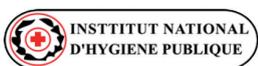




**MANUEL DU
FORMATEUR REGIONAL
SUR LA COMMUNICATION DE CRISE**

2017



Sommaire

Remerciements	3
Acronymes	4
I. Contexte	5
II. Objectifs	5
Session 1 : Introduction.....	7
Session 2 : Crise sanitaire.....	9
Session 3 : Communication en situation de Phase Verte	18
Session 4 : Communication en situation de Phase Orange	20
Session 5 : Communication en situation de Phase Rouge	23
Session 6 : Jeux de rôles	24
Annexes	25

Remerciements

Ce manuel a été élaboré par M. Gregory Alonso Pirio consultant, Ph.D.

EC Associates «Empowering Communications» en collaboration avec :

Dr Bella Assassi Didier, Consultant sur le projet Ebola

M. Benie William, Chargée de Programme sur le projet Ebola

Et avec le soutien de Mme Diarra Kamara Racine, Directeur pays du Centre des Programmes de Communication Johns Hopkins en Côte d'Ivoire (CCP).

Remerciements aussi à M. Mohamad Sy- Ar à Baltimore pour sa contribution.

Acronymes

HC3	:	Health Communication Capacity Collaborative
INHP	:	Institut National d'Hygiène Publique
CCP	:	Johns Hopkins Center for Communication Programs
MSF	:	Médecins Sans Frontières
MVE	:	Maladie à Virus Ebola
NTIC	:	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
OMS	:	Organisation Mondiale de la Santé
RFI	:	Radio France International
UNICEF	:	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
USAID	:	Agence des Etats-Unis pour le Développement International

I. Contexte

Le 29 Mars 2016, l'OMS à sa neuvième réunion du comité d'urgence, a déclaré que la flambée d'Ebola en Afrique de l'Ouest ne constituait plus une urgence de santé publique de portée internationale. Cependant, le comité d'urgence de l'OMS a observé que de nouveaux cas continuaient d'être observés en Afrique de l'Ouest où le virus est présent dans l'écosystème.

La proximité géographique de la Côte d'Ivoire et son écosystème semblable à celui des pays affectés l'expose à un risque d'épidémie à virus Ebola. En outre, les modes de transport dans la région, en particulier entre la Côte d'Ivoire, le Libéria et la Guinée, constituent un risque supplémentaire d'introduction et de propagation du Virus Ebola. C'est pourquoi le gouvernement de la Côte d'Ivoire a décidé de maintenir son niveau de préparation et de réponse contre la Maladie à Virus Ebola (MVE).

Le projet Collaboration sur les Capacités en Communication pour la Santé (HC3) en Côte d'Ivoire du Centre des Programmes de Communication Johns Hopkins (CCP), est un projet qui, dans son volet sensibilisation, communication vise à renforcer les capacités et l'implication des mass medias dans la prévention contre la MVE.

Des initiatives dans ce domaine ont été prises notamment la formation régionale des journalistes effectuée par la fédération mondiale des journalistes scientifiques en partenariat avec le centre de recherche pour le développement international. L'Open Society Institute d'Afrique de l'Ouest a également apporté son soutien à la formation des agents de radios communautaires.

En effet, la collecte, le traitement et la diffusion de l'information ne sont pas les mêmes avant, pendant et après une crise notamment comme celle de l'épidémie d'Ebola que l'Afrique de l'Ouest a connue. Aussi, dans le cadre de la préparation à la réponse aux épidémies en période d'accalmie où il n'y a pas de cas notifié de la MVE dans la sous-région, il s'avère important de renforcer les capacités des journalistes de la presse écrite et animateurs de radios communautaires afin que ceux-ci participent de façon efficace à la gestion des situations d'urgence.

II. Objectifs

L'objectif général :

Renforcer à travers une approche participative basée sur la pratique, les capacités des journalistes de la presse écrite et les animateurs de radios de proximité pour une meilleure couverture des situations de crises sanitaires comme celle d'Ebola.

De façon spécifique, il s'agira de :

1. Améliorer la capacité des médias à assurer une meilleure compréhension du rôle des médias lors d'une crise sanitaire y compris les différentes phases d'une crise et les types de questions d'informations appropriées pour chaque phase
2. Perfectionner les compétences journalistiques pour des rapports précis visant à prévenir la propagation de fausses rumeurs et de la désinformation. Ceci inclut les techniques
 - i. Calls in shows
 - ii. Interviews et tables rondes
 - iii. Articles écrits et radio
3. Apprendre en lien avec les responsables de la santé et d'autres entités du gouvernement comment fournir des informations précises qui aideront le public à prendre des mesures pour se protéger lors des épidémies
4. Expliquer quelles mesures sont prises pour protéger le public et communiquer sur la crise afin de réduire les craintes dans le public et promouvoir la coopération avec le système de santé et les autorités sanitaires.

Méthodologie

Les ateliers régionaux se dérouleront en mode ouvert (les participants ne sont pas en mode résidence à l'hôtel)

Durée : la formation est prévue pour une durée de trois (03) jours

Participants

Les participants seront identifiés par leur structure et répondront aux critères suivants :

- Bac+ 2 en communication, journalisme
- Expérience d'au moins 2 ans dans le domaine de la communication / journalisme
- Rédacteur en chef d'un quotidien de presse écrite/numérique/station de radio
- Expérience d'au moins 2 années dans le traitement, la production et la diffusion d'articles de presse, d'informations scientifiques en relation avec la santé.

Session 1 : Introduction

Le but de cette session est de permettre aux participants de comprendre les objectifs de cet atelier et les résultats attendus.

Session 1, étape 1 : Ouverture de la session (15 mins)

On recommande que dans vos remarques d'introduction, vous mettiez en évidence les buts et les objectifs de l'atelier tel que mentionnés plus haut pour que les participants sachent à quoi s'attendre.

Concluez en indiquant que cet atelier a été conçu pour renforcer les compétences des journalistes/communicateurs de la presse et de la radio, de la télévision, de l'internet et des technologies de l'information et de la communication pour une meilleure couverture des situations d'urgence comme celle de la Maladie à Virus Ebola (MVE).

***Note au facilitateur :** préparer au préalable un support powerpoint afin de pouvoir projeter les objectifs de l'atelier.*

Session 1, étape 2 : Présentation (l'interview du Boss) et informations administratives (60 mins)

■ Brise glace (Présentation) (45 mins)

C'est une façon amusante d'amener les participants (y compris les facilitateurs) à se présenter afin de briser les barrières et amener les uns et les autres à se détendre.

- Demandez aux participants de se mettre deux à deux et face à face
- Demandez à un des participants de réaliser une interview rapide de celui qui est en face de lui.

L'objectif est de recueillir le maximum d'informations sur son voisin afin de le présenter à l'assemblée.

- Après cinq (05) minutes, demandez aux participants d'intervertir les rôles (l'interviewé joue le rôle de l'intervieweur et vice versa).
- Arrêtez l'exercice au bout de cinq (05) autres minutes.
- Demandez aux participants de se présenter à tour de rôle leur voisin

Celui qui aura réussi à donner le plus d'informations sur un participant sera le gagnant et sera le chef de l'atelier.

- Demandez à ce dernier de choisir les volontaires qui voudront être :
 - Un gardien du temps
 - Un gardien du code de l'atelier (il aidera à établir les règles de l'atelier)
 - Un gardien des dividendes issus de la collecte des amendes (trésorier)

■ Attentes des participantes (tempête de cartes) (15 mins)

Distribuez à chaque participant une feuille (on peut utiliser des post it de grande taille s'il y en a)

Demandez à chaque participant au regard des objectifs de l'atelier d'écrire ses attentes sur le papier tout en précisant que celui qui a fini pourra venir le coller sur le tableau padex (ou l'espace de la salle réservé à cela)

Classez avec l'aide des participants par catégories les différentes attentes.

Par exemple, toutes les attentes en lien avec le renforcement des capacités seront mises ensemble, celles en rapport avec la connaissance ensemble et ainsi de suite.

■ **Informations administratives**

- Donnez les informations aux participants en rapport avec l'organisation pratique de l'atelier :
- Le type d'atelier (en mode résidentiel ou en mode ouvert)
- Le nombre de pauses-café et déjeuners et la localisation du restaurant
- La gestion des perdiems
- La localisation des toilettes
- Etc....

■ **Evaluer le niveau de connaissance des participants**

Donnez un questionnaire aux participants pour évaluer leur niveau de connaissance sur le thème de la formation « la communication de crise » (Voir en annexe le Pré test)

Session 2 : Crise sanitaire

Le but de cette séance est d'amener les participants à comprendre ce que c'est qu'une crise sanitaire. Et leur rôle et responsabilité dans la gestion d'une crise sanitaire.

OBJECTIFS :

A la fin de cette session, les participants seront capables de :

1. Définir la crise sanitaire
2. Gérer l'information d'une crise sanitaire
3. Définir les Rôles et responsabilités de l'homme de média pendant une crise sanitaire
4. Gérer les défis en communication de crise

MATERIEL ET DUREE

Matériel :

Durée : 6h:00mn

- Flipchart et marqueurs
- Powerpoint
- Vidéos (y compris les liens vidéo sur You tube)
- Feuilles de papier

Session 2, Étape 1 : Définition de la crise sanitaire (30 mins)

- Projetez sur support powerpoint la définition d'une crise sanitaire
- Demandez aux participants en plénière quels sont les événements ou situations capables d'entraîner une crise sanitaire.
- Quels en sont les effets ?
- Notez les réponses de chaque question sur un papier padex ou alors demandez à un des participants de le faire
- Faites une synthèse des différentes réponses en mettant en relief l'aspect de désorganisation que produisent les crises sanitaires.

Résumé

La gestion des crises sanitaires¹

Tout risque sanitaire peut se transformer rapidement en une véritable crise sanitaire ; doit alors s'engager un véritable mécanisme de gestion de cette crise afin de l'endiguer, de la contrôler et surtout de la résoudre.

- Du risque à la crise

Nous vivons dans une société où les risques sont permanents, multiples et très divers. Certains d'entre eux cependant sont anxiogènes tant sur un plan individuel que collectif ; lorsqu'ils se réalisent, ils sont souvent générateurs de crise

a. La notion de risque

Le risque peut être défini comme la probabilité d'occurrence de dommages compte tenu des interactions entre facteurs d'endommagement (aléas) et facteurs de vulnérabilité (peuplement, répartition des biens...) ; la notion de risque recouvre à la fois le danger potentiel de catastrophe et la perception qu'en a la société, l'endommagement potentiel.

De manière générale, les risques sont de nature et d'importance diverses (risques techniques

¹ Thèmes d'actualité économiques, politiques et sociaux – Vuibert Gestion crise sanitaire (<http://goo.gl/M03Xnl>)

et industriels, risques naturels, risques biologiques et sanitaires, risques sociaux et politiques...) mais se confondent dans l'esprit humain au point de provoquer des peurs et des rejets irrationnels.

Les risques sanitaires quant à eux, présentent quatre caractéristiques majeures :

- Ils provoquent systématiquement des dommages, souvent irréversibles, et la plupart du temps invisibles*
- Ils génèrent des situations sociales de menace*
- Ils recèlent un effet boomerang en ce sens qu'ils touchent également ceux qui les produisent ou en profitent ; plus précisément encore, les riches et les puissants n'en sont pas préservés*
- Ils portent une forte charge « explosive » ; ainsi, il ne s'agit pas uniquement des problèmes sanitaires induits par la modernisation qui frappent la nature et l'homme, mais des effets sociaux, économiques et politiques qu'ils entraînent.*

b. Le concept de crise

À l'origine, la crise désigne un acte de résistance.

La crise présente de multiples facettes.

Ainsi, dix dimensions génériques peuvent-elles être identifiées :

- La crise est souvent un tournant dans un processus général d'événements et d'actions*
- La crise est une situation dans laquelle la nécessité d'agir apparaît de façon pressante*
- La crise est une menace pour les objectifs de ceux qui sont impliqués*
- La crise débouche sur des effets qui remodeleront l'univers des parties impliquées*
- La crise est une convergence d'événements dont la combinaison produit un nouvel univers*
- La crise est une période pendant laquelle les incertitudes sont fortes sur l'évaluation de la situation et les réponses à apporter*
- La crise est une période ou une situation durant laquelle la maîtrise des événements et de leurs effets diminue*
- La crise est caractérisée par un sens de l'urgence, qui produit stress et anxiété*
- La crise est une période durant laquelle l'information disponible est particulièrement inadéquate*
- La crise est caractérisée par un accroissement de la pression du temps, par des changements de relations entre les participants et une augmentation des tensions entre les acteurs.*

Aussi, les crises à forte composante sanitaire comportent-elles des caractéristiques spécifiques :

- Elles suscitent un émoi considérable, propice aux rumeurs, dans les populations concernées, ainsi qu'un retentissement médiatique assuré ; les crises sanitaires se caractérisent par l'écho très important qu'elles ont dans l'opinion publique et par les répercussions nombreuses qu'elles ont tant dans le monde politique que dans le monde médical et sanitaire.*
- Elles posent aux décideurs des difficultés considérables, liées notamment aux fortes incertitudes sur les effets et à la nécessité absolue de répondre d'urgence aux inquiétudes, les enfermant dans un dilemme permanent : courir le risque de se voir reprocher soit une sous-réaction (la négligence), soit une sur-réaction (la panique).*
- Elles portent atteinte à la crédibilité du savoir médical et à la légitimité des institutions sanitaires.*
- Elles mettent en cause des valeurs comme la responsabilité individuelle et collective, les libertés démocratiques, l'importance accordée à la vie humaine.*

Résumé

La crise sanitaire est donc une menace pour l'état de santé de la population. Il y a crise sanitaire lorsque deux caractéristiques sont réunies :

- Une situation d'urgence liée à une menace pour la santé de la population
- Le caractère inédit du risque qui donne naissance à la crise.

Les conséquences des crises sanitaires se traduisent par une augmentation des indicateurs de morbidité ou de mortalité. Une crise sanitaire peut entraîner une éventuelle déstabilisation des pouvoirs publics, car l'Etat est jugé responsable du système sanitaire. Elle peut révéler des dysfonctionnements au niveau du système de santé.

Session 2, Étape 2 : Gestion de l'information dans une crise sanitaire (60 mins)

Certes, la Côte d'Ivoire n'a pas connu de cas d'Ebola sur son territoire lors de la dernière épidémie. Cependant, elle a été plus ou moins affectée par cette épidémie. Aussi, les médias ont-ils joué un rôle important dans la diffusion de l'information.

- Répartissez les participants en trois groupes
- Demandez à chacun des groupes de répondre pour les types de médias suivants (réseaux sociaux, presse écrite, presse audiovisuelle) aux questions suivantes :
 - Quelle a été l'action de ce type de média dans la récente crise sanitaire liée à Ebola ?
 - Quelles étaient les sources d'informations utilisées ?
 - Quels étaient les obstacles liés à la collecte de l'information ?
 - Quels étaient les obstacles à la diffusion de l'information ?
- Laissez les participants discuter pendant trente (30) minutes
- Demandez à chaque groupe de venir en plénière faire sa restitution
- Demandez aux autres groupes d'ajouter des commentaires si nécessaire
- Résumez en mettant l'accent sur les obstacles liés à la collecte et à la diffusion de l'information.

Résumé

La gestion de l'information dans une crise sanitaire est un élément concourant à la gestion de la crise sanitaire elle-même.

En effet, les médias jouent un rôle important dans la lutte en cas de crise sanitaire. A travers leurs différents supports de communication, ils contribuent à sensibiliser et éduquer les communautés. Cependant, dans la collecte et la diffusion de l'information, ils sont confrontés à plusieurs obstacles qui peuvent être de type :

- Institutionnel
- Technique
- Professionnel

Ces différents obstacles ne doivent cependant pas les empêcher de jouer leur rôle. Ils doivent donc trouver les ressources et les moyens nécessaires afin de continuer leur rôle d'éducateur tout en respectant cependant le code de déontologie qui régit leur corps de métier.

Session 2, Étape 3 : Rôles et responsabilités de l'homme de média (75 mins)

- En plénière, demandez aux participants de rappeler les différentes normes éthiques de leur profession comme mentionnées dans la session 1
- Notez ces différents éléments sur le tableau padex
- Présentez le support powerpoint pour rappeler ces principaux éléments notamment l'obligation de :
 - Diffuser des informations vérifiées
 - Recueillir et diffuser les informations de manière indépendante
 - Agir loyalement
 - Respecter les droits des personnes.
- Demandez aux participants de se diviser en deux groupes
- A chacun des groupes, donnez un des scénarios suivants :

Scénario 1 : *Vous êtes informés que dans un village un orpailleur à la recherche de l'or a déversé dans le lit de la seule rivière dudit village un produit toxique qui a empoisonné l'eau et causé une intoxication des habitants de ce village. Cette intoxication a entraîné la mort de six personnes et douze personnes sont hospitalisées. L'information semble ne pas alarmer les autorités.*

Vous produisez donc un support journalistique pour présenter les faits.

Scénario 2 : *Vous êtes informés que dans un village, votre père qui est orpailleur et à la recherche de l'or a déversé dans le lit de la seule rivière dudit village un produit toxique qui a empoisonné l'eau et causé une intoxication des habitants de ce village. Cette intoxication a entraîné la mort de six personnes et douze personnes sont hospitalisées. L'information semble ne pas alarmer les autorités.*

Vous produisez donc un support journalistique pour présenter les faits.

- Demandez à chaque groupe de venir présenter son support journalistique (article de journal, émission radio, magazine TV) en expliquant sa démarche journalistique
- Demandez aux autres participants de noter les différences notées dans la gestion et la retransmission de cette information lors des différentes restitutions
- Posez les questions suivantes aux participants :
 - Le code de déontologie a-t-il été respecté dans la production de ces supports ?
 - Quel est le rôle du journaliste en pareille circonstance ?
 - Quelle doit être l'attitude du journaliste lorsqu'il est directement impliqué dans l'événement/ crise de santé ?
- Insistez sur les sentiments mis en jeu dans la rédaction de l'élément en fonction du lien que partage le narrateur avec les acteurs de l'événement.
- Concluez en projetant la démarche journalistique dans le traitement et la diffusion de l'information en pareille situation :
 - S'assurer de l'absence de conflit d'intérêt
 - Vérifier l'exactitude des faits
 - Choisir le genre
 - Déterminer l'angle
 - Déterminer les personnes ressources

- Se documenter
- Se rendre sur les lieux
- Produire son article
- Publier/diffuser

Résumé

Le traitement de l'information en situation de crise doit obéir à une démarche scientifique visant à assurer la crédibilité de l'homme de média lui-même. De ce fait, cette démarche l'aidera à être plus objectif dans ses productions et à assurer la diffusion d'informations pouvant aider à la prise de décisions et surtout rassurer les populations en détresse.

■ **Travaux de groupe : Mettre en relief les différences entre le journalisme en temps ordinaire et le journalisme en situation de crise**

- En plénière, demandez aux participants d'établir les rôles et responsabilités du journaliste en temps normal
- Mentionnez cela sur support padex ou powerpoint
- Posez la même question pour le journalisme en temps de crise
- Répartissez les participants en groupe
- Demandez aux différents groupes de réfléchir sur les différentes questions suivantes :
 - Quels sont les aspects de la santé que doit couvrir une communication en situation de crise ?
 - Quels sont les objectifs d'une communication en situation de crise sanitaire ?
 - Quels sont les principaux défis face à ces objectifs identifiés ?
 - Comment les médias peuvent-ils contribuer ?
- Demandez aux différents groupes de venir en plénière faire la restitution

Si l'aspect changement de comportement n'apparaît pas, suggérez-le et orientez les débats dans ce sens en posant les questions suivantes :

- Les journalistes ont-ils la capacité de pouvoir mobiliser les individus et les communautés afin d'adopter les comportements adéquats ? plus spécifiquement :
- Comment adressent-ils la perception du risque ?
- Comment les médias influencent-ils le changement de communication, les opinions du public et les politiques nationales ? (donnez des exemples)

Résumé

La pratique du journalisme varie en fonction de la situation dans laquelle il se trouve.

Le journaliste devient plus responsable de ses écrits et de ses propos. Les textes de lois prennent plus de poids en situation de crise.

En effet, beaucoup de journalistes font des reportages sur plusieurs événements, mais pour la couverture des thématiques de santé notamment celles en lien avec les urgences sanitaires, ils se doivent de se former pour informer les populations sur les comportements et attitudes à adopter afin de rester sain et sauf face à la menace sanitaire.

Il ne s'agit donc pas pour les journalistes de rapporter des faits, ou de faire la course pour publier leurs histoires/articles mais ils ont aussi la responsabilité d'aider au changement de comportement et pour ce faire, ils doivent avoir des relations assez étroites avec les autorités administratives et sanitaires.

Session 2, Étape 4 : Gestions des défis en communication de crise (60 mins)

- Divisez les participants en quatre groupes
- Attribuez au deux premiers la situation 1 de l'article ci-dessous et demandez-leur de répondre aux différentes questions :
 - Quels sont les défis qu'ont rencontrés les journalistes dans l'exercice de leur métier après la lecture de ce texte ?
 - Avez-vous déjà rencontré ce genre de situation dans la couverture d'événements en Côte d'Ivoire ?
 - Si oui, lesquels ? Et à quelles occasions ?
 - Quelle a été l'action des associations de journalistes ?
- Attribuez la situation 2 de l'article aux deux derniers groupes et demandez-leur de répondre aux questions suivantes :
 - Quelles sont les causes identifiées dans le texte de restriction de la liberté d'expression ? Donnez des exemples au niveau de la Côte d'Ivoire.
 - Quels sont les supports dont ont bénéficié les journalistes ?
 - A quel moment et à quel niveau la responsabilité des médias est-elle engagée dans le partage de l'information ?
 - Comment les médias doivent-ils assurer le partage de l'information auprès du public sans susciter l'effet contraire ?
 - De quel type de support ou de collaboration ont besoin les journalistes en situation de crise sanitaire ?

Situation 1 : La liberté de l'information frappée par le virus Ebola

Confrontés à l'épidémie d'Ebola, certains Etats ont mis la presse en quarantaine allant même jusqu'à interdire aux journalistes de traiter le sujet. Pourtant, dans ce contexte de crise sanitaire sans précédent, un journalisme responsable et citoyen est plus que jamais nécessaire pour aider à endiguer l'épidémie.

Dans les pays d'Afrique de l'Ouest où sévit l'épidémie d'Ebola, les médias font les frais de la panique générale.

En Guinée, le week-end du 4 octobre 2014, des journalistes et avocats ont été empêchés par les forces de l'ordre d'atteindre un village de la préfecture de N'Zérékoré où huit personnes d'une délégation de sensibilisation à Ebola, dont trois journalistes, avaient été violemment assassinées le 18 septembre. Le groupe était venu enquêter sur les circonstances de leur mort. Bien que ses membres disposaient d'autorisations officielles, leur matériel leur a été confisqué, et d'après RFI, des enregistrements et photographies ont été effacés. L'armée contrôle désormais la zone du massacre et interdit à quiconque d'y pénétrer, même muni d'ordres de mission signés par les autorités – révélant ainsi les incohérences au sein des services de l'Etat qui rendent la lutte contre Ebola d'autant plus difficile.

Quelques jours plus tôt, au Libéria, les autorités sanitaires ont annoncé de nouvelles mesures visant à restreindre la diffusion d'informations sur l'épidémie. Les journalistes doivent désormais obtenir une autorisation officielle du ministère de la Santé pour réaliser des interviews ou prendre des photos à l'intérieur des hôpitaux. Plus grave encore, le personnel médical a interdiction de communiquer directement avec les médias. Dans la foulée, le ministre de l'Information a resserré l'étau sur les journalistes, s'octroyant le rôle de les accréditer, une responsabilité assumée jusqu'alors par le syndicat de la presse, en application des standards internationaux, notamment de la déclaration de la Montagne de la Table, signée en juillet 2012 par la présidente Elaine Johnson Sirleaf.

*Ce n'est pas la première fois depuis le début de la crise sanitaire que les journalistes libériens voient leur liberté ainsi restreinte. Le 11 août, **Henry Karmo**, journaliste pour le quotidien indépendant *FrontPage Africa*, avait été arrêté alors qu'il couvrait une manifestation contre l'état d'urgence qui empêchait les journalistes de circuler la nuit. Quelques semaines plus tard, c'était au tour d'**Helen G.***

Nah, éditrice du journal *Women Voices Newspaper*, d'être inquiétée pour avoir publié un article sur le détournement de l'argent destiné à la lutte contre Ebola.

Les autorités libériennes ne sont pas les seules à craindre pour leur réputation : en Sierra Leone, le Parlement a menacé de prendre des mesures sévères contre les médias qui oseraient critiquer la gestion des fonds dédiés à la crise sanitaire.

Au Sénégal également, les journalistes ont intérêt à se tenir à carreau, particulièrement depuis que **Félix N'Zalé**, directeur de publication de *La Tribune*, a été condamné à une peine disproportionnée d'un an de prison avec sursis et un million de francs CFA d'amende, pour avoir diffusé une fausse information annonçant des cas d'Ebola dans le pays. S'il est crucial que les journalistes ne participent pas à la diffusion de fausses rumeurs, la sévérité de la peine constitue une mise en garde certaine pour l'ensemble de la presse sénégalaise qui n'a d'ailleurs depuis plus été inquiétée.

L'information sur l'épidémie Ebola est même soumise à des restrictions dans les pays que le virus n'a pas affectés. Au Soudan, par exemple, le gouvernement a interdit aux médias d'aborder le sujet.

Situation 2 : La responsabilité des médias engagée

La gravité et le nombre de ces violations ne doivent toutefois pas empêcher de souligner d'occasionnels succès. Selon IRIN, le Nigéria – un pays qui, d'ordinaire, ne brille pas par son respect des droits des journalistes et dans lequel un journaliste avait tout de même été arrêté en août pour avoir écrit sur l'épidémie – s'est par la suite nettement démarqué de ses voisins par sa bonne utilisation de l'information dans la lutte contre l'épidémie, notamment la mise à contribution des réseaux sociaux.

« La peur initiale des autorités face à l'ampleur de la maladie a généré des comportements contre-productifs de censure envers la presse, déclare Cléa Kahn-Sriber, responsable du bureau Afrique chez Reporters sans frontières. Il est maintenant important que médias et gouvernements, chacun dans leur domaine, endossent leurs responsabilités avec professionnalisme afin de venir à bout de cette épidémie. Cette crise ne doit pas favoriser un retour en arrière, après des décennies de lutte pour la liberté d'information, mais être vue comme une opportunité pour les gouvernements des pays touchés de renforcer leur collaboration avec les médias et promouvoir un journalisme responsable. Nous appelons ces gouvernements à ne pas céder à la panique qui pourrait les faire revenir sur des acquis démocratiques qui ont mis des années à s'installer ».

Il faut reconnaître toutefois que les dérives se situent aussi du côté des médias. Fréquemment, les journalistes versent dans le sensationnalisme, diffusant parfois de fausses nouvelles. Au Nigéria, plusieurs médias ont ainsi affirmé que le virus Ebola pouvait être évité en buvant une grande quantité d'eau salée. La rumeur a pris une ampleur telle que le ministre de l'Information a dû la démentir.

La Fédération mondiale des journalistes scientifiques, dans son communiqué du 17 septembre, a souligné la « nécessité urgente de combler les lacunes en matière de communication entre les scientifiques, les journalistes et les collectivités ». Médecins sans frontières (MSF) et RFI ont démontré la possibilité de collaborations entre acteurs de la santé et journalistes : dans les pays touchés par Ebola, la radio internationale diffuse désormais des messages d'informations réalisés en collaboration avec MSF.

Le Sénégal, la Sierra Leone, le Libéria, la Guinée, le Nigéria et le Soudan occupent respectivement les 62^{ème}, 72^{ème}, 89^{ème}, 102^{ème}, 112^{ème} et 172^{ème} places dans le Classement mondial 2014 de la liberté de la presse établi par Reporters sans frontières.

- Demandez à chaque groupe de venir en plénière faire la restitution et résumez en insistant sur la délicatesse de l'information en situation de crise qui amène le journaliste à faire face à des défis dont la gestion aura un impact certain sur les communautés.

Résumé

Une crise sanitaire engendre des actions et des réactions des gouvernements qui, bien souvent, ne sont pas à l'avantage du journaliste. Dans ces situations, seul le code de déontologie peut l'orienter afin qu'il reste juste dans le traitement de l'information. En effet, tous les sujets deviennent des sujets sensibles aussi, le journaliste devra les aborder en collaboration avec les autorités et parfois en lien avec ses collègues.

Session 2, Étape 5 : Gestion des rumeurs (60 mins)

- Demandez aux participants en plénière de définir la rumeur
- Notez les différentes réponses des participants sur un papier padex
- Distribuez aux participants des feuilles de papier
- Projetez le powerpoint montrant les différents types de rumeurs
- Demandez aux participants en lien avec ces différents types de rumeurs présentés d'en donner un exemple qui a eu cours en Côte d'Ivoire lors de la dernière épidémie d'Ebola dans la sous-région
- Demandez à chaque participant de venir coller sa feuille au tableau
- Demandez aux uns et autres de commenter les rumeurs.

Résumé :

La survenue d'une crise sanitaire est aussi le lit des rumeurs à cause de la peur qui s'installe dans la population. Ainsi, plusieurs types de rumeurs vont prendre forme au fur et à mesure de l'évolution de la crise :

- *Rumeurs concernant la réalité et la gravité de la maladie*
- *Rumeurs sur l'origine et la transmission de la maladie*
- *Rumeurs sur le traitement*
- *Rumeurs concernant les organisations intervenant dans la lutte contre la maladie*
- *Rumeurs sur les procédures de prévention, de dépistage, d'isolement et de traitement des corps*
- *Rumeurs conspirationnistes.*

Mais dans ce champ de rumeurs, l'homme des médias peut et doit jouer un rôle capital. En effet, ce dernier peut à travers une mauvaise gestion de l'information, contribuer à propager ces rumeurs. Aussi se doit-il d'analyser toutes les informations selon les règles journalistiques avant de passer à la diffusion.

Travaux de groupe

- Répartir les participants en quatre groupes
- Demandez à chacun des groupes de choisir une des rumeurs mentionnées plus haut.
- Demandez à chaque groupe d'élaborer un plateau de radio pour une table ronde de discussion afin de démentir cette rumeur qui circule dans la population.
- En élaborant ce plan de plateau, demandez à chaque groupe de répondre à ces questions :
 - a. Quelle sera, selon eux, la cible importante à atteindre à travers cette émission radio ou télé ?
 - b. Qui allez vous inviter à y participer afin qu'il donne les informations correctes de santé afin de démentir la rumeur ? Une ou plusieurs personnes ?
 - c. Y a-t-il quelqu'un de spécial que vous allez inviter à cause de sa crédibilité auprès du public ? Si Oui, qui est cette personnalité et pourquoi pensez-vous qu'il est important que le public l'entende ?
 - d. Comment allez-vous préparer votre questionnaire dans le but d'obtenir de votre interlocuteur le type d'informations que votre public souhaite avoir ?
- Demandez à chaque groupe de choisir un rapporteur pour présenter en plénière la méthodologie utilisée et le plan élaboré à partir des réponses aux différentes questions posées.
- Demandez aux différents groupes de mimer leur scénario.

Résumé :

Les médias peuvent contribuer au cours d'une crise sanitaire à endiguer la propagation des rumeurs. Aussi, la réalisation des supports doit-elle prendre en compte les aspirations et les préoccupations des communautés afin de répondre à leurs préoccupations.

Dans ce contexte donc, la réalisation d'un support audio à diffuser à la radio obéit à une démarche bien précise :

- Choisir le thème
- S'assurer de l'absence de conflit d'intérêt
- Cibler son auditoire (le type de public)
- Déterminer le style
- Structurer l'émission
- Tracer le parcours
- Habiller l'émission
- Nommer votre projet
- Produire l'émission

Session 3 : Communication en situation de Phase Verte

Le but de cette séance est d'amener les participants à comprendre le rôle des médias et la méthodologie à utiliser dans les événements de santé en l'absence de crise sanitaire.

OBJECTIFS :

A la fin de cette session, les participants seront capables de :

1. Définir la Phase Verte d'une épidémie
2. Elaborer des supports de communication adaptés à la Phase Verte
3. Identifier les obstacles à l'accès aux sources de l'information
4. Identifier et élaborer des stratégies pour obtenir l'information

MATERIEL ET DUREE

Matériel :

- Flipchart et marqueurs
- Powerpoint
- Feuilles de papier
- Vidéos

Durée : 01hr 45 mins

Session 3, Etape 1 : Définition de la Phase Verte (45 mins)

Partagez cet article de l'OMS sur l'épidémie d'Ebola

Déclaration de la fin de l'épidémie en Guinée Conakry

<http://www.afro.who.int/fr/guinee/press-materials/item/8680-guinee-declaration-de-la-fin-de-lepidemie-de-la-maladie-a-virus-ebola.ht>

- Demandez aux participants en plénière de relever les caractéristiques de cette phase de l'épidémie décrite dans l'article.
- Notez les différentes réponses sur papier padex.
- Faites la synthèse des interventions et donnez la définition d'une Phase Verte (sur support powerpoint).

Résumé

Une Phase Verte doit être considérée comme une phase de prévention d'une éventuelle épidémie en ce sens que la survenue d'une épidémie n'est pas prévisible.

Le journaliste dans son rôle d'éducateur doit contribuer à anticiper la survenue d'une crise sanitaire en assurant au quotidien l'accès à l'information des populations sur les moyens de prévention des maladies en dépit des défis qu'il peut rencontrer dans l'exercice de son métier.

Session 3, Étape 2 : Gestion des barrières comportementales dans la Phase Verte (60 mins)

- Répartissez les participants en cinq groupes
- Chaque groupe va planifier une série de quatre (04) émissions de radio (par exemple interview, table ronde, émission en direct, magazine) ou des articles de presse, chacun traitant des messages de changement de comportement portant sur les méthodes de prévention en rapport avec les thématiques suivantes :
 - Funérailles - rites funéraires
 - Contact avec les animaux de brousse
 - Lavage des mains
 - Contact avec les malades présentant les signes évocateurs de la MVE
- Pour ce faire, chaque groupe va préparer l'interview d'une autorité sanitaire locale sur les comportements sains que les membres de la communauté devraient adopter.
- Projetez les différents critères à prendre en compte dans la rédaction d'une communication en Phase Verte
- Demandez à chaque groupe de venir présenter son travail en plénière
- Demandez aux participants de faire des critiques sur la base de ces critères.

Note au facilitateur

Le facilitateur présentera sur powerpoint une checklist de travail que le journaliste devrait utiliser dans la production médiatique pour la communication pendant la Phase Verte :

- Quelle est l'audience qu'il veut atteindre/couvrir ?
 - Etablir quelles sont les barrières (culturelles, économiques et autres) existant dans l'audience à l'adoption des changements recommandés en matière de prévention
 - Comment pourrait-on motiver les communautés à changer en prenant en compte leurs perceptions du risque, leurs valeurs religieuses et le bénéfice à adhérer aux nouveaux comportements promus ?
 - Les sources d'informations officielles du système de santé au niveau national, régional et local
 - Les organisations et communautés partenaires
 - Les personnes influentes dans les communautés et pourquoi les avez-vous choisies ?
 - Quels types de questions allez-vous poser à vos sources pour avoir les informations dont ont besoin vos auditeurs, vos téléspectateurs ou vos lecteurs ?
- Demandez à un des groupes de représenter sa production
 - Réévaluez les présentations
 - Prenez en compte les ajouts éventuels des participants et résumez
 - Concluez à la fin

Résumé

Phase Verte : c'est la phase où l'on note une absence de cas aussi bien dans le pays que dans les pays voisins, en somme c'est une situation normale. Elle peut se situer avant une crise sanitaire ou après la déclaration de la fin d'une crise sanitaire chez les voisins.

Session 4 : Communication en situation de Phase Orange

Le but de cette séance est d'amener les participants à comprendre le rôle des médias et la méthodologie à utiliser dans les événements durant la Phase Orange d'une épidémie.

OBJECTIFS :

A la fin de cette session, les participants seront capables de :

1. Définir la Phase Orange d'une épidémie
2. Elaborer des supports de communication adaptés à la Phase Orange
3. Identifier les obstacles à l'accès aux sources de l'information
4. Identifier et élaborer des stratégies pour obtenir l'information

MATERIEL ET DUREE

Matériel :

- Flipchart et marqueurs
- Powerpoint
- Feuilles de papier
- Vidéos

Durée : 02hr 00min

Session 4, Etape 1 : Réaliser une production en Phase Orange (avant et après une épidémie)

Distribuer cet article extrait du lien suivant: <http://news.abidjan.net/h/559641.html>

Côte d'Ivoire : le gouvernement appelle à intensifier la prévention contre Ebola

Publié le jeudi 16 juillet 2015 | Xinhua

ABIDJAN - Le gouvernement ivoirien a appelé mercredi les populations du pays à intensifier les mesures de prévention de la maladie à virus Ebola après sa réapparition au Libéria voisin.

Alors qu'un recul de l'épidémie était observable, l'actualité récente de la maladie à virus Ebola est marquée par la réapparition du virus au Libéria depuis le 29 juin 2015. A ce jour, l'on dénombre 6 cas et 1 décès dans ce pays voisin", a noté le porte-parole du gouvernement Bruno Koné lors d'un point de presse.

En Guinée et en Sierra Leone, l'épidémie persiste depuis le mois de mars 2014. Ainsi, face à cette situation préoccupante pour notre pays, qui partage des frontières avec le Libéria et la Guinée, le ministre chargé de la Santé et l'ensemble des structures impliquées dans la prévention de cette maladie doivent poursuivre et intensifier les actions de sensibilisation et de mobilisation des communautés sur les mesures de prévention", a souligné M. Koné. Il a recommandé aux Ivoiriens une "extrême vigilance" et le "strict" respect des mesures.

- Demandez aux participants de dégager à partir de cet article la situation épidémiologique des pays voisins (Libéria, Guinée) dans son contexte
- Demandez également aux participants de relever les mesures prises par le gouvernement dans ce contexte
- A partir des réponses aux questions précédentes, demandez aux participants de définir la Phase Orange
- Projetez la définition de la Phase Orange

- Demandez aux participants de se répartir en groupes en se comptant de 1 à 4
- Demandez à chaque groupe de prendre un thème (faire un tirage au sort)
- Demandez à chaque groupe d'élaborer un support de communication en fonction des différents scénarios décrits ci-dessous qu'ils viendront présenter en plénière
- Pour chacun des cas présentés en plénière, demandez aux participants d'identifier quels pourraient être les obstacles et quelles stratégies ils pourraient développer afin d'y faire face.
- Demandez aux participants de résumer la session.

Scénario 1 : *Votre station de radio communautaire est située dans une localité près de la frontière guinéenne à proximité d'une zone (préfecture), où il y a des cas confirmés. Planifiez un programme expliquant quelles mesures sont prises pour empêcher l'introduction de la maladie dans le pays, et quelles actions le public devrait entreprendre pour coopérer avec les autorités de santé et d'immigration. Pour la plupart des gens, la frontière est une fiction car nos frontières sont poreuses et ils ont des parents vivant de chaque côté de la frontière et certains agriculteurs ivoiriens ont des champs en Guinée où ils se rendent afin de les cultiver.*

Une frange de la population est commerçante et effectue des voyages réguliers en Guinée pour y vendre leurs produits et la viande de brousse.

Les autorités ont imposé des restrictions sur les passages frontaliers. Cependant, certaines personnes contournent ces restrictions et traversent la frontière à travers des sentiers de brousse. Ces restrictions ont suscité chez d'autres la colère car cela a entraîné une difficulté à se procurer des moyens de subsistance.

Le directeur de votre station de radio pense qu'il est important pour la station d'élaborer un programme afin de réduire les tensions au regard de la situation. Il est également préoccupé parce qu'il ne veut pas susciter une suspension de la part des autorités.

Il vous a donné une tâche difficile.

Comment allez-vous concevoir le programme pour aider la communauté à traverser cette période difficile ?

Qui aimeriez-vous inviter à participer ?

Allez-vous faire interagir le public à travers les appels téléphoniques en leur permettant de poser des questions ?

Nommez le public cible que vous jugez important de toucher.

Qui voulez-vous inviter à être sur le plateau afin de contribuer à calmer la tension et expliquer la situation ? (Inscrivez autant d'invités à votre programme radio que vous pensez utile et nécessaire afin de donner plus de crédibilité à votre émission et pour couvrir les questions.)

Pour chaque type d'invité listé pour cette émission, préparez les entrevues en compilant une liste de questions que vous souhaiteriez poser. (Rappelez-vous qu'en tant que journaliste, vous êtes un avocat de votre public, de sorte que vous allez essayer d'obtenir de la personne interrogée des informations qui sont importantes pour vos auditeurs).

En plénière, vous allez présenter votre liste d'invités et expliquez les raisons de votre choix.

Scénario 2 : *Vous êtes une station de radio nationale après une épidémie.*

Préparez deux programmes l'un expliquant quelles mesures les autorités prennent pour contenir l'introduction de MVE dans le pays et un autre programme conseillant aux gens ce qu'il faut faire en cas d'apparition des symptômes d'Ebola à terme et quelles actions entreprendre en cas de suspicion de cas d'Ebola.

Préparez votre questionnaire pour les entrevues.

La liste de vos invités et les raisons ?

La cible la plus importante à atteindre ?

Note au facilitateur

Projeter sur support powerpoint les questions suivantes qui serviront de support pour la production des articles :

- Avec qui allez-vous travailler au niveau des autorités sanitaires et à quel niveau dans la gestion de l'épidémie ?
- Qui est votre public cible ?
- Qui sera votre source d'informations et pourquoi ?
- Quel sera le questionnaire que vous allez administrer à vos invités ?
- Quel type de format allez-vous utiliser en fonction de votre domaine de communication ?
- Qui considérez-vous comme vos experts en fonction du programme développé ?

Résumé

La Phase Orange est une phase d'alerte pendant laquelle le journaliste/communicateur doit contribuer à accompagner les autorités dans la sensibilisation à partir des sources officielles et crédibles afin de porter la bonne information aux populations.

Session 5 : Communication en situation de Phase Rouge

Le but de cette séance est d'amener les participants à comprendre le rôle des médias et la méthodologie à utiliser dans les événements de santé pendant la crise sanitaire (épidémie).

OBJECTIFS :

A la fin de cette session, les participants seront capables de :

1. Définir la Phase Rouge d'une épidémie
2. Elaborer des supports de communication adaptés à la Phase Rouge
3. Identifier les obstacles à l'accès aux sources de l'information
4. Identifier et élaborer des stratégies pour obtenir l'information

MATERIEL ET DUREE

Matériel :

- Flipchart et marqueurs
- Powerpoint
- Vidéos

Durée : 02hr 00min

Session 5, Etape 1 : Définition de la Phase Rouge des épidémies (cas d'Ebola)

- Projetez la vidéo
(Généralités sur la maladie à virus Ebola (le virus, historique, transmission, signes et symptômes, mesures préventives <https://www.youtube.com/watch?v=W6n7FTzCEZg>)
- Demandez aux participants de relever les éléments caractéristiques de l'épidémie d'Ebola et définissez la Phase Rouge
- En lien avec les caractéristiques d'une épidémie, posez-leur les questions suivantes :
 - A quoi correspond la Phase Rouge d'une épidémie ?
 - Quels sont les obstacles liés à l'exercice de leur métier dans ce contexte ?
 - Comment se fait la collecte de données ?
 - Existe-t-il une différence dans l'analyse de ces données en fonction du canal de communication utilisé ? laquelle ?
 - Qu'est-ce que les autorités et le public attendent d'eux dans cette situation ?
- Résumez en insistant sur les difficultés que peut rencontrer un journaliste dans cette phase de l'épidémie.

Résumé

La Phase Rouge d'une épidémie est sa phase active, des cas dans le pays

Quelques défis rencontrés par les journalistes dans l'investigation de l'information :

- Haute contagiosité du virus
- L'accès difficile au site de traitement
- L'accès difficile à l'information (autorités réticentes à partager l'information)
- La peur de se faire contaminer soi même

Session 6 : Jeux de rôles

OBJECTIFS :

A la fin de cette session, les participants seront capables de :

1. Elaborer un support de communication
2. Exercer en cas de situation de crise sanitaire

MATERIEL ET DUREE

Matériel :

Durée : 02hr 00min

- Flipchart et marqueurs
- Feuilles de papier

Mise en situation

- *Demandez aux volontaires de revoir la session du Manuel du Participant, « Conseils pour une bonne émission à participation téléphonique ». (voir Annexe 2, page 25 du manuel)*
- *Donnez à tous les participants quelques minutes pour revoir "Conseils pour une bonne émission à participation téléphonique" avant que ne démarre l'émission.*
- *Demandez aux participants de se mettre deux par deux en les tirant au hasard à partir du numéro que vous leur aurez attribué auparavant.*
- *Donnez aux participants la teneur du scénario. (L'émission de télévision ou de radio a une portée nationale. L'émission vient à un moment où il y a des rumeurs que la Côte d'Ivoire a son premier cas confirmé du virus Ebola près de la région de Man)*
- *Donnez également 10 minutes ou plus à la paire (l'hôte et l'invité) pour qu'ils planifient ensemble l'émission. Les autres participants à l'atelier passeront les appels téléphoniques et assumeront donc le rôle du public qui téléphone pour ses questions.*
- *Identifiez un volontaire supplémentaire pour désigner ceux qui lèvent la main et qui devront poser les questions comme s'il s'agissait d'une personne passant un coup de téléphone lors du programme.*
- *A la fin de l'émission à participation téléphonique, les participants communiqueront à l'hôte et à l'invité ce qui leur a semblé utile dans leur performance.*

Cet exercice peut être divertissant et très utile pour renforcer la connaissance des questions-clés relatives à une crise sanitaire, en plus du renforcement des aptitudes nécessaires pour animer/recevoir les appels téléphoniques lors des émissions télévisées et radiophoniques.

Session finale

■ Evaluation finale des participants

Cette évaluation se fera avec le questionnaire préalable, il permettra d'apprécier le niveau de compréhension et la progression des participants après les différentes sessions.

■ Evaluation de la formation par les participants

Cette évaluation sera faite par les participants, c'est une appréciation du contenu des différentes sessions et des techniques de formation utilisées par les formateurs.

Clôture de la session.

ANNEXES

Annexe 1 : CODE DE DEONTOLOGIE DU JOURNALISTE IVOIRIEN

DROITS DU JOURNALISTE

Tout journaliste doit revendiquer les droits suivants :

Article 1 : La protection de ses sources d'informations.

Article 2 : Le libre accès à toutes les sources d'informations et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut, en ce cas, être révélé au journaliste que par exception et en vertu de motifs clairement exprimés.

Article 3 : Le refus de toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information auquel il collabore, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée dans cette ligne générale.

Alinéa 1 : En vertu de la <<clause de conscience>>, le journaliste ne peut être contraint d'accomplir un acte professionnel ou d'exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction, son honneur, sa réputation ou ses intérêts moraux.

Alinéa 2 : En cas de conflit lié à la <<clause de conscience>>, le journaliste peut se délier de ses engagements contractuels à l'égard de son entreprise dans les mêmes conditions et avec les mêmes effets qu'un congédiement normal.

Article 4 : L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée avant toute décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : Embauche, licenciement, mutation et promotion de journalistes.

Article 5 : En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a le droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.

Article 6 : Tout journaliste s'engage dans l'exercice de sa profession, à se conformer aux règles ci-dessus édictées. Un ordre professionnel des journalistes veillera au respect du présent code.

DEVOIRS DU JOURNALISTE

Les devoirs du journaliste dans la recherche, la rédaction, le commentaire de l'information qu'il met à la disposition du public sont les suivants :

Article 1 : Respecter les faits, qu'elles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.

Article 2 : Ne publier que les informations dont l'origine, la véracité et l'exactitude sont établies. Dans le cas contraire, les accompagner de réserves nécessaires; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les propos, les textes et les documents.

Article 3 : Défendre, en tout lieu et en toute circonstance, la liberté qu'il a d'informer, de commenter et de critiquer, en tenant le scrupule et le souci de la justice comme règle première dans la publication honnête de ses informations.

Article 4 : Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies ou des documents, de confondre son rôle avec celui d'un policier.

Article 5 : Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ou de propagandiste; n'accepter aucune consigne directe ou indirecte des annonceurs, des autorités administratives ou politiques.

Article 6 : Refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction. Assumer la responsabilité pleine et entière de tous ses écrits.

- Article 7 : Refuser tout avantage en numéraire ou en nature quelles qu'en soient la valeur et la provenance pour services rendus ou attendus. Refuser d'exploiter sa qualité de journaliste à des fins personnelles.
- Article 8 : Ne jamais révéler les circonstances dans lesquelles le journaliste a connu les faits qu'il rapporte, et ce, pour la protection de l'auteur des informations qu'il a pu recueillir.
- Article 9 : S'abstenir de toute atteinte à l'éthique sociale : incitation au tribalisme, à la xénophobie, à la révolte et au crime et délit, outrage aux bonnes mœurs, apologies de crimes de guerre et des crimes contre l'humanité.
- Article 10 : Respecter la vie privée des personnes. Le droit de la personne de protéger sa réputation et son intégrité doit être respecté. Eviter de publier des informations qui violent l'intimité de la vie privée.
- Article 11 : Rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte.
- Article 12 : S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement.
- Article 13 : Ne jamais solliciter la place d'un confrère, ni provoquer son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures.
- Article 14 : Ne reconnaître que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel.

Annexe 2 CONSEILS POUR UNE BONNE PERFORMANCE DE L'EMISSION A PARTICIPATION TELEPHONIQUE DES AUDITEURS

Dans vos remarques d'ouverture et lors de la présentation de votre invité, expliquez pourquoi vous lui avez demandé de venir à cette émission et expliquez brièvement pourquoi le thème est important. Vos questions à l'invité ne cherchent pas à obtenir la même information que vous venez de donner dans votre remarque d'ouverture et lors de votre introduction. La première question vise à voir les choses sous un angle ou à extrapoler un aspect différent du thème général.

Combien de participants seront dans la formation des formateurs ?

- Tout au long de l'émission, présentez à plusieurs reprises votre invité et expliquez ses qualifications, les raisons pour lesquelles il ou elle participe à cette émission. En effet, rien ne vous dit que les auditeurs ont été là depuis le début. La plupart des auditeurs se branchent à différents moments et il faut donc leur rappeler le thème ainsi que l'identité de l'invité, au même titre que votre propre identité et celle de la station radiophonique.
- Faites-vous l'avocat de l'auditeur. Essayez toujours, dans la mesure du possible de vous mettre dans les souliers de l'auditeur. Dirigez et menez la direction de la conversation pour que vos auditeurs obtiennent autant d'informations que possible.
- Donnez à ceux qui appellent le droit de poser des questions. Si la question n'est pas tout à fait compréhensible, essayez de la reformuler et demandez à celui qui a appelé si votre explication reflète effectivement l'aspect qui l'intéressait.
- N'hésitez pas à couper les perturbateurs.
- N'hésitez pas, d'une manière polie, à prier les personnes d'être brèves ou de ne pas s'écarter du sujet si elles se perdent un peu dans leurs déclarations. (Lorsque vous allez de l'avant, vous gardez l'intérêt de vos auditeurs).
- Trouvez diverses manières d'encourager l'invité à mettre au clair les idées, si vous pensez qu'elles ne sont pas bien claires.
- Agissez comme médiateur entre la personne qui appelle et les invités. N'hésitez pas à montrer votre autorité.
- Du point de vue santé et éducation, demandez pourquoi ce thème est important. Demandez à l'expert d'expliquer comment la réforme ou les solutions aideront à améliorer la vie des auditeurs.
- Si l'invité accuse d'autres personnes de certains comportements négatifs, demandez-lui de justifier sa position. Vérifiez que l'émission fait justice aux absents.
- Evitez de vous ranger du côté de vos invités, demandez-leur toujours d'expliquer comment les choses se passent et pourquoi les choses sont importantes pour le public.
- Evitez de prendre position. Imputez toujours les diverses positions à d'autres sources, telles que "les dirigeants communautaires ont noté que..." "Le chef Enuguwa n'était pas d'accord avec leurs revendications, il a dit que..." ou "je vais faire l'avocat du diable".

Annexe 3 CONSEILS PRATIQUES DEFINITION CHARTE

Crise sanitaire - Définition

Une crise sanitaire est une menace pour l'état de santé d'une population.

Deux caractéristiques permettent de décréter qu'il y a crise sanitaire :

l'état d'urgence et le caractère inédit du risque à l'origine de cette crise.

C'est l'État concerné qui décrète l'état de crise sanitaire.

Elle peut notamment se présenter en tant qu'épidémie (due à des agents pathogènes tels que le virus H1N1, par exemple), crise d'origine médicamenteuse, alimentaire ou encore naturelle (canicule, tsunami, etc.).

En Côte d'Ivoire, l'utilisation des phases de l'épidémie, permet aux acteurs de moduler les interventions, les messages selon la phase :

- Verte : situation normale
- Orange : alerte et
- Rouge : crise, avec des changements de contenu et de ton.

Utilisation de la stratégie pour toute autre maladie à caractère épidémique.

OMS

Chargée des situations d'urgence, l'OMS a activé un système de gestion des incidents pour encadrer la riposte et mobiliser toute l'expertise de l'Organisation afin de faire face à la crise.

Le cadre porte sur ce qui est nécessaire pour aider les pays afin de :

- Renforcer la surveillance
- Lancer des campagnes de vaccination de masse
- Intensifier la lutte anti vectorielle
- Communiquer efficacement sur le risque
- Prendre en charge les cas clinique et
- Accélérer la recherche-développement pour les vaccins, les produits de diagnostic et les produits thérapeutiques.

Crise sanitaire en Angola

<https://www.youtube.com/watch?v=U8kCKvn7EiA>

RDC : Lancement d'une campagne de vaccination contre la fièvre jaune

<https://www.youtube.com/watch?v=vRYWFqgSEig>

Riposte mondiale à la flambée de fièvre jaune

<http://www.who.int/emergencies/yellow-fever/response/fr/>

Le cadre d'action stratégique oriente la riposte internationale à la flambée de fièvre jaune de 2016 en Angola, en Ouganda, en République démocratique du Congo et aide les autres pays à se préparer à l'importation de cas.

14 juin 2016

L'objectif primordial de la stratégie mondiale de lutte contre la fièvre jaune est de mettre fin aux flambées dans les pays affectés et de limiter la propagation internationale.

Dans le cadre du nouveau programme de l'OMS chargée des situations d'urgence, nous avons activé un système de gestion des incidents pour encadrer la riposte et mobiliser toute l'expertise de l'Organisation afin de faire face à la crise.

Cadre d'action stratégique contre la fièvre jaune - en anglais

Base de données pour la coordination

Cet outil aidera à coordonner l'action mondiale en réunissant en un seul lieu toutes les informations des partenaires. Il peut être utilisé par tous ceux qui participent à l'action d'urgence contre la fièvre jaune aux niveaux mondial, régional et national.

Ces informations sont conçues pour pouvoir adapter l'action contre l'épidémie de fièvre jaune, aider à combler les déficits de financement et contribuer à actualiser le cadre d'action stratégique et le plan opérationnel commun qui indique comment les activités dans le monde entier s'intègrent dans une stratégie universelle. L'outil de notification contribue à améliorer aussi l'accessibilité et la transparence de l'action mondiale.

Un guide est intégré à cet outil pour saisir les données et toutes les informations sont validées par l'OMS pour garantir leur cohérence et leur exactitude. Il est demandé à tous ceux qui participent à l'action contre la fièvre jaune une mise à jour continue des informations sur leurs activités, afin de garantir l'exactitude des rapports.

Sachez également que la saisie de données dans la base donne la permission d'utiliser ces informations afin de produire des rapports.

Tableau de bord de la riposte

Un tableau de bord est en cours d'élaboration et il décrira les activités des partenaires, les contributions des donateurs et la réponse aux déficits de financement.

Lutte contre la fièvre jaune : le Représentant de l'OMS en RD Congo souligne l'engagement fort de l'Organisation.

Annexe 4 : TECHNIQUES ESSENTIELLES DES INTERVIEWS

1. Essayez dans la mesure du possible d'organiser directement l'interview pour créer un bon contact ; montrez à la personne interviewée pourquoi l'interview est importante dans ce compte rendu.
2. La personne interviewée peut savoir que vous allez également interviewer d'autres sources pour obtenir d'autres points de vue et d'autres angles. Indiquez à la personne combien il est important pour vous d'être impartial et juste et montrez-lui toutes les facettes de ce que vous essayez d'accomplir.
3. Refusez toujours respectueusement si on vous offre de l'argent pour diriger une histoire en faveur de la personne interviewée. Assurez d'ailleurs la personne interviewée que vous allez représenter exactement sa position. C'est extrêmement important, car l'intégrité personnelle d'un journaliste est son bien le plus précieux.
4. Il est vital de présenter en toute justice le point de vue d'une source pour maintenir une bonne relation avec cette personne.
5. Fixez les règles de base. Si l'interview ne sera pas diffusée entièrement, indiquez comment vous allez attribuer l'information qui sera impartie. Est-ce que vous allez donner le nom de la source ou est-ce que vous lui donnerez une autre attribution, telle que "sources officielles", "sources proches du Président", "sources ne souhaitant pas être identifiées", etc....
6. Evitez de donner les questions à l'avance mais donnez pourtant à la personne interviewée une bonne idée de ce dont on parlera pour qu'elle soit à l'aise.
7. Préparez-vous à l'avance pour que la personne interviewée respecte votre connaissance du sujet mais, faites-le avec humilité pour ne pas être condescendant.
8. Préparez amplement de temps pour l'information, surtout si vous utilisez un magnétophone et des caméras.
9. Préparez à l'avance une liste de questions mais montrez-vous souple dans le cas où l'interview se dirige dans d'autres directions inattendues.
10. Donnez un ton convivial en présentant des questions amicales, puis dirigez-vous lentement vers les questions plus difficiles ou plus controversées.
11. Ramenez dans le chemin la personne interviewée si elle s'écarte trop du sujet.
12. Ne bousculez pas votre source ! Il est important de créer un rapport poli et un niveau de confort pour la personne interviewée. Certaines personnes ont en effet besoin de quelques minutes pour qu'elles soient à l'aise pour parler à des journalistes. Il est important de se prendre le temps qu'il faut pour connaître vos sources, surtout si par la suite vous les appellerez pour des questions de suivi ou si vous les utilisez comme source pour de futurs reportages.
13. Montrez toujours du respect pour les personnes interviewées et leurs positions. Ne prenez jamais une attitude d'hostilité ou de supériorité morale face à la personne interviewée. Vous n'arriverez pas à obtenir l'information que vous souhaitez si vous vous montrez hostile ou arrogant et vous vous faites probablement un ennemi.
14. En traitant avec nos sources, il est important qu'elles nous prennent pour des témoins neutres ou pour un intermédiaire honnête de l'information. Ainsi, les émotions du journaliste sont laissées de côté et son point de vue personnel ne compte pas. Cela diminue les risques de réactions négatives de la part de la personne interviewée.

Dans cet esprit de neutralité, il est bon d'attribuer l'information que vous présentez à d'autres personnes. Par exemple :

- "Les dirigeants communautaires disent que, tel ou tel"
- "Selon un rapport de la banque mondiale, la Guinée serait en retard sur"
- "Le dirigeant du parti de l'opposition Mbai Chame critique la manière dont cela a été exécuté"
- "Certains ont avancé que vous auriez dit que, tel et tel; quelle est votre position à cet effet" ?

Soyez également respectueux dans la manière dont vous souhaitez obtenir les réponses.

- Comment pourriez-vous répondre à cette déclaration ?
 - Comment le gouvernement pourrait-il répondre à ces préoccupations ?
 - Etiez-vous au courant de la situation ?
 - Quels sont les types de solutions que vous avancez ?
 - Qu'en pensez-vous ?
15. Le silence est d'or mais tôt ou tard il vous faudra poser les questions difficiles que votre interlocuteur ne souhaite pas aborder. Quand vous commencez à poser ces questions plus provocatrices, les réponses seront probablement plus courtes, moins utiles ou moins bien ficelées. Peut-être n'obtiendrez-vous aucune réponse du tout. Dans ce cas, regardez votre source dans les yeux et ne dites rien. Dans la plupart des cas, votre interlocuteur commencera à se sentir mal à l'aise et recommencera à partager l'information. Si cela ne marche pas, demandez à la personne si elle connaît une autre source qui pourrait répondre à la question.
16. Avant de partir, demandez à votre source si vous avez oublié quelque chose. Peut-être la personne souhaite à tout prix vous donner une information utile mais que vous n'avez pas posé de question allant dans ce sens. Ne partez pas sans laisser un numéro de contact ou une adresse e-mail et en demandant quel serait le bon moment d'appeler pour des questions de suivi.

Conseils pratiques : dans vos histoires, identifiez les sources lorsque c'est possible. Le public a le droit d'obtenir autant d'informations que possible sur la fiabilité des sources.

Autres conseils sur les aspects et les techniques

- Eprouvez la fiabilité et l'exactitude de l'information provenant de toutes les sources et faites attention pour éviter toute erreur qui serait faite par inadvertance. Une distorsion ou déformation délivrée des faits, est chose inacceptable.
- Choisissez attentivement les sujets de nouveaux reportages pour leur donner l'occasion de répondre aux allégations de mauvaise conduite. Si la personne accusée n'est pas disponible pour commenter ou refuse de répondre, vous êtes tenus éthiquement de le dire dans votre reportage.
- Demandez toujours quels sont les motifs de vos sources avant de promettre l'anonymat. Si une source souhaite utiliser l'anonymat pour attaquer une autre personne, cela serait une proposition inacceptable pour un journaliste honnête. Mettez au clair les conditions attachées à une promesse faite en échange d'informations. Tenez toujours vos promesses.
- Evitez les sources qui sont motivées politiquement à moins que leur motivation politique ne fasse partie du reportage.
- Posez la même question à des sources différentes. Votre reportage risque de devenir bien intéressant si elles se contredisent.

Annexe 5 : PRE TEST et POST TEST

1. Les normes journalistiques, le journaliste dans la mise à disposition de l'information au public doit : (encerclez les réponses vraies)
 - a. Respecter les faits, qu'elles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.
 - b. Accepter toute pression et autre directive rédactionnelle que celle donnée par les responsables de la rédaction.
 - c. Assumer la responsabilité pleine et entière de tous ses écrits

2. Il y a crise sanitaire lorsque les conditions suivantes sont réunies (encerclez les réponses vraies)
 - a. Taux de létalité 10%
 - b. Fermeture des frontières terrestres et aériennes
 - c. Une situation d'urgence liée à une menace pour la santé
 - d. Le caractère inédit du risque qui donne naissance à la crise

3. La communication de crise, c'est un ensemble de techniques de communication permettant d'atteindre les objectifs suivants :
 - a. Anticiper une crise
 - b. Atténuer les effets négatifs d'une crise
 - c. Soutenir les efforts des politiques
 - d. Prendre en charge les personnes affectées par la crise

4. Les techniques d'interview sont les suivantes : (encerclez les bonnes réponses)
 - a. L'impartialité
 - b. Donner les questions à l'avance avant le jour de l'interview
 - c. L'empathie envers la personne interviewée
 - d. Toutes les réponses sont justes

5. La Phase Rouge de l'épidémie
 - a. Phase quand il faut brûler des maisons contaminées ainsi que le sang des malades
 - b. L'épidémie a été arrêtée en raison des actions du secteur de la santé publique
 - c. Sa phase active
 - d. Cette phase n'existe pas

6. La Phase Jaune de l'épidémie
 - a. Phase quand il y a un peu de cas dans le pays
 - b. Il y a des cas dans un pays voisin
 - c. Phase quand la population a commencé à entrer en panique, et les forces de sécurité doivent être mobilisées pour maintenir l'ordre public
 - d. Cette phase n'existe pas

7. La Phase Verte
 - a. Il n'y a pas de cas chez les pays voisins, ni chez nous
 - b. La Phase Verte donne le signal que le secteur de la santé publique doit commencer à répondre à une crise sanitaire

- c. L'épidémie se développe et la riposte doit être plus forte
 - d. Cette phase n'existe pas
8. La communication pendant la Phase Verte, consiste à : (encerclez les bonnes réponses)
- a. Faire peu
 - b. Déclarer les cas de malades suspects
 - c. Anticiper afin d'éviter une crise politique
9. La communication pendant la Phase Orange, les sources officielles du journaliste sont les suivantes : (encerclez les bonnes réponses)
- a. Les autorités sanitaires
 - b. Les autorités préfectorales des départements et régions
 - c. La communauté, les populations locales
 - d. Aucune de ces réponses n'est juste
10. La communication pendant la Phase Rouge, ce qu'il faut faire : (encerclez les réponses exactes)
- a. Demander aux populations de ne pas faire confiance aux autorités
 - b. Donner l'information exacte
 - c. Prendre la fuite
11. Vous êtes le pivot d'une émission téléphonique dans une radio de proximité. Vous avez reçu l'information qu'il y a un cas d'Ebola dans la communauté. Vous voulez informer la communauté. La meilleure manière de répondre est :
- a. Inviter les témoins oculaires à répondre aux questions des auditeurs
 - b. Courir à la maison de la personne infectée pour vérifier avant d'annoncer l'existence d'un cas
 - c. Echanger avec les autorités sanitaires sur la situation et la participation des autorités dans une émission
 - d. Faire une annonce le plus tôt possible afin que les gens puissent se protéger
12. Le cadre d'action stratégique de l'OMS oriente la riposte internationale à la flambée de fièvre jaune de 2016. Quels sont les pays actuellement touchés :
- a. Mozambique, Zambie, Malawi
 - b. Angola, Ouganda, République démocratique du Congo
 - c. Mauritanie, Mali, Maroc
 - d. Angola, Zambie, Malawi.

Annexe 6. Evaluation formation

FICHE D'EVALUATION DE LA FORMATION

Veuillez ne pas écrire votre nom sur cette fiche. Merci !

1. Dans l'ensemble, les objectifs de cette formation ont été atteints (encerclez)

Pas du tout..... En entier

0% 10% 20% 30% 40% 50 60% 70% 80% 90% 100%

2. Veuillez évaluer l'utilité de chaque session dans le contexte de votre travail en tant Journaliste / communicateur en cochant la case appropriée :

SESSIONS	Très utile	Utile	Plutôt utile	Peu utile
Les normes journalistiques				
La crise sanitaire				
La communication de crise				
Les techniques de collecte, de traitement et diffusion de l'information				
La communication pendant la Phase Verte				
La communication pendant la Phase Orange				
La communication pendant la Phase Rouge				
Jeux de rôles				

3. Comment qualifiez-vous

a. Le niveau technique des présentations :

1. Trop difficile
2. Ce qu'il faut
3. Trop simple

b. Les Travaux de groupe des participants :

1. Trop difficile
2. Ce qu'il faut
3. Trop simple

4. Comment qualifiez-vous la facilitation de cet atelier ?

- a. Excellente
- b. Bonne
- c. Moyenne
- d. Mauvaise

5. Comment les encadreurs auraient-ils pu mieux faciliter l'atelier ?

6. Qu'est-ce que vous n'avez pas aimé dans cet atelier ?

7. En tenant compte des autres ateliers auxquels vous avez participé dans votre domaine, donnez une note d'évaluation générale pour cet atelier (1 étant la note la plus basse et 20 étant la note la plus élevée).