propositions de projets de développement ou de recherche. Lorsque c'est le cas, il est souhaitable d'inclure, comme première série d'activités dans le projet, une activité de révision et de finalisation des objectifs et des activités qui se fera avec les membres des communautés concernées et les autres parties prenantes concernées.

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 chercheurs et agents de développement engagés dans la recherche participative, où les problèmes sont définis avec la communauté, pratiquent déjà les premières étapes présentées plus haut et ne devraient pas avoir de difficultés à intégrer les étapes subséquentes.

D'un autre côté, les intervenants habitués aux projets où les problèmes sont connus d'avance, et où les activités et les objectifs sont déjà définis, auront peut-être plus de difficulté à mettre en application les étapes de la communication participative pour le développement. Dans de telles situations, il faudra retourner au niveau de la commu-

nauté et engager des discussions sur les *a priori* du projet de recherche ou de développement. L'approche de la communication participative pour le développement aidera à tisser un lien plus étroit entre le projet et les besoins réels et à amener la communauté et les autres intervenants concernés à participer à la planification, à la mise en œuvre et à l'évaluation des activités.

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.

Le concept de communication du développement est né dans le contexte de la contribution apportée par les médias et les communications au développement dans les pays du tiers-monde. Dans les années

1950 et 1960, plusieurs organismes de développement international tels l'UNESCO, l'Agence américaine pour le développement international (USAID), l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le programme des Nations unies pour le développement (PNUD) et l'UNICEF ont subventionné de nombreux projets exploitant les médias à des fins de communication, d'information ou d'éducation, en vue de faciliter le développement. Ils ont ensuite fait la promotion de la communication pour faciliter l'implantation de projets de développement.

Quant à l'expression « **communication pour le développement** », selon le Clearinghouse for Development Communication, elle aurait d'abord été employée aux Philippines dans les années 1970 par le professeur Nora Quebral pour qualifier les procédés de transmission et de communication des nouvelles connaissances dans le domaine de l'environnement rural. Le champ a ensuite été étendu à tous ceux qui cherchaient à améliorer les conditions de vie des plus démunis. À la même époque, Erskine Childer a ardemment défendu le concept de « development support communication » au PNUD, en insistant sur l'importance d'avoir une composante communication dans chaque projet de développement.

Tendances principales

Les cinquante dernières années ont largement démontré l'importance de la communication dans le domaine du développement. Dans ce contexte, deux tendances principales se sont développées successivement : la première favorise des actions à portée très vaste et repose sur les médias, la seconde favorise la communication à la base, où l'on retrouve plutôt des projets à l'échelle communautaire qui exploitent principalement les médias légers (vidéo, affiches, diapositives, etc.).

Ces tendances, qui coexistent encore aujourd'hui à divers niveaux dans le domaine de la communication pour le développement, sont liées à l'évolution des modèles de développement et de communication qui ont marqué les efforts de développement jusqu'à aujourd'hui.

L'annexe 1 dresse une présentation de ces tendances et de leur évolution au sein de la communication pour le développement.

Les limites de la communication participative pour le développement

Puisqu'elles soutiennent les initiatives communautaires, ces activités de communication ont un effet direct sur la participation communautaire au développement local. Même lorsque la qualité des activités de communication reste à désirer, on peut observer leurs retombées sur le ralliement des efforts locaux autour d'un problème de développement et de ses solutions.

Indépendamment de la façon dont elles sont menées et de leurs résultats, ces activités de communication pour le développement font prendre conscience aux gens que leurs problèmes ne sont pas insurmontables et qu'ils peuvent eux aussi passer à l'action plutôt que de demeurer des victimes passives.

L'expérience nous a aussi 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 un continuum à long terme. Le changement demande du temps et la mise en œuvre continue de processus souvent complexes.

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. Là où la situation le permet, la communication peut rassembler ces conditions et les placer au service d'une activité de développement donnée. S'il n'y a pas de moyens d'implantation concrets, ou s'il n'y a pas de certitude de pouvoir se les procurer, il faut alors reconnaître que la communication à elle seule ne suffira pas à atteindre les objectifs de développement fixés.

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 doivent être remplies. Enfin, il y a certaines situations sur lesquelles les communautés locales n'ont aucun pouvoir direct (par exemple, les lois et les politiques) 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. Pourtant, les premiers pas vers le développement sont clairs pour tous : la conviction de pouvoir réellement changer quelque chose, le refus d'être constamment les victimes de la situation et l'émergence d'un sentiment de confiance en soi.

Enfin, la participation elle-même n'est pas une panacée ou une formule magique. D'une part, elle demande beaucoup de temps et d'engagement pour y arriver. D'autre part, 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. Par exemple, dans le domaine de la gestion des ressources naturelles, on mettait l'accent sur la diffusion d'informations sur les problèmes courants et leurs solutions techniques. Les efforts visaient à « pousser » vers les communautés des solutions éprouvées en station expérimentale ou dans d'autres contextes, sans réaliser que les problèmes n'étaient pas définis pareillement dans tous les milieux et que les solutions devaient également tenir compte de leur potentiel d'adoption par les communautés.

Ces pratiques n'ont généralement obtenu que peu de résultats. Depuis ce temps, les modèles de développement et de communication ont considérablement évolué. Nous en sommes venus à voir le développement 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. Cependant, malgré l'évolution de notre compréhension des rouages du développement, plusieurs intervenants adoptent encore des approches verticales. Ce sont eux qui cernent le problème de développement à régler, qui dégagent les solutions potentielles et qui instaurent la mise à l'essai ou le plan d'implantation : ils gèrent le processus du début à la fin. La communication participative pour le développement adopte un autre point de vue et propose d'associer les membres des communautés ainsi que les autres parties prenantes concernées dans les phases de définition, planification, implantation et évaluation des initiatives de recherche ou de 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 ».

Par exemple, c'est le cas des intervenants qui utilisent des techniques participatives dans un contexte où ils ont déjà cerné le problème et où ils se servent des renseignements fournis par ces techniques pour mener la recherche ou le projet de développement.

Le concept de « participation » est appliqué de plusieurs façons et couvre différents champs pratiques. On l'emploie parfois pour légitimer des approches qui ne sont pas, dans les faits, participatives. Dans certains cas, on dira : « C'est une approche participative puisque nous avons pratiqué les techniques de recherche participative avec les communautés. » En réalité, ces techniques vont de pair avec la compréhension des fondements de l'intervention. Elles doivent servir à élaborer un processus dans lequel les membres de la communauté

conçoivent l'initiative de développement. Si tel n'est pas le cas, la technique est mal utilisée et le processus participatif demeure limité.

De même, 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.

Le concept de « participation » implique directement celui de « communauté ». Si notre but est d'encourager la participation, nous devons garder en tête qu'une communauté locale n'est pas tant un groupe homogène de personnes qu'un regroupement d'individus et de sous-groupes ayant tous leurs propres caractéristiques et intérêts. Il arrive souvent qu'une décision prise au nom de la communauté ne reflète en fait que les intérêts d'un groupe en particulier. Dans un cas semblable, la communication devient un moyen de manipulation. Il est important de circonscrire clairement les groupes communautaires touchés par un problème de développement et prêts à entreprendre des actions



Une rencontre communautaire au Sahel : s'agit-il d'une consultation, de mobilisation ou de participation ? Pour qu'on puisse parler de participation véritable, les gens doivent être en mesure de contribuer au processus de prise de décision.

pour faire changer la situation ; il faut aussi s'assurer que les membres de ces groupes aient la chance d'exprimer leurs points de vue.

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 démocratie, c'est aussi accepter que « les autres » aient le droit d'exister, d'exprimer leurs points de vue en toute liberté, dans le calme, sans cultiver la haine et la violence. Si cette philosophie n'est pas acquise au départ, la communication participative pour le développement ne sera que de peu de secours.

Bien entendu, la reconnaissance du droit d'exprimer des opinions contradictoires peut poser problème en plusieurs endroits. En effet, dans plusieurs cultures, soit il est impensable de contredire la supériorité incontestable du chef, soit l'autorité décisionnelle revient automatiquement aux « anciens ». Dans une telle situation, comment les femmes et les jeunes gens exprimeront-ils leur opinion ? Comment peut-on éviter les conflits et la violence lorsque certains points de vue, certaines actions, sont contraires à ceux des autorités politiques ou traditionnelles, ou qu'ils provoquent la confrontation de différents groupes ?

En ayant recours à la communication, il est important de garder en tête ce qui est socialement et légalement acceptable, et d'être prêt à gérer des situations où la liberté d'expression est inexistante ou très restreinte. Lorsqu'une initiative de développement implique des modifications aux lois et aux droits acquis, ou si elle implique la confrontation des privilèges de différents groupes, la situation peut devenir très délicate. Dans ce genre de situation, les intervenants ont le devoir éthique de ne pas provoquer des situations conflictuelles dans lesquelles ce seraient les membres des communautés qui paieraient le prix au bout du compte.

La communication comme outil de facilitation de la participation

Nous avons abordé plus haut la nécessité d'aller au-delà de la diffusion de messages ou d'informations et de dépasser les pratiques de persuasion. 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 présuppose 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 présuppose 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.

Il est important de reconnaître aussi que, dans bien des communautés, les intervenants sont perçus comme une forme d'autorité. Or, dans le processus exposé ici, on demande aux membres des communautés de s'exprimer alors que bien souvent ils n'ont pas l'habitude de participer à ce type d'échanges. Ce nouveau rôle qui leur est attribué demande un apprentissage et l'acquisition de nouvelles attitudes.

De même, les intervenants ne devraient pas agir en maîtres d'école traditionnels et tenter d'obtenir un auditoire calme et silencieux. Ils ne devraient pas chercher à rallier les individus dans le but de les faire participer à des actions qu'ils n'ont pas eux-mêmes élaborées ou auxquelles ils ne s'intéressent pas. Leur rôle consiste plutôt à faciliter un processus de communication à double voie, en percevant les difficultés liées à l'expression des points de vue et en cherchant des solutions adaptées.

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. Nous aborderons ce sujet en détail dans le second chapitre de ce guide.

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**.

L'expérience dans le domaine de l'andragogie a démontré que les individus apprennent plus facilement avec une approche d'enseignement non directive : l'enseignement est actif et tient compte de leur expérience, de leurs connaissances et de leur vision du monde. Encore ici, l'intervenant est surtout un facilitateur. Cette approche

peut toutefois être difficile à suivre si l'on n'a pas au préalable reçu la formation appropriée. Il peut alors 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**. Bien entendu, ce ne sera pas toujours facile; il sera parfois nécessaire d'exposer des tentatives de manipulation venant d'un seul groupe ou d'un seul individu. Ici encore, ce talent n'est pas donné à tous et il sera souvent utile de s'adjoindre une personne maîtrisant ces habiletés.

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. Par exemple, l'information sur la prévention de la désertification n'aura pas le même sens pour les infirmières, les paysans, les militaires, les commerçants et les enfants. Une nouvelle technique de labourage ne sera ni perçue ni comprise de la même façon par un paysan pauvre et analphabète que par un fermier éduqué et prospère.

Encourager la participation des femmes et les aider à s'organiser

Enfin, il est très important que les femmes soient encouragées à jouer le rôle d'agentes de communication. Dans plusieurs pays, les agents

engagés par les organismes de développement, par les services techniques gouvernementaux et par les équipes de recherche sont principalement des hommes. Pour compenser cette situation, il y a un besoin réel de recruter les femmes dans les équipes d'intervention et de leur donner un rôle actif comme facilitatrices de la communication.

Il s'agit d'une question d'équité, mais également d'une question de compétence. Dans plusieurs situations et sur plusieurs sujets, seules des femmes pourront s'approcher des autres femmes, communiquer avec elles, les encourager à exprimer leurs idées et appuyer leurs efforts vers le changement individuel ou social.

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. Cet assemblage présente plusieurs caractéristiques précises.

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. Il est donc essentiel de reconnaître qu'avec la communication participative il n'existe pas de recettes toutes faites. Il faut trouver chaque fois le meilleur moyen d'établir la communication entre et avec les groupes locaux et l'utiliser pour faciliter et soutenir la participation à une initiative concrète visant le changement. C'est par la pratique et la réflexion sur la pratique qu'on découvre comment appuyer au mieux le développement communautaire.

Ceci implique que l'erreur est permise et que l'apprentissage se fait sur la base d'une réflexion sur les succès et les difficultés rencontrées. C'est pourquoi il est important de s'assurer régulièrement si ce qui est accompli produit les résultats escomptés et de se demander si des changements doivent être introduits dans le plan d'action. Conséquemment, plutôt que de suivre rigoureusement un plan préétabli, nous devons être

en mesure de réajuster le tir au fur et à mesure, tout en tirant les leçons de l'expérience pratique sur le terrain.

Les chercheurs et les agents de développement, tout comme les membres de la communauté et les autres intervenants engagés dans le processus doivent donc 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

Comment planifier une stratégie
de communication participative
pour le développement ?



This page intentionally left blank

LA MÉTHODOLOGIE

Introduction

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 méthodologique systématique. On y propose dix étapes pour appuyer la planification et la mise en œuvre efficace des interventions de recherche ou de développement participatifs.

Tout d'abord, il est essentiel de savoir qu'il n'y a pas de recette ou de formule pour enclencher un processus de communication participative pour le développement. Si l'on veut réellement promouvoir le changement, il faut chaque fois trouver le meilleur moyen d'établir la communication entre les groupes de la communauté et les autres parties prenantes et d'encourager la participation à une initiative concrète de développement. Aussi, il est essentiel que les équipes de recherche, les agents de développement et les autres intervenants communautaires adaptent leur approche d'intervention aux situations et aux groupes de participants avec qui ils travaillent.

Cela étant dit, il est important de planifier.

Au niveau de la communication, plusieurs intervenants ont tendance à commencer d'ores et déjà à inventorier les outils de communication dont ils se serviront (vidéo, affiches, radio) plutôt que de planifier une intervention dans son ensemble. Il est alors impossible de savoir si l'activité choisie pourra contribuer à la résolution du problème ou à l'atteinte de l'objectif fixé.

La participation au processus de planification est importante. La méthodologie proposée dans ce chapitre est inspirée des premiers modèles de communication pour le développement, dans lesquels la planification consistait à préparer et à diffuser des messages adaptés à des groupes cibles précis. Nous avons vu, plus haut, que ces premiers modèles ont considérablement évolué et mettent aujourd'hui l'accent sur la communication à double voie et la facilitation de la participation. Conséquemment, la méthodologie reflète l'objectif d'engager les participants dans le processus de communication afin de créer un espace de dialogue et de prise de décision.

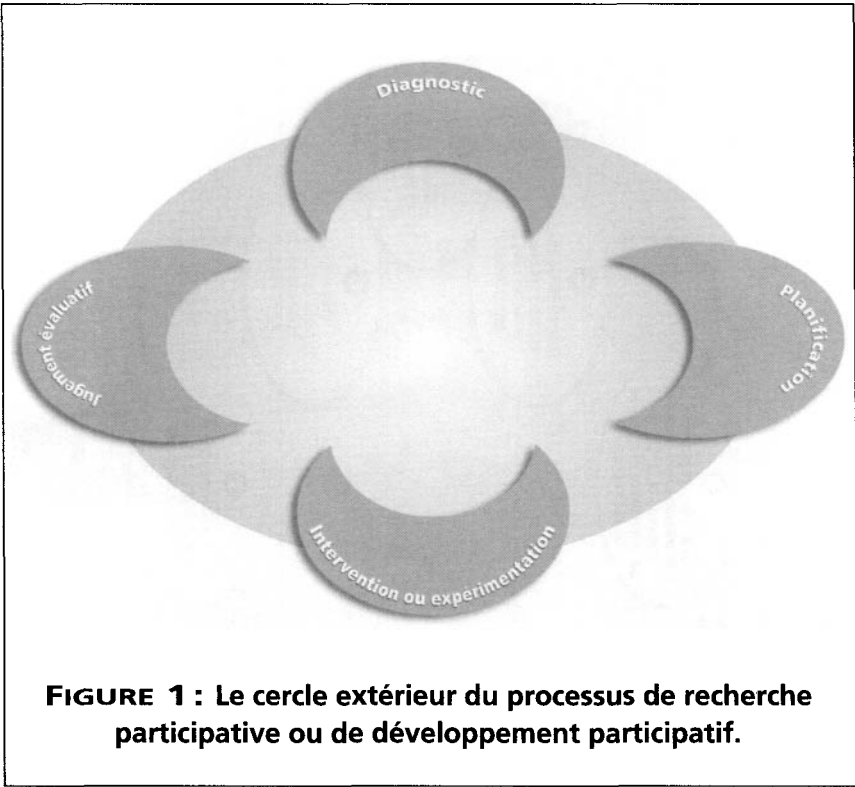
En communication participative pour le développement, la communauté locale est engagée dans chacune des étapes suivantes : cerner le problème de développement à régler (ou l'objectif à atteindre), comprendre ses multiples dimensions, déterminer les solutions potentielles (ou concevoir une série d'actions) 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.

Cette démarche implique également de repérer et d'utiliser tant les savoirs traditionnels que les connaissances modernes dans l'analyse des problèmes et l'identification des solutions. Elle demande de soutenir un processus dans lequel le plan d'expérimentation ou de mise en œuvre sera conçu avec la participation active des utilisateurs finaux.

Répetons que la démarche décrite dans ce document ne doit être utilisée qu'à titre de référence et qu'elle doit être adaptée à chaque contexte. Il s'agit en fait d'un processus logique basé sur une prise de connaissance du contexte local, qui implique les intervenants dans la réflexion autour des problèmes de développement et de leurs solutions potentielles, ainsi que dans la mise en œuvre d'un plan d'action visant à implanter ou à expérimenter ces dernières, et qui soutient et accompagne ce processus participatif.

L'approche méthodologique

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



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.

Le modèle de communication participative pour le développement (CPD) présenté ici supporte ce processus au moyen de dix étapes. Toutefois, le processus de planification de la communication participative pour le développement n'est pas séquentiel en soi.

On peut placer ces étapes autour d'un cercle représentant l'utilisation de la communication pour faciliter la participation. 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.

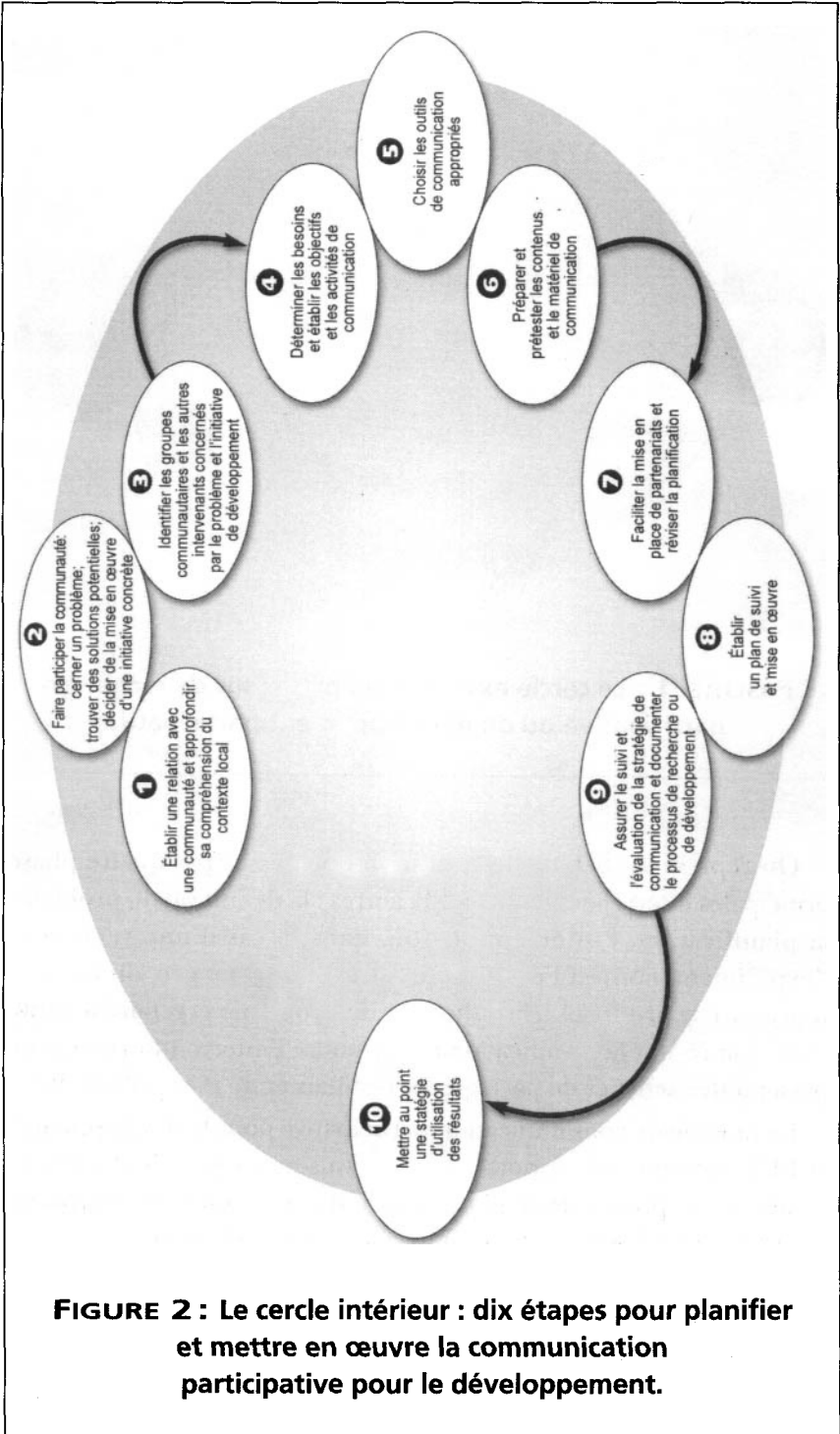


FIGURE 2 : Le cercle intérieur : dix étapes pour planifier et mettre en œuvre la communication participative pour le développement.

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 :

- Étape 1 :** Établir une relation avec une communauté et approfondir sa compréhension du contexte local
- Étape 2 :** Faire participer la communauté : cerner un problème ; trouver des solutions potentielles ; décider de la mise en œuvre d'une initiative concrète
- Étape 3 :** Identifier les groupes communautaires et les autres intervenants concernés par le problème et l'initiative de développement
- Étape 4 :** Déterminer les besoins et établir les objectifs et les activités de communication
- Étape 5 :** Choisir les outils de communication appropriés
- Étape 6 :** Préparer et prétester les contenus et le matériel de communication
- Étape 7 :** Faciliter la mise en place de partenariats et réviser la planification
- Étape 8 :** Établir un plan de suivi et mise en œuvre
- Étape 9 :** Assurer le suivi et l'évaluation de la stratégie de communication et documenter le processus de recherche ou de développement
- Étape 10 :** Mettre au point une stratégie d'utilisation des résultats

Étape 1

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

Établir une relation avec une communauté locale est un processus qui se développe tout au long d'une intervention (qu'il s'agisse de la mise en œuvre d'une initiative de développement ou de recherche pour le

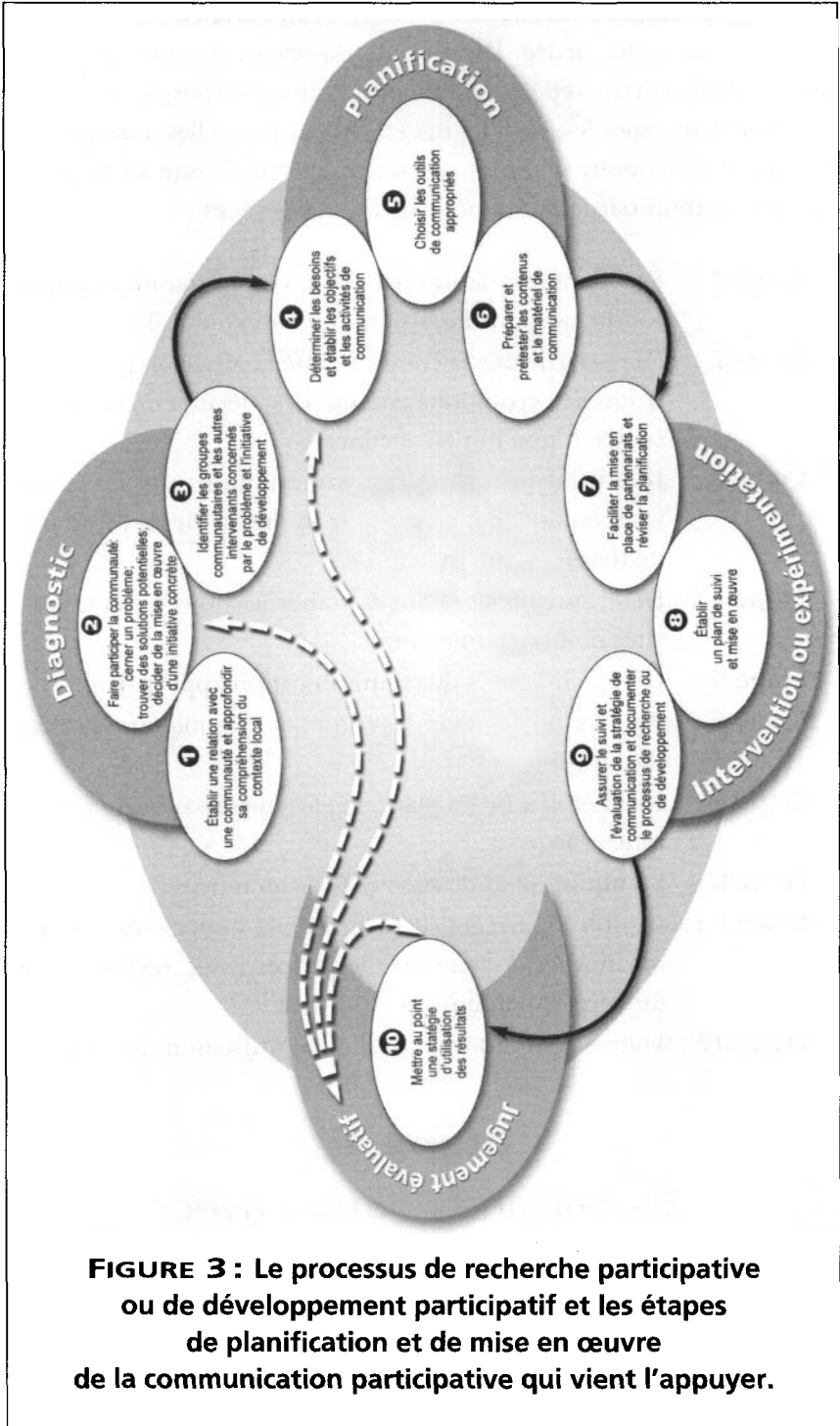


FIGURE 3 : Le processus de recherche participative ou de développement participatif et les étapes de planification et de mise en œuvre de la communication participative qui vient l'appuyer.



La qualité des relations entre les intervenants et les membres des communautés influe sur la capacité d'amener ces derniers à participer à un processus de recherche ou de développement.

développement), à travers les modes d'interaction entre les intervenants et les membres de la communauté locale.

Au tout début de l'intervention, le processus inclut :

- 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.

Ce faisant, il s'agit surtout d'établir une relation de confiance entre les intervenants et la communauté, d'instaurer des mécanismes de collaboration, d'encourager et de nourrir l'échange de connaissances et d'information et de négocier les rôles et les responsabilités.

Consulter les renseignements déjà disponibles et planifier l'approche d'une communauté locale

La plupart du temps, ce sont les intervenants qui vont pressentir une communauté pour entamer une recherche ou une initiative de développement. La situation inverse est aussi possible, mais n'arrive

que peu fréquemment. Le premier cas implique donc un processus de sélection et une collecte de données préliminaire visant à soutenir ce processus.

CHOISIR UNE COMMUNAUTÉ AVEC LAQUELLE TRAVAILLER

Comment choisit-on une communauté avec laquelle travailler ? Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte. Les chercheurs vont souvent s'intéresser à des communautés particulières parce qu'elles présentent des caractéristiques pertinentes au projet de recherche. Pour leur part, les agents de développement voudront aller là où ils perçoivent un important besoin d'intervention. Les deux considéreront les ressources disponibles et le degré de facilité pour se rendre sur le terrain. Il peut donc y avoir plusieurs facteurs influents ; deux d'entre eux méritent une attention particulière.

Cela peut sembler évident, mais il est important de tenir compte de l'intérêt de la communauté à participer à une initiative de recherche ou de développement. Dans plusieurs cas, les autorités de la communauté approuveront le projet mais sans avoir consulté les autres membres et sans comprendre les implications réelles en fait de participation et de collaboration. Ces cas engendrent souvent des situations artificielles. Ainsi, avant de choisir une communauté, il est utile de mener une activité exploratoire sur le terrain afin d'échanger avec des représentants des groupes communautaires.

Il est aussi important de mesurer le potentiel d'utilisation ultérieure des résultats de la recherche avec une communauté. Par exemple, ces résultats seront-ils utiles aux recherches subséquentes avec d'autres communautés ? Pourront-ils influencer les politiques nationales ou les institutions régionales ? La recherche et les interventions de développement doivent être menées dans une situation concrète, mais les résultats doivent aussi pouvoir être appliqués à une plus grande échelle. Il faut se poser ces questions au moment du processus de sélection d'une communauté.

CONSULTER LES RENSEIGNEMENTS DISPONIBLES

Il faut noter au passage que, dans plusieurs pays, les statistiques et les renseignements que l'on trouve dans les sources secondaires ne sont pas exacts. Les renseignements provenant de ces sources documentaires

doivent être validés par des personnes-ressources qui connaissent bien le contexte de la communauté choisie ou le problème de développement en cause. Le choix d'une communauté en tant que tel ne devrait être fait qu'après les premiers contacts et les premiers échanges avec les membres de la communauté.

AVANT DE SE RENDRE SUR LE TERRAIN

Les chercheurs et les agents de développement devraient tenter d'acquérir une connaissance du contexte local avant de se rendre sur le terrain pour rencontrer officiellement la communauté. Certains intervenants organisent d'abord une première rencontre avec la communauté afin d'expliquer leur projet et d'obtenir un assentiment de la part des autorités, puis enchaînent immédiatement avec des activités de recherche participative visant à faire état de la situation dans la communauté. Mais, dans une telle précipitation, le processus se bâtit sur une compréhension incomplète du contexte local, ce qui risque d'avoir des effets négatifs sur l'intervention et son influence développementale.

Cela étant dit, il est souvent difficile de rassembler toutes ces connaissances. Pour y parvenir, il faut disposer de temps, d'argent (ne serait-ce que pour couvrir les frais de transport et d'hébergement) et de certaines habiletés qui ne sont pas données à toutes les personnes. Au bout du compte, les intervenants tentent souvent d'intervenir avec une compréhension incomplète du contexte local et du problème de développement qu'il veulent adresser. Il est donc important de prévoir le temps et les ressources nécessaires à l'acquisition d'une compréhension solide du contexte local, ou, le cas échéant, aux moyens concrets à mettre en œuvre pour pallier cette lacune.

Ainsi, le premier élément de la recherche devrait consister à consulter les sources documentaires pertinentes et à repérer des personnes ou des organismes-ressources qui connaissent bien la communauté.

En outre, lorsque le projet englobe plusieurs communautés, la méthode, l'ordre et le temps nécessaires au contact initial doivent être prévus. L'échéancier ne devrait pas être conçu sur papier uniquement, mais devrait être établi selon les habitudes saisonnières et les calendriers agricoles de ces communautés : il y a des périodes dans l'année où les gens n'ont pas le temps de participer à d'autres activités que celles

qui sont liées à la survie. Il faut tenir compte également du fait que certains endroits sont difficiles d'accès pendant la saison des pluies. Ces contraintes affecteront directement le temps dont disposera l'équipe de recherche pour travailler avec ces communautés.

PRÉSENTER LE PROJET DE RECHERCHE OU L'INITIATIVE DE DÉVELOPPEMENT À LA COMMUNAUTÉ

La sélection de sites clés et la mise en place d'une relation de travail avec les communautés sont deux étapes bien distinctes. Pour introduire cette seconde étape, il faut d'abord présenter le projet de recherche ou l'initiative de développement à la communauté. Le déroulement habituel débute avec une série de rencontres préliminaires entre les intervenants et les représentants de la communauté. La première série de rencontres permettra de proposer le projet de recherche ou l'initiative de développement aux dirigeants locaux, d'en discuter, de voir les possibilités de travailler avec la collectivité. Une seconde série de visites peut également s'avérer utile pour réviser le projet de recherche ou de développement avec des représentants de différents groupes communautaires avant de le présenter officiellement à la communauté. Dans un troisième temps, la présentation à la communauté doit être accompagnée d'une discussion visant à recueillir les commentaires et les suggestions et à introduire à une quatrième étape où le travail pourra se poursuivre avec des groupes communautaires particuliers. Il s'agit d'une étape qui s'effectue en plusieurs temps.

Aller à la rencontre des autorités traditionnelles et civiles

Dans la plupart des cas, une rencontre avec les autorités établies dans la communauté fait partie des conditions pour y accéder. Il faut rendre visite aux autorités tant traditionnelles que civiles, les informer sur le projet d'intervention, demander leur coopération et comprendre leurs points de vue et leurs positions. Il faut mener ces visites avec respect et modestie, plutôt qu'avec l'autorité de quelqu'un qui peut avoir à sa disposition des ressources importantes. De plus, il est fortement conseillé de se faire accompagner et présenter par une personne issue de la communauté.

Le rôle du chercheur ou de l'agent de développement

Comme nous l'avons déjà mentionné, dans le contexte de la communication participative pour le développement, l'intervenant est un acteur du processus de communication ; à ce titre, il doit être conscient de sa façon d'interagir avec les autres, car son attitude influencera le degré de participation à la recherche ou à l'initiative de développement qui est considérée. Dans cette perspective, il est important de faciliter un processus de communication à double voie : l'équipe de recherche ou les travailleurs en développement pressentent la communauté par l'intermédiaire des dirigeants et des groupes locaux, et inversement la communauté entre en contact avec les intervenants. Ce processus devrait être mené dans l'intention d'établir un dialogue sur l'initiative proposée et non pas dans le but de solliciter uniquement la collaboration des membres de la communauté.

Attitudes et perceptions

Plusieurs intervenants ont été habitués à percevoir les membres des communautés comme les bénéficiaires des résultats de recherche ou des activités de développement. Si l'on veut modifier les manières de faire, il faut d'abord modifier cette perception. Le premier pas est donc de percevoir les membres des communautés comme des intervenants dans le processus que l'on tente de structurer. Ainsi, l'approche d'une communauté doit se faire avec la participation directe de ses membres, perçus à titre de participants-intervenants dans les étapes du projet global.

Mandats et intérêts

À cette étape, il faut également être conscient que les intérêts des communautés, des chercheurs et des agents de développement diffèrent. En général, les chercheurs et les agents de développement se rendent dans une communauté avec un mandat bien précis. Or, si l'on veut faire des besoins et des priorités des communautés le point de départ d'une intervention, cela ne peut se faire qu'à l'intérieur d'un domaine d'intervention bien délimité. Cela doit être clarifié dès les premiers contacts avec une communauté.

En effet, lorsque des personnes-ressources arrivent de l'extérieur dans une communauté pauvre, les gens leur exposeront souvent tous leurs problèmes. Ils ne distingueront pas entre les secteurs de développement; les problèmes liés à la fertilité des sols, à la santé, aux facilités de crédit, à la recherche de revenus supplémentaires, etc., sont tous reliés dans la vie quotidienne. C'est pourquoi la portée et les limites du mandat du chercheur ou de l'agent de développement doivent être clairement expliquées et discutées au départ d'une intervention.

Éviter le piège des attentes trop élevées

Lorsqu'ils discutent de leur mandat avec les membres des communautés, les intervenants doivent aussi être conscients du risque de nourrir des attentes trop élevées. Afin de contrer ce risque, il faut être très clair dans l'explication du mandat et aborder tant les aspects négatifs que les aspects positifs de l'intervention, tout en amenant les membres des communautés à participer à des retombées dans la planification des activités.

Il sera souvent utile également d'aborder les questions de l'intervention à court et à moyen terme. Dans plusieurs cas, les gens ont tendance à se désintéresser d'une intervention de développement lorsqu'ils ne voient aucun résultat concret à court terme.

Enfin, il faut discuter des avantages financiers et matériels liés à la participation à des activités de recherche ou de développement. Tout d'abord, il vaut mieux utiliser un autre terme que le mot « projet ». Lorsque des intervenants extérieurs se rendent dans une communauté pour y parler d'un « projet », plusieurs s'imaginent à tort qu'il s'agit d'une occasion de gagner des sommes d'argent importantes ou d'obtenir des avantages ou des biens matériels. Or c'est rarement le cas. Ces questions devraient être abordées dans les premières étapes de la relation avec la communauté.

Il faut aussi que les parties se mettent d'accord sur ce qui mérite compensation et sous quelle forme celle-ci devrait être donnée. Les chercheurs et les agents de développement doivent être très clairs à ce propos afin de ne pas créer des attentes trop élevées dans la communauté.

Comprendre la culture

Les caractéristiques religieuses et culturelles d'une communauté, ainsi que leurs habitudes de discussion et de prise de décision peuvent varier énormément d'une région à une autre, en particulier lorsqu'il s'agit de groupes sociaux (les femmes et les enfants, par exemple) ou ethniques précis. Il est très important de définir ces éléments culturels pour chacun des groupes engagés dans le processus de communication. Mais, encore une fois, il faut du temps pour pouvoir reconnaître et comprendre ces éléments dans un contexte où trop souvent les jours de présence sur le terrain sont comptés.

La résistance au changement et la force des habitudes, des mœurs et des tabous locaux sont d'autres aspects culturels qui peuvent devenir d'importants obstacles à une initiative de développement. Il est essentiel de comprendre leur influence dans la vie courante et d'en tenir compte.

Certaines équipes de travail envoient quelques-uns de leurs membres vivre dans les communautés locales et participer directement aux activités sociales et économiques. D'autres vont recruter des personnes « antennes » dans les localités. Cela peut faire toute la différence dans la compréhension réciproque entre la communauté et les intervenants. Il est aussi recommandable de rendre visite aux anciens du village et de réunir le plus de renseignements possibles en fréquentant les groupes communautaires. Encore une fois, cela doit être prévu au départ d'une intervention.

Utiliser la langue locale

Les barrières de langues entre les intervenants et les membres des communautés sont une autre frontière à franchir. S'affilier un animateur parlant les langues locales est une nécessité : les discussions doivent avoir lieu dans la langue de ceux dont on veut faciliter la participation. Encore une fois, cela peut paraître une évidence, mais on assiste trop souvent à des rencontres, ateliers ou réunions qui ont lieu dans les langues officielles plutôt que locales.

Il y a aussi la question du niveau de langue : comment aborder le sujet, quel vocabulaire adopter, quelles comparaisons faire, etc. La perception d'un thème de discussion sera différente d'un groupe à un autre et d'un endroit à un autre.

Le facteur temps

La participation exige un changement d'attitude non seulement de la part des chercheurs et des agents de développement, mais aussi de la part des membres de la communauté. S'ils veulent réellement participer, ils doivent transformer leur vision d'eux-mêmes, en passant d'une attitude passive – attendre les intervenants qui viendront de l'extérieur – à une attitude active, c'est-à-dire le désir de s'aider eux-mêmes. Mais cette métamorphose ne se fait pas en quelques jours ou quelques semaines. Elle exige beaucoup de temps.

En plus du changement d'attitude, la participation exige que les membres des communautés développent des aptitudes pour contribuer efficacement aux initiatives de développement ou de recherche, et en toute confiance. Cela aussi demande un apprentissage et une pratique, particulièrement dans les milieux où l'on trouve peu de précédents de participation communautaire à la prise de décision.

Enfin, dans certains contextes, les membres des communautés sont très influencés par les tendances du marché et l'intérêt individuel passe avant l'intérêt de la communauté. Cette réalité est souvent reliée à la rupture des systèmes de croyances traditionnelles. Les individus chercheront à exploiter les ressources à court terme pour en tirer profit sans considérer les conséquences liées au mode d'exploitation. S'ils veulent réellement voir des améliorations, les gens doivent réapprendre à travailler dans un cadre communautaire. Ce processus, également, ne se fait pas de manière automatique et demande du temps.

Par conséquent, les attentes relatives au niveau d'atteinte des objectifs de recherche ou de développement doivent être mesurées et tenir compte de tous ces facteurs liés au temps.

Approfondir sa compréhension du contexte local

Comme nous l'avons vu, la connaissance du contexte local va de pair avec l'approche d'une communauté. Il y a toutefois quelques considérations précises à garder en tête. Pour faciliter la communication et la participation dans une communauté, il faut d'abord et avant tout connaître le contexte local dans lequel on a choisi de travailler. Ce processus implique également la collecte de données, de connaissances et de

renseignements reliés au problème qui correspond au mandat du chercheur ou de l'agent de développement.

Traditionnellement, la communication était utilisée pour faire passer un message. Or, il s'agit plutôt ici d'inverser le processus : jusqu'à quel point l'intervenant comprend-il bien le contexte dans lequel il s'apprête à travailler, et les gens avec qui il s'apprête à collaborer ?

Ce processus de compréhension englobe les aspects suivants :

Situer l'intervention dans l'histoire de la communauté

Tout d'abord, il ne faut pas perdre de vue qu'une intervention communautaire se situe dans une dimension temporelle. Il est donc important, pour l'intervenant qui s'apprête à travailler avec une communauté locale, de réaliser que les actions qu'ils posent s'insèrent dans le contexte d'interventions de développement passées et présentes qui ont eu lieu (ou non) dans une communauté ou une région donnée.

Certaines de ces initiatives ont peut-être été menées par des ONG ou des organisations internationales, d'autres peuvent avoir été des initiatives de développement locales instaurées par des groupes ou des organismes communautaires.

Il sera utile de connaître l'historique des interventions ainsi que les groupes ou les personnes qui y ont participé, non seulement pour développer une synergie potentielle mais aussi pour comprendre l'attitude des communautés et des autres parties prenantes face à cette nouvelle intervention.

Recueillir et partager l'information

Les méthodes de recherche classiques tendent à être extractives. Les chercheurs ont reçu une formation qui leur apprend à recueillir des données au tout début d'une initiative de recherche. De la même façon, les agents de développement ont appris à recueillir des renseignements dans le but de soutenir la planification de leur projet.

Cependant, les intervenants qui adoptent l'approche de la communication participative pour le développement devraient chercher à recueillir et partager l'information avec les membres des communautés

et les autres parties prenantes. Le but de cette pratique est de les associer aux étapes de l'intervention de manière à ce qu'ensemble intervenants et membres des communautés participent au processus de production et de partage des savoirs.

Le partage de l'information concernant le contexte local ou le problème de développement permettra aux intervenants de confirmer leur compréhension des renseignements fournis par les membres de la communauté, et, en retour, donnera à ces derniers une vision plus globale de leur collectivité grâce à l'assemblage de toutes ces connaissances. Cette vision plus globale aidera également l'intervenant à faciliter la participation des individus dans le processus d'identification du problème ou de l'objectif commun, et de l'établissement d'un plan d'action.

Utiliser les techniques de recherche participative

Plusieurs chercheurs et agents de développement, notamment dans le domaine de l'environnement et de la gestion des ressources naturelles, sont familiers avec l'emploi des techniques de recherche participative. Ces dernières permettent de rassembler dans un temps court, avec les participants des communautés locales, le plus de renseignements possible sur le caractère des ressources naturelles de la région ainsi que des renseignements de nature sociale, politique ou économique – le tout dans le but de planifier un projet de recherche ou de développement.

Ces techniques peuvent consister en la réalisation d'une carte collective de la communauté, la reconstitution d'une ligne de temps retraçant son historique, la production d'une grille de priorités, des promenades d'observation, l'utilisation de diagrammes de Venn, la constitution de calendriers saisonniers, etc.

Ces techniques, qui permettent de recueillir un ensemble d'informations 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 des renseignements.

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. Les intervenants croient alors procéder de façon participative alors que, dans les faits, cette participation demeure artificielle.

La connaissance globale du contexte local

La connaissance globale du contexte local peut inclure la création de cartes des ressources naturelles et des pratiques de gestion des ressources naturelles, mais devrait aussi aller beaucoup loin. Il s'agit de connaissances générales sur la communauté et ses environnements géographique, écologique, démographique, linguistique, religieux, culturel, historique, économique, social, sur le style de vie, les pratiques éducatives, les aspirations des individus et plus encore.

Plus précisément, l'intervenant devrait pouvoir répondre aux questions suivantes :

- Quelle est l'histoire de cette communauté locale ?
- Quels sont les groupes qui la constituent, quelles en sont les principales caractéristiques et quelle est la nature de leurs relations ?
- Quelles en sont les institutions politiques, sociales et administratives ?
- Quel est le lien qui existe entre cette communauté et les autorités locales, provinciales ou nationales ?
- Quelles sont les relations de pouvoir et les conflits – s'il y en a – à l'intérieur de la communauté ?
- Quelles en sont les principales activités socio-économiques ?
- Qu'en est-il des questions de santé et d'éducation ?
- Quels sont les principaux problèmes et initiatives de développement ?

- Quelles sont les principales habitudes et croyances liées au domaine d'intervention ?
- Etc.

Recueillir de l'information concernant la communication

Dans cette étape préliminaire de la recherche, il faut également s'efforcer de circonscrire les groupes composant la communauté. Il est important de ne pas considérer les membres d'une communauté comme un groupe homogène. Il est préférable également, après une première rencontre avec la communauté, de planifier des rencontres particulières avec des représentants des groupes et de leur demander leurs propres points de vue sur le sujet traité.

De plus, parallèlement aux activités conçues pour recueillir des renseignements généraux sur la communauté, les chercheurs et agents de développement devraient également rassembler de l'information sur les aspects de communication. Les renseignements suivants seront très utiles à l'élaboration future d'une stratégie de communication qui viendra appuyer l'intervention de recherche ou de développement :

- Comment classer et décrire les groupes qui constituent la communauté locale ?
- Quelles sont les principales caractéristiques de chacun de ces groupes et l'état des relations qu'ils entretiennent ?
- Quelles sont les principales habitudes et croyances à propos de la gestion des sols et de l'eau (ou de tous les autres sujets reliés à la recherche ou aux interventions de développement) ?
- Quelles sont les canaux de communication interpersonnelle utilisés dans la communauté (par exemple pour les points de vue exprimés par les porte-parole de la communauté et les opinions échangées entre les gens dans des lieux précis) ?
- Quels sont les canaux institutionnels (les associations locales ou les institutions qui jouent un rôle prépondérant dans la diffusion de l'information) utilisés localement pour échanger des idées et des points de vue ?
- Quels sont les médias modernes ou traditionnels utilisés ?

Obtenir l'information fiable

Dans bien des cas, certains membres des communautés, en particulier les plus pauvres, vont dire ce qu'ils croient que l'intervenant veut entendre, plutôt que de donner leur point de vue. C'est pourquoi il est utile de valider ces renseignements et de mettre au point des stratégies adaptées à certains groupes précis. Ainsi, on obtiendra souvent des réponses plus fiables de la part de fermiers pauvres si ce sont d'autres fermiers et non des intervenants extérieurs qui discutent avec eux.

Développer la collaboration et les partenariats

Les premières étapes du processus (l'approche d'une communauté, la collecte et le partage de données) sont aussi une occasion d'identifier les personnes-ressources ainsi que les organismes qui travaillent dans la même région afin de les amener à participer aux étapes subséquentes. Il peut s'agir, par exemple, d'une ONG de la même communauté, d'une troupe de théâtre, d'une station de radio rurale, etc. Il est préférable de contacter ces personnes-ressources au début d'une intervention, lorsqu'ils sentent qu'ils peuvent jouer un rôle dans la conception de l'intervention. Plus tard, ils auront tendance à se percevoir plutôt comme des contractants engagés par un projet, plutôt que comme des partenaires à cette intervention.

Bâtir une relation de confiance

Enfin, il faut insister, dans cette première étape, sur l'importance de développer une relation de confiance et un climat de collaboration entre les intervenants et la communauté. C'est cette relation qui permettra par la suite de soutenir la motivation et les efforts visant la mise en œuvre de l'initiative de développement choisie.

Les premières activités d'une intervention sont souvent menées avec un enthousiasme qui décroît par la suite. Il faut être conscient que celles-ci ne sont que les premières étapes d'un long processus qui exige une attention et un dévouement constants. En ce sens, la collecte préliminaire des données est une façon d'entamer le dialogue avec la communauté, de faire participer ses membres, ainsi que les

personnes-ressources au processus et de bâtir cette relation de confiance. Plus tard, à l'étape de l'implantation de l'intervention, il sera important de maintenir la motivation et l'intérêt des participants. Cette relation de confiance sera alors essentielle à la poursuite de l'engagement communautaire dans l'intervention.

ÉTAPE 2

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

Dans cette deuxième étape du processus de communication participative pour le développement, il s'agit pour l'intervenant de faire participer la communauté au processus consistant à :

- cerner un problème de développement
- en discuter les causes
- trouver des solutions potentielles

OU

- choisir une initiative concrète visant à expérimenter ces solutions potentielles ou à réaliser une série d'activités visant à répondre au problème
- faire la liste des conditions nécessaires en termes de connaissances, de partenariats et de conditions matérielles (évaluer la faisabilité du projet)
- prendre la décision de mener l'initiative à terme et établir un plan d'action.

Dans les cas où l'intervention ne procède pas de l'identification d'un problème, mais d'un but collectif, le processus est similaire : la communauté participe au choix de cet objectif, des activités et des conditions nécessaires à sa réalisation et à la prise de décision visant à mettre en œuvre cette initiative.



Ici, les participants ne se sont pas rassemblés pour entendre des personnes-ressources : ils prennent part à une discussion sur leurs problèmes de développement, leurs causes et les solutions potentielles. Les intervenants viennent faciliter et appuyer un tel processus qui va mener à une prise de décision sur une initiative concrète à mettre en œuvre.

Cette suite d'actions devrait idéalement coïncider avec les objectifs du projet de recherche ou de développement : ceux-ci devraient logiquement être établis à cette étape.

En pratique, cependant, ils sont souvent définis bien avant à cause des contraintes de présentation des propositions de projets de développement ou de recherche. Lorsque c'est le cas, il est possible d'inclure, comme première série d'activités dans le projet, une activité de révision et de finalisation des objectifs et des activités qui se fera avec les membres des communautés concernées et les autres intervenants.

Commencer le processus à partir de la définition d'un problème

La situation la plus répandue est celle où une équipe de recherche ou un agent de développement veut intervenir dans une communauté aux prises avec des problèmes bien précis. Dans ce cas, la méthodologie consiste à mettre en œuvre un processus qui donnera aux membres de la communauté l'occasion de :

- a) discuter des problèmes qui touchent la communauté et en isoler un en particulier ;
- b) découvrir et analyser les causes et les conséquences de ce problème avec l'aide d'un spécialiste de ce domaine ;
- c) décider d'agir face à ce problème ;
- d) trouver les solutions potentielles avec l'aide d'un spécialiste ;
- e) choisir de mettre à l'essai certaines solutions potentielles ;
- f) définir une stratégie de communication qui pourra soutenir la mise à l'essai ou l'implantation des solutions retenues.

Faciliter les synergies

Une autre situation possible est celle où une action visant à régler un problème précis a déjà été entreprise dans la communauté locale par un organisme de développement, ou par les services techniques d'un ministère ou encore par un groupe communautaire local.

Dans le cas où les champs d'intervention sont reliés et lorsque la situation le permet, l'idéal est d'appuyer cette initiative communautaire plutôt que d'arriver avec un projet d'intervention différent qui viendrait alors diviser les énergies et les ressources disponibles pour la réalisation de l'initiative en cours. Il est possible par exemple d'animer les discussions sur les causes du problème et les solutions potentielles et d'aider à définir la stratégie de communication, qui viendra soutenir la mise à l'essai ou l'implantation de l'initiative mise en œuvre.

Parfois, il arrive que les multiples interventions de développement ou projets de recherche en cours dans la même région constituent un problème en soi. Les communautés sont alors aux prises avec la fragmentation d'activités financées par différents commanditaires et entreprises par des organismes indépendants les uns des autres. La participation communautaire recherchée par chacune des initiatives se trouve alors remise en question. Lorsque cela est possible, il est mieux de tenter de réaliser une synergie avec ces initiatives, que de contribuer à renforcer une telle problématique.

Commencer le processus à partir de l'établissement d'un objectif

On rencontre également une troisième situation où le point de départ est un objectif que la communauté s'est donné. Plutôt que de se concentrer sur ce qui ne va pas, cette approche permet à la communauté (individus ou groupes communautaires) de viser un but précis à atteindre. Quelquefois, il peut également s'agir de situations où des groupes communautaires veulent partager les résultats d'une initiative communautaire qui a bien fonctionné.

Dans ce cas, c'est la communauté qui choisit la série d'activités à implanter afin d'atteindre leur objectif – tout comme dans le processus où la communauté cerne le problème et choisit elle-même les solutions potentielles à mettre à l'essai.

Conséquemment, que le processus démarre de l'identification d'un problème ou d'un objectif commun, c'est la communauté qui doit analyser la situation et qui choisit d'agir. Idéalement, c'est à cette étape que les objectifs de la recherche ou du projet de développement devraient entrer en jeu.

Donner la priorité à la communauté

Dans chacun de ces cas, ce sont les membres de la communauté qui choisissent le problème à régler ou l'initiative à mener à terme, non les équipes de recherche ou les agents de développement. Le rôle de ces derniers est de faciliter et d'appuyer ce processus de prise de décision. L'idée principale est de travailler à partir de la perception que les gens ont de leurs propres besoins plutôt que d'aborder les problèmes selon un projet conçu d'avance de l'extérieur et que l'on tente de faire coller à la situation de la communauté.

Établir les priorités

Tel que souligné précédemment, lorsqu'un intervenant entreprend une nouvelle dynamique avec une communauté, il doit clarifier auprès des membres de cette communauté la nature de son mandat.

Une autre facette liée à la priorité des besoins est liée aux relations de pouvoir dans la communauté. Celles-ci influenceront sans contredit la définition des priorités. Il est possible qu'un problème de développement exposé dans une communauté ne soit en fait que le reflet des préoccupations ou des intérêts d'une personne influente de ce groupe (par exemple, le chef, une autorité religieuse, un dirigeant politique, etc.). Ici, il est important d'être attentif à ces relations de pouvoir et de promouvoir chaque fois que c'est possible des processus démocratiques pouvant assurer la nature participative du processus.

Aborder les causes d'un problème de développement

Si l'on veut utiliser la communication pour appuyer la résolution de problèmes de développement, il faut s'assurer que le processus aidera les membres de la communauté à mieux en comprendre les **causes**, à trouver les **solutions** possibles et à choisir les **actions** à entreprendre.

En matière de communication, plusieurs intervenants sont souvent tentés de passer directement de l'objectif fixé (par exemple, résoudre un conflit) à l'action (par exemple, une campagne d'information) sans réellement dégager les causes du problème (par exemple, la quantité insuffisante d'une ressource naturelle pour tous les habitants).

La technique de « l'arbre à problème » est exploitée par plusieurs groupes, pour nourrir ce processus de discussion. Le tronc de l'arbre représente le problème en tant que tel ; les branches illustrent les conséquences. Toutefois, il faut déterrer les racines qui, bien entendu, sont cachées. Ce processus implique beaucoup de discussions et de négociations sur la définition d'une cause et d'une conséquence et la distinction entre les deux n'est pas toujours facile à faire. Cependant cette technique aide à faire ressortir la complexité d'un problème.

Prenons un exemple. Les membres d'une communauté ont découvert le problème de carence en eau potable, et veulent entreprendre la construction d'un puits. Par contre, en explorant le problème en profondeur, on découvre qu'il existe déjà des puits dans la région mais que, faute d'entretien, ils ne sont plus fonctionnels. En faisant un peu de recherche, on se rendra compte aussi que la communauté n'a jamais été associée au projet de construction de puits et que, avant d'en creuser un autre, il faudrait en discuter, choisir l'endroit où le puits sera placé

dans la communauté, s'assurer de son entretien et établir les droits des groupes à s'y approvisionner. C'est à cette étape que la communication participative pour le développement est la plus utile.

Amener des spécialistes dans la discussion

Afin de bien comprendre les causes d'un problème, il faut non seulement connaître les points de vue du milieu, mais également rassembler des connaissances plus spécialisées. Il est donc important d'avoir recours à un spécialiste pour discuter des causes et des conséquences du problème et pour établir un ensemble de solutions possibles. Celui-ci ne doit pas pour autant monopoliser la parole, mais appuyer le processus de discussion et de réflexion. Plusieurs problèmes concernant la fertilité des sols ou les questions liées à l'eau par exemple sont très complexes et un diagnostic incomplet peut mener à des interventions inutiles ou inefficaces.

Dans le cas d'un projet de recherche, les membres de l'équipe auront peut-être des connaissances spécialisées mais qui ne sont pas adaptées au contexte local. La validation de ces connaissances dans le contexte local devient une étape cruciale du processus.

Afin que la communauté participe adéquatement à la prise de conscience d'un problème et de ses solutions potentielles, il faut accorder une importance particulière à la précision de l'information qui sera divulguée et partagée.

Choisir une initiative concrète à mettre en œuvre

Une fois le problème de développement et ses causes bien définis, la communauté doit décider si elle est en mesure d'agir pour adresser ce problème. Comme nous l'avons déjà noté, 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 collaborer et un nombre de conditions doivent être réunies pour que le projet fonctionne. Enfin, il y a certaines données sur lesquelles les communautés n'ont pas de pouvoir direct (par exemple,

les lois et les politiques) et qui nécessitent l'implantation d'un processus de prise de décision plus complexe.

Si la faisabilité semble bonne, l'étape suivante consistera à élaborer une liste de solutions potentielles, combinant les savoirs locaux et les connaissances modernes et, ensuite, à engager un processus de prise de décision assurant la mise en œuvre d'une initiative concrète.

Si la faisabilité paraît faible au départ, il faut mieux alors retourner à la liste de priorités : la communication seule ne pourra être d'un grand recours si les conditions de réalisation de l'initiative ne sont pas réunies.

Encore une fois, en faisant la liste des solutions possibles et des actions à entreprendre, il est important de garder en tête les contraintes liées à l'intervention et de fixer des objectifs réalistes et modestes.

Réviser les choix à mi-chemin

Il arrive souvent qu'il faille réviser les choix faits pendant l'expérimentation ou l'implantation de l'initiative. On pourra par exemple découvrir en chemin que les actions définies au départ de l'intervention ne conviennent pas au problème choisi. Par exemple, un problème d'accès à l'eau potable peut se révéler, en fait, un problème de gestion ou de participation communautaire. Un projet visant à réduire les incendies de brousse exigera peut-être de commencer par une intervention visant la fertilité des sols. Ce genre de situation est très fréquent.

Dans d'autres cas, on peut se rendre compte en cours de route que certaines actions préliminaires doivent être entreprises avant de passer à l'initiative telle qu'elle était prévue au départ. Par exemple, avant d'implanter une série d'actions planifiées avec les femmes, il faudra peut-être préparer une série d'activités préliminaires avec les maris ou avec les autorités locales.

Il faut fréquemment réajuster le tir et mesurer la portée des ambitions de départ à la lumière des nouvelles contraintes. Il faut aussi souvent réduire le nombre d'activités prévues afin de mieux gérer le temps ou la disponibilité des groupes participants.

D'une manière ou d'une autre, il est très important d'adopter une approche itérative et de réviser les choix initiaux au fur et à mesure afin

de mieux atteindre les objectifs fixés. Ceci implique également des attitudes correspondantes sur le plan de la gestion des projets de recherche et de développement par les agences subventionnaires.

ÉTAPE 3

Identifier les groupes communautaires et les autres intervenants concernés par le problème (ou l'objectif) et l'initiative de développement retenue

Qui sont les groupes
communautaires et les autres
intervenants touchés par le problème
choisi et la solution retenue ?

À cette étape, l'intervenant cherche à identifier les groupes communautaires concernés par le problème de développement ainsi que les groupes et autres parties prenantes pouvant participer aux solutions à expérimenter et détermine le meilleur moyen d'entrer en contact avec eux afin d'établir un dialogue.

Si on se réfère à un public très général en parlant de « la communauté », ou « des habitants de tel village », il est peu probable que les gens se sentent concernés par le processus de communication. Chaque groupe qui forme la communauté – qu'on les classe selon l'âge, le sexe, l'origine ethnique, la langue maternelle, l'occupation ou les conditions sociales et économiques – présente ses propres caractéristiques, son propre point de vue sur un problème et ses solutions et sa propre façon de passer à l'action.

La communication participative pour le développement vise à rejoindre certains groupes particuliers dans la communauté. On parle souvent de « groupes cibles » pour qualifier les personnes visées par la



Chaque groupe communautaire a sa propre façon de percevoir un problème de développement, ses solutions potentielles et la manière d'agir. Les intervenants doivent identifier et approcher ces groupes, plutôt que de s'adresser à la communauté dans son ensemble.

communication. Ces termes, d'origine militaire, réfèrent à un type de communication où l'intervenant préparait et transmettait des messages afin de rejoindre des groupes précis au sein d'une même population. Bien qu'aujourd'hui l'approche soit entièrement différente – les groupes participent directement au processus de communication – l'ancienne expression est encore utilisée. La métaphore peut porter à confusion, bien entendu, et c'est pourquoi, si nous voulons modifier notre façon d'établir une relation avec les groupes avec lesquels nous travaillons, il faut d'abord changer notre façon de les qualifier.

Comment arriver à distinguer ces groupes ?

La première étape pour retracer les groupes particuliers avec qui travailler consiste à repérer les catégories de personnes les plus affectées par le problème de développement, ainsi que les groupes les plus susceptibles de contribuer à sa solution.

Ces catégories de personnes peuvent être classées selon des facteurs tels que l'âge, le genre, la langue, les caractéristiques sociales ou



Approcher des groupes particuliers dans la communauté : cela est également vrai des hommes et des femmes à l'intérieur de chacun de ces groupes.

ethniques, le niveau de vie ou la classe sociale ou professionnelle (incluant les périodes de disponibilité de ces personnes), le revenu, le niveau de scolarité, les lieux d'habitation, la culture, les valeurs ou l'appartenance religieuse, les comportements, les intérêts communs, etc.

Par exemple, si l'on s'attarde au cas de la gestion des ressources forestières, les groupes touchés pourront inclure non seulement les « jeunes gens », les « femmes » ou les ouvriers d'une société forestière, mais aussi des citoyens de villages riverains, des groupes engagés dans la fabrication de charbon ou dans la collecte et la vente de bois, des pharmaciens traditionnels, etc.

Les groupes de participants peuvent normalement être repérés au tout début d'une intervention. Il se peut toutefois qu'il soit nécessaire de réajuster ou de réviser les choix initiaux en cours de route afin d'inclure d'autres groupes qui seront plus touchés par le problème traité.

Il faut aussi repérer les autres parties prenantes qui ne sont pas directement touchées par le problème, mais qui peuvent faciliter la mise en œuvre de l'initiative pour le solutionner : autorités traditionnelles ou religieuses de la communauté, personnes influentes, organisations de développement actives dans la région, etc.

« Qui ? » et « avec qui ? »

Afin de mieux circonscrire les groupes, on peut se poser la question : « Qui est impliqué dans le problème ou dans l'initiative de développement que nous sommes en train de réaliser ? », puis : « Avec qui travaillerons-nous en priorité ? »

Une liste de trois catégories principales peut être dressée dès le départ : les groupes communautaires, les preneurs de décision et les autres intervenants. Ensuite, à l'intérieur de chacune de ces catégories, on peut repérer les sous-groupes qui sont touchés par le problème en question et qui peuvent jouer un rôle dans l'initiative à mettre en œuvre. Dans une seconde liste, on pourra mentionner les groupes avec lesquels on travaillera plus étroitement, en fonction des priorités, ainsi que des moyens et du temps disponible.

Dans un cas d'amélioration de la fertilité des sols, on pourra choisir par exemple de concentrer les activités de communication dans chacune des trois catégories avec les groupes les plus pauvres de la communauté, les autorités locales et les vulgarisateurs agricoles œuvrant dans la localité.

La question du genre : porter une attention particulière aux rôles et aux besoins des hommes et des femmes de la communauté

Dans toutes les situations, il est très important d'accorder une attention particulière à la question du genre. Les besoins, les rôles sociaux et les responsabilités des hommes et des femmes ne sont pas les mêmes dans toutes les communautés. L'accès aux ressources et le taux de participation au processus de prise de décision peuvent aussi varier beaucoup entre les hommes et les femmes. Et les points de vue sur un problème et ses solutions potentielles seront aussi très différents.

Ainsi, puisque les intérêts des hommes et des femmes, leurs besoins et leurs opinions sont différents, leur contribution au processus de développement ne sera pas la même. Jadis, on mettait beaucoup l'accent sur « la communauté » sans réellement tenir compte de ces différences. Conséquemment, ce sont souvent les femmes et les jeunes qui étaient



Les rôles sociaux et économiques des hommes et des femmes sont différents. Les besoins et les responsabilités également, de même que le degré d'accès aux ressources et le potentiel de participation aux processus de prise de décision dans la communauté.

oubliés dans le processus de développement, même si leur participation était une condition essentielle à l'implantation des initiatives de changement.

Pour les faire participer de façon spécifique, il n'est pas suffisant de les considérer comme des groupes distincts, tels le groupe des femmes, le groupe des jeunes, etc. Il faut plutôt porter attention aux rôles différents des hommes et des femmes à l'intérieur de chaque groupe de la communauté.

D'un point de vue communicationnel, la question du genre soulève trois grandes préoccupations. Tout d'abord, il faut faire la distinction entre les besoins des femmes et ceux des hommes. Pour y parvenir, il faut apprendre à établir la communication tant avec les uns qu'avec les autres.

Dans plusieurs endroits, les femmes ne peuvent pas assister aux rencontres du village et, si elles en ont le droit, elles ne peuvent pas y prendre la parole. Même si, dans certains cas, il s'agit davantage d'une tradition culturelle que d'une loi formelle, il faut la prendre en considération sur le plan du mode d'approche. Il est aussi possible que les femmes autorisées à participer à ces rencontres ne représentent pas la

majorité des femmes de la localité. Il faut être sensible à cette réalité. Pour chaque catégorie de participants, il faut soupeser les rôles particuliers des hommes et des femmes.

Ensuite, il est important d'encourager les femmes à participer et à s'engager dans le processus de communication participative. Le plus grand défi est de les amener à participer à la définition d'un problème qui les touche et des solutions potentielles qui leur seraient acceptables, plutôt que de simplement chercher à les mobiliser. Encore une fois, la façon d'établir la communication variera selon les habitudes et les coutumes dans chaque contexte. Il est possible qu'il soit nécessaire de commencer le processus de communication avec les hommes pour pouvoir ultérieurement rassembler les groupes de femmes dans des séances de discussion sur leurs problèmes.

Un troisième aspect important au sujet du genre est la question des rôles des hommes et des femmes engagés dans le processus de communication. Il ne suffit pas de classer les membres de la communauté dans des catégories fichées « femmes » ou « jeunes ». Plusieurs chercheurs et agents de développement, à cette étape, auront tendance à créer des groupes bien définis : les fermiers, les pêcheurs, les femmes, les jeunes, etc. Ce genre de classification n'est pas très utile car, d'une part, dans chacun de ces groupes il y a des jeunes et des femmes dont les besoins, les rôles et les opinions sont très variés et différent souvent de ceux des hommes; d'autre part, il faut se demander comment les personnes, dans chacune de ces catégories, sont touchées par le problème identifié et comment elles vont participer à l'initiative à mettre en œuvre pour le solutionner.

Jusqu'à quel point connaît-on vraiment chaque groupe particulier ?

Chaque groupe présente des caractéristiques particulières qu'il faut considérer lorsqu'on entreprend des activités de communication. De la même manière, chacun sera touché d'une manière différente par un même problème de développement.

Pour cette raison, nous devons pressentir chaque groupe d'une manière distincte. En effet, chacun d'eux a ses propres codes de fonctionnement social et ses propres pratiques quotidiennes. De plus, leur

façon de participer au processus de communication sera aussi différente et on devra répondre à certaines exigences pour que la communication puisse réellement avoir lieu. C'est pourquoi il est important de se familiariser avec chaque groupe et de repérer les caractéristiques à prendre en ligne de compte pour pouvoir établir le processus de communication et faciliter leur participation.

Il peut s'avérer utile de profiler chacun de ces groupes, un peu comme si on devait les décrire à une personne venue de l'extérieur. Voici certaines caractéristiques qu'une telle description devrait contenir :

- 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.

Il est aussi important de relever les méthodes et les moyens de communication de chaque groupe (Comment les individus interagissent-ils entre eux? Communiquent-ils dans des lieux ou dans des temps précis?). Ces renseignements seront utiles au moment d'entrer en contact avec eux mais aussi lorsqu'il s'agira d'aider les membres de ces groupes à exprimer leurs points de vue et leurs opinions et de participer à un dialogue autour du problème décelé et des actions à mener.

Enfin, il faut chercher à comprendre le contexte particulier de chaque groupe : les saisons ou les moments de la journée où ses membres seront disponibles, la nature saisonnière de leurs occupations, la situation physique dans laquelle ils vivent (les lieux de rencontre, l'accès à l'électricité, les moyens de communication, etc.).

Cette collecte d'information ne nécessite pas un recensement ou un sondage sociologique approfondi ; il s'agit plutôt de passer en revue les renseignements de base qui seront utiles pour mettre en place une stratégie de communication. Ce bilan est toujours plus réussi lorsqu'il est accompli avec la participation de représentants de la communauté.

ÉTAPE 4

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

Quels sont les besoins de communication ?

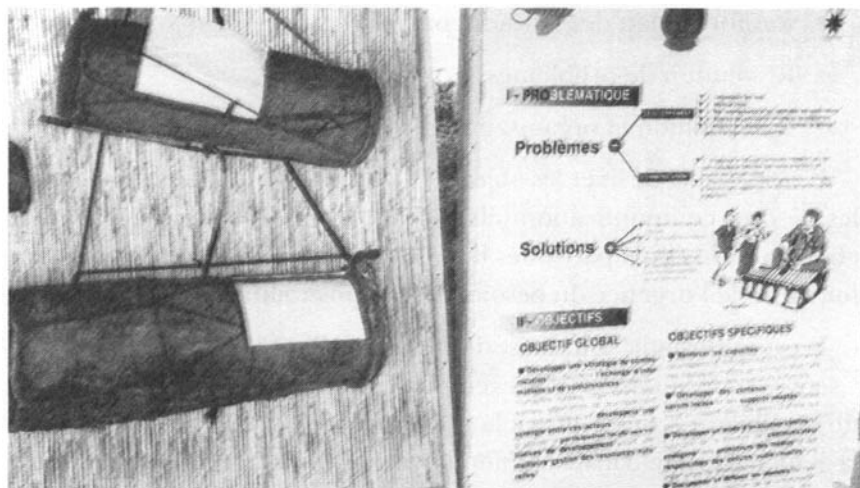
En planifiant une stratégie de communication, plusieurs ont tendance à partir d'un problème très général (tel que la désertification) et à préciser les activités de communication (séances d'information, campagnes de sensibilisation) qui seront mises en œuvre dans ce contexte.

Il en résulte que, souvent, l'objectif fixé n'est pas atteint et ainsi, malgré toutes les activités entreprises, le problème demeure inchangé. Afin d'éviter ce genre de situation, il vaut mieux partir des besoins exprimés par la communauté et établir d'abord sur cette base les objectifs de communication à atteindre, avant de planifier les activités telles quelles.

Besoins matériels et besoins de communication

Pour chaque problème de développement et chaque initiative mise en œuvre pour le résoudre, on trouve d'abord des besoins liés aux biens matériels et aux conditions dans lesquelles il est possible de se les procurer (les routes, les puits d'eau, les outils, les facilités de crédit, etc.) ainsi que d'autres besoins qui touchent la communication, l'information, la sensibilisation, l'apprentissage de nouvelles techniques ou l'acquisition de nouvelles connaissances, etc. Ces deux types de besoins vont de pair. Néanmoins, bien qu'il soit essentiel de trouver des réponses aux besoins de la première catégorie, la composante communicationnelle qui accompagnera l'initiative mise en œuvre pour trouver des solutions au problème décelé se concentre principalement sur la seconde catégorie de besoins, soit ceux qui sont liés à la sensibilisation, la communication et l'apprentissage.

Pour recenser ces besoins, il ne suffit pas de poser des questions au cours des rencontres avec la communauté. Il faut approcher chaque groupe de participants, tant ceux qui sont touchés directement par le problème que ceux qui peuvent potentiellement contribuer à la



L'établissement d'objectifs de communication reliés au problème de développement et aux solutions potentielles formulées permet de s'assurer que les activités mises en œuvre viendront appuyer l'initiative entreprise par la communauté.

solution. On arrive à recenser les besoins non pas simplement en posant des questions appropriées, mais aussi en observant les pratiques courantes, ou encore en comparant les points de vue des groupes sur un même problème.

Il est important que les besoins soient reliés au problème cerné et à l'initiative à mettre en œuvre. Pour ce faire, on peut se demander quels seront les besoins de chacun des groupes participants pour pouvoir mettre en œuvre l'initiative retenue dans le processus de communication participative.

Objectifs de communication

L'objectif de communication permet de préciser ce que l'on espère accomplir au terme d'une activité de communication. Les objectifs cadrent souvent dans l'une ou plusieurs de ces catégories :

- 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

Il est possible de fixer les objectifs de communication en regroupant les besoins communicationnels de chaque groupe participant et en effectuant un choix parmi ces besoins. Ces choix peuvent être faits en fonction de l'urgence du besoin et de la possibilité d'agir.

Il est important, toutefois, de ne pas se limiter à des objectifs qui visent la sensibilisation. Par exemple, il est possible qu'il soit essentiel de sensibiliser les individus à la gestion des ressources forestières ou à la gestion de l'eau dans la communauté. Par contre, cet objectif doit être accompagné d'autres objectifs visant à :

- concevoir un plan de gestion
- mettre sur pied un mécanisme communautaire, l'implanter et le contrôler
- acquérir les techniques appropriées
- etc.

Pour définir ces objectifs, on peut se poser la question suivante : « Quels résultats (en termes de connaissances, d'attitudes, de comportements, d'habiletés) chaque groupe devrait-il atteindre au terme d'une activité de communication appuyant l'initiative à mettre en œuvre ? » Chacune des réponses devrait constituer un objectif à atteindre.

On aura ainsi un objectif général décrivant le résultat final que nous espérons voir atteindre et des objectifs particuliers mentionnant chacun des résultats espérés de la part des groupes définis. Ces objectifs seront à la base de chaque activité à entreprendre.

De plus, il est préférable que ces objectifs soient énoncés en termes observables, de façon à faciliter l'évaluation future des activités, sans toutefois exagérer. Par exemple, il peut être difficile d'observer si une série d'activités a effectivement « réduit le risque de désertification ». Il sera plus facile d'évaluer si les groupes communautaires comprennent le processus de désertification tel qu'il se manifeste dans leur localité, s'ils connaissent différentes méthodes de prévention et s'ils peuvent les mettre en pratique.

D'un autre côté, des objectifs formulés avec trop de précision peuvent devenir problématiques. Un objectif qui serait formulé d'une manière

telle que « au moins 75 % de la communauté comprendra les causes et les solutions potentielles du problème XYZ » appartient plus à un contexte pédagogique qu'à un contexte de développement.

De l'objectif aux activités de communication

La prochaine étape consiste à regrouper les objectifs qui rejoignent les mêmes groupes et, pour chacun de ces objectifs, à décrire les activités de communication à mettre en œuvre. Sous chacun de ces objectifs, on mentionnera alors les activités les plus pertinentes pour permettre à chaque groupe participant de les atteindre.

Les activités de communication sont donc liées à un objectif précis. Par exemple, pour un objectif visant à permettre aux regroupements de femmes d'une communauté à intervenir dans les processus de prise de décision dans la localité, on pourra organiser des discussions et des débats, des formations, des rencontres avec d'autres organisations de femmes, la réalisation de documents racontant des expériences vécues, etc. On choisira ensuite les outils de communication les plus appropriés pour réaliser ces activités.

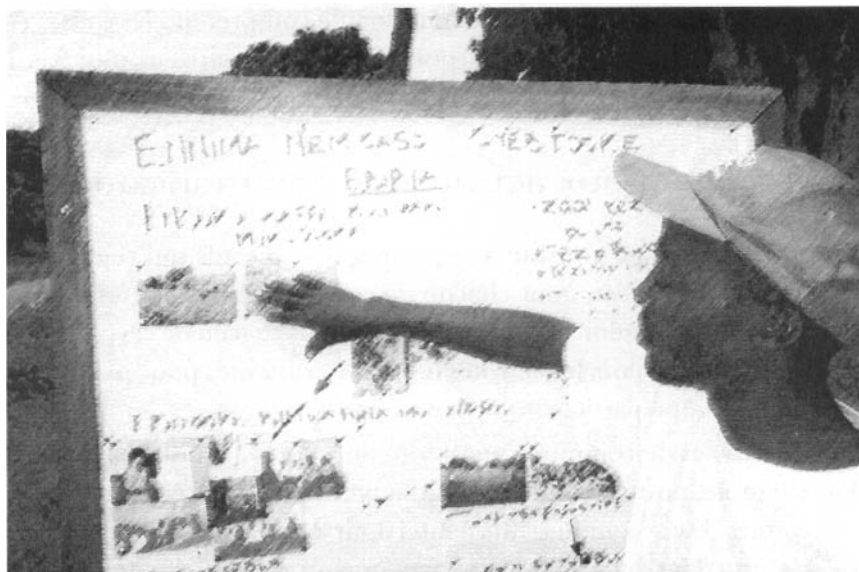
Il est particulièrement important, à cette étape, d'être réaliste quant à la faisabilité des objectifs et de ne pas élaborer des listes d'activités interminables et trop ambitieuses. De même, cette démarche doit associer non seulement les intervenants, mais également des représentants des groupes de la communauté engagés dans l'initiative à mettre en œuvre et les personnes-ressources associées.

ÉTAPE 5

Choisir les outils de communication appropriés

Outils de communication et processus de planification

La démarche de planification a débuté par l'identification d'un problème (ou d'un but collectif) et d'une initiative à mettre en œuvre, et



Raconter au moyen de photos : les fermiers de cette communauté utilisent des outils de communication simples pour raconter leurs expériences et partager leurs résultats. Dans ce cas-ci, il s'agissait d'améliorer la productivité des sols au moyen d'une complémentarité entre savoirs locaux et modernes.

s'est poursuivie par l'identification des groupes particuliers et de leurs besoins, la formulation des objectifs de communication et la description des activités de communication qui viendront appuyer l'initiative à mettre en œuvre.

Cette démarche est différente de celle où l'on décide très tôt de produire un document vidéo, une émission de radio ou une pièce de théâtre sans savoir réellement quel en sera l'effet sur l'initiative de développement.

Ici, nous voulons répondre à des besoins communicationnels particuliers. Les outils de communication que nous utiliserons dans ces activités sont donc, comme le terme l'indique, des outils! Nous nous en servons pour atteindre les objectifs de communication fixés avec chaque groupe.

L'expression « outils de communication »

Nous sommes tous familiers avec la notion de médias. 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 tels que la radio rurale de proximité et les technologies de l'information et de la communication. Ces médias, ainsi que les formes de communication interpersonnelle, sont nos outils.

Si nous employons l'expression « outils de communication », c'est pour mettre l'accent sur la nature instrumentale de ces médias : leur but n'est pas de diffuser l'information, mais bien de soutenir le processus de communication participative.

En ce sens, il est important de choisir les outils de communication qui faciliteront une communication à double voie avec chaque groupe participant au processus de communication participative.

Quels sont les critères de sélection des outils de communication ?

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

1^{er} 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 (ou tout autre) afin que les participants puissent présenter leurs propres réalisations, qu'ils puissent comparer différentes façons de le faire ou prendre part activement au débat.

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.

2^e 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.).

3^e 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.

ÉTAPE 6

Préparer et prétester les contenus et le matériel de communication

Faire participer les gens au choix
et à la préparation du matériel et des contenus

La communication participative n'implique pas toujours la préparation de contenus et de matériel particulier. Dans bien des situations, on fait appel à la communication interpersonnelle et à l'utilisation d'outils pour appuyer cette dernière.

Dans les cas cependant où l'on aura recours à des affiches, à du matériel d'enregistrement audio ou vidéo, à des chansons, des pièces de théâtre, etc., il faudra déterminer lesquels de ces outils devront être préparés à l'avance et ceux qui seront développés au cours des échanges entre les participants. Il faudra également planifier la production.

Les participants au processus de communication participative devraient également collaborer au choix du matériel de communication et, dans la mesure du possible, à la préparation de ce matériel. Dans les cas où l'on aura besoin de spécialistes pour produire les contenus, on



Faire participer les gens à l'identification et à la production des contenus et du matériel de communication : ici une équipe de recherche et des représentants des groupes participants échangent sur les outils de communication à utiliser pour rejoindre d'autres groupes dans la communauté.

pourra utiliser les services des représentants des groupes de participants dans la supervision du processus.

Le prétest du contenu et du matériel

Le prétest est une étape obligée de la production de contenus et de matériel de communication.

Cet essai préliminaire permet d'améliorer la présentation des contenus et les prototypes du matériel de communication, en les soumettant aux représentants des groupes participants afin d'obtenir leurs commentaires avant l'étape finale de la production. Cette étape permet également de s'assurer que le matériel et les contenus sont appropriés aux groupes auxquels ils sont destinés.

Le prétest permet de mesurer la réaction des participants, de réviser les concepts et le matériel de communication ou de revoir la stratégie si elle ne semble pas vouloir mener aux résultats escomptés. Il faut s'assurer que les contenus présentés sont bien compris des participants et que leur présentation facilite les réactions souhaitées.

On doit également savoir si le matériel de communication est bien adapté. Par exemple, après l'essai préliminaire, on voudra peut-être

choisir des illustrations plus réalistes, des textes plus simples ou des images plus claires.

Afin de nous assurer que les contenus et le matériel de communication sont bien adaptés aux groupes de participants, nous pouvons demander à cinq ou six représentants de chaque groupe de donner leur opinion sur les aspects suivants :

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.

Dans certains cas, afin de nous assurer de la justesse et de la précision de l'information présentée, nous pouvons aussi consulter quelques experts. Ceux-ci peuvent être des membres de la communauté (experts en savoirs locaux) comme des spécialistes.

Pour organiser le prétest, on se sert de brouillons ou de prototypes. Dans le cas de films ou de bandes vidéo, les contenus peuvent être présentés dans un texte, à l'aide d'illustrations ou de photos.

ÉTAPE 7

Faciliter les partenariats et réviser la planification

La consolidation de partenariats dans la localité immédiate est un élément clé du succès de la communication participative pour le développement. Ces relations sont difficiles à bâtir pour les intervenants qui ont l'habitude de ne travailler qu'avec leur équipe. La réussite de cette étape exige un changement d'attitude.

Faciliter les partenariats

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

- 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) ;
- des personnes-ressources ou des célébrités locales.

Comme on l'a vu précédemment, l'intervenant cherche d'abord à bâtir une relation de partenariat avec **les groupes de la communauté**. Il cherche à les faire participer à une démarche débutant avec la définition des problèmes et des besoins, pour ensuite fixer des objectifs à atteindre et préparer une stratégie de communication, puis enfin implanter ces activités. Cela demande une volonté d'apprendre à travailler avec un nouveau type de relations entre les intervenants et la communauté.

Ce type de partenariat demande qu'on y consacre des efforts. Les habitudes en matière de communication, forgées par les médias de masse, visent la diffusion de messages, des émetteurs vers les récepteurs. Conséquemment, il se peut que la nouvelle approche, basée sur un principe d'échanges à double voie, prenne un peu de temps à intégrer. De même, l'intervenant, qu'il soit chercheur ou agent de



Utiliser les médias locaux : on voit ici une troupe de théâtre formée par la radio locale. Les pièces sont jouées sur place et rediffusées. Des discussions ont lieu après les représentations. Ici la pièce traite de la multiplicité des interventions de développement dans la communauté et de leur absence de synergie.

développement, est souvent perçu dans les communautés démunies comme un représentant d'une forme ou l'autre d'autorité. Encore ici, le recours à la communication participative, dans lequel on veut privilégier les échanges horizontaux, demande un certain apprentissage de la part des intervenants comme de la communauté.

Un autre type de partenariat à établir est celui avec **les autorités locales**, civiles ou traditionnelles. Dans plusieurs contextes, ce partenariat est nécessaire pour pouvoir travailler librement dans la communauté. Il assurera aussi une meilleure compréhension de l'initiative de développement et permettra d'obtenir le soutien nécessaire à son implantation. Ce partenariat se traduira parfois sous forme de soutien moral, mais quelquefois également sous forme de contributions financières et matérielles aux activités de communication ou à l'initiative de développement poursuivie.

Il existe également un besoin d'établir des partenariats avec **les autres acteurs du développement de la même localité** et parfois même travaillant avec la même communauté : représentants des services techniques des ministères, des organismes communautaires, des projets

et des organismes de développement actifs dans la région, etc. En effet, une initiative de développement ou de recherche particulière ne peut à elle seule appuyer les efforts de développement d'une localité : des efforts sont nécessaires pour sortir de l'habitude de travailler en vase clos lors de projets spécifiques, afin de réaliser des collaborations et des synergies venant renforcer les initiatives mises en œuvre.

Ce partenariat sera utile à l'intervenant entreprenant une relation avec une nouvelle communauté et lui permettra d'acquérir une meilleure connaissance du contexte global et des initiatives de développement en cours. Des collaborations pourront également être développées lors de la définition des problèmes et des solutions potentielles et des synergies pourront même être possibles dans le cas de la réalisation d'activités conjointes.

Il est également particulièrement important que l'intervenant externe ne se substitue pas à ces ressources humaines déjà actives dans la communauté locale et qu'il établisse les conditions pour qu'une réelle collaboration ait lieu. Même si un des membres de l'équipe de recherche ou l'agent de développement est qualifié dans le domaine du problème de développement relevé, il faut encore valider ces connaissances dans le contexte local.

Le partenariat avec **les médias locaux** (stations de radio ou journaux ruraux) et avec les médias traditionnels (conteurs, musiciens, marionnettistes, troupes de théâtre) se situe à l'interface de la communication interpersonnelle et médiatique. Plusieurs intervenants, chercheurs ou agents de développement ne savent pas comment pressentir ces médias ou de quelle façon travailler avec eux. Les coûts posés par ces collaborations sont aussi souvent sous-estimés. Il y a donc lieu de discuter avec les communicateurs locaux au départ de l'intervention et d'explorer les possibilités de partenariat pour l'initiative poursuivie.

Il vaut d'ailleurs mieux chercher à développer de telles collaborations dès l'étape de la planification de l'activité que d'y avoir recours de façon aléatoire. Encore une fois, cela suppose d'établir de nouvelles relations et d'apprendre à travailler d'une autre façon.

Un autre type de partenariats à développer est celui qui fait intervenir des **personnes-ressources locales** détentrices de savoirs, ou possédant un talent particulier (photographes, artistes graphiques, chanteurs,

comédiens, etc.), ou encore des célébrités sportives ou artistiques qui peuvent venir appuyer les activités de communication.

Amener les collaborateurs à participer à la planification de l'initiative de communication

Les partenariats avec les services techniques locaux et les projets et organismes de développement ne se développent pas automatiquement ; ils sont tributaires d'une culture de la collaboration. On cherche à obtenir des échanges à double voie : d'un côté, des personnes-ressources compétentes contribueront aux activités de communication afin de soutenir l'initiative de développement dans leur domaine de spécialisation et, de l'autre, cette collaboration leur permettra souvent de réviser leur approche auprès de certains groupes locaux.

Encore une fois, il faut apprivoiser une nouvelle dynamique de relation. La collaboration est souvent perçue comme une occasion d'offre de service. C'est pourquoi il est préférable d'éviter le terme de « projet » puisque ses connotations sur le terrain évoquent des gains matériels et financiers importants.

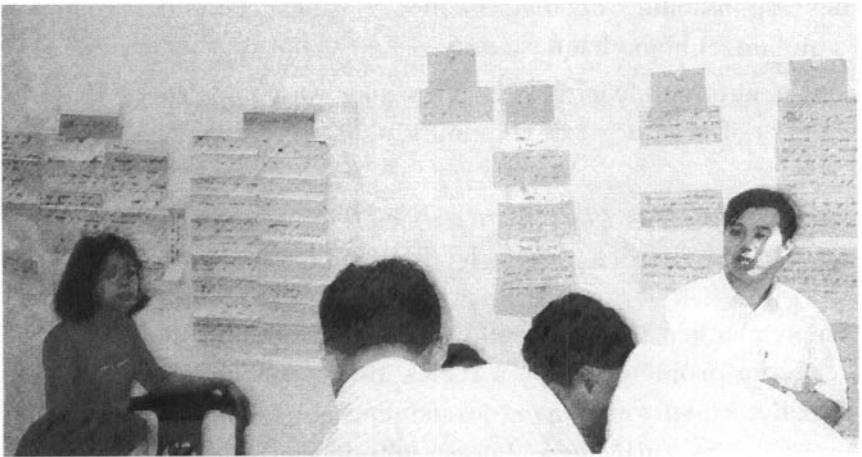
Les partenaires doivent aussi se familiariser avec les rôles joués par l'équipe qui entreprend les activités de communication, et ils doivent bien comprendre les raisons pour lesquelles on les approche. En outre, ils doivent reconnaître les avantages qu'ils peuvent tirer de ce partenariat et connaître les limites des activités de communications. Il faut aussi négocier les conditions qui entoureront la mise en application du partenariat et bien délimiter le rôle de chacun des partenaires avant de commencer à travailler. Enfin, il faut établir un contact avec les partenaires pendant l'étape de la planification afin que les points de vue de chacun puissent être intégrés dans la préparation et l'implantation des stratégies choisies. Les différents aspects de la stratégie de communication (les objectifs, l'approche privilégiée, les ressources techniques et financières requises) doivent aussi être révisés avec chaque personne-ressource. À cette étape, on peut également établir les possibilités de contribution des partenaires (par exemple leur participation à certaines activités ou encore des ressources matérielles : essence, rafraîchissements, cassettes, etc.).

Le but de cette étape n'est pas de chercher à obtenir la contribution ponctuelle des personnes-ressources, mais plutôt de les amener à participer à titre de collaborateurs dans l'initiative globale. Il est important d'engager ces collaborations dès le départ de l'intervention pour convaincre les partenaires potentiels à participer à l'élaboration de la stratégie de communication et aux discussions qui y ont trait. Cela est particulièrement important lorsqu'il s'agit de représentants des services gouvernementaux, des médias ou des personnes-ressources qu'on veut attirer comme collaborateurs dans l'initiative de développement.

La médiation

Dans certains cas, les partenariats viennent appuyer l'initiative à mettre en œuvre et appuyer la résolution d'un problème précis. Dans d'autres, ils sont le fruit d'une intermédiation.

Il est souvent nécessaire de prendre en considération des problèmes qui ne relèvent pas directement du mandat du chercheur ou de l'agent de développement, mais qui sont soulevés au cours du processus participatif. Par exemple, une équipe travaillant sur la fertilité des sols pourra être aux prises avec le problème d'accès aux facilités de crédit pour les fermiers. D'autres équipes travaillant sur les problèmes liés à l'eau devront faire face à des problèmes de santé et d'hygiène. Enfin,



Le développement des plans de communication : les intervenants doivent établir ces plans avec les membres de la communauté et discuter avec eux des activités de communication qui seront mises en œuvre pour appuyer l'initiative communautaire.

presque tout le monde – indépendamment des conditions négociées avec la communauté au début du processus – se trouvera aux prises avec le problème des ressources matérielles, vu le contexte de pauvreté dans lequel nous travaillons.

C'est pourquoi la médiation avec les institutions devient une partie importante du travail à accomplir. Par exemple, sans trop s'éloigner de leur mandat, les intervenants en fertilité des sols, aux prises avec le problème des facilités de crédit, peuvent tenter de faire intervenir d'autres ressources ou de mettre les fermiers directement en contact avec les représentants des institutions de crédit pour discuter du problème et tenter d'y trouver des solutions. Ou encore l'intervenant qui se retrouve avec un problème de ressources matérielles peut mettre la communauté en contact avec un organisme de développement ou un service technique approprié.

ÉTAPE 8

Établir un plan de suivi et de mise en œuvre

Le développement d'un plan de suivi et de mise en œuvre 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.

Il peut être utile ici de réviser les étapes préliminaires du développement de la stratégie de communication.

Le problème cerné ou le but à atteindre et l'initiative de développement à entreprendre

En premier lieu, les intervenants et les membres de la communauté ont cerné un problème précis à régler. Ils ont ensuite déterminé une initiative à mettre en œuvre (des solutions potentielles à expérimenter ou une série d'activités à réaliser) afin de s'attaquer à ce problème. Ou encore ils ont fixé un objectif collectif à atteindre, ainsi que les activités à mener pour l'atteindre.

Groupes spécifiques

Une liste des groupes communautaires, preneurs de décisions et autres intervenants concernés par le problème ou pouvant être engagés dans l'initiative à mettre en œuvre pour le résoudre a d'abord été dressée. À partir de cette liste, certains groupes spécifiques ont été désignés en priorité. Ce sont les groupes spécifiques qui participeront au processus de communication participative.

Besoins et objectifs de communication

Les besoins de chacun de ces groupes en termes de communication, de sensibilisation, d'apprentissage de nouvelles connaissances ou d'habiletés, etc., ont été inventoriés et classés par ordre de priorité. À partir de ces besoins, les intervenants et les membres des groupes spécifiques concernés ont fixé les objectifs de communication à atteindre, afin d'appuyer l'initiative de développement à mettre en œuvre.

Première version du plan de suivi et de mise en œuvre

À ce point, afin de planifier la séquence des activités de communication et leur suivi, ainsi que de déterminer les champs de responsabilités, on peut organiser les choix effectués à l'intérieur d'une grille comme celle-ci :

Objectif de communication	Activités	Outils de communication	Matériel requis	Personnes-ressources	Budget prévu	Période d'implantation
1.	1.1					
	1.2					
	1.3					
	1.4					
2.						

On remarquera que chaque activité est reliée à un objectif précis devant être atteint par les groupes spécifiques. :

Seconde étape

On peut maintenant remplir cette grille en ajoutant :

- l'ordre et la séquence des activités;
- le moment prévu, la durée, les détails concernant la date, l'heure et le lieu de chaque activité;
- les individus responsables de chacune des activités;
- les partenaires, les personnes-ressources ou les personnes invitées qui y participeront;
- les besoins matériels (par exemple la location d'une salle, des chaises, un projecteur, etc.)
- les besoins financiers prévus dans le budget (par exemple le coût de l'essence pour se rendre sur place).

Ce tableau pourra être utilisé pour planifier l'ensemble des activités avant leur mise en œuvre, ou encore pour en assurer le suivi. Il permettra alors de s'assurer que les activités ont été menées de la manière prévue et de réviser, le cas échéant, la planification des activités à suivre.

Objectif de communication	Activités (par ordre de réalisation)	Outils de communication	Matériel requis	Personnes-ressources	Autres participants	Budget prévu
1.	1.1					
	1.2					
	1.3					
	1.4					
2.						

Période d'implantation	Lieu	Personne responsable	Observations			
1.	1.1					
	1.2					
	1.3					
	1.4					
2.						

Établir un échéancier

La préparation de ce plan de suivi et de mise en œuvre des activités nous amène à fixer la période de temps au cours de laquelle les activités se dérouleront.

Il est important d'établir un calendrier réaliste pour les activités : entrer en contact avec les communautés locales, approfondir la connaissance du problème, planifier les activités de communication, les mener à terme et en évaluer les résultats sont des étapes demandant un temps considérable qui est souvent sous-évalué.

Cet échéancier doit aussi être en accord avec trois autres calendriers :

- La période de disponibilité (quotidienne ou saisonnière) des groupes communautaires avec lesquels l'intervenant désire travailler ;
- L'agenda des experts techniques engagés dans chacune des activités ;
- Les périodes de disponibilité des intervenants eux-mêmes (équipes de recherche ou agents de développement).

Par conséquent, il y a plusieurs éléments qui doivent être pris en ligne de compte :

- Le moment prévu pour chaque activité ;
- La disponibilité des participants et des personnes-ressources ;
- La disponibilité de l'intervenant ;
- La disponibilité du matériel et de l'équipement requis.

Il ne faut pas oublier que, dans un contexte où les moyens de transport et de communication sont difficiles d'accès et où les ressources matérielles se font rares, les activités les plus modestes prennent beaucoup plus de temps à réaliser que l'on ne l'avait prévu au départ. Lorsqu'on doit coordonner une série d'activités qui impliquent un certain nombre de partenaires, les choses peuvent devenir très complexes. Ainsi, il est préférable à ce niveau de poursuivre des ambitions plus modestes à l'intérieur de la période de temps prévue pour l'intervention.

Le budget de soutien

À l'étape de la préparation du budget requis pour la stratégie de communication et chacune de ses activités, il faut d'abord considérer la notion de coût. Au lieu de produire un budget imposant, on cherchera plutôt à limiter les dépenses nécessaires et à encourager les groupes de participants à participer au soutien des activités.

Cette étape va de pair avec les commentaires formulés plus haut, concernant la manière de présenter une initiative de recherche ou de développement à une communauté locale et le recours à d'autres termes que celui de « projet ». Il est important que les groupes communautaires engagés dans le processus participent à rassembler les moyens d'expérimenter ou de mettre en œuvre l'initiative retenue. Sans cette collaboration, l'initiative mise en œuvre demeure toujours celle de « quelqu'un d'autre ».

Préparer le budget

La préparation du budget peut se faire en plusieurs étapes :

En premier lieu, on recense les ressources humaines et matérielles nécessaires à la réalisation de chaque activité. Cela inclut les personnes-ressources et les ressources matérielles, l'équipement et le matériel requis, la quantité d'essence nécessaire pour le déplacement des véhicules (visites et rencontres, déplacements des personnes-

ressources) et le matériel à utiliser (pellicules photos, papier d'imprimante, encre, peinture pour les affiches, etc.).

La participation des personnes-ressources ne devrait pas entraîner des dépenses supplémentaires dans le budget sauf pour les déplacements vers le lieu des activités. Cela étant dit, dans certains pays les personnes-ressources œuvrant dans certains secteurs (incluant les fonctionnaires postés en milieu rural) gagnent un salaire si maigre qu'il peut être justifié de leur offrir une compensation pour leur participation même si, en théorie, cela fait partie de leur mandat. Il s'agit de situations au cas par cas : la compensation ne devrait pas être automatique.

En ce qui a trait aux ressources matérielles, on doit d'abord se renseigner : quel matériel peut-on emprunter, qu'aurons-nous besoin d'acheter, que pouvons-nous fabriquer ? On peut alors distinguer les activités qui entraîneront des frais supplémentaires.

En second lieu, on peut réviser chacun de ces besoins, évaluer leur importance et se demander s'il y a une solution de rechange ; certaines dépenses peuvent également être évitées. Par exemple, la location de chaises ou la distribution de breuvages lors d'une réunion avec les membres participants ne constituent peut-être pas des besoins essentiels. Qu'il s'agisse du développement de plusieurs pellicules photo pour documenter une seule activité particulière, ou de la distribution d'allocations de participation, on peut la plupart du temps cerner les dépenses qu'on peut réduire ou éliminer.

En troisième lieu, on recense les besoins dont les coûts peuvent être entérinés par l'organisation du chercheur ou de l'agent de développement, par le budget mis à la disposition des intervenants ou par les contributions des partenaires et collaborateurs. Certains frais peuvent être couverts par la communauté ou les agences locales ou par les participants aux activités de communication. Par exemple, les participants peuvent préparer une collation et le maire ou le préfet peut mettre une salle de rencontre à la disposition des activités de communication. Il est important que les partenaires locaux participent au budget : même une contribution modeste ou symbolique donnera aux participants et aux personnes-ressources un sentiment d'appropriation de l'activité. Ils ne se verront plus comme les bénéficiaires ou comme des participants ponctuels au projet.

Enfin, on évalue les dépenses liées aux ressources matérielles nécessaires à chaque activité en mesurant encore une fois leur importance. À ce point, on devra souvent retourner à la planification des activités et revoir les choix effectués selon les ressources financières qu'il aura été possible de rassembler.

ÉTAPE 9

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

À quoi sert l'évaluation ?

Durant la phase de mise en œuvre de la recherche ou de l'initiative de développement indiquée en début du processus, la composante communication met l'accent sur l'implantation, le suivi et l'évaluation de la stratégie de communication et sur la documentation du processus de recherche ou de développement participatif.

En ce qui concerne le suivi et l'évaluation, la première activité consiste à établir un plan de suivi et une grille d'évaluation pour l'ensemble des intervenants. Cependant, au-delà des outils utilisés, c'est la manière dont les intervenants approcheront le processus d'évaluation avec leurs partenaires de la communauté qui viendra déterminer la pertinence réelle de ces activités. Il s'agit en fait d'en faire une expérience d'apprentissage pour chacun et non une activité de contrôle extérieur.

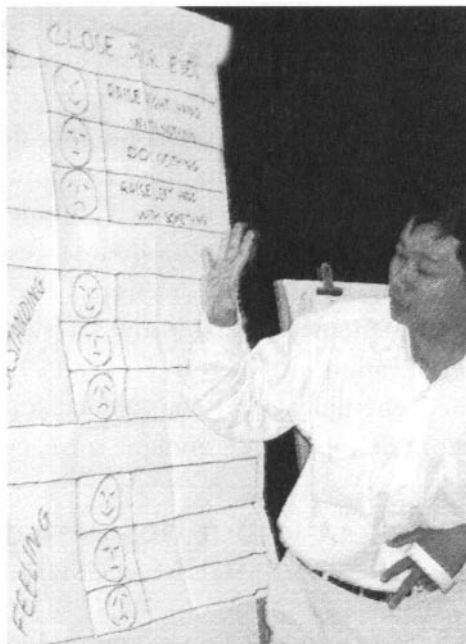
L'évaluation peut être définie comme un jugement formulé à partir de renseignements recueillis. Il y a deux raisons principales qui motivent les activités d'évaluation :

- Savoir si l'on est sur la bonne voie ou si l'on devra ajuster le tir durant l'implantation des activités de communication ;

- Savoir si l'on a atteint les objectifs fixés au départ et si les résultats des activités ont eu des répercussions sur le problème cerné au tout début du processus.

Ainsi, **pendant la phase d'implantation**, l'évaluation nous permet de :

- 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.



Mesurer le degré de participation, de compréhension et de confort des participants : des techniques simples d'évaluation permettent de tirer des leçons des activités mises en œuvre et d'améliorer leur efficacité.

Ce type d'évaluation s'effectue normalement en même temps que les activités de suivi, grâce auxquelles il est possible d'inscrire le progrès des activités et le taux de participation. En fait, la plupart du temps, ces deux activités sont jumelées en une seule puisqu'elles peuvent être menées suivant un même processus.

À la fin du processus, l'évaluation permet :

- De déterminer si nous avons atteint nos objectifs et, si oui, dans quelle mesure.
- D'évaluer les retombées de nos activités sur le problème ou sur l'initiative de développement retenue au départ.
- De tirer des leçons de l'expérience, de trouver des façons d'en améliorer le résultat et de formuler des recommandations pour les activités futures.

Lors des activités de communication participative, il est utile d'intégrer ces éléments à un processus continu de suivi et d'évaluation.

De plus, la mesure des retombées des activités de communication sur le problème de développement cerné au départ ou sur l'initiative mise

en œuvre pour le résoudre, est souvent complexe. Il faut d'abord considérer la définition du développement que nous voulons voir actualisée, en termes tant de processus que de transformations observables. Il faut aussi considérer la période de l'intervention. La plupart des changements induits par la communication participative pour le développement – en termes d'attitude et de comportement, de taux de participation, d'acquisition et de mise en pratique de nouvelles connaissances – prennent du temps à être intégrés. En outre, la plupart des changements ne dépendront pas seulement de la seule variable communication et pourront être rattachés à plusieurs autres facteurs. Il peut être utile, à cette étape, d'établir des paramètres précis qui permettront de repérer, en quelque sorte, ces changements.

Quel est le but des activités d'évaluation ? À qui serviront les résultats ?

L'information que l'on peut tirer des activités d'évaluation peut servir à différents partenaires :

- Tous ceux qui ont participé au développement de la stratégie de communication : ces renseignements sont essentiels aux intervenants, aux groupes communautaires et autres partenaires engagés dans le processus ; l'information générée par les activités d'évaluation les aidera à mener leur projet à terme et à constater, à la fin des activités, les résultats accomplis et les leçons à retenir pour les activités futures.
- Les membres de la communauté, et en particulier les autorités et les représentants des services techniques : ces renseignements les aideront à mieux endosser leurs responsabilités.
- Les organisations subventionnaires (organismes locaux ou agences de développement de l'extérieur) : ceux qui contribuent financièrement ou matériellement à ces activités de développement veulent savoir si leur investissement a aidé à atteindre les objectifs fixés.
- Le public ou la communauté du développement : les informations fournies par les activités d'évaluation peuvent intéresser d'autres groupes communautaires, partenaires de développement et commanditaires potentiels. À l'échelle nationale, ils peuvent servir à annoncer publiquement les résultats à d'autres groupes communautaires ainsi qu'à l'ensemble de la population.

Qui participe à ces étapes ?

Lorsqu'on parle d'évaluation, on pense généralement à un expert qui vient de l'extérieur pour préparer un rapport basé sur sa collecte de données et ses observations générales sur le terrain. Les organismes subventionnaires qui veulent savoir si leur argent a été bien investi ont généralement recours à ce type d'évaluation.

Par contre, dans le contexte de la communication participative pour le développement, il peut être plus utile d'entreprendre un processus d'évaluation concernant les participants aux activités. Les activités de communication participative sont conçues de façon à faciliter la participation des groupes locaux aux initiatives mises sur pied afin de les aider à obtenir de meilleures conditions de vie ou à améliorer celles qui existent déjà. Il est donc normal que les participants puissent avoir une compréhension de l'approche utilisée et apprécier ses résultats.

Dans cette approche, ce sont les intervenants, les membres des groupes communautaires et les autres parties prenantes engagés dans les activités qui, ensemble, mènent à terme le processus d'évaluation.

L'approche participative n'empêche pas de faire appel à une ressource spécialisée qui pourra faciliter le processus, préparer les outils de collecte de l'information, faire la synthèse des points de vue des uns et des autres et rédiger un rapport de l'évaluation. Tout au contraire, cet apport se révélera souvent nécessaire. Néanmoins, les participants doivent demeurer responsables du processus dans son ensemble, la ressource spécialisée en étant le facilitateur seulement.

Cette approche n'empêche pas non plus d'avoir recours à d'autres types d'évaluation extérieure pour mesurer certains aspects particuliers; on peut ainsi demander à une ressource externe d'approfondir certains points précis abordés par l'évaluation participative ou d'en valider les résultats.

Quels sont les éléments à évaluer ?

L'approche d'évaluation présentée ici s'inscrit dans un processus évolutif et continu, intégré à la mise en œuvre du processus de communication participative. On cherche ainsi à aborder tant les aspects que

nous voudrions évaluer à la fin de l'activité que ceux que nous voulons mesurer pendant la phase d'implantation.

Il est difficile d'évaluer tout ce qui s'est fait depuis le début jusqu'à la fin de l'initiative. Il vaut mieux être sélectif et ne choisir de garder que ce qui est essentiel. Afin de faire de bons choix, il faut trouver, entre toutes les questions d'évaluation, celles auxquelles nous devons fournir des réponses. On peut considérer trois niveaux d'évaluation :

- Le processus : l'ensemble de ce qui a été accompli depuis le tout début de l'initiative (planification et implantation des activités) ;
- Les résultats des activités de communication ;
- L'effet observable des activités sur le problème cerné au départ ou sur l'initiative de développement : les résultats contribuent-ils à la résolution du problème cerné au départ? Soutiennent-ils l'initiative de développement?

Pour chacun de ces trois niveaux, on peut ensuite :

- Dégager les éléments à évaluer et formuler les questions auxquelles nous devons fournir une réponse ;
- Repérer l'information requise pour répondre à ces questions ;
- Dégager une procédure pour répondre à ces questions.

Comment planifier une évaluation participative ?

La première étape consiste à formuler les questions d'évaluation par voie de discussion avec toutes les personnes engagées dans la stratégie de communication : équipe de recherche ou agent de développement, partenaires locaux, personnes-ressources et groupes participants. Il faut donc réfléchir à un processus de sélection d'informations, c'est-à-dire préparer une liste des éléments sur lesquels nous voulons pouvoir émettre une opinion et formuler les éléments en question.

La seconde étape consiste à repérer l'information requise pour répondre à ces questions.

Enfin, en troisième lieu, on repère les sources d'information potentielles.

Ce travail est exigeant. Il est recommandé de faire appel à une personne-ressource qui permettra d'animer les débats de façon efficace. Au cours des discussions, on devra aussi s'assurer que chaque

personne a la chance d'exprimer librement son point de vue. Enfin, il est utile de répartir les tâches entre les participants (évaluation du degré d'atteinte des objectifs, collecte d'information, etc.) et de déléguer les responsabilités.

Exemples de questions d'évaluation liées au processus de communication participative

Voici quelques exemples de questions qui peuvent être utiles, en les adaptant à votre propre contexte. Ces questions, qui évaluent la stratégie de communication qui vient appuyer l'initiative de développement mise en œuvre, peuvent également être reformulées de manière à contribuer à l'évaluation de cette dernière.

On peut aussi utiliser ces questions pour réviser la planification de la stratégie de communication avec ses partenaires.

Q.1 DE FAÇON GÉNÉRALE, LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION EST-ELLE APPROPRIÉE AU PROBLÈME DE DÉVELOPPEMENT CERNÉ ?

Information requise :

Est-ce que les activités de communication :

- Appuient l'initiative de développement visant la résolution d'un problème dans la communauté ?
- Renforcent les efforts entrepris par les groupes communautaires ou les partenaires concernés ?
- Répondent aux attentes des groupes communautaires et des partenaires ?

Sources d'information potentielles :

- Révision des plans de la stratégie de communication
- Discussion avec les groupes communautaires et les partenaires engagés dans l'initiative de développement

Q.2 LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION QUI SOUTIENT L'EFFORT DE DÉVELOPPEMENT VISE-T-ELLE LES BONS OBJECTIFS ?

Information requise :

- Les membres de la communauté considèrent-ils que ce problème est important ?
- Les causes du problème ont-elles été analysées ?
- Quelles sont les chances de succès de l'initiative ?

Sources d'information potentielles :

- Discussions avec les agences de services techniques compétents au sein de la communauté
- Discussions avec les résidants locaux
- Documentation et statistiques disponibles sur ce problème
- Dans certains cas, des photographies ou des illustrations qui documentent le problème

Q.3 LES GROUPES COMMUNAUTAIRES ENGAGÉS DANS LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION SONT-ILS LES PLUS TOUCHÉS PAR LE PROBLÈME EN QUESTION OU PAR L'ACTION DE DÉVELOPPEMENT MISE SUR PIED ?

Information requise :

- Ces groupes ont-ils été circonscrits selon un ensemble de caractéristiques communes ?
- Représentent-ils les individus les plus touchés par le problème, ou ceux qui sont le plus enclins à contribuer à la solution du problème ?
- Les conditions sociales et géographiques permettront-elles un accès régulier à la communauté pour les intervenants ?

Sources d'information potentielles :

- Discussions avec les agences de services techniques compétents de la communauté
- Discussions avec les résidants locaux

- Révision de la planification des activités de communication
- Documentation sur les activités de communication (rapport d'activités, cahier de notes hebdomadaire)

Q.4 LA COMMUNAUTÉ PARTICIPE-T-ELLE ACTIVEMENT AUX ACTIVITÉS DE COMMUNICATION ?

Information requise :

- Y a-t-il plusieurs partenaires engagés dans les activités ?
- Des partenariats locaux ont-ils été mis en place avec :
 - a) les agences de services techniques ;
 - b) les autorités ;
 - c) les médias ;
 - d) d'autres personnes-ressources ?
- Les partenaires investissent-ils leurs propres ressources matérielles, humaines ou financières dans l'initiative ?
- Les groupes communautaires participent-ils activement aux activités de communication ?
- L'initiative de développement a-t-elle été élaborée conjointement avec tous les participants concernés, et en réponse à une demande provenant de la communauté même ?
- Des mesures ont-elles été prises afin de s'assurer que le chercheur ou l'agent de développement ne se substitue pas aux services techniques compétents issus de la communauté ?

Sources d'information potentielles :

- Révision des modes de coopération avec les partenaires du projet
- Discussions avec tous les participants

Q.5 LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION FIXÉS SONT-ILS LES PLUS APPROPRIÉS ?

Information requise :

- Les objectifs ont-ils été fixés selon les besoins des groupes participants ?

- Ont-ils été formulés en termes de résultats escomptés?
- Sont-ils réalistes et appropriés aux conditions locales?
- L'atteinte des objectifs visés par la stratégie de communication devrait-elle contribuer au succès de l'initiative de développement?

Sources d'information potentielles :

- Révision de la documentation de planification
- Discussions avec les partenaires et les groupes communautaires participants

**Q.6 LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION
EST-ELLE BIEN ARTICULÉE ?**

Information requise :

- Chaque activité correspond-elle à un objectif à atteindre?
- Les activités regroupées pour un même objectif contribuent-elles à sa réalisation?
- A-t-on tenu compte des caractéristiques de chacun des groupes lors de l'élaboration de ces activités?
- Les activités se déroulent-elles comme prévu?
- Les membres des groupes communautaires, les partenaires et les personnes-ressources participent-ils à ces activités?
- L'horaire et le calendrier des activités ont-ils été établis selon la disponibilité des groupes communautaires concernés et des autres partenaires?

Sources d'information potentielles :

- Révision des documents de planification de la stratégie de communication
- Comparaison entre le nombre d'activités prévues et le nombre d'activités menées à terme, la durée et le moment prévus et la durée et le moment de la réalisation
- Nombre record de participants à chaque activité
- Participation efficace des partenaires aux activités
- Observations sur l'évolution et le progrès de chaque activité

Q.7 JUSQU'À QUEL POINT LES ACTIVITÉS DE COMMUNICATIONS SONT-ELLES PARTICIPATIVES ?

Information requise :

- Les groupes communautaires et les partenaires ont-ils participé à la planification de l'initiative ?
- Les participants s'expriment-ils librement et fréquemment au cours des activités de communication ?
- Les personnes qui travaillent sur le terrain et les personnes-ressources aident-elles les participants à s'exprimer ?
- Pendant les rencontres, chaque personne a-t-elle l'occasion de parler et de s'exprimer ?

Sources d'information potentielles :

- Révision des documents de planification de la stratégie de communication
- Discussions avec les groupes communautaires participants et les autres partenaires
- Observations notées au cours des activités

Q.8 LES OUTILS DE COMMUNICATION SONT-ILS APPROPRIÉS AUX GROUPES COMMUNAUTAIRES CONCERNÉS ET AUX OBJECTIFS DE COMMUNICATION FIXÉS ?

Information requise :

- Quels sont les médias, le matériel et les moyens de communication communautaires employés ?
- A-t-on considéré la façon de les utiliser :
 - Pour sensibiliser des membres de la communauté à un problème de développement ;
 - Pour faciliter l'acquisition de nouvelles connaissances ;
 - Pour illustrer une attitude ou un comportement particulier ;
 - Pour expliquer une solution potentielle à un problème particulier ;
 - Pour que les participants puissent exprimer plus aisément leurs points de vue ;

- Pour animer un débat sur les points de vue des groupes spécifiques et des partenaires techniques;
- Pour faire le suivi de l'initiative de développement;
- Pour aider les autorités ou les partenaires techniques à mieux comprendre les circonstances dans lesquelles vivent ces groupes communautaires;
- Pour documenter la planification et la mise en place de la stratégie de communication et de l'initiative de développement;
- Pour d'autres objectifs?
- Les groupes communautaires comprennent-ils bien le contenu et les messages des activités?
- Le matériel communicationnel est-il bien adapté aux groupes participants?
- Les outils de communication sont-ils efficaces?
- Les moyens de communication utilisés conviennent-ils aux groupes communautaires et aux réalités locales?
- Le matériel est-il disponible lorsque c'est nécessaire, et en bonne quantité?

Sources d'information potentielles :

- Révision des documents de planification de l'initiative de communication
- Essai préliminaire du contenu communicationnel et du matériel
- Observations sur l'utilisation des outils et du matériel de communication

Q.9 LES CHOIX FORMULÉS AU DÉBUT DU PROJET CONCERNANT LA PRÉPARATION ET L'IMPLANTATION DES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION SONT-ILS TOUJOURS APPROPRIÉS ?

Information requise :

- Les participants jouent-ils tous leur rôle de façon satisfaisante?
- Les ressources matérielles sont-elles disponibles en quantités suffisantes? Sont-elles bien adaptées aux activités?

- Les choix initiaux concernant les groupes spécifiques, les objectifs à atteindre et les activités à entreprendre sont-ils toujours pertinents aux besoins inventoriés ?

Sources d'information potentielles :

- Suivi et évaluation des activités
- Révision du budget
- Révision des documents de planification et discussions avec les partenaires et les groupes communautaires

Q.10 LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION ONT-ILS ÉTÉ ATTEINTS, ET DANS QUELLE MESURE ?

Information requise :

Cette information variera selon les objectifs en question. Dans chaque cas, nous devons d'abord détenir les renseignements nécessaires qui nous permettront de savoir si oui ou non les objectifs ont été atteints, et dans quelle mesure. Par exemple :

Objectifs concernant l'acquisition de connaissances et d'informations ou le développement d'attitudes :

- La capacité des groupes communautaires à fournir des réponses adéquates à l'analyse d'une situation donnée
- La comparaison des réponses (information ou attitude) fournies avant et après l'activité de communication

Objectifs concernant le développement des compétences :

- La capacité des groupes communautaires à démontrer ces compétences ou habiletés
- La capacité d'appliquer à la résolution d'un problème certaines connaissances ou habiletés nouvellement acquises

Objectifs concernant la participation à l'initiative de développement :

- La participation efficace des groupes communautaires à l'initiative de développement
- La documentation des différentes formes de participation

Sources d'information potentielles :

- Acquisition de connaissances : ces renseignements sont généralement dégagés de discussions, de tests ou d'entrevues informels
- Attitudes et compétences : observations, résolution de problèmes ou participation à une activité concrète
- Participation à l'initiative de développement : documents pertinents, statistiques; dans certains cas, des photographies ou des enregistrements vidéo montrant les retombées de l'initiative mise en œuvre

Q.11 LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION PEUT-ELLE AVOIR DES CONSÉQUENCES ?

Information requise :

- Les activités de communication contribuent-elles à trouver des solutions aux préoccupations des participants ?
- Aident-elles les participants à contribuer à la résolution du problème cerné au début du processus ?
- Y a-t-il eu plusieurs conséquences inattendues ou des résultats imprévus ?

Sources d'information potentielles :

- Observations
- Indications fournies par les groupes communautaires et les partenaires
- Succès de l'initiative de développement

Q.12 DOIT-ON...

- Poursuivre avec la stratégie de communication telle qu'elle a été planifiée ?
- Y apporter des changements ?
- Mettre fin au processus ?

Documentation des activités

La documentation des activités de communication et des activités liées à la mise en œuvre de l'initiative de développement est complémentaire

aux activités de suivi et d'évaluation. Elle permet également de constituer une mémoire de l'intervention.

Il s'agit de compiler dans un compte-rendu tout ce qui aura été accompli au cours de l'initiative. Ce document doit aussi rappeler les difficultés rencontrées et les solutions trouvées. C'est ce que nous appelons l'activité de documentation. Une façon de procéder est de remplir un cahier de notes hebdomadaires, une espèce de « carnet de bord », dans lequel on inscrit les réflexions sur les événements qui se sont déroulés au cours de la semaine, les observations de suivi, ainsi que des commentaires personnels. On peut aussi rédiger sous forme de fiche un rapport sur chacune des activités et leur suivi et les compiler.

On peut également adopter d'autres façons de documenter les activités : un album photo, par exemple, qui illustre les activités avec des notes et des commentaires accompagnant chaque image, ou une collection de bandes vidéo sur chaque activité, etc.



Planifier l'utilisation des résultats : il peut s'agir de faire connaître l'information à différents groupes et de recueillir leurs réactions, d'élargir le processus mis en œuvre, de cibler d'autres communautés, ou encore de construire des plaidoyers. Encore une fois, la participation communautaire doit être assurée dans cette étape.

ÉTAPE 10

Mettre au point une stratégie d'utilisation des résultats

Au terme du cycle de recherche participative ou de développement participatif, les membres des communautés et les intervenants évaluent ensemble les résultats de l'expérimentation ou, selon les cas, de l'implantation. Quelquefois le jugement d'évaluation renvoie à la redéfinition du problème ou encore à la révision de la planification de l'intervention. Autrement, lorsque les résultats sont positifs, l'étape suivante porte soit sur le partage de ces résultats avec d'autres communautés ou d'autres groupes d'intervenants, soit sur des efforts de mise à échelle.

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. On peut vouloir ainsi élargir le processus à d'autres groupes de la même communauté ou encore à d'autres communautés; on peut aussi désirer élargir la portée de l'intervention et reprendre le même processus sur une échelle plus large, incluant un plus grand nombre de communautés; ou encore on peut vouloir utiliser les connaissances ou les résultats produits à l'échelle communautaire pour influencer les politiques régionales ou nationales ou encore accroître le réseautage avec d'autres organisations.

Ces deux types d'activités introduisent un nouvel exercice de planification, centré cette fois sur une stratégie d'utilisation des résultats. Il ne s'agit pas ici de simplement diffuser des connaissances ou des résultats à d'autres partenaires mais également 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.

La première étape consiste à fixer le ou les buts à atteindre. Les intervenants, membres de la communauté et partenaires associés, pourront

ensuite utiliser le même déroulement logique que dans les étapes antérieures en se posant les questions suivantes :

Le problème à résoudre ou le but à atteindre par l'activité de recherche ou de développement :

- Quelles sont les connaissances pertinentes à dégager de l'activité de recherche ou de développement?

Les groupes spécifiques touchés par le projet :

- Outre les participants, à qui pourraient servir les résultats ou les connaissances tirés de l'initiative de développement dans la communauté?
- Quelles sont les stratégies de communication appropriées pour atteindre ces individus ou ces groupes?
- Quels sont les moyens de communication et les outils appropriés pour les rejoindre?

Les besoins de communication :

- Quels sont les besoins en termes d'information et de communication?
- Quels seront les besoins en termes d'utilisation des connaissances et des résultats?

Objectifs :

- Quels devraient être les objectifs des activités de partage de connaissances ou de mise à échelle pour chacun des groupes visés?

Si elles sont posées au tout début des activités, ces questions nous permettent d'amener dès le début des représentants des groupes circonscrits à participer à l'activité de recherche ou de développement. Cela renforce considérablement les activités futures de partage des connaissances et des résultats et de mise à l'échelle.

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.

Quelques commentaires additionnels

Pour conclure cette seconde partie du guide, voici quelques commentaires sur les aspects organisationnels associés à l'utilisation du modèle présenté, ainsi que sur certains aspects opérationnels liés au mode de gestion des organisations subventionnaires.

Aspects organisationnels

Le modèle de communication participative pour le développement présenté dans ce guide peut demander de revoir la culture organisationnelle à laquelle se réfèrent les intervenants. En effet, la participation doit exister également à ce niveau. Si toutes les décisions sont prises par le directeur ou le chef d'équipe, sans participation au processus de prise de décision par les membres de l'équipe de recherche ou les agents de développement membres de l'organisation, il peut être assez difficile d'amener ceux-ci à faciliter la communication participative dans des communautés où ils interviennent.

Le changement d'attitudes impliqué dans l'utilisation de la communication pour faciliter un processus de développement participatif a son corollaire au niveau de l'organisation ou de l'équipe qui mène ce processus. La participation dans la prise de décision et le partage de l'information sont aussi importants à l'intérieur de l'organisation à laquelle se rattachent les intervenants qu'au niveau communautaire.

Une autre condition pour l'utilisation efficace du modèle de communication participative est sa compréhension tant par les intervenants que par les membres des communautés et les autres partenaires associés aux efforts de recherche ou de développement. Cela demande de prévoir, au niveau de l'organisation, des activités de formation dans le processus de communication participative pour le développement et des habiletés associées à un tel processus : la capacité d'écouter, de faciliter la prise de parole, d'établir une relation avec une communauté locale, etc.

Aspects opérationnels liés au mode de gestion des organisations subventionnaires

AU DÉBUT D'UNE INTERVENTION

La mise en œuvre d'un processus de communication participative rencontre les mêmes contraintes que le processus participatif qu'il vient appuyer et soutenir. Cela demande du temps, des ressources et des modalités qui dépendent souvent d'une négociation avec les organismes subventionnaires concernés.

Chez la plupart des organismes subventionnaires, l'aide financière à une intervention de développement vient après analyse et appro-

bation d'une proposition formelle de recherche ou de projet de développement. Pour atteindre l'étape d'approbation, ces propositions doivent bien sûr être complètes : le problème de développement doit être bien défini et justifié, les objectifs établis avec précision et les activités détaillées. Le budget de l'intervention doit également être précisé.

Bien que certains organismes soient en train de réviser ce processus et de promouvoir une orientation en termes de programmes plutôt que de projets, dans la plupart des cas, telle est la situation avec laquelle il faut composer. Or comment mettre en œuvre un processus participatif dans un tel contexte ? Si l'on veut que les membres des communautés dans lesquelles on se prépare à intervenir participent à l'identification et à la planification des interventions, encore faut-il mettre en place les moyens de les associer : cela demande temps et ressources.

Il faut appuyer les efforts visant à mettre à l'agenda des organismes subventionnaires la discussion des modalités de gestion et d'appui financier. En attendant, deux mesures peuvent être proposées à un organisme subventionnaire afin de permettre cette participation de la base à toutes les phases d'une intervention de développement. La première modalité consiste à développer une proposition en deux phases, dont la première visera à préciser et planifier l'intervention avec l'ensemble des participants. La seconde modalité – en fait un choix de seconde catégorie – est d'inclure dans la proposition une activité préliminaire qui assurera sa révision après financement, par l'ensemble des participants. On est cependant lié à cette étape par les contraintes de temps et de budget.

DURANT L'INTERVENTION

La participation entraîne le changement. Un processus de recherche ou de développement participatif ne peut être mené de la même manière que la construction d'une route : à mesure que la participation est facilitée, que les consensus se développent et que les décisions se prennent, les prévisions changent. C'est pourquoi il s'agit toujours d'un processus itératif et l'on doit se garder la possibilité de modifier ce qui a été prévu au départ afin de mieux atteindre les objectifs fixés.

Ceci doit également être discuté avec les organismes subventionnaires concernés, puisque la culture de gestion traditionnelle consistait en la

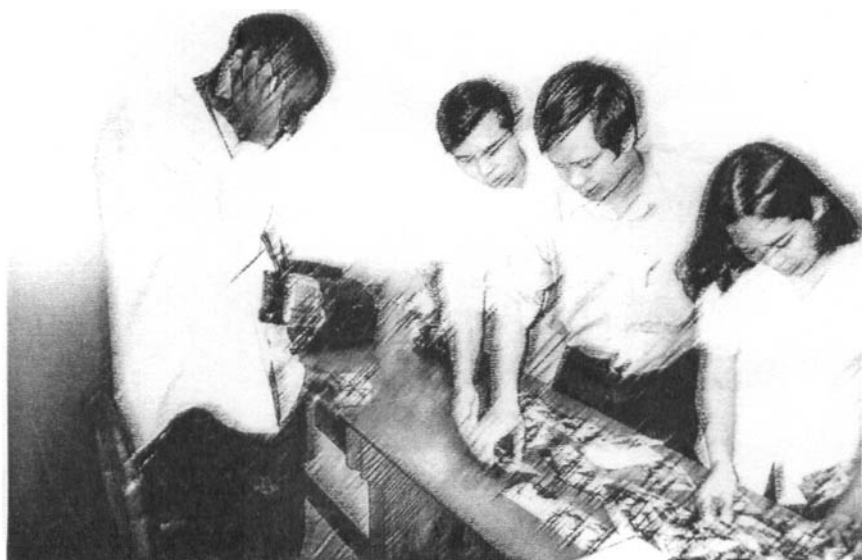
planification d'un projet, son exécution et son évaluation à partir des termes de référence initiaux.

La question de la durée vient également jouer dans le processus. Souvent les propositions de développement ou de recherche pour le développement sont étalées sur deux ou trois années. Mais la participation demande du temps et, souvent, la durée prévue est tout juste nécessaire pour démarrer le processus. Même si les résultats prévus n'ont pas été atteints, il est donc nécessaire d'inventorier et de mesurer les progrès accomplis par l'intervention afin de pouvoir plaider pour un prolongement de la période d'intervention et de l'appui financier. Ces considérations viennent également souligner l'importance de bâtir un mécanisme d'évaluation continu durant l'intervention.

This page intentionally left blank

LES OUTILS

Utiliser les outils de communication
avec une approche participative



This page intentionally left blank

LES OUTILS

Introduction

Dans les premières sections de ce guide, nous avons abordé les outils de communication selon trois séries de critères :

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

Nous avons aussi insisté sur le fait que nous n'utilisons pas les médias dans le but de diffuser l'information et les connaissances d'une personne-ressource (chercheur ou expert) aux membres de la communauté, mais plutôt pour faciliter la réalisation de la série d'actions que la communauté a choisie de mettre en œuvre afin d'agir face à un problème de développement donné. La diffusion des connaissances s'inscrit à l'intérieur de ce processus et privilégie les actions à double voie.

Dans les cas où les participants doivent acquérir certaines connaissances, nous devons garder en tête que l'utilisation des outils de communication doit aller de pair avec ce que nous a appris l'éducation aux adultes : partir de l'expérience des individus et concevoir des situations actives d'apprentissage.

Dans cette troisième partie du guide, nous présenterons d'abord quelques notes détaillées à propos des outils de communication et de leur utilisation. Bien entendu, la liste n'est pas exhaustive. Par contre, les mêmes éléments reviennent souvent, indépendamment de l'outil de

communication, et la même méthode peut s'appliquer à d'autres outils. Nous nous attarderons ensuite sur le troisième critère de sélection des outils de communication, soit le genre d'usage auquel on destine l'outil.

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 peut 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. Elles sont en fait si communes qu'on oublie parfois de les classer comme outils de communication. Comme tels, ces outils viennent soutenir une activité particulière pour appuyer l'atteinte d'un objectif. Celui-ci consistera généralement à définir un problème, à découvrir ses différentes dimensions, ou encore à préparer à de nouvelles activités.

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. Dans plusieurs contextes, les jeunes gens et les femmes ne se hasarderont pas à prendre la parole en présence des hommes plus âgés. Et, bien sûr, 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



L'efficacité des rencontres-débats et des grandes assemblées passe par leur complémentarité avec de petits groupes de discussion.

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, 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'appropriier 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.

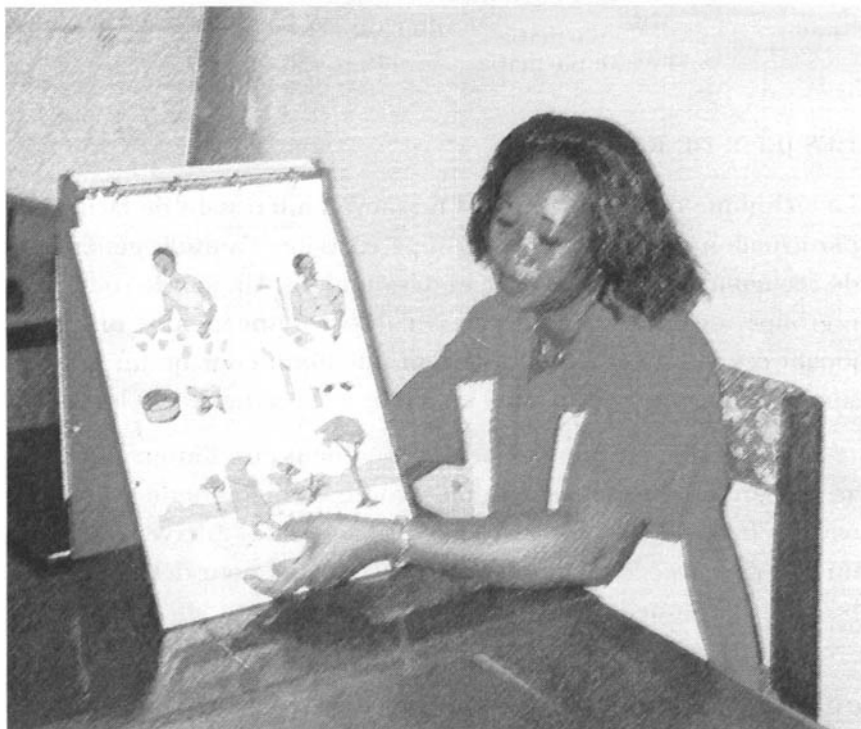
Le jeu est suivi d'une discussion de groupe. Chaque participant explique ce qui s'est passé dans son groupe et comment il s'est senti dans son rôle et face aux rôles de ses partenaires. L'animateur souligne alors les idées principales et relie l'exercice au sujet de discussion. Ensuite, les participants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

Dans un contexte de pauvreté rurale, ces visites sont habituellement plus efficaces lorsque ce sont des membres de la communauté travaillant avec les intervenants qui entrent en communication avec leurs pairs.

Les visites rendues à des membres de la communauté par leurs pairs sont souvent utiles pour présenter des solutions qui ont déjà été



Les images, les photographies et les dessins peuvent être utilisés par les participants pour repérer des situations problèmes, raconter une expérience ou appuyer une discussion sur les problèmes et les solutions potentielles.

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. Par contre, cette formule est souvent beaucoup plus adaptée aux personnes-ressources et aux délégués des communautés qu'aux membres eux-mêmes. Ces derniers, bien souvent, à l'exception de ceux qui sont déjà à l'aise avec des équipes d'intervenants extérieurs ne se sentiront pas à l'aise dans un tel contexte. En outre, les gens plus pauvres, ou ceux qui sont à l'écart dans la communauté, n'y participeront généralement

pas. Il faut donc inviter les individus qui sont les plus enclins à se sentir à l'aise dans ce genre de rencontre, ou encore réaliser des activités préparatoires avec les membres de la communauté qui y participeront.

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 À FEUILLES MOBILES

Lorsque nous pensons à une présentation de photographies ou d'illustrations, c'est généralement pour illustrer le thème d'une discussion. Il existe toutefois d'autres façons de s'en servir.

Un de ces moyens 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.

Cela étant dit, il arrive que la conception d'affiches ou de bannières par les membres de la communauté soit une activité de communication très enrichissante. Par exemple, cette activité s'avère efficace auprès des enfants pour les sensibiliser à un problème particulier, ou avec des fermiers, dans le but d'expliquer une nouvelle technologie. Dans ce dernier cas, une personne-ressource peut travailler avec l'équipe de recherche et les membres de la communauté pour concevoir l'affiche selon les standards de la communauté. La discussion découlant de cette activité est habituellement très riche et constructive.

LES ENREGISTREMENTS VIDÉO

Aujourd'hui, les caméras numériques simplifient beaucoup l'usage de la vidéo. Ces caméras sont équipées de piles ayant une durée de vie de sept à huit heures, et elles se glissent facilement dans un sac à dos. Elles ont aussi un écran amovible qui peut être utilisé pour rejouer l'enregistrement devant un petit groupe de personnes. Ces caméras sont très faciles à utiliser et à manipuler et leur fonctionnement s'apprend rapidement. Ainsi, elles constituent un excellent outil dont les membres des communautés peuvent se servir.

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.

De plus, tout comme avec les appareils photos, on peut mettre cet outil directement dans les mains des membres de la communauté afin qu'ils documentent un aspect d'un problème ou d'une solution, ou qu'ils rédigent une « lettre vidéo ».

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 filmera les débats qui ont lieu après la projection et ainsi de suite.

LES ENREGISTREMENTS AUDIO

On peut aussi utiliser les enregistrements audio pour saisir les points de vue des membres d'une communauté et ensuite stimuler la discussion. On peut faire jouer les cassettes dans une enregistreuse au cours de rencontres communautaires ou pendant les discussions avec de petits groupes, mais on peut aussi les diffuser sur les ondes de la radio locale si une collaboration a été établie.

Les enregistrements de chansons et de danses peuvent aussi s'avérer efficaces pour les membres d'une communauté qui collaborent avec les intervenants dans le but de rejoindre leurs pairs.

On peut également utiliser 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.



Femmes jouant des personnages d'hommes : il s'agit ici d'une pièce sur la fertilité des sols, jouée par des femmes paysannes. Le médium leur permet d'illustrer des problèmes liés aux rôles et aux attitudes des hommes et des femmes dans la communauté, ce qui serait autrement impossible lors d'une rencontre formelle.

Une autre stratégie est celle où des groupes spécifiques participent à la rédaction et à la production de la pièce. Une pièce abordant des problèmes précis du milieu aura souvent davantage de retombées si les comédiens sont des membres de la communauté.

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.



Les médias traditionnels utilisés dans la communauté peuvent être de formidables outils de communication, surtout en permettant aux membres de la communauté d'exprimer leurs points de vue et leurs perspectives.

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. Il y a cependant trois réserves importantes à prendre en considération pour maximiser son usage.

Tout d'abord il est important de s'affilier la collaboration d'un producteur-réalisateur et de travailler avec cette personne pendant toute la durée du processus de communication. Il s'agit donc d'une collaboration continue, non pas de requêtes ponctuelles.

De plus ce producteur-réalisateur doit être sensible à la communication participative et non seulement à l'approche journalistique traditionnelle : une radio de développement n'est pas la même chose qu'une radio d'information : il faut savoir recueillir et diffuser les points de vue des membres de la communauté, promouvoir des débats, valoriser les savoirs locaux utiles, etc. Il faut également combiner l'utilisation de la radio avec un travail sur le terrain afin d'assurer une communication à double voie ; de cette façon, la radio peut soit poursuivre et soutenir une initiative de communication entreprise en même temps, soit être intégrée à l'initiative pour permettre aux gens de s'exprimer librement.

Dans certains contextes, on a aussi fait appel aux clubs d'écoute organisés dans les communautés pour recueillir le *feedback* et discuter les points de vue diffusés par la radio. Cette formule semble cependant moins populaire aujourd'hui, la motivation à participer à de telles rencontres tendant à décroître avec le temps. Là où elle est adaptée aux intérêts des communautés, elle s'est révélée un outil de choix pour intégrer la radio dans un processus interactif d'appui aux initiatives communautaires.

Enfin, il faut prévoir les fonds nécessaires à cette collaboration. Souvent, la radio n'est pas exploitée autant qu'elle pourrait l'être par les intervenants communautaires, parce que ces prévisions n'ont pas été faites au moment de la conception de la stratégie de communication. L'évaluation des coûts sera également différente si elle s'inscrit dans un processus de partenariat plutôt que dans un cadre de fourniture de services.

LES JOURNAUX LOCAUX

L'utilisation des journaux locaux peut venir soutenir 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. Ici aussi, et pour les mêmes raisons

que celles qui ont été soulevées plus haut, 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.

Même lorsque ce médium demeure difficilement accessible, il y a parfois moyen d'entrer en communication avec le réalisateur d'une émission sur le développement et de présenter le déroulement d'une initiative communautaire donnée. Comme dans le cas de la presse écrite, le recours à ce médium peut venir appuyer ce qui se fait sur le terrain. On peut aussi utiliser cette émission pour influencer d'autres communautés à se joindre à une même initiative de développement.

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

L'ORDINATEUR COMME PROJECTEUR

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 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.

Dans certains cas, il est possible de produire un site Web pour une telle initiative. Comme avec le courrier électronique, cette activité 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 ; on y voit aussi ce que d'autres ont fait dans le même contexte.

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

Dans cette deuxième partie, nous aborderons le choix des outils de communication appropriés aux usages qu'on veut en faire.



Différents médias pour différents usages : ces femmes sont engagées dans la gestion communautaire d'une forêt. Elles ont recours à des chants pour faire connaître ce qu'elles font et gagner des appuis à leur action.

Nous nous intéresserons aux types d'usage suivants :

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. Par exemple, lors d'une intervention environnementale, des intervenants ont d'abord produit des photos de sites dégradés pour ensuite montrer les photos aux résidents de la communauté en leur demandant ce qu'ils y voyaient et ce qu'ils en pensaient. Les réactions provoquées ont servi de base aux discussions subséquentes sur le problème.

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.

Ainsi, dans une autre situation, les intervenants ont distribué des appareils photo aux participants, puis, après une formation de base, leur



Ici on utilisera la vidéo pour enregistrer une discussion sur les progrès de l'initiative de développement en cours. L'enregistrement sera utilisé pour susciter des actions semblables auprès d'autres groupes de la communauté.

ont demandé de prendre des photos reliées aux problèmes de leur milieu. Ces photos ont ensuite été utilisées pour animer une discussion approfondie sur ces problèmes et sur les solutions potentielles.

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.

En outre, il existe des troupes de théâtre amateur en plusieurs endroits, et on peut souvent les inclure dans le processus de communication participative. On peut aussi inviter des comédiens et des metteurs en scène professionnels à venir donner aux participants quelques notions de base pour qu'ils puissent monter leur propre pièce de théâtre sur les problèmes auxquels ils font face et les solutions qu'ils voudraient mettre en place.

Dans certains contextes, on fait beaucoup usage des chansons, des contes et des proverbes. Des partenaires comme le griot du village, un

musicien, un conteur, peuvent s'avérer des partenaires de choix dans le processus de communication. On peut composer des chansons pour l'occasion dont les paroles évoqueront le sujet des discussions ; on peut aussi demander au conteur de réciter l'histoire d'un des problèmes vécus par les membres de la communauté. Il faut toutefois que les chansons, les contes ou les proverbes soient préparés et composés avec soin, puis intégrés au processus participatif. Cette approche peut aussi être jumelée à des enregistrements audio qu'on peut repasser fréquemment dans les endroits fréquentés par les membres des groupes participants.

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.

Il faut souligner que plusieurs ONG, associations, services techniques, cliniques et écoles ont en leur possession des films ou des documents vidéo portant sur différents problèmes de développement. On peut souvent se servir de certains d'entre eux pour déclencher la discussion et l'échange de points de vue même si le document ne couvre pas toutes les facettes du problème. En outre, il est sage de prévoir une présentation par une personne-ressource qui peut préparer le terrain pour une discussion au cas où l'électricité manquerait, par exemple, ou que le projecteur soit défectueux.

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

Un enregistrement audio ou vidéo des points de vue de certains participants (ou d'un groupe de participants) peut aider à approfondir le débat en donnant la chance à chacun de réagir aux propos des autres ou d'étayer leurs propres opinions.

Même si l'enregistrement vidéo est plus populaire, l'enregistrement audio est souvent plus simple à manipuler. Comme pour la radio, l'enregistrement audio permet de réécouter une séance de discussion, de partager des points de vue et des expériences et de fournir des renseignements utiles aux discussions subséquentes.

L'utilisation de l'enregistrement audio ou vidéo lors d'une séance de discussion peut aussi permettre de diffuser le point de vue d'une ressource spécialisée qui ne peut être physiquement présente à une rencontre (il peut s'agir autant d'un membre de la communauté détenteur de savoirs locaux que d'un expert scientifique).

La vidéo peut aussi 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.

L'utilisation de la radio rurale, en laissant le champ libre aux participants pour exprimer leurs points de vue, peut également stimuler la discussion locale. Elle peut aussi aider à éclaircir les causes d'un problème cerné pendant les discussions publiques grâce à l'apport de personnes-ressources. Si l'émission est enregistrée sur cassette, il sera possible de la réécouter subséquemment au cours des rencontres et des discussions de groupe.

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.

Ces outils peuvent être préparés séparément ou en suivi de discussion par les participants eux-mêmes. Dans ce cas, il est important de s'assurer que les matériaux (papier, cartons, crayons, etc.) sont bien disponibles pendant les discussions de groupe.

Une participation à une émission de radio locale ou un article dans la presse locale peut aussi être profitable à cette étape. Encore là, comme chaque fois qu'on se sert des médias de masse, cette activité doit être incorporée à l'ensemble du travail de groupe et ne doit pas être utilisée simplement pour diffuser des informations de manière unidirectionnelle.

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

Un enregistrement audio ou vidéo, ou la diffusion à la radio rurale, des discussions avec les participants est utile pour rejoindre d'autres groupes qu'on espère faire entrer dans le processus de communication participative. Ces enregistrements peuvent contribuer à sensibiliser les

autorités ou les personnes-ressources que les participants veulent solliciter pour mettre en œuvre une initiative de développement.

Ici, l'intervenant et les participants voudront peut-être partager les points de vue des membres de la communauté avec les participants qui vivent ailleurs afin de faciliter leur participation. Il sera important à ce moment de s'allier la coopération d'une personne-ressource sur place dans les autres communautés, afin de faciliter l'expression des points de vue et de nourrir la discussion.

Là où les circonstances le permettent, le théâtre peut aussi remplir cette fonction. Comme pour la radio, il est important de prévoir le financement pour les éléments les plus importants (moyens de transport, hébergement, repas, etc.). Les questions de coût sont celles qui posent le plus souvent problème.

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.

Par exemple, le texte peut proposer des indications pour alimenter les discussions ou poser des questions pour tester la compréhension du sujet traité; de cette façon, il sera possible de faire un meilleur usage de l'enregistrement. Le texte ou l'affiche peut aussi résumer l'essentiel de l'information contenue dans l'enregistrement. Même si le groupe est en majeure partie analphabète, il y aura normalement au moins une personne qui pourra en lire le contenu aux autres. 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, par exemple ceux de différents villages, grâce à des exemples concrets et à des discussions sur l'application des connaissances ou des techniques en question.

Là où les conditions le permettent, une série de radiodiffusions, jumelées avec des animations au sein de clubs d'écoute, peut être particulièrement utile pour échanger des connaissances. Quant aux habiletés pratiques, des démonstrations sur place sont souvent le meilleur moyen de favoriser leur acquisition.

Là où c'est possible, il peut s'avérer très utile de rendre visite à des groupes ou à des individus qui utilisent les nouvelles connaissances. Les gens se souviennent souvent mieux de ce qu'ils ont vu de leurs propres yeux. Il est aussi conseillé que les participants préparent eux-mêmes les questions lors de la visite, ainsi qu'une restitution à leurs pairs.

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 sentiraient-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 voudrions peut-être rejoindre d'autres groupes de participants pour leur faire connaître les points de vue échangés au cours d'une discussion de groupe ou encore pour aider les participants à faire connaître leurs points de vue à un autre groupe spécifique – par exemple, les autorités locales ou nationales – afin de les sensibiliser aux conditions et aux besoins locaux.

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.

Les photos et enregistrements audio ou vidéo des séances de discussions, ou simplement la prise de notes par enregistrement audio peuvent aussi servir de documents d'intervention. Il est important de réfléchir à ces questions dès le début et d'avoir un plan en tête afin de ne pas se retrouver, à la fin du projet, avec d'interminables heures d'enregistrement ou des centaines de photos. Il est préférable d'étiqueter ces documents au fur et à mesure : il sera ainsi plus facile de monter un album de photos, par exemple. Sur les étiquettes, on inscrira le titre de l'activité et la date de réalisation.

Enfin, dans certains cas, 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.

EN GUISE DE CONCLUSION

La recherche pour le développement, tout comme la réalisation d'initiatives et de projets de développement dépendent de la participation effective des populations. Toute intervention visant une amélioration réelle et durable des conditions de vie des populations est vouée à l'échec si les gens ne la prennent pas en charge. Mais de quelle participation parle-t-on ? De quelle façon est-elle comprise et pratiquée ? Les communautés locales sont-elles simplement consultées ou mobilisées lors d'activités particulières, ou participent-elles vraiment à la prise de décision concernant la planification et la mise en œuvre de ces initiatives ?

Ces questionnements nous aident à cerner le degré de participation véritable de la démarche. En même temps, ils soulèvent à leur tour la question du degré de communication véritable entre, d'une part, les chercheurs et les agents de développement et, d'autre part, les populations locales.

En effet, 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 n'est qu'un point de départ à la pratique de la communication participative pour le développement. Il 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.

TENDANCES PRINCIPALES DE LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

L'expérience des cinquante dernières années a montré le rôle déterminant que peut jouer la communication dans le domaine du développement. À l'intérieur de cette perspective de communication pour le développement, deux grandes tendances se sont successivement formées : une approche privilégiant les actions de grande envergure et s'appuyant sur les médias de masse, et une approche de communication à la base, appelée aussi communication communautaire, qui privilégie les micro-réalisations et qui s'appuie surtout sur les médias légers (vidéo, affiches, diaporamas, etc.).

Ces tendances, qui coexistent encore aujourd'hui à des degrés divers dans le domaine de la communication pour le développement, sont liées à l'évolution des modèles de développement et de communication qui ont marqué les efforts de développement jusqu'à aujourd'hui.

En fait, les premiers modèles de développement étaient définis exclusivement selon leurs variables économiques. Comme le mentionne le rapport de la commission MacBride :

Les anciens modèles utilisaient la communication surtout pour la diffusion de l'information, pour faire comprendre à la population les « bénéfices » que promet le développement et les « sacrifices » qu'il exige. L'imitation d'un modèle de développement, fondé sur l'hypothèse que la richesse, une fois née, s'infiltrera automatiquement dans toutes les couches de la société, comprenait la propagation de pratiques de communication de haut en

bas... Les effets ont été très éloignés de ce qu'on escomptait (MacBride, 1980, p. 6).

Ainsi, la tendance à la communication de masse a d'abord marqué les deux premières décennies de l'utilisation des médias dans le développement. Elle correspondait à l'idée qu'il suffisait de diffuser les connaissances et les technologies du Nord pour qu'elles soient adoptées et entraînent, par conséquent, le développement du Sud. Cette première vision du développement correspond au paradigme de la « modernisation ».

Ces premières expériences, axées principalement sur les médias de masse, s'appuyaient à la fois sur un modèle de communication fondé sur la persuasion et la transmission d'information et sur un modèle de développement fondé sur l'augmentation de l'activité économique et le changement de valeurs et d'attitudes.

Le paradigme d'intervention de ces deux décennies, qu'on retrouve dans deux publications ayant eu une influence décisive sur les orientations prises à ce moment, soit *The Passing of Traditional Society* de Daniel Lerner (1958) et *Mass Media and National Development* de Wilbur Schramm (1964), consiste en un modèle de communication très simple pouvant être décrit en termes de stimulus-réponse, s'appuyant à la fois sur une logique de la persuasion et sur un modèle de développement qui lie ce dernier à l'accroissement de la productivité.

Le modèle de diffusion des innovations constitue un des modèles issus de ce paradigme et a exercé une influence marquée dans les pratiques de communication éducative pour le développement. Ce modèle, émanant des pratiques d'extension agricole exportées dans les pays en développement, et dans lequel l'information était transmise aux agriculteurs par une personne-ressource, fut formulé en théorie par Everett Rogers en 1962. Cette théorie prenait en compte trois éléments principaux : le public cible de l'innovation, l'innovation même à transmettre et les sources et canaux de communication.

Ce modèle a été critiqué par plusieurs pour son réductionnisme. Il ne prenait pas en compte les types de public cible, par exemple des fermiers prospères, possédant des terres, ouverts aux techniques nouvelles et, à l'opposé, des illettrés, pauvres et exploités. Il faisait également abstraction de l'influence des structures économiques et politiques sur le pouvoir d'adoption des innovations. Les mêmes reproches de cécité par rapport aux facteurs sociaux, politiques et économiques s'appliquent

à l'égard de l'innovation faisant l'objet d'un processus de diffusion. Enfin, les canaux et les sources de communication étaient généralement employés dans une communication verticale allant du haut vers le bas. On ne parlait jamais de communication horizontale entre les groupes et les communautés touchés par le problème auquel voulait répondre l'innovation, ni de communication verticale du bas vers le haut, permettant de porter les problèmes des gens au niveau des décideurs et des experts.

Par la suite, le modèle même de développement ainsi que les modèles de communication ont considérablement évolué. Dans la foulée des expériences en matière d'utilisation des médias à des fins éducatives ou informatives, dans le processus de développement, de nouvelles orientations et de nouvelles pratiques se sont développées. En même temps, plusieurs critiques se sont élevées à propos des premiers modèles de développement et de la vision fonctionnaliste des modèles de communication pour le développement.

Un nouveau modèle, mettant l'accent sur le caractère endogène du développement, a permis de définir ce dernier comme un processus global dont les sociétés sont responsables. Dans cette nouvelle perspective, le développement n'est pas quelque chose qui peut provenir de l'extérieur. Il est un processus participatif de changement social dans une société donnée (Rogers, 1976, p. 133). Ce modèle a permis également d'étendre le concept de développement à des notions non matérielles telles que l'égalité sociale, la liberté, la distribution des revenus, la participation populaire au développement.

Les conceptions qu'on se faisait du rôle de la communication dans le développement ont donc radicalement changé. Dans le premier modèle de développement, le paradigme communicationnel consistait à transmettre la technologie nécessaire à l'accroissement de la productivité. Dans le second modèle, il consiste à animer le potentiel de changement d'une communauté. La notion de participation des populations au processus de développement devient donc le concept clé.

La conséquence première de ces changements de perspective a été, au niveau des pratiques, d'inciter les gens à dépasser une vision relativement simple de transmission à sens unique de l'information technique afin de promouvoir des systèmes bi ou multidirectionnels basés sur la participation des populations.

En même temps que se produisait ce changement dans les modèles de développement et de communication, sont apparus deux paradigmes de développement qui sont venus orienter les interventions de communication.

D'une part, plusieurs mirent en question le modèle de modernisation en constatant que la communication ne conduisait pas au développement et qu'en fait les pays du Sud semblaient connaître davantage de pauvreté, de bas salaires et de mauvaises conditions de vie. Cette critique, répandue surtout en Amérique latine, établit un lien entre cette situation et une situation de dépendance économique face au Nord industrialisé : puisque le développement des pays du Nord implique le sous-développement des pays du Tiers-Monde, le « centre » s'enrichit aux dépens de la « périphérie ».

Le terme de paradigme de « dépendance » résume cette conception. Selon ce paradigme, les obstacles au développement proviennent d'abord et avant tout de sources externes et non internes, c'est-à-dire du système économique international. En conséquence, les médias ne peuvent agir comme agents de changement puisqu'ils transmettent les messages occidentaux et l'idéologie capitaliste et conservatrice. Ce paradigme, encore actif aujourd'hui, a été également critiqué parce qu'il a accentué les contradictions d'ordre international et qu'il n'a pas assez mis en évidence les contradictions d'ordre local et national. Les discussions et les recommandations qui ont débouché sur le « Nouvel Ordre de l'information » se rattachent à ce paradigme.

Son pendant au niveau national a porté sur la relation entre communication et politisation. Un des modèles issus de ce paradigme et qui a exercé, et exerce toujours, une influence déterminante dans les pratiques de communication pour le développement est le modèle de conscientisation mis au point par Paolo Freire. Ce dernier et plusieurs autres communicateurs à sa suite ont défini la communication comme un processus inséparable des processus sociaux et politiques indispensables au développement.

Freire s'est inscrit en faux contre la mentalité de transmission de l'information. Il a insisté sur le fait que le seul transfert de connaissances d'une source d'autorité à un récepteur passif n'aide en rien à promouvoir la croissance de ce dernier comme personne humaine, ayant une conscience autonome et critique capable d'influencer et de changer la société. Selon lui, pour qu'elle soit efficace, la commu-

nication pour le développement doit être liée à des processus de « technicité » ou d'acquisition de connaissances et d'habiletés techniques, mais aussi à des processus de conscientisation, de politisation et d'organisation.

Dans son modèle, qu'il présente dans *La Pédagogie des opprimés* (Freire, 1973), la communication pour le développement peut être considérée comme un outil de prise en main qu'utilisera la population. Cet outil servira successivement aux fins suivantes : prendre conscience des diverses facettes des problèmes réels de développement de leur région, s'organiser pour réagir collectivement et efficacement devant ces problèmes, mettre en lumière les conflits qui animent les divers groupes d'intérêt, se politiser, c'est-à-dire apprendre à proposer d'autres solutions à des situations problématiques et à trouver des façons de régler divers problèmes, se « techniciser », c'est-à-dire se donner les outils nécessaires à l'application concrète des solutions issues de la communauté.

Ce modèle et ses applications ont également fait l'objet de critiques. On a avancé, entre autres, que la politisation par les médias communautaires peut constituer une approche adéquate dans les pays qui tolèrent le recours à l'action politique, mais que, dans la plupart des pays en développement, cette action politique mène au renversement d'une élite possédante et gouvernante sans donner au peuple les moyens de changer la situation, et que les affrontements qui s'ensuivent se soldent généralement par la répression et le recul des droits démocratiques (voir en particulier sur ce point Berrigan, 1981, p. 41).

Ainsi, à l'opposé d'une approche de politisation directe, plusieurs favorisent davantage une approche fondée sur la formation, où l'objectif n'est pas de conduire à une confrontation, mais de donner des outils d'organisation.

Le « paradigme d'un autre développement » constitue un troisième paradigme qui oriente la création de modèles et d'interventions en communication pour le développement. Ce paradigme porte non seulement sur le développement matériel, mais aussi sur le développement des valeurs et des cultures. Sur le plan des interventions en communication pour le développement, il privilégie les petits médias fonctionnant dans des réseaux et les approches de communication à la base. Ces dernières considèrent que la participation populaire renforce les perspectives d'adoption d'activités appropriées pour une communauté.

La méthodologie des médias communautaires est un des modèles se rattachant à ce paradigme.

Là où la programmation soigneusement élaborée a échoué, peut-on lire dans une étude de l'Unesco, cette approche consistant à aider les gens à formuler leurs problèmes ou à prendre conscience de nouvelles possibilités, au lieu de leur imposer un plan conçu de l'extérieur, permet d'intervenir davantage dans l'espace réel de l'individu et du groupe (Berrigan, 1981, p. 13).

Ce concept d'interactivité, dont les médias légers deviennent l'instrument opérationnel, permet une acquisition endogène de connaissances et de compétences, dans la recherche de solutions et le processus de communication. On parle alors du recours à une méthodologie des médias communautaires, dont les principaux éléments sont :

- l'identification des besoins au moyen de contacts directs avec les groupes;
- la concrétisation, c'est-à-dire l'examen du problème cerné par les groupes à la lumière des possibilités locales;
- la sélection des problèmes prioritaires par les groupes;
- l'élaboration d'une méthodologie durable pour la recherche de solutions;
- l'identification de l'apport d'information nécessaire et l'accès à cette information;
- l'action, c'est-à-dire l'exécution par les groupes des projets qu'ils ont conçus;
- l'ouverture vers l'extérieur pour faire connaître les points de vue des groupes à d'autres groupes ou aux autorités;
- la liaison avec le système de communication pour faire connaître leur action (Berrigan, 1981).

D'autres modèles combinent des conceptions différentes. Il en est ainsi, par exemple, des pratiques de soutien de la communication à des projets de développement, qui combinent l'approche communautaire et le recours aux petits médias avec des pratiques pouvant être reliées au modèle de diffusion des innovations. Cette approche privilégie la planification des activités de communication comme soutien à un projet de développement et vise à produire une compréhension commune ou un consensus parmi tous les participants à une initiative de dévelop-

pement. Elle favorise les échanges de points de vue des acteurs engagés dans le projet de développement, prend en compte les perceptions de la population dans la planification de ce projet et la mobilise dans les activités de développement prévues. La méthodologie utilisée est empruntée à la technologie éducative et se caractérise par l'intégration de mécanismes d'analyse de besoins et d'évaluation dans le processus de communication.

D'autres pratiques relèvent à la fois de l'approche communautaire et du modèle de conscientisation populaire. Il en est ainsi de la communication alternative pour le développement démocratique, qui encourage la population à accéder au processus de communication dans le but de promouvoir la justice sociale et la démocratie. Dans certains cas, cet accès plus large se traduira par la participation des plus démunis au processus de communication (accès aux petits médias au niveau local) et dans d'autres, par des actions de valorisation de l'expression culturelle et la recherche de modes d'appropriation du contrôle des médias de masse.

Enfin, on a vu récemment, notamment dans le cas de la lutte contre le sida, des approches issues du marketing social, recourant à la fois à des techniques de recherche adaptées aux petits groupes et aux collectivités et à l'utilisation à grande échelle des médias. On exploite également les technologies de l'information et de la communication pour soutenir les actions entreprises, renforcer la circulation de l'information, compléter la radio ou la télévision communautaire. À ces approches, il faut également ajouter toutes les pratiques touchant l'éducation de base, l'éducation non formelle, l'éducation à distance, les activités d'alphabétisation et de post-alphabétisation qui ont leurs propres méthodologies et approches de la communication communautaire et médiatique.

Bref, le champ de la communication pour le développement est vaste et les visions, multiples. Les paradigmes ayant marqué son évolution sont encore actifs à des degrés divers et les modèles qui s'y rattachent sont aussi différents que les idéologies ou les orientations qui les inspirent.

Cependant, malgré la diversité des approches et des orientations, il existe un consensus aujourd'hui sur la nécessité d'inciter les populations à participer à leur développement et sur le rôle essentiel de la communication pour promouvoir le développement. Comme le

dit si bien le slogan popularisé par la FAO : « Il n'y a pas de développement sans communication » (Balit, 1988).

Tout ce cheminement nous a appris beaucoup sur l'apport de la communication pour le développement. La principale leçon de ces expériences a probablement été de souligner la nécessité de dépasser les pratiques de communication fondées sur le seul modèle de transmission d'information et isolées des processus communautaires, et de faire participer les populations à leur développement.

L'expérience a montré que le point de départ de la communication pour le développement ne réside pas dans la diffusion d'une innovation, ou d'une nouvelle idée pleine de promesses, mais dans l'expression des besoins de la population. Il s'ensuit que les modèles de communication fondés exclusivement sur des modèles de transmission d'information éloignés des processus communautaires sont clairement voués à l'échec.

La participation, en mettant l'accent sur les besoins et les façons de voir des individus et des groupes, devient le concept clé de la communication pour le développement. Le recours à une méthodologie systémique, la mise en place de processus horizontaux dans lesquels les gens sont associés directement au processus de communication et sont ainsi amenés à formuler eux-mêmes leurs problèmes et à prendre conscience de nouvelles possibilités, ainsi que la prise en considération dans le processus de communication de leurs connaissances et de leurs façons de voir constituent les éléments dominants de sa méthodologie.