



Suède
Sverige



Global Water
Partnership
West Africa



- Partenariat Régional sur l'Eau et l'Environnement en Afrique Centrale et Occidentale (PREE)

Atelier national des femmes et hommes des médias sur la vulgarisation des politiques et textes adoptés sur l'eau, l'environnement et le climat au Bénin

Principes pour la couverture par les médias de l'information sur l'eau, l'environnement et le climat



Rappel



- La couverture médiatique de la problématique de la vulgarisation des textes, politiques et lois sur l'eau, l'environnement et le climat n'est pas évidente pour les acteurs de média malgré le fait que ce sont des domaines qui impactent la vie des populations
- Le /la journaliste se pose toujours la question de l'intérêt d'un sujet pour son audience.
- Comment y parvenir est une équation importante fondée sur la prise en compte de certains principes fondamentaux :



Principe 1 : S'adapter à la vie de son audience en rédigeant votre texte avec soin



Principe 1

- Prendre en compte le fait que ce que vous écrivez / dites impacte la vie des gens.
- Qu'est ce qui retient l'attention des gens et comment en parlent-t-ils ?
- L'audience a-t-elle besoin d'une formulation particulière de l'information / d'une information particulière ? la matière d'en parler est essentielle à la bonne circulation de l'information.
- Si on montre des images, il faut des images réelles faisant ressortir une réalité locale

- On peut se baser sur une situation particulière pour expliquer / rappeler la vision politique par rapport à ce genre de situation, les lois qui encadrent la gestion de telle situation dans le pays/ la sous région



Principe 2 : réfléchir ses textes de façon active, engageante et interactive



Principe 2

- Comment le /la journaliste crée des situations qui permettent d'attirer l'attention de son audience ?
 - Plus d'interaction est souvent nécessaire à travers des émissions interactives en direct par exemple, des rubriques où les lecteurs peuvent s'exprimer.
 - Essayer d'aller toujours au-delà des discours convenus pour créer le lien avec les gens à qui l'on s'adresse.
- L'audience a souvent besoin d'avoir l'impression qu'on l'écoute, qu'il peut et doit s'exprimer sur ces questions.
 - Les émissions interactives par exemple sur les radios sont souvent les mieux suivies
 - Les site web avec des forums de discussions à la suite des articles sont bien fournis



Principe 3 : faire appel à des porte-parole et des ambassadeurs de confiance





Principe 3

- Le recours à des personnes ressources crédibles est une nécessité pour renforcer le message mais cela peut avoir plus d'impacte si on y associe en donnant la parole à des personnalités que l'audience perçoit comme ayant une certaine « autorité » de quelque sorte au-delà de l'expertise technique.

- Reprendre /reproduire ce que disent les experts est une bonne chose mais il faut parfois chercher l'ancrage communautaire de notre travail de journaliste auprès de personnalités morales



Principe 4 : le journaliste doit toujours tenir compte et faire ressortir autant qu'il/elle le peut les bénéfices de son information pour son audience



Principe 4

- L'eau, l'environnement et le climat sont des domaines qui sont directement liés à la vie des gens.
- Il s'agit de pouvoir faire le lien de l'importance de ces domaines avec l'importance qu'il y a à connaître les règles qui encadrent ces domaines à travers les textes, politiques et lois.
- Une fois que les gens sont convaincus des bénéfices d'une action sur leur vie, ils ont plus tendance à se laisser pénétrer par l'information et à s'engager

- Ne pas se dire qu'à partir du moment que cela impacte la vie, les gens sont sensés savoir. Prendre le temps d'expliquer les choses et les bénéfices pour une vie /cadre de vie meilleure



Merci!