

# MANUEL SUR LA MÉTHODOLOGIE DE PRODUCTION À L'UTILISATION DES RADIOS COMMUNAUTAIRES



PDev II Media Team  
Août 2016



# PRÉFACE

La montée de l'extrémisme violent en Afrique et au Sahel notamment (en raison des problèmes de développement, de dégradation de l'environnement, de la marginalisation politique et sociale, du crime organisé, ainsi que de la faiblesse de la gouvernance) a conduit certains pays à solliciter et à obtenir le soutien du Gouvernement Américain à travers la mise en place d'un projet dénommé « Paix à travers le Développement » (PDev II). D'une durée de cinq (5) ans, allant de 2011 à 2016, le PDev II a couvert le Burkina Faso, le Niger, et le Tchad, et est mis en œuvre par l'ONG International Relief and Development (IRD/Blumont), en partenariat avec Equal Access International (EAI), Search for Common Ground (SFCG), et Salam Institute for Peace and Justice. Il a aussi développé, au niveau national, des partenariats avec des ONG et des associations locales.

Afin d'atteindre ses objectifs, ce projet cible les communautés locales dont les jeunes, les organisations de la société civile, les leaders religieux et/ ou communautaires (sans distinction d'âge ou de sexe), les radios de proximité, et les élus locaux dans le cadre de la gouvernance locale.

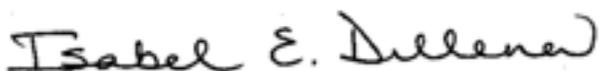
Aussi, le PDev II et ses partenaires ont-ils développé des initiatives novatrices, tissé des alliances et apporté des réponses face à l'extrémisme violent qui menace la stabilité et la paix sous régionales. On peut citer, entre autres, la contribution à des élections libres, transparentes et apaisées ; la gestion et la prévention des conflits ; la sensibilisation sur les conflits fonciers ; le renforcement du civisme et de la gouvernance locale ; la promotion du dialogue inter religieux ; la production et la diffusion d'émission radiophonique de qualité adressée à la jeunesse ; la formation des jeunes aux activités génératrices de revenu, etc.

A travers ces activités, le Projet a développé des modules et des manuels de formation pour ses cibles (radios communautaires, leaders religieux et coutumiers, jeunes, ...). Et, c'est avec un grand plaisir que nous mettons à la disposition des partenaires ces guides et manuels élaborés dans l'unique dessein de servir à tout acteur ou à toute organisation désireuse de promouvoir la paix et de bâtir une résilience communautaire face à l'extrémisme violent.

C'est le lieu, ici, de remercier tous les partenaires—régionaux, internationaux, nationaux, et communautaires—qui ont accompagné le projet dans cette œuvre pleine d'enseignements, de succès et de fierté partagée, afin de contribuer à l'émergence d'une véritable résilience communautaire dans les trois pays cibles.

Leader du consortium de mise en œuvre du PDEV II, l'ONG américaine International Relief and Development (IRD/Blumont), ainsi que ses partenaires de mise en œuvre, demeurent convaincus que les bons réflexes sont acquis et que les acteurs locaux des pays d'intervention du projet sauront cultiver et entretenir cette belle plante de la paix dont les graines ont été semées par le PDev II.

Avec tous mes remerciements,



**Isabel Dillener**

Directrice Regionale  
USAID/PDev II



## TABLE DES MATIERES

<b>PRÉAMBULE</b> .....	4
<b>INTRODUCTION</b> .....	5
<b>CHAPITRE 1: LA METHODOLOGIE EQUAL ACCESS ET LA PRODUCTION DE MAGAZINES, DE PORTRAITS ET DE TABLE RONDE</b> .....	6
Préparation.....	6
Production 1: Le Magazine Radiophonique.....	8
Production 2: Le Portrait.....	10
Production 3: La Table Ronde.....	11
Post-Production.....	14
<b>CHAPITRE 2: LES FEUILLETONS</b> .....	15
Explication de la Méthodologie Sabido.....	15
Préparation.....	16
Production.....	19
Post-Production.....	20
<b>CHAPITRE 3: ÉMISSIONS INTERACTIVES</b> .....	21
Émission 1: Jeu Radiophonique.....	21
Émission 2: Les Discussions et débats.....	23
<b>CHAPITRE 4: LE FEEDBACK ET L'ENGAGEMENT DES AUDITEURS</b> .....	25
Les Clubs d'Écoute et de Discussion.....	25
Le Suivi et le Feedback.....	27
<b>CONCLUSION</b> .....	31
<b>ANNEXE 1: Fiche KAB</b> .....	32
<b>ANNEXE 2: Planification d'émissions</b> .....	33
<b>ANNEXE 3: Exemple de script d'un magazine</b> .....	34
<b>ANNEXE 4: Fiche d'écoute critique pour un CAG</b> .....	41
<b>ANNEXE 5: Planification d'un volet/intrigue d'un feuilleton</b> .....	43
<b>ANNEXE 6: Planification d'un épisode feuilleton</b> .....	44
<b>ANNEXE 7: Script d'une scène feuilleton</b> .....	44
<b>ANNEXE 8: Fiche de rapport de réunion des Clubs d'Écoute</b> .....	47
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	48

*Cette publication a été rendue possible grâce à l'agence des États-Unis pour le développement international (United States Agency for International Development ou USAID). Le contenu de cette publication ne reflète pas nécessairement les vues de l'USAID ou du gouvernement des États-Unis.*



## PRÉAMBULE

---

La communication pour un changement social et de comportement (CCSC) est un processus participatif qui utilise des canaux de communication divers et le dialogue interpersonnel pour contribuer au bien-être des individus, des communautés et de la société en général. Grâce à une combinaison de médias (radio, télévision, médias sociaux, SMS, IVR) et d'activités d'engagement direct des communautés locales, des changements positifs dans les comportements individuels et dans les normes sociales contribuent à une amélioration des conditions de vie des populations. La CCSC fournit des informations crédibles et fiables qui encouragent le dialogue communautaire, la compréhension mutuelle et des actions positives.

La méthodologie d'Equal Access agit comme un catalyseur de changement social systémique en combinant des programmes médias interactifs avec des activités de mobilisation communautaire. Cette approche génère des mécanismes de feedback qui renforcent des stratégies de programmation radiophonique qui sont axées sur les besoins réels de la population et soutiennent un dialogue authentique entre les producteurs de médias et les collectivités qu'ils desservent.

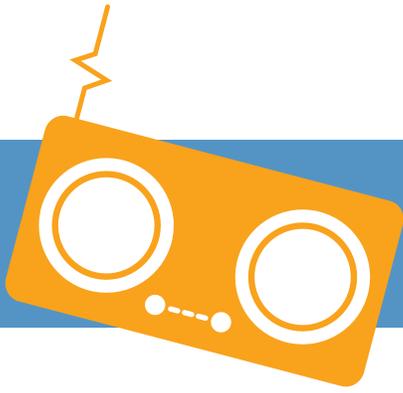
Ce manuel décrit les implications pratiques de cette approche, qui se veut un document de référence pour les producteurs de radio et les professionnels des médias, a été conçu de manière participative par les équipes d'Equal Access au Burkina Faso, au Niger, au Tchad, et avec le soutien de l'équipe de projet au siège social d'Equal Access. Il est destiné en priorité aux radios partenaires, et surtout aux producteurs en support à la formation dispensée par l'organisation. La mise en pratique du contenu est très simple et ne commande qu'un minimum de volonté. Comme tout manuel, certains aspects importants de notre méthodologie peuvent se révéler moins appropriés pour le contexte de certaines radios ; il suffit alors pour l'utilisateur de l'adapter et de trouver l'astuce qui pourra aider à contourner la difficulté.

J'encourage les gestionnaires des radios et les producteurs à s'approprier ce manuel et surtout, à bénéficier de son contenu afin qu'ensemble, nous puissions améliorer la qualité et la diversité de l'information offerte aux bénéficiaires de nos projets, et ainsi contribuer de façon tangible au développement des pays en émergence.



**Ronni Goldfarb**

Présidente et CEO



# INTRODUCTION

Equal Access est une organisation non gouvernementale (ONG) américaine basée à San Francisco qui œuvre dans le secteur de la communication et des médias au service du développement. L'organisation a été fondée en 2001 pour mission d'améliorer la vie de millions de personnes dans les régions isolées du monde, en répondant à leurs besoins en information et en éducation à travers la production d'émissions et le renforcement de capacités des médias (main d'œuvre et besoins techniques). Les projets d'Equal Access couvrent plus d'une dizaine de pays en Asie et en Afrique. Son approche privilégie la communication participative et l'implication des communautés, celles-ci étant soutenues par des partenariats avec les institutions locales.

Au niveau régional, Equal Access opère des projets au Tchad et au Niger depuis maintenant 8 ans, au Burkina Faso depuis 3 ans, au Nigeria depuis 2 ans, et au Cameroun depuis le début de l'année 2016. Ces projets ont pour objectif de développer au sein des communautés des voies modérées et de renforcer les plateformes locales favorisant le dialogue et l'échange d'informations crédibles et de qualité et la résilience communautaire. Pour ce faire, Equal Access travaille sur trois axes principaux : la production médiatique, le renforcement des capacités des radios locales (main d'œuvre et équipement), et l'engagement communautaire.

De manière générale, Equal Access développe des contenus médias innovants axés sur les besoins des populations et adaptés à leur contexte socio-culturel. En produisant des émissions en langues locales qui répondent aux attentes des populations, Equal Access encourage les membres de la communauté à collaborer à l'adoption de comportements positifs et durables sur des enjeux cruciaux tels l'autonomisation des jeunes et des femmes, le chômage, la bonne gouvernance, et les droits de l'Homme. Les besoins et les attentes des populations sont considérés en amont lors du développement des projets et ultérieurement grâce à un système de feed-back participatif sollicitant l'implication directe de tous les acteurs.

Le présent document qui se veut pratique et opérationnel, vise à partager la méthodologie souhaitée lors de la production des émissions, colligeant ainsi les expériences et le savoir-faire d'Equal Access dans la région sahélienne. La méthodologie relative à la production de magazines radiophoniques est présentée dans le premier chapitre, les feuillets dans le deuxième, suivi par les émissions interactives dans le troisième, et finalement dans le dernier chapitre, les interventions souhaitées relativement à l'engagement communautaire.



# CHAPITRE 1

## LA MÉTHODOLOGIE EQUAL ACCESS ET LA PRODUCTION DE MAGAZINES, DE PORTRAIT ET DE TABLE RONDE

Comptant plus de 15 ans en l'implémentation de projets médias et de sa connaissance de l'environnement africain, Equal Access préconise la production de formats d'émissions spécifiques répondant aux attentes des auditeurs: magazine, feuilleton et jeux radiophoniques, table ronde et portrait. Ces genres ont d'une part l'avantage de donner la parole aux populations et experts locaux pour livrer des informations utiles et d'autre part, dans le cas des feuilletons, en utilisant la fiction à travers des personnages pour caricaturer la réalité afin de sensibiliser la communauté à travers des informations crédibles et de qualité. De façon générale, la production des émissions suit la démarche suivante:

### PRÉPARATION

---

#### IDENTIFICATION DES THÈMES

Equal Access préconise la méthode participative pour l'ensemble de ses activités. Le choix des thèmes des émissions repose sur le même principe. Avant de démarrer la production des émissions, une étude de base est conduite afin de recueillir les informations utiles à la production des contenus, notamment sur les grandes thématiques pertinentes aux populations visées. À cette fin, Equal Access fait appel à la contribution des clubs d'écoute, des Reporters Communautaires et ainsi qu'aux radios partenaires. Pour les radios communautaires qui ne disposent pas des moyens suffisants pour produire une telle étude, il est utile d'engager la participation des clubs d'écoute pour mieux comprendre les thèmes qui reflètent la réalité et les préoccupations des communautés. Les radios peuvent aussi programmer une émission spéciale leur permettant de sonder les suggestions de thèmes auprès de leur auditoire.

#### PLANIFICATION ET ALIGNEMENT DES ÉLÉMENTS SONORES

Après l'identification des thèmes, les équipes médias amorcent l'étape de la planification suivant l'approche KAB (« Knowledge, Attitudes, Behaviors, » - « connaissance, attitudes, comportements»). Cette approche a le grand avantage de créer des conditions propices aux changements des comportements en travaillant en amont sur l'acquisition de connaissances et le changement des attitudes. À titre d'exemple, en cherchant à promouvoir la nutrition, il ne suffit pas de dire simplement « mangez des fruits et des légumes » pour générer des actions en ce sens; il faut d'abord que les auditeurs comprennent les notions clés associées à une bonne nutrition et les avantages qu'elle comporte. Ce n'est que par la suite qu'ils pourront changer leurs attitudes par rapport à la nutrition et adopter des comportements qui assureront leur santé et le bien-être, ainsi que celui de leur famille. L'exercice du KAB aide les producteurs à analyser une problématique donnée et favoriser l'absorption du message désiré auprès des populations visées. (Annexe 1).

### Qu'est-ce que c'est qu'un Reporter Communautaire ?

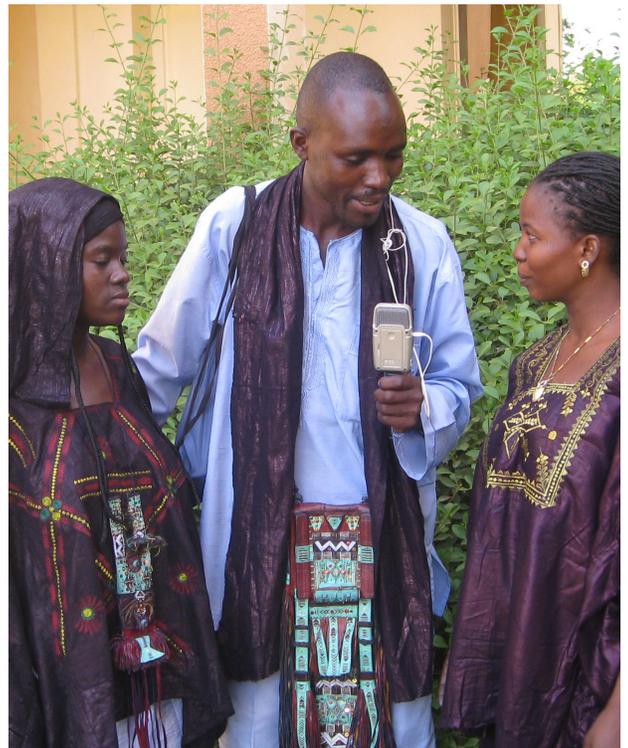
Les Reporters Communautaires sont un pilier de l'approche d'Equal Access. Un RC n'est pas un journaliste mais un jeune de la communauté qui est recruté et formé pour servir de trait d'union entre l'équipe de production et les membres de la communauté. En tant que membre de cette communauté, il jouit de la confiance des siens et peut facilement se rapprocher d'eux pour solliciter des témoignages dans le but de mieux présenter une situation.

La planification consiste également à définir par écrit les différentes étapes nécessaires à la réalisation des émissions (Annexe 2). Il s'agit notamment de définir la cible, l'objectif de l'émission, sa durée, et les changements d'attitudes et de comportements souhaités. Lors de cet exercice, des personnes ressources, telles les autorités locales et les Reporters Communautaires seront appelées à contribution de façon à permettre l'atteinte des objectifs des émissions. Il en est de même pour les questionnaires utilisés par les Reporters Communautaires qui sont des outils forts utiles pour sonder les besoins et définir les paramètres des émissions.

L'impact et la réussite des émissions tient principalement dans la capacité du producteur à utiliser de façon judicieuse et créative les différents éléments sonores dont il dispose et ce, particulièrement pour les émissions de format magazine. L'alignement des principaux éléments sonores est une prérogative du producteur et tient compte de l'angle de traitement du sujet, des émotions qu'il veut susciter et surtout, du message qu'il souhaite faire passer. Il est d'abord conseillé d'écouter tous les éléments sonores (interviews, témoignages, vox pop, sketch, etc.) et de les séquencer avant d'écrire les textes de liaison, l'introduction et la conclusion. L'ordre d'alignement des éléments n'est pas uniforme. Mais de façon générale, les émissions produites par Equal Access débutent par des vox pop ou un sketch, suivies des interviews et ensuite des témoignages. Cet alignement offre l'avantage de démarrer l'émission par des appréciations générales de « l'homme de la rue » (vox pop), suivi de l'intervention d'un spécialiste sur la question pour mieux camper le sujet (interviews) et enfin le témoignage d'une personne (monologue) pour raconter son expérience et donner des conseils aux auditeurs.

### LE RÔLE DES REPORTEURS COMMUNAUTAIRES (RC) ET LA RECHERCHE DES SONS

Une fois la planification effectuée, l'équipe de production sélectionne les questions par thématique et les achemine auprès des différents RCs pour la collecte des éléments sonores dans les langues de production. Le rôle des RC sera donc d'identifier les personnes ressources dans la communauté et surtout de recueillir leurs témoignages.



*Un Reporter Communautaire fait un interview avec des jeunes femmes.*

Même si cela semble complexe, les radios communautaires peuvent également avoir des Reporters Communautaires dans les villages, ce qui demande de la conviction et de l'ardeur au travail de leur part. Les radios peuvent donc identifier auprès des différents clubs d'écoute des villages, une personne très motivée pour lui confier le travail de collecte de données, la tenue de sessions d'information, et la production des contenus. Cette personne pourrait recevoir des avantages particuliers (communiqué gratuit, citation de son nom à la radio, invitation à participer à des activités de la radio, etc.) afin de le motiver à poursuivre son travail.

## PRODUCTION 1: LE MAGAZINE RADIOPHONIQUE

---

### DÉFINITION

Le magazine est une émission d'information et d'éducation qui se base sur la réalité quotidienne des populations pour présenter une situation. Il porte sur un thème unique ou sur un ensemble de sujets différents relatif à un même domaine. Un magazine radio présente de façon réaliste une situation. Il éveille l'intérêt des auditeurs et fournit à la fois divertissement et information.

### IMPORTANCE ET PARTICULARITÉ

Le format magazine produit par Equal Access se caractérise par la place importante qu'il donne aux mots et qu'il accorde au contenu. Le choix du magazine s'explique par le fait qu'il offre d'énormes possibilités techniques et artistiques pour son animation, son habillage et surtout l'incorporation de tout élément sonore afin de faire ressortir les réalités quotidiennes des populations et surtout faire passer le message souhaité.



### LE CONTENU

En ce qui concerne le contenu, presque tout peut convenir pour un format de type magazine: la politique, les sujets économiques ou agricoles, l'information sur la santé et l'éducation, la culture, etc. Le magazine tel que conçu par Equal Access vise à donner la parole aux acteurs et aux membres de la communauté afin que tout le monde puisse s'exprimer et surtout se reconnaître dans les émissions. Afin de rendre les émissions à la fois informatives et ludiques, des dialogues entre les présentateurs, des vox pops, des interviews, des témoignages, de la musique et quelques fois des sketches de quelques minutes sont proposés dans les émissions.

### L'ÉCRITURE DES SCRIPTS

Pendant que les RC collectent les éléments sonores, les producteurs commencent à écrire les scripts (Annexe 3). Ceux-ci débutent par une phase de documentation afin de mieux cerner le sujet et recueillir toutes les informations utiles et crédibles.

Les producteurs des radios communautaires doivent pouvoir matérialiser leurs idées sur papier afin de mieux les réaliser. En cas d'impossibilité (le producteur ne sait ni lire ni écrire en français), le producteur peut se contenter des interviews qu'il aura conduit pour produire son émission. Les phrases de transition doivent alors être bien formulées afin d'avoir l'impact souhaité. La structure de l'émission est composée de trois composantes principales:

### ETAPE 1—L'INTRODUCTION

L'émission démarre toujours par un dialogue entre les deux présentateurs (homme et femme) qui s'informent mutuellement sur la vie de la communauté. Ces échanges teintés d'humour et d'anecdotes permettent de traiter de l'actualité du pays mais aussi de faire passer de petits messages d'informations sur le projet et ces activités. C'est également lors de cet échange que le thème de l'émission est annoncé. Les animateurs présentent le thème et les caractéristiques qui y sont associées, notamment la problématique, les causes, les conséquences et les implications sur la communauté. Cette phase permet également aux animateurs de l'émission d'établir une relation intime avec les auditeurs sans jugement de valeur et de jeter les bases d'une discussion remplie d'humour utilisant un langage simple, parfois même familier. L'objectif est de montrer aux auditeurs qu'ils sont des parties prenantes de l'émission et que c'est à leur réalité que l'émission s'intéresse. En d'autres termes, cette phase permet de camper le sujet et de mettre tout le monde en situation d'écoute de l'émission.

### ETAPE 2—LES SONS ET LES ARGUMENTS

Cette seconde phase est entièrement consacrée aux auditeurs et aux membres de la communauté. En effet, durant cette phase, les animateurs introduisent dans un ordre bien précis les éléments sonores qui ont été recueillis par les reporters communautaires. Ces éléments sonores sont constitués de micros-trottoirs, d'interviews, de témoignages et de sketches.



*Les 'vox pops' soumis par les Reporteurs Communautaires donne la parole aux membres de la communauté.*

Le micro-trottoir (« vox pop ») est une occasion qui est donnée aux populations d'exprimer leur point de vue sur le thème qui est développé dans l'émission. Les points de vue qui sont souvent divers permettent aux auditeurs de s'identifier aux propos et surtout, de se positionner par rapport à ceux-ci. Le micro-trottoir est suivi d'une interview avec un spécialiste sur la question. Dans le but de permettre aux auditeurs de bénéficier de la bonne information, une personne de référence (spécialiste) est interrogée afin d'éclairer l'auditoire sur les différents sujets évoqués afin de permettre à chacun d'opérer un choix sur la base des informations fournies.

Afin de montrer qu'il est possible de changer si on le veut, l'émission fait entendre un témoignage, sous forme de monologue, d'une personne qui raconte sa vie passée marquée par des actes répréhensibles ou non et surtout, les écueils qu'elle a franchi pour s'en sortir et être aujourd'hui acceptée dans la société. En fonction du sujet traité, un sketch est incorporé dans l'émission afin d'illustrer une situation de vie et faire ressortir certains aspects importants que nous n'aurions pas pu révéler par l'interview.

### ETAPE 3—LA CONCLUSION

La phase 3 est consacrée à la conclusion de l'émission. C'est la rubrique des informations pratiques et utiles, ce qu'il faut retenir d'essentiel dans l'émission. En fonction du thème abordé, les animateurs de l'émission livre un message court et précis aux auditeurs afin qu'ils puissent s'en inspirer. Les

contacts utiles pour joindre les producteurs et pour réagir sur le répondeur téléphonique sont également donnés aux auditeurs avant de se donner rendez-vous pour la prochaine émission.

### RÉVISION ET VALIDATION DU SCRIPT

Une fois le script écrit, il est d'abord revu par l'équipe d'Equal Access avant d'être envoyé aux membres du Content Advisory Group (CAG) pour leur appréciation. Le rôle du CAG à cette state est donc d'apprécier la qualité des scripts mais aussi et surtout de s'assurer que les informations contenues dans les scripts sont crédibles et véridiques et ne trahissent pas les textes en vigueur dans un pays donné. Les membres du CAG peuvent aussi proposer des thématiques et faire des propositions diverses aux équipes de production. C'est suite aux différents amendements que le script est enregistré au studio d'Equal Access par les animateurs.

#### Qu'est-ce que c'est qu'un Content Advisory Group (CAG)?

Un CAG, ou un Groupe de Validation de Contenu joue un rôle indispensable dans la production Equal Access pour assurer que le contenu des émissions est pertinente, utile, et surtout approprié et acceptable au niveau culturel. Ce groupe officiel est composé de personnes ressources (leaders communautaires, membres de la société civile, leaders religieux, jeunes, femmes, etc.) des diverses domaines qui ont chacun un expertise ou une contribution à faire au thématique de la série. Les membres du CAG participent à la révision des scripts au début du mois par email et sont convoqués chaque fin du mois pour écouter, critiquer, et valider les enregistrements afin qu'ils ne soient diffusés.

### PRÉSENTATION ET ENREGISTREMENT

La présentation de l'émission se fait par deux personnes (de préférence un homme et une femme). Ce choix de deux personnes permet d'une part de dynamiser l'émission à travers les dialogues teintés d'humour et d'autre part le choix d'un homme et d'une femme correspond à la philosophie d'Equal Access qui souhaite toujours dans sa démarche offrir les mêmes chances aux hommes qu'aux femmes. Cette option favorise aussi une harmonie vocale à travers la combinaison d'une voix féminine et d'une voix masculine.

## PRODUCTION 2: LE PORTRAIT

---

### DÉFINITION

Le portrait propose une vue d'ensemble des caractéristiques principales d'une personnalité telles ses éléments biographiques, ses déclarations, sa manière d'être, son apparence physique, son cadre de vie, ses activités, etc. Rassemblant des éléments divers (comme l'aspect physique, comportement, langage, pensées, habitudes, citations, et anecdotes). Le portrait est un genre journalistique particulier. Il se permet ainsi une approche très humaine, laissant la place à l'anecdote et au subjectif. Tout en informant, il cherche à présenter au lecteur une « figure », une personnalité, qu'elle soit célèbre ou anonyme, dans toute sa complexité.

### IMPORTANTANCE ET PARTICULARITÉ

Étant donné qu'Equal Access veut promouvoir des voix modérés et surtout des modèles de réussite, le portrait apparaît comme le genre le plus approprié pour susciter une forte émulation au sein des populations. Bien réalisé avec des témoignages ciblés, le portrait peut avoir un grand impact sur la population.

### LE CHOIX DE LA PERSONNE

Le choix de la personne qui sera l'objet d'un portrait est essentiel. Il faut être très rigoureux sur le choix de la personne. De préférence, le choix devrait porter sur quelqu'un dont l'expérience de vie, la réussite professionnelle ou scolaire ou le rôle au sein de la communauté peut être un modèle de vie pour les personnes qui écouteront l'émission. À titre d'exemple, il peut s'agir d'un élève très studieux et premier de sa classe, un entrepreneur prospère qui contribue au développement de sa communauté, un retraité dont l'expérience de vie peut inspirer positivement la nouvelle génération, etc.



### DOCUMENTATION

Pour réussir un bon portrait, il faut se documenter sur la personne en question. Cette phase est fondamentale puisqu'elle permet au producteur de savoir tous les détails sur son personnage (écrits, parcours scolaire, activités professionnelles et loisirs, particularités alimentaires, etc.). Cette recherche d'information peut se faire aussi auprès des proches de la personne (femme, enfant, ami, collègues, frère, etc.). L'essentiel est d'avoir le maximum d'information et de témoignages afin que le portrait soit réaliste et complet.

### RÉALISATION DES INTERVIEWS

Après la phase d'information suit la phase de construction du portrait, structurée à partir des interviews et témoignages effectués sur le personnage. En fonction de l'orientation souhaitée, il est possible de recueillir les avis de collègues, d'amis ou d'épouses. L'interview du personnage principal ne doit intervenir qu'après toutes les autres interviews. Cette manière de faire offre l'avantage de le faire réagir sur certains propos de son entourage.

### LA MISE EN COMMUN DES ÉLÉMENTS SONORES

Après la réalisation de toutes les interviews, il revient au producteur de faire un véritable travail artistique en mettant côte à côte les commentaires du producteur, la musique et les extraits des sons recueillis.

## PRODUCTION 3: LA TABLE RONDE

---

### DÉFINITION

La table ronde fait partie, avec le débat radiophonique, de la formule « émission de discussion ». C'est une tribune qui permet d'expliquer une situation. Elle réunit autour d'un animateur des personnes (2 à 4) qui partagent leurs opinions sur un sujet. Au cours de la table ronde chaque intervenant apporte un complément d'information sur le sujet traité.

## IMPORTANTANCE ET PARTICULARITÉ

L'importance de la table ronde se justifie par la diversité des personnes y participent mais aussi et surtout par les arguments qui seront développés au cours de l'émission. En effet, la particularité de la table ronde est qu'elle offre la possibilité de s'inscrire dans une dynamique d'explication d'une situation, d'approfondissement d'un sujet avec pour finalité l'information, l'éducation et surtout la sensibilisation du public.

## PRÉPARATION DE LA TABLE RONDE

### LA PHASE INITIALE

Elle est capitale. Elle consiste dans le choix du sujet et des intervenants:

#### ● Le choix du sujet

Le sujet doit être choisi avec *pertinence*. C'est-à-dire qu'il doit non seulement être *intéressant* mais également *arriver à point nommé* par rapport à l'actualité, ni trop tôt, ni trop tard. C'est la pertinence du sujet qui lui donnera sa *légitimité* à l'antenne. Il est donc conseillé de choisir des thèmes proches du vécu quotidien des populations et susceptibles de les intéresser dès que l'émission sera produite.

#### ● Le choix des invités

La même pertinence doit présider au choix des invités. Leur nombre dépendra de la longueur de l'émission. Il est conseillé de choisir entre 2 et 4 personnes afin que chacun puisse avoir le temps suffisant pour s'exprimer. La qualité des invités déterminera l'intérêt de la discussion. Il est également souhaitable que ces intervenants possèdent des expériences et des sensibilités différentes et qu'ils puissent s'exprimer avec clarté et pédagogie, le tout permettant un plateau équilibré.

### LA PHASE DE PRÉPARATION

#### ● La recherche documentaire

Elle consiste à se documenter sur le sujet et sur les intervenants avant de dégager une problématique précise et de prendre contact avec les interlocuteurs. La documentation doit permettre d'identifier les différents aspects du sujet et à choisir un angle de traitement, le premier piège à éviter étant celui des questions trop générales. L'important n'est pas de tout savoir sur le sujet mais de cerner le problème précis qu'on s'appliquera à éclairer, et donc de déterminer d'où on part (la question de départ), où l'on souhaite passer (les différentes questions à aborder), pour arriver à quel résultat.

La documentation doit également permettre d'en connaître plus sur les intervenants et leur engagement: ce qu'ils ont écrit et ce qu'ils ont dit. Il s'agira ensuite de prendre contact avec eux afin de:

- vérifier la pertinence du choix;
- obtenir leur accord ferme pour une participation;
- les informer du déroulement de l'émission.

#### ● L'élaboration du conducteur

L'enregistrement de la table ronde est balisé par un *conducteur* sous forme de questions. Il sera le point de référence qui permettra de conserver une maîtrise lors de l'émission. Il comporte l'ordre des parties à aborder, les temps d'intervention approximatifs et le nom des participants. Il indiquera, le cas échéant, à quel moment devront intervenir les ruptures sonores, musicales, appels à correspondant, appels d'auditeur ou autres éléments préenregistrés.

● **L'accueil des participants**

C'est une phase à ne pas négliger. C'est en effet le moment privilégié, 15 minutes avant l'émission, de mettre à l'aise ses invités tout en s'affirmant comme le maître du jeu. Il s'agira ainsi de :

- briser la glace pour faire connaissance;
- présenter les invités les uns aux autres;
- les installer en studio selon un plan de table préétabli;
- les faire parler mais sans aborder le sujet directement;
- indiquer les "règles du jeu;"
- expliquer votre statut de représentant du public;
- réitérer qu'ils sont sous votre autorité bienveillante.

Il faudra également prévoir une solution de secours au cas où l'un de vos invités ne serait pas au rendez-vous.

**LE DÉROULEMENT DE LA TABLE RONDE**

C'est la phase la plus délicate puisqu'il faut maîtriser à la fois le contenu, le temps d'antenne et la dynamique de groupe. Elle appelle vigilance et réactivité : car même si vous n'êtes pas responsable du contenu des interventions, vous êtes imputable de votre émission. Il faut :

● **Soigner le début des discussions**

- présenter le sujet et le justifier,
- présenter les participants et la raison de leur présence,
- rentrer d'emblée dans le vif du sujet par une question forte ou un tour de table rapide.

● **Garder le contrôle**

- ne pas hésiter à interrompre une intervention trop longue ou qui s'égaré,
- utiliser votre droit de relance lorsqu'un interlocuteur élude une question,
- utiliser votre droit de réponse lorsqu'un interlocuteur énonce des contrevérités ou des propos condamnables,
- imposer son autorité en cas de dérapage (chaos sonore, agressivité),
- respecter l'équité de temps de parole et de traitement,
- ne pas oublier de rappeler l'identification de la station, de l'émission et des participants.

**LA CONCLUSION DE LA TABLE RONDE**

La conclusion de la table ronde se fait par la synthèse des idées fortes qui se sont dégagées au cours des échanges. Le mot de la fin peut se faire soit par un tour de table des participants, soit en revenant à l'un des participants pour une synthèse. Si le temps le permet, on peut faire une désannonce de l'émission et des invités.



*Un producteur d'une radio partenaire au Niger anime une table ronde.*

## POST-PRODUCTION

---

### MONTAGE ET MIXAGE

Après l'enregistrement, le technicien de studio passe au montage de l'émission en y incorporant les extraits d'interviews recueillis par les RC. Cette phase est suivie du mixage, un processus qui permet de finaliser l'émission à travers la mise en commun de la musique, des commentaires des animateurs et des éléments sonores.

### VALIDATION DU CAG

Une fois produite et mixée, l'émission est écoutée une deuxième fois par les membres du CAG (Annexe 4). Lors de leurs rencontres mensuelles, ces derniers apprécient et commentent les émissions qui doivent être diffusées dans le prochain mois. Leurs critiques et suggestions sont prises en compte dans la finalisation de l'émission et un rapport est préparé et signé par les membres du CAG qui autorisent la diffusion de l'émission.

### GRAVAGE ET ENVOI DES ÉMISSIONS

La dernière étape est le gravage des émissions sur support CD et leur envoi auprès des radios partenaires. Une fois les émissions reçues par radio partenaire, elles sont programmées et diffusées selon les clauses contractuelles à des heures de grande écoute. La diffusion des émissions est faite toujours à des heures de grande écoute identifiées par la radio. Les auditeurs sont régulièrement informés des jours et des heures de diffusion des émissions à travers des spots programmes et des communiqués.



*Le montage et mixage d'une émission d'une radio à Bouso.*



# CHAPITRE 2

## LES FEUILLETONS

### DÉFINITION

Un feuilleton radiophonique, aussi appelé film radiophonique, est une émission de radio qui se déroule en plusieurs épisodes (ou plusieurs séries) et qui met en scène des personnages.

### IMPORTANCE ET PARTICULARITÉ

Equal Access choisi le feuilleton de style Sabido comme moyen de sensibilisation et d'éducation.<sup>1</sup> La méthodologie Sabido est basée sur des recherches théoriques et sociales qui servent à développer des feuilletons médiatiques qui reposent sur les réalités auxquelles sont confrontées quotidiennement les audiences.

## EXPLICATION DE LA MÉTHODOLOGIE SABIDO

---

Le bon usage de la méthodologie Sabido repose sur deux facteurs clés: l'usage du format feuilleton et l'adhésion rigoureuse aux théories sous-tendant la méthodologie. Alors que la plupart des programmes d'éducation par le divertissement se consacre à la transmission de messages, la méthodologie Sabido utilise des personnages agissant comme des modèles de référence pour démontrer les comportements souhaités. L'utilisation de ces modèles de référence est un élément crucial d'une application réussie de l'approche Sabido.

Ces feuilletons agissent au niveau émotionnel tout comme au niveau cognitif, et établissent en plus les conditions d'un apprentissage social. Les feuilletons du style Sabido décrivent des modèles de référence qui suggèrent, de manière réaliste, à vivre des vies personnelles et interpersonnelles plus épanouies.

La méthodologie Sabido est une approche globale de renforcement d'attitudes pro-sociales et de changements de comportements par le biais des médias de masse. Elle comporte une dimension théorique et des méthodologies pour la recherche formative, évaluative et récapitulative qui sont adaptables à divers médias commerciaux et infrastructures nationales. Elle requiert la production de feuilletons.

Les feuilletons qui s'échelonnent sur plusieurs mois ou plusieurs années sont une forme extrêmement puissante d'éducation par le divertissement qui peut influencer tant les comportements de l'audience que les normes sociales associées. Les feuilletons ont plusieurs avantages:

---

<sup>1</sup> En tant que Vice-Président à la Recherche pour Televisa au Mexique durant les années 1970-1990, Miguel Sabido a mis au point un modèle théorique pour mettre à jour des changements pro-sociaux, attitudinaux, informationnels et comportementaux à travers la programmation de la télévision commerciale. L'efficacité de son approche a été reconnue par un prix des Nationaux Unies, et a inspiré la méthodologie de nombreuses ONGs oeuvrant en développement partout dans le monde.

- Ils captent l'attention et les émotions de l'audience de façon permanente;
- Ils assurent la répétition et la continuité des messages, permettant aux audiences de s'identifier dans la durée à personnages fictifs, leurs problèmes, et leur environnement social;
- • Ils perdurent dans le temps pour permettre aux personnages de se développer et adopter graduellement des changements de comportements, avec des hésitations et des revers qui se produisent dans la vie réelle;
- Ils ont divers scénarios secondaires qui peuvent introduire différentes questions de façon logique et crédible à travers différents personnages, une caractéristique particulière des feuilletons conventionnels;
- Ils peuvent préparer un contexte social réaliste qui reflète la société et crée de multiples opportunités de présenter un problème social sous plusieurs angles.

## PRÉPARATION

### LA RECHERCHE FORMATIVE

Cette étape permet de recueillir des informations sur les caractéristiques, les besoins et les préférences de l'audience cible, de déterminer les valeurs et questions clés dont il sera question dans le feuilleton, et d'étudier les habitudes et modes de vie des communautés. La recherche formative se nourrit de feedback auprès des audiences cibles en vue de connaître leurs points de vue sur les questions qui leur semblent importantes. La recherche formative commence généralement avec une revue documentaire et comporte à la fois des méthodologies de recherche quantitative et qualitative. Elle comporte également une analyse des modes de consommation des médias par l'audience cible et une enquête quantitative auprès de cette dernière pour servir de base. Le principe fondamental de la méthodologie Sabido est que l'éducation ne doit pas nécessairement être ennuyeuse et que le divertissement peut être éducationnel. En d'autres termes, la recherche formative a pour but d'établir un cadre moral ou réglementaire pour le programme, de définir les audiences cible du programme, de définir les questions éducationnelles et enfin, de créer une grille des valeurs.

### LA LISTE DES QUESTIONS, LE CADRE MORAL ET LA GRILLE DES VALEURS

La liste de questions est une description des principales thématiques et des principaux problèmes que l'on souhaite adresser. Elle fait ressortir toutes les interrogations que le programme sera amené à résoudre. Durant la recherche formative, cette liste est générée en examinant les domaines où la norme sociale diffère de la politique officielle du gouvernement.



*Comédiens au studio Equal Access Niger enregistrent un épisode de feuilleton 'Gwadaben Matasa'.*

Le cadre moral est quant à lui un

document qui donne un aperçu général du cadre juridique et politique existant dans un pays donné en rapport avec les thématiques à développer. Le cadre moral comprendra ainsi une analyse de la constitution du pays et toute législation pertinente concernant les thématiques abordées (par exemple VIH/SIDA, égalité homme/femme et vulnérabilité des filles dans le contexte du VIH/SIDA, etc.).

Le cadre moral forme la base de la grille des valeurs et consiste en une liste des valeurs positives et négatives qui seront encouragées ou rejetées dans le feuilleton. Ce cadre moral est signé par les représentants du gouvernement, les organisations sociales, religieuses, culturelles et communautaires pour témoigner de leur acceptation. La grille de valeurs comporte des déclarations telles que : « Il est bon que les parents envoient leurs filles à l'école, » et « Il n'est pas bon que les maris battent leurs femmes. »

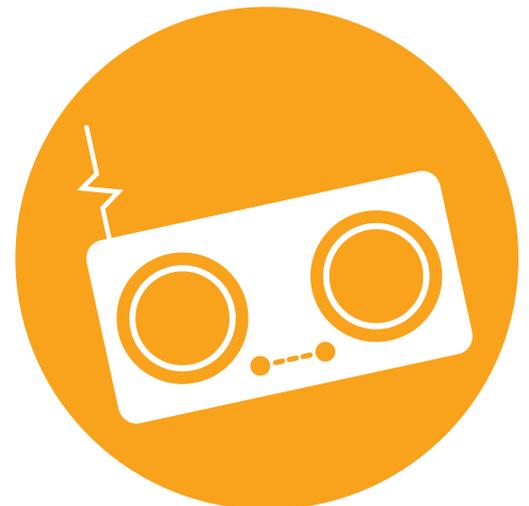
### **PLANIFICATION DES PERSONNAGES ET DE L'INTRIGUE**

Le développement des volets et des personnages du feuilleton est un élément principal de la conception du mélodrame (Annexe 5). Chaque feuilleton de type Sabido comporte trois volets qui s'entremêlent, chacun avec sa propre thématique/intrigue (par exemple : bon gouvernement, santé, et agriculture). Pour que l'audience s'identifie, les personnages qui composent l'histoire doivent être irrésistibles et avoir de fortes personnalités – être très aimables ou capables d'inspirer le dédain. Les personnages positifs supportent les comportements admirables, pro-sociaux, contribuant par exemple à la promotion de la scolarisation des filles, au mariage à un âge plus avancé ou l'espacement des naissances. Les personnages négatifs sont pour leur part présentés par des comportements antisociaux– ils peuvent par exemple consommer de l'alcool à l'excès ou se prêter à du harcèlement envers les femmes.

Pour nourrir la trame narrative, le feuilleton propose également des personnages satellites et/ou transitoires qui sont néanmoins très importants puisqu'une majeure partie de l'auditoire pourra s'y identifier. Ce sont des personnages qui sont confrontés aux dilemmes et situations de la vie quotidienne. Au fur et à mesure que leurs comportements changent au cours du feuilleton, et qu'ils adoptent des comportements plus pro-sociaux, l'audience est entraînée avec eux, suivant leur modèle.

Les scénaristes doivent utiliser la lutte entre les personnages qui incarnent des valeurs sociales positives et négatives pour développer des histoires, des actions et des sous actions. L'histoire progresse à travers l'action, et les tentatives d'influencer le personnage satellite et/ou transitoire est ce qui compte le plus.

Dans l'évolution des personnages, les récompenses et les châtements doivent être la conséquence naturelle des choix des comportements de ceux-ci. En d'autres termes, un personnage qui a des rapports sexuels avec des partenaires multiples peut être « châtié » par la contraction d'une IST et quelqu'un qui a un problème avec l'alcool pourrait finir dans un accident de voiture comme résultat direct de son comportement autodestructeur- la conduite automobile en état d'ivresse. Par contre, un



personnage qui se conduit bien peut avoir une récompense. Par exemple quelqu'un qui écoute les conseils de ses parents peut passer en classe supérieure, avoir une moto, etc.

Dans le cadre du feuilleton de type Sabido il existe trois personnages principaux :



### **LE PERSONNAGE POSITIF**

Les personnages positifs sont des archétypes, peut-être plus moraux que possible pour une personne réelle, mais un idéal auquel l'audience pourrait aspirer.

- Incarnent les valeurs positives dans la grille des valeurs;
- Sont des références pour l'audience;
- Démontrent des comportements qui sont éminemment positifs;
- Sont plus humains, bienveillants et sensibles;
- Sont des gens humbles qui se préoccupent du monde autour d'eux;
- Sont régulièrement récompensés pour leurs actes positifs.



### **LE PERSONNAGE NÉGATIF**

Les personnages négatifs peuvent aussi être des archétypes, incarnant les valeurs antisociales et recevant les sanctions adéquates pour leur comportement.

- Démontrent des comportements qui illustrent les valeurs négatives dans la grille des valeurs ;
- Ont un comportement négatif qui est un peu exagéré;
- Régulièrement punis pour leur mauvais comportement, ils souffrent occasionnellement en leur fort intérieur et regrettent leurs actes, sans toutefois changer.



### **LE PERSONNAGE SATELLITE ET/OU TRANSITOIRE**

Les personnages satellites et/ou transitoires illustrent un passage des valeurs négatives aux valeurs positives au cours du feuilleton.

- Oscillent entre les bonnes et les mauvaises valeurs;
- Leurs intérêts, leurs idées et leurs tendances se heurtent à ceux des autres;
- Leur représentation est plus proche de la réalité de l'audience;
- Sont des personnes ordinaires qui souffrent dans la vie; ils sont parfois punis et sont récompensés lorsqu'ils se tournent vers des comportements positifs.

## **LES DÉCORS**

Les décors doivent être dynamiques. Ils doivent évoluer en fonction des personnages mais aussi des lieux où se déroulent les actions. Ils peuvent être en milieu rural, urbain ou semi-urbain. Il s'agira de permettre à l'auditoire de déterminer l'endroit (ou les endroits) où se déroule l'action et de décrire ce décor avec autant de détails que possible, y compris:

- La population (qui habite là-bas);
- Les activités sociales;
- Les activités économiques;
- Les centres culturels/religieux;
- La stratification sociale;
- Les infrastructures éducatives, lieux de rencontres pour la communauté (par exemple : un marché, un puit d'eau, une place publique, un bar);
- Les infrastructures médicales;
- Les routes reliant le village aux zones urbaines ou rurales, modes de transports, etc.

## PARCOURS DES PERSONNAGES ET VOLETS

Les premiers épisodes tracent:

- Les identités des personnages;
- Leurs habitudes;
- Leurs comportements;
- La familiarisation avec les auditeurs.

## PRODUCTION

---

### PRODUCTION ET L'IMPORTANCE DU SON

L'usage et la qualité des sons est d'une importance capitale dans un feuilleton, car comme tout se passe par l'écoute, ce sont les bruitages (sons de la rue, bruit du marché, prières dans une mosquée, cris des animaux à la ferme) qui établissent les décors et créent l'image de la scène dans l'imagination de l'auditeur. De façon complémentaire, les effets sonores tels les bruits de pas, la sonnerie d'un portable, le tintement des verres, transportent l'auditeur au-delà du studio pour rendre réel dans l'imaginaire le monde du feuilleton. Les scénaristes doivent y songer au moment de la rédaction des scripts en ajoutant des indications scéniques par rapport à la tonalité de la voix, l'attitude des personnages et les effets sonores. Après l'écriture des scripts et leurs révisions par l'équipe d'Equal Access et les membres du CAG, l'ensemble est transmis au réalisateur. Ce dernier fait appel aux comédiens pour les séances de répétition. Une fois cette étape franchie, les comédiens se rendent au studio pour l'enregistrement des feuilletons.

Pendant ce temps les RCs sur instruction des producteurs, recherchent les sons et les bruitages nécessaires à la réalisation finale des feuilletons. Une fois que le technicien a en sa possession les enregistrements et les bruitages, il procède au mixage afin que chaque épisode puisse refléter la réalité et transmettre les émotions.

### STRUCTURE

Chaque épisode contient une scène par volet, pour un total de trois scènes (Annexes 6 et 7). L'ordre des scènes n'est pas fixe, celle qui débute une semaine peut devenir la troisième la semaine suivante. La 3ème scène de chaque épisode se termine par un « cliffhanger » (suspense). Pour les épisodes subséquents, la première scène commence par une suite de la scène 3 de l'épisode précédent.

Le suspense dans la méthodologie Sabido est important parce qu'il permet de terminer la scène à un point culminant, laissant l'audience sur sa faim pour le prochain épisode. L'auditeur est dans une démarche d'excitation ou d'action inachevée ce qui l'amène à attendre avec impatience le prochain épisode. Les « cliffhangers » servent dans un feuilleton pour créer délibérément le suspense, engager l'audience, se préparer à



*Enregistrement de l'émission jeunesse Manegr Sore au studio Equal Access Burkina Faso.*

examiner un problème sans le résoudre, couper le dénouement de l'action à un moment critique, laisser les personnages recevoir une nouvelle inattendue ou faire une découverte soudaine, et encourager la spéculation sur la suite de la trame narrative.

## ÉPILOGUE

L'épilogue est une caractéristique spéciale des feuilletons de style Sabido. Il informe l'audience sur les services disponibles (numéros de téléphones, adresses, et numéros verts), provoque les auditeurs en les amenant à se poser des questions sur ce qui se produira par la suite dans l'action et favorise la communication au sein des familles ou des groupes d'amis qui peuvent écouter le feuilleton ensemble.

Pour bien utiliser les épilogues, les rédacteurs doivent écrire les épilogues aussi bien que le dialogue pour les scènes. Il y a deux types d'épilogue.

Le premier rehausse le « suspense » et invite les personnages à adopter des comportements positifs. Le second fournit des informations linéaires à l'audience au sujet des infrastructures sanitaires ou sociales qu'ils pourraient vouloir solliciter après l'écoute d'un épisode.

Les épilogues ne devraient pas durer plus de 30-45 secondes. Le second type d'épilogue devrait commencer seulement après 10-15 épisodes et seulement si le besoin se fait sentir. On peut utiliser une figure d'autorité ou une voix respectable pour renforcer le comportement positif et le droit de changer.

Il ne faut pas oublier qu'en production radiophonique, le microphone ne bouge pas. Les personnages sont soit « hors micro » ou « sur micro. » Le mélodrame est le conflit entre le bien et le mal, et contient beaucoup de contenu émotionnel.

Il est également souhaitable de générer de l'émotion par la musique d'ambiance. Le producteur doit savoir comment utiliser la musique pour créer diverses ambiances. Cibler les émotions par le mélodrame, et non l'intellect. Le contenu émotionnel dure plus longtemps dans la mémoire que l'information théorique et pragmatique.

## POST-PRODUCTION

---

### LE CONTENT ADVISORY GROUP (CAG)

Dans le cadre du feuilleton, un Content Advisory Group (CAG) est mis en place et composé de représentants du public cible ainsi que des structures concernées par les thématiques du feuilleton. Le CAG aura pour tâche d'apprécier le contenu et la qualité des feuilletons et de confirmer que les épisodes sont divertissants, compréhensibles, pertinents et réalistes, que des personnages positifs et négatifs peuvent être identifiés, que la musique de générique et la durée de l'épisode sont appropriés, etc. L'objectif dans le cas du feuilleton est non seulement de donner des orientations de sorte à ce que le script corresponde à la réglementation en vigueur, mais aussi d'assurer que le produit final correspond aux désirs et attentes du public cible.

Une fois que le CAG valide le contenu, les feuilletons sont gravés sur des CD et distribués dans les radios partenaires pour diffusion.



# CHAPITRE 3

## ÉMISSIONS INTERACTIVES

### DÉFINITION ET PARTICULARITÉ

Les émissions interactives sont des programmes radio qui permet aux auditeurs et aux auditrices de s'exprimer en direct à l'antenne sur des thèmes qui les interpellent. Elles constituent le meilleur générateur d'audience. Elles offrent la possibilité aux auditeurs de partager leurs idées et leurs expériences, se prêtent bien aux interventions d'experts et de spécialistes sur un sujet donné, et permettent de s'informer et de trouver des solutions aux problèmes rencontrés. Il y a deux types d'émissions interactives produites par Equal Access : les jeux radiophoniques et les discussions/débats.

### ÉMISSION 1: JEU RADIOPHONIQUE

Le jeu radiophonique est un programme diffusé en direct et conçu pour divertir les auditeurs avec des règles bien définies et connues de tous. Les jeux sont considérés comme des émissions « faciles » et « légères », par opposition aux genres élaborés ou émissions dites « sérieuses ». Pourtant, selon de nombreux sondages, ils constituent aux côtés d'autres émissions comme les feuilletons et les variétés en général, un genre de programme très apprécié du grand public.

En effet, en plus d'attirer les auditeurs et de les fidéliser, le jeu radiophonique permet de mesurer leur niveau de compréhension des thématiques abordées lors des émissions. Sa particularité est qu'il offre la possibilité aux auditeurs de partager en direct à la radio leurs idées et leurs expériences. Elle donne aussi quelque fois l'opportunité aux auditeurs d'interagir avec des experts du sujet du jour afin de s'informer et de trouver des solutions.

### LE CONTENU

Le jeu radiophonique d'Equal Access



*Un Reporteur Communautaire fais des interviews pendant un débat publique à Tessaoua, Niger.*

se déroule une fois par semaine, de préférence après la diffusion et la rediffusion de l'émission. L'émission se déroule en deux étapes. Dans la première étape, un questionnaire (5 questions) est préparé par l'équipe de production et porte sur certains aspects développés dans l'émission de la semaine. Au moment du jeu, l'animateur porte à la connaissance des auditeurs les questions et ces derniers appellent pour donner leurs réponses. Les meilleures réponses sont récompensées par des différents cadeaux et prix de participation. Dans la seconde étape, une problématique sous forme de question est posée aux auditeurs et ces derniers sont invités à appeler pour se prononcer. Ils ont 20 minutes pour le faire. Cette seconde partie est très importante pour Equal Access parce qu'elle permet de donner la parole aux auditeurs de façon directe afin qu'ils puissent s'exprimer et partager leurs expériences de vie. Les possibilités pour les auditeurs d'échanger entre eux étant souvent rare, cette tribune joue un rôle clé en matière de sensibilisation pour un développement intégré.



*Les émissions interactives inspirent une participation enthousiaste des auditeurs et renforce le rapport entre la radio et sa communauté.*

### **FONCTIONS DE L'ANIMATEUR DE JEUX RADIO**

Le succès d'un jeu repose en grande partie sur son animateur, qui doit être capable tout à la fois de donner un certain rythme à l'émission et de se poser en arbitre en veillant au respect des règles. Il arrive qu'il soit assisté dans sa tâche par un animateur assistant. L'animateur est donc le meneur du jeu et sa fonction essentielle est de faire en sorte que les auditeurs puissent participer au jeu dans le plaisir et l'humour. Il doit donc posséder un certain nombre de qualités : être décontracté, avoir de l'imagination, un sens de l'improvisation et de la répartie, le contrôle de soi, une bonne culture et un vocabulaire acceptable.

### **COMMENT RÉUSSIR UNE BONNE ÉMISSION DE JEUX**

La réussite d'une émission de jeu repose sur certaines règles que l'animateur doit suivre de façon méthodique : démarrer toujours son émission à l'heure, lire à haute et intelligible voix le questionnaire afin que les auditeurs puissent le comprendre, être courtois envers les auditeurs, les motiver à participer au jeu, savoir ramener les auditeurs dans le jeu (pour ceux qui divaguent) mais sans s'énerver, avoir un bon choix

musical pour maintenir l'attention des auditeurs, rappeler à chaque instant les règles du jeu et surtout, noter de façon méthodique les réponses de chaque auditeur, leur identité exacte et leurs informations. Enfin, il doit bien prendre congé des auditeurs.

## **ÉMISSION 2: LES DISCUSSIONS ET DÉBATS**

---

Les discussions ou débats interactifs sont des programmes qui impliquent une communication bidirectionnelle entre une station de radio et ses auditeurs. Une telle communication peut se faire en face-à-face sous forme de débat public animé dans l'enceinte de la radio tout comme elle peut se faire au téléphone, via des messages textes ou par le biais de lettres, ou encore par l'intermédiaire de Facebook et autres méthodes en ligne. La communication bidirectionnelle peut

se faire entre un auditeur et un animateur de la radio en direct (e.g. les “libres antennes” où les auditeurs appellent pour discuter des sujets qui leur tiennent à cœur), entre un auditeur et un expert (ex. discussion dirigée par un expert ou un officiel ; dans ce cas les auditeurs peuvent réagir ou apprendre des informations suite à l’analyse de l’expert), ou entre deux auditeurs ou plus. Les programmes interactifs peuvent être enregistrés en studio ou sur le terrain.

Les discussions interactives permettent aux auditeurs de faire entendre leur voix et leurs opinions à la radio et dans leur communauté. Elles aident également à assurer que le contenu des programmes de radio soit dicté par les besoins et les intérêts de la communauté. En effet, pour une station de radio, un des grands avantages des programmes interactifs est qu’ils constituent une opportunité d’obtenir des informations sur ce qui intéressent et touchent une communauté. En proposant une programmation interactive, une station de radio peut mieux comprendre ce que son auditoire veut et ce dont il a besoin.

Les programmes interactifs peuvent aussi tenir lieu de forum pour laisser libre cours aux griefs et aux espoirs de la communauté, pour célébrer les succès de la communauté, et pour aborder des problématiques sérieuses et profondes qui la touchent. Par exemple, un réalisateur peut identifier un sujet d’intérêt pour une bonne partie de la communauté, puis enregistrer les plaintes et les griefs des gens à leur domicile ou à leur lieu de travail. L’enregistrement est ensuite présenté au maire ou à une autre autorité responsable. Les plaintes de la population et la réponse de l’autorité sont diffusées dans un programme qui présente donc les deux perspectives du problème, et les auditeurs sont invités à téléphoner ou à envoyer des SMS en ondes pour commenter et poursuivre l’échange.



### **COMMENT RÉUSSIR UNE BONNE ÉMISSION DE DISCUSSION INTERACTIVE**

Une discussion interactive en direct est un exercice qui comporte de nombreux défis. Les bonnes émissions interactives sont tributaires de deux conditions préalables. Le producteur doit d’abord identifier et définir à l’avance un thème et un fil conducteur pour l’émission, son objectif, et l’audience cible. Il doit s’informer sur les grandes lignes du thème et connaître les différents points de vue par rapport à celui-ci. Si une émission sollicite la participation d’invités ou d’experts, il doit se renseigner sur les valeurs, les positions et les intérêts de ces derniers. Le second élément de réussite est pour l’animateur de présenter l’émission et gérer la discussion de manière équitable et professionnelle.

Des appelants peuvent poser des questions sensibles et difficiles, ou être difficiles eux-mêmes puisqu’émotionnels, agressifs, trop attachés aux valeurs et aux croyances, ou silencieux. Il y a plusieurs méthodes pour gérer ces cas difficiles, entre autres:

- Employer un jeu de rôle, et mener une conversation avec et sans sympathie;
- L’animateur ne doit pas se laisser emporter par les émotions des intervenants;

- Poser des questions indirectes au début pour gagner leur confiance et assurer leur participation;
- Utiliser un ton de voix qui rend les intervenants à l'aise et apaise un tempérament agressif;
- Ne pas juger les points de vue et faire la différence entre la critique des idées ou des propos d'une personne et la critique de la personne elle-même ;
- Eviter de dire « les choses vont bien se résoudre », ou « je connais cette douleur » ; quelque soit l'expérience soumise. L'animateur peut ne pas la connaître et la sentir et devrait plutôt apprécier les efforts de la personne à faire face à cette situation ;
- Expliquer aux appelants mal à l'aise ou émotionnels qu'ils peuvent arrêter l'appel à tout moment – donc leur donner le pouvoir de contrôler la discussion;
- En cas de discussions sensibles, garder l'anonymat de l'appelant, et expliquer que vous pouvez changer leur nom / voix / détails afin de protéger leur identité s'ils le veulent;
- Au pire, ne pas avoir peur d'exercer son pouvoir de facilitateur de débat en arrêtant un appel abusif ou agressif ou coupant la parole d'un participant dominateur.

Il y a aussi des techniques de facilitation qu'un bon animateur peut employer:

- Rechercher la clarification en répétant les questions essentielles ou en demandant aux appelants/participants de reformuler les idées clés;
- Recentrer un débat en soulignant une question centrale dans la discussion et en mettant en avant les faits;
- Identifier, synthétiser et exprimer clairement l'opinion publique;
- Reformuler une question et la replacer dans son contexte, en l'abordant sous un angle différent. Cela peut aller jusqu'à jouer l'avocat du diable et exprimer les points de vue divergents;
- Orienter la discussion vers des aspects positifs au lieu de se contenter de souligner les aspects négatifs;
- Agir en qualité de médiateur entre les tenants d'idées opposées pour identifier les positions des différents acteurs et inciter les intervenants à discuter des intérêts partagés;
- Et, le plus important : écouter patiemment afin de détecter les informations clés dans la complexité des réponses et des faits.



*Présentation de l'émission jeunesse 'Pinal Sukabè'  
au studio Equal Access Burkina Faso.*



# CHAPITRE 4

## LE FEEDBACK ET L'ENGAGEMENT DES AUDITEURS

Les auditeurs font partie intégrante du processus de production et de post production. Etant donné que les émissions leurs sont destinées, Equal Access prend bien soin de les associer à toutes les étapes de la production mais aussi et surtout de recueillir leur témoignage pour parfaire la qualité et le contenu des émissions.

### LES CLUBS D'ÉCOUTE ET DE DISCUSSION

#### MISE EN PLACE D'UN CLUB D'ÉCOUTE ET DE DISCUSSION

Toute radio communautaire peut créer des clubs d'écoute et de discussion, tout comme les auditeurs peuvent décider de le faire eux-mêmes et ainsi en informer leur radio. La création des Clubs d'Écoute et de Discussion a été initiée par Equal Access dans la région du Sahel en soutien aux émissions diffusées. Le but de Equal Access était de toucher le plus de personnes possible avec les émissions et de recueillir les réactions des membres du Club sur la qualité et la pertinence des messages diffusés dans les émissions. Toute personne peut être membre d'un club d'écoute et de discussion à la condition qu'il apprécie les émissions diffusées par sa radio et qu'il désire partager ses idées sur les thèmes abordés par les émissions.

#### Qu'est-ce qu'un Club d'Écoute et de Discussion ?

Le Club d'Écoute et de Discussion d'Equal Access est un regroupement de plusieurs personnes (hommes, femmes et jeunes) qui se réunissent régulièrement pour écouter et discuter des émissions produites et diffusées par Equal Access, avec le soutien d'un facilitateur local formé en techniques d'encadrement et de discussion. Les clubs sont des groupements citoyens permettant aux membres de partager leurs préoccupations, leurs besoins, d'obtenir certaines informations autrement inaccessibles et d'entreprendre ensemble des actions constructives. Le but des Clubs d'Écoute et de Discussion est donc de renforcer l'échange d'information et d'expériences pour la promotion d'un changement de comportement adéquat favorisant un contexte de vie meilleur dans la communauté. L'objectif final est de mettre en pratique les conseils tirés des émissions.

#### FONCTIONNEMENT D'UN CLUB D'ÉCOUTE ET DE DISCUSSION

D'une manière générale, le fonctionnement du Club d'Écoute et de Discussion est nourri par des séances d'écoute. La périodicité de ces séances dépend du Club d'Écoute et de Discussion mais généralement, elles s'effectuent une fois par semaine. Les Clubs d'Écoute et de Discussion sont dotés de matériel d'écoute mis à leur disposition par Equal Access.

Chaque séance d'écoute se présente de la manière suivante : une fois les membres réunis, le facilitateur introduit l'émission du jour et invite les membres à suivre attentivement le contenu.

Après l'écoute, chaque participant donne son point de vue aussi bien sur la qualité de l'émission que le thème et les messages délivrés. En fonction de la pratique dans chaque pays, les échanges peuvent être enregistrés. Mais toutes les remarques et suggestions sont notées dans un rapport d'écoute tenu par le facilitateur. Ce rapport est acheminé aux équipes de production d'Equal Access pour documenter les résultats (Annexe 8).



*Des femmes de Niamey se réunissent pour participer à un Club d'Ecoute Equal Access.*

### **LE RÔLE ET L'IMPORTANCE DU CLUB D'ÉCOUTE ET DE DISCUSSION POUR LA COMMUNAUTÉ**

De manière générale, un Club d'Ecoute et de Discussion établi suivant l'approche d'Equal Access est un cadre d'expression de nouvelles idées pour le développement de la communauté. A ce titre, un club doit permettre de colliger de l'information, sensibiliser son entourage, donner le bon exemple à travers ses membres, pratiquer l'entraide, et mener des activités d'intérêt général ou humanitaire.

Le Club d'Ecoute et de Discussion est très important dans la vie d'une communauté. Il génère des informations, valorise les savoirs locaux et favorise le partage d'informations, en particulier pour les populations dont l'accès aux médias est souvent limité. Le Club doit susciter la participation des membres de la communauté, femmes et hommes, aux activités et projets de développement implantés au niveau local et permettre aux femmes et aux hommes de la communauté de s'exprimer librement sur des questions d'intérêt communautaire et de participer activement et volontairement à la réalisation d'actions concertées. Le tout en lien étroit avec les émissions diffusées par la radio.

La radio et Club d'Ecoute et de Discussion sont donc deux entités qui se complètent harmonieusement. De la qualité de leur collaboration dépend la cohésion sociale de la communauté. La radio crée des contenus susceptibles d'intéresser les membres des Club d'Ecoute et de Discussion et les membres de la communauté, et autant les Clubs d'écoute et de discussion mobilisent la population à écouter la programmation de leur radio, contribuant ainsi à son développement. Il s'agit sans conteste d'un partenariat gagnant-gagnant. La radio peut également s'engager au soutien de son ou ses clubs d'écoute et de discussion de différentes façons : réaliser une émission donnant la voix aux clubs, accorder du temps d'antenne aux clubs, organiser des émissions publiques dans les communautés avec la participation des membres des clubs, etc. Quant aux clubs, ils peuvent s'engager à participer activement aux activités de leur radio par la réalisation d'émissions, en fournissant du feedback aux émissions, et en suggérant des idées qui renforcent la grille de programmation des radios communautaires.

### **LES ACTIVITÉS COMMUNAUTAIRES DES CLUBS D'ÉCOUTE ET DE DISCUSSION**

Outre les séances d'écoute des émissions, les Clubs ont la possibilité de mener des activités

communautaires. Equal Access les encourage même à mener ce genre d'activité au sein des communautés afin de se faire connaître et promouvoir l'implication citoyenne. Les activités communautaires peuvent être des journées de salubrité dans les lieux publics (marchés, hôpitaux, écoles), des séances de sensibilisation à la radio par rapport à des thématiques concernant la santé, la distribution des vivres, la scolarisation de la jeune fille, des tournois de maracana, etc.

## LE SUIVI ET LE FEEDBACK

---

Le suivi est une étape importante qui permet de fournir aux équipes de rédaction et de production d'Equal Access des informations utiles sur l'audience. Ces informations sur les thématiques, les invités, la présentation, ou dans le cas d'un feuilleton, sur les personnages, sur l'évolution de l'intrigue et la qualité du script, aideront la radio à ajuster le tir et l'adapter au goût et aux besoins de l'audience. Le suivi peut se faire de plusieurs manières : des discussions en groupes dirigés, le courrier des auditeurs, ou des entretiens individuels.

Le feedback des membres des clubs d'écoute et de discussion fait partie des priorités d'Equal Access. En plus des rapports des Clubs, Equal Access met à la disposition des Clubs et des auditeurs des lignes téléphoniques leur permettant de communiquer aux équipes de production leurs avis après l'écoute des émissions. Il s'agit particulièrement des systèmes IVR (Interactive Voice Response) et SMS qui permettent aux auditeurs d'interagir et ce, 24 heures sur 24. Tous ces feedbacks sont collectés, traités et intégrés dans les futures émissions afin que les auditeurs et les clubs se reconnaissent dans les émissions. Les auditeurs ont aussi la possibilité d'appeler les stations de radios pour s'exprimer à propos des émissions qu'ils ont écoutées. Les réactions des auditeurs sont utilisées dans les émissions afin de partager les appréciations et commentaires des auditeurs.

### LES HISTOIRES À SUCCÈS

Une histoire à succès est un témoignage d'une personne qui a été touchée d'une manière ou d'une autre par une activité développée dans le cadre d'un programme et qui estime que cela a changé positivement quelque chose dans son comportement ou dans sa vie. **Une histoire à succès doit être suffisamment réaliste et optimiste** pour qu'elle soit **motivante et inspirante**. Le recueil de ces histoires à succès renforce d'une part la crédibilité du programme et d'autre part, rassure les donateurs sur la qualité du programme et son appropriation par les populations cibles. Considérant que les projets implantés par Equal Access cherchent à contribuer aux changements des attitudes et de favoriser l'adoption de comportements positifs, le partage d'expériences des bénéficiaires est très important parce qu'il permet de savoir quels ont été les effets des activités sur les bénéficiaires.

### COMMENT SE CONSTRUIT UNE HISTOIRE À SUCCÈS

Une histoire à succès peut être générée à partir d'un SMS ou d'une lettre envoyée par un bénéficiaire/auditeur, d'un message laissé sur le répondeur de la station de radio, des échanges réguliers que l'équipe de production entretient avec les directeurs de radio et les autres partenaires, ou encore lors des rencontres et des sorties sur le terrain par le personnel d'Equal Access. Une fois le témoignage récolté, Equal Access l'intègre dans les formations, les réunions des Content Advisory Groups, les rapports de projets de l'organisation, ainsi que dans les émissions diffusées par la radio communautaire afin que la personne ou le groupe puissent servir de modèle et d'inspiration pour l'auditoire.

### EXEMPLE D'HISTOIRE À SUCCÈS AU BURKINA

Equal Access a débuté ses activités dans le pays des « hommes intègres » en janvier 2013. Plus de 300 émissions ont été produites et diffusées et 400 agents des radios ont été formés dans les métiers de la communication. Cette diversité d'interventions a été saluée par les auditeurs à travers des SMS et des messages vocaux qu'ils ont fait parvenir à l'équipe de production. En effet, le Burkina recevait sur sa plateforme d'appel téléphonique plus de 10,000 appels par mois. Les auditeurs appelaient en grande partie pour commenter la qualité des thèmes et des émissions, marquer leur satisfaction pour la pertinence des messages véhiculés dans les émissions mais aussi et surtout pour témoigner de l'effet que les émissions ont eu sur leur vie ou sur la vie de leur proche.

Les premières émissions diffusées au Burkina en 2013 ont porté sur l'autonomisation des jeunes notamment avec des thématiques telles la préparation d'un CV et d'un entretien d'embauche réussi. Tamboura, un jeune de la ville de Djibo (environ 300 km de Ouagadougou) a suivi notre émission portant sur '**comment faire un entretien d'embauche**' et a ensuite été engagé par la mairie de Nassoumbou. Après son embauche, il a écrit à Equal Access pour « *remercier l'équipe de production pour le choix du thème, la qualité de l'émission, et exprimer sa joie suite à sa réussite au test* ». Pour Tamboura, « *ce sont les bons conseils donnés dans l'émission qu'il a appliqué et qui lui ont permis de trouver du travail.* »

Lors de l'insurrection populaire le 30 et 31 octobre 2016 ayant conduit au départ de Blaise Compaoré, les populations avaient commencé à s'attaquer physiquement aux anciens dignitaires du Congrès pour la démocratie et le progrès (CDP), à brûler leurs domiciles et à piller leurs biens. Dans la ville de Ouahigouya (180 km de Ouagadougou), les domiciles des dignitaires du CDP et d'autres partis proches du pouvoir ont été saccagés et les manifestants progressaient de quartier en quartier. Un groupe d'auditeurs des émissions d'Equal Access qui travaille dans le maraichage a été informé que les manifestants se dirigeaient vers le domicile d'un député. Le groupe d'auditeurs qui avait plusieurs fois écouté les émissions d'Equal Access sur la cohésion et la tolérance s'est alors rendu



*Les producteurs Equal Access profitent des feedbacks des auditeurs et des Clubs d'Ecoute pour enrichir les émissions et pour les adapter aux intérêts et préoccupations des auditeurs.*

au domicile du député pour attendre les manifestants et tenter de les convaincre de renoncer à leur projet. Dès l'arrivée des manifestants, les membres du groupe ont engagé la négociation jusqu'à convaincre les manifestants de ne pas saccager le domicile du député. Après cette intervention réussie, le responsable du groupe monsieur Touré a appelé sur le système IVR pour raconter ce qui s'était passé: « *Vous savez que l'émission enseigne la paix et la tolérance entre les voisins. Quand les manifestants en colère sont arrivés nous les avons suppliés autant que nous pouvions et certains d'entre eux, découragés par leur propre projet, se sont jetés à terre devant*

nous. Ce fut une scène émouvante mais au final, ils nous ont eux-mêmes remerciés et sont repartis sans toucher ni casser quoique ce soit. Il faut reconnaître que les émissions nous ont apporté plus de connaissances sans que nous nous en rendions compte nous-mêmes. Elles ont cultivé en nous l'esprit de pardon et de tolérance. Nous sommes désormais des ambassadeurs de paix.» Suite à cette médiation réussie, le groupe de maraichers a décidé de créer un Club d'Ecoute et de Discussion pour continuer leur action.

### EXEMPLE D'UNE HISTOIRE À SUCCÈS AU NIGER

Dans la ville de Zinder, un groupe de jeunes se faisant appeler « les palais » était reconnu pour leur violence et la terreur qu'ils semaient. Ils prétendaient qu'aucune activité ne devait se dérouler dans la région sans leur accord. Celui qui osait les défier était brutalisé. Alors qu'Ado, un jeune homme membre du Club d'Ecoute et de Discussion de Zinder, désirait organiser une activité pour le développement de sa communauté, les membres du « palais » l'ont menacé de mort. Cela ne l'a pas empêché d'aller de l'avant avec son activité. L'équipe d'Equal Access a donc décidé de faire une émission de la série Gwababen Matasa sur le thème « *contribution des jeunes à la promotion de la paix : Cas des jeunes de palais de la région de Zinder* ». Le message livré dans cette émission a touché les membres du palais qui n'ont pas hésité à aller présenter leurs excuses à Ado pour leur mauvais comportement. Ils ont également promis ne plus perturber les activités qui seront organisées à Zinder, ni violenter quiconque. Une première depuis que ce groupe a commencé à semer la terreur dans la région de Zinder. Et selon les dires d'Ado, « *l'émission de Equal Access m'a sauvé la vie* ».

Une autre source de fierté et de satisfaction pour l'équipe du Niger est la première place remportée



Directrice d'une radio partenaire au Niger au studio.

par une production de la radio Dallol de Balléyara lors du concours national des meilleurs œuvres journalistiques, organisé par le Ministère de la communication et des relations avec les institutions en 2014. Cette radio qui peinait à produire des émissions de qualité a été encadrée par l'équipe d'Equal Access sur les techniques de production radio. Les compétences acquises ont permis à la radio de produire une émission sur le thème « **lutte contre la corruption** ». Cette émission

de 30 minutes, produite en langue Zarma, a été plébiscitée par le jury pour la qualité de l'œuvre et le réalisme du contenu. En remportant le premier prix du concours, la radio a reçu la somme de 2 millions de francs et un trophée.

Dans le cadre des interventions de soutien aux radios en vue de leur autonomisation, de petites subventions ont été accordées à certaines radios dont celle de Baarou dans la communauté urbaine d'Ouallam. En 2014, une subvention a ainsi permis de mettre à la disposition de la radio du

matériel composé de 100 chaises en plastique, 4 bâches de six pieds, 5 grandes nattes, un groupe électrogène de 3 KVA, et un système complet de sonorisation. En vue d'accroître les revenus de la radio, ce matériel a été loué à la population pour des événements divers moyennant une petite contribution. Selon le directeur de la radio Alassane Kobo, cette initiative « a permis à la radio d'améliorer ses finances et le travail du personnel, de supporter avec plus d'aisance les factures d'eau et d'électricité, mais aussi de recruter le reporter communautaire de la localité comme animateur et de payer régulièrement des frais de production aux producteurs. » En d'autres termes, la subvention a permis à la radio de croître et de s'affirmer comme une radio autonome dans sa gestion et dans ses finances.

### EXEMPLE D'UNE HISTOIRE À SUCCÈS AU TCHAD

**Histoire à succès 1:** À N'djaména, les conflits entre voisins liés à l'évacuation des eaux usées sont récurrents. Malgré plusieurs décisions prises par la municipalité, les voisins se battent souvent. Equal Access a d'ailleurs consacré une émission de la série Dabalaye sur ce sujet. Monsieur Djibrine, un jeune d'une vingtaine d'année habitant le quartier périphérique de Goudji où souvent des conflits éclatent entre voisins à cause de la question de l'évacuation des eaux usées, est l'un de nos fidèles auditeurs. Après avoir suivi l'émission, il a réuni ses amis du quartier pour leur expliquer ce qu'il a appris dans l'émission. Ensemble, ils ont décidé d'aider les gens du quartier qui n'ont pas de puisard à en construire pour garder l'environnement sain et surtout, éviter les conflits entre voisins. En écoutant l'émission Dabalaye, Djibrine a compris que seul le puisard peut aider à stocker les eaux usées avant leur évacuation par les professionnels. Quelques semaines plus tard, Djibrine nous a appelés pour nous faire savoir qu'avec ses amis, il a sensibilisé sa communauté et contribué à la construction d'un premier puisard.

**Histoire à succès 2:** Youssouf, élève en classe de seconde au Lycée, était un lycéen turbulent et violent. À la tête d'une bande d'élèves récalcitrants, il ne cessait de perturber les cours et d'agresser ses camarades. Un soir, devant son poste récepteur, Youssouf a écouté un épisode du

magazine Dabalaye qui traitait des méfaits de la violence en milieu scolaire et du respect du règlement intérieur dans les établissements scolaires. Selon Youssouf, en écoutant l'émission, il a eu l'impression que l'émission lui était adressée personnellement. Il réalisa que c'est son comportement qui était exposé dans cette édition de Dabalaye. Du coup, il a changé de comportement. Il est devenu un élève assidu et studieux, ce qui a surpris plus d'un de ses camarades et l'administration du Lycée. Ce brusque revirement de comportement a influencé positivement sur les autres membres de la bande. Youssouf est venu personnellement au bureau d'Equal Access à N'Djaména pour nous expliquer comment l'une de nos émissions l'avait transformé.





# CONCLUSION

Ce manuel de procédure vise à expliquer la méthodologie de travail et l'expertise accumulée au fil des années par Equal Access dans le cadre de la lutte contre l'extrémisme violent et certains autres maux qui affligent la société et freinent l'équilibre et le développement humain tels la mauvaise gouvernance. L'impact de ces méthodes prônées par Equal Access sont essentielles et ne peuvent être acquises qu'à travers un effort et une discipline appropriée, en respectant l'éthique et en mettant en améliorant les schémas directeurs d'une société juste et équitable. Ce faisant, les équipes de projet d'Equal Access peuvent efficacement lutter contre les faits de société négatifs et générer l'adoption de comportements positifs. Ce manuel offre donc des outils et une expertise au producteur, réalisateur et scénariste en matière de communication et de production pour l'adoption de comportements positifs s'opérant à travers un ensemble de règles et de normes générales visant le respect de l'éthique et les prérogatives qui régissent la production. Il guide ainsi, par la somme des expériences récoltées durant le projet PDev II, à la réalisation d'un travail professionnel dans le respect des valeurs humaines et des données morales, économiques, sociales et politiques des pays.

# ANNEXES

## ANNEXE 1: Fiche KAB

**Mise en pratique de l'approche KAB: « Knowledge/Attitudes/Behaviors », ou Connaissances, Attitudes, Comportement.**

<b>Objectif :</b> amener les agents des services publics et parapublics à exercer leur devoir avec responsabilité			
<b>Audience cible</b>	<b>Connaissances/information (savoir)</b>	<b>Changement d'attitude (croire/penser)</b>	<b>Changement de comportement (faire)</b>
Les agents des services publics et parapublics	-que les agents connaissent leurs responsabilités  -que les agents sachent que la corruption porte des conséquences juridiques et freine le développement	-que les agents comprennent qu'ils ont été embauchés pour servir le peuple et non pas pour se servir	-que les agents dénoncent la corruption au sein des services publics et parapublics  -que les agents assurent le service avec intégrité
<p><i>Afin que mon audience cible fasse (comportement)..., il faut qu'elle sache que (connaissance)...et dès lors qu'elle croit/pense que (attitude).</i></p> <p>Afin que les agents des services publics et parapublics assument leur fonction avec intégrité et dénoncent la corruption au sein des services, il faut qu'ils connaissent leurs responsabilités et les conséquences de la corruption, et qu'ils croient qu'ils doivent servir le peuple et non pas se servir.</p>			

## ANNEXE 2: Planification d'émission

<p><b>Emission N°1: la gestion des affaires publiques (servir le peuple et non se servir)</b></p> <p><b>Objectif:</b> amener les agents des services publics et parapublics à exercer leur devoir avec responsabilité</p> <p><b>Cible:</b> Les agents des services publics et parapublics</p> <p><b>Changement de comportement:</b> Amener les agents des services publics et parapublics à servir le peuple au lieu de se servir</p> <p><b>Changement d'attitude:</b> que les agents des services publics et parapublics pensent qu'ils ont été embauchés pour servir le peuple et non pour se servir.</p> <p>Que les agents des services publics et parapublics croient qu'ils doivent assurer le service avec intégrité.</p> <p><b>Vox pop:</b> Que pensez-vous des agents qui profitent de leur position dans l'administration pour s'enrichir illégalement?</p> <p><b>Interview: d'un sociologue – Inspection des services</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nom - Prénom, fonction, localité</li> <li>➤ Qu'est-ce qui amène certaines personnes à vouloir se servir au lieu de servir le peuple</li> <li>➤ Comment se comporte quelqu'un qui « sert le peuple » au lieu de se servir?</li> <li>➤ Qu'est-ce que le fait de se servir au lieu de servir le peuple peut avoir comme conséquence pour notre pays?</li> <li>➤ Quelle attitude les agents des services publics et parapublics doivent –ils avoir dans l'exercice de leur fonction?</li> <li>➤ Quels conseils avez-vous pour les agents des services publics et parapublics afin qu'ils accomplissent convenablement leurs devoirs?</li> </ul> <p><b>Monologue: témoignage d'un agent des services parapublic ou parapublic qui fait convenablement son travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nom - Prénom, localité, fonction</li> <li>➤ Pourquoi avez-vous décidé d'accomplir votre devoir envers les usagers de votre service comme il se doit (de servir le peuple au lieu de vous servir)?</li> <li>➤ Quels sont les principes que vous suivez pour l'accomplissement de vos devoirs?</li> <li>➤ Quelle est la réaction de vos collègues lorsque vous vous comportez selon les principes édictés?</li> <li>➤ Vous est-il arrivé de vous décourager face au comportement de vos collègues? Quels conseils avez-vous à donner à ceux-ci afin qu'ils puissent avoir le même comportement que vous?</li> </ul>
--

## ANNEXE 3: Exemple de script d'un magazine

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
<b>Générique de début</b>			<b>30s</b> <b>00:00-00:30</b>
<b>Introduction</b>	<p><b>Françoise:</b> Auditrices auditeurs de Zan Song sore, bienvenus à votre notre rendez-vous hebdomadaire! Madi comment vas-tu ?</p> <p><b>Madi:</b> Je vais bien Françoise et toi? J'espère que tu vas bien aussi.</p> <p><b>Françoise:</b> Oui Madi, mais dis-moi, je ne vois plus ton frère qui habite près de chez moi. Il va bien?</p> <p><b>Madi (joyeux):</b> Oui il va même très bien. Il vient d'avoir une promotion à l'intérieur du pays et il s'est dépêché de rejoindre son poste. Ha, faut qu'il aille servir.</p> <p><b>Françoise:</b> Ça c'est bien!</p> <p><b>Madi:</b> Il était vraiment très content de rejoindre son poste et il m'a promis de bien travailler afin de mériter la confiance de ses supérieurs et des populations.</p> <p><b>Françoise:</b> Ha lui il est vraiment consciencieux. Malheureusement tous les travailleurs ne sont pas comme lui Madi.</p> <p><b>Madi:</b> Ha comment ça?</p> <p><b>Françoise:</b> Hum, Madi tu sais, hier j'étais chez mon amie Sita pour lui dire bonjour.</p> <p><b>Madi:</b> Tu as bien fait!</p> <p><b>Françoise:</b> Ha, mais tu sais la scène à laquelle j'ai assistée?</p> <p><b>Madi:</b> Non qu'est-ce qui s'est passé?</p> <p><b>Françoise:</b> Hum Madi, quand je suis arrivée j'ai trouvé ma copine et son époux en joie.</p> <p><b>Madi:</b> Mais c'est une bonne chose!</p> <p><b>Françoise:</b> On venait de nommer son mari à un poste de responsabilité!</p> <p><b>Madi:</b> Han! Mais il y a de quoi être joyeux Françoise, une promotion ça se fête!</p> <p><b>Françoise:</b> Oui Madi mais ma copine et son époux n'étaient pas joyeux pour la promotion...</p> <p><b>Madi:</b> Hum?</p>		<b>3m</b> <b>00:30-3:30</b>

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
	<p><b>Françoise:</b> Non, ils voyaient plutôt ce qu'ils allaient gagner avec la promotion.</p> <p><b>Madi:</b> Mais Françoise toute promotion s'accompagne d'avantages ou bien?</p> <p><b>Françoise:</b> Oui mais eux ne voyaient pas ce qu'ils allaient avoir officiellement mais ce qu'ils allaient avoir dans la magouille puisque c'était selon eux, un poste juteux.</p> <p><b>Madi:</b> Han, à peine nommé qu'il pense déjà à comment s'enrichir illégalement dans son nouveau poste!</p> <p><b>Françoise:</b> 10/10 ! C'est ça même Madi.</p> <p><b>Madi :</b> Waî Françoise si chacun va penser à comment se remplir les poches dans son poste, Combien va-t-il rester pour construire les écoles, les hôpitaux, les routes, et les ponts?</p> <p><b>Françoise:</b> C'est la question que je leur ai posé mais ils m'ont dit que ça n'a pas commencé par eux, ça ne finira pas par eux, et que, c'est ce que tout le monde fait d'ailleurs.</p> <p><b>Madi:</b> Han?</p> <p><b>Françoise:</b> Ouais! ils m'ont même dit que si on me nomme à un bon poste de m'asseoir et regarder les autres manger mais eux en tout cas, « y a pas moyen, ils vont manger pian, parce que c'est leur tour »</p> <p><b>Madi:</b> Mais c'est purement et simplement de la mal gouvernance! Waî Françoise si c'est ainsi que certaines personnes voient le service public; le développement du Burkina n'est pas pour demain.</p> <p><b>Françoise:</b> Ha en tout cas moi ça m'a fait peur et c'est pourquoi je voudrais que nous parlions de la gestion des affaires publiques dans notre émission Zan son Sore d'aujourd'hui.</p> <p><b>Madi:</b> C'est une bonne idée cela va permettre à tous ceux qui sont dans la fonction publique et les services parapublics de savoir qu'ils ont été embauchés pour servir le peuple et non pour se servir du peuple pour s'enrichir.</p> <p><b>Françoise:</b> Et sincèrement Madi, ce qui me fait mal, c'est que beaucoup de Burkinabè pensent comme ma copine et son époux.</p> <p><b>Madi:</b> Et ils ne font malheureusement pas le lien entre leur comportement et la pauvreté de notre pays.</p> <p><b>Françoise:</b> Tu vois non Madi. Le mal est profond. La troupe de théâtre a même réalisé un sketch sur le sujet.</p>		

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
	<p><b>Madi:</b> Ah bon, dans ce cas, demandons-lui de jouer ce sketch pour nous.</p> <p><b>Françoise:</b> C'est une bonne idée. Suivons alors!</p>		
<b>Jingle</b>	<b>Jingle</b>		<b>30s</b> <b>03:30-04:00</b>
<b>Sketch/Mini-feuilleton</b>	<p><b>Résumé scène I:</b> Bila et son ami Tounsida se retrouvent pour fêter leur promotion. Mais dans leurs discussions, les deux amis se rendent compte qu'ils ont des visions différentes du service public.</p> <p><b>Résumé scène II:</b> Issiaka, le fils de Bila surprend Sala et Sétou entrain de critiquer son père. Ce que l'enfant entend le bouleverse. Son père essaie de le calmer en vain.</p> <p><b>Résumé scène III:</b> Bila essaye de consoler son fils en lui rappelant les nombreux cadeaux qu'il possède mais, son fils lui dit qu'il préfère vivre pauvre, mais digne.</p>		<b>10m</b> <b>04:00-14:00</b>
<b>Dialogue et introduction la deuxième rubrique</b>	<p><b>Madi:</b> Ha donc pour Bila, quand on vient à la fonction publique c'est pour se servir et non servir le peuple.</p> <p><b>Françoise:</b> Tu vois non, et pour lui, la fonction publique est une vache à lait que chacun peut venir traire comme il veut.</p> <p><b>Madi:</b> Et tu es sûr que la vache va pouvoir tenir si nous continuons à la traire comme on veut?</p> <p><b>Françoise:</b> En tout cas, si nous ne prenons garde, la vache va s'essouffler.</p> <p><b>Madi:</b> Celui qui nourrit la vache aussi va s'essouffler ou se décourager quand il verra que la vache entretenue pour nourrir des milliers de personnes ne profite qu'à quelques personnes.</p> <p><b>Françoise:</b> Et finalement c'est ainsi qu'on demande souvent à l'Etat de réduire ses effectifs.</p> <p><b>Madi:</b> Et quand c'est ainsi, ce sont les licenciements ou les retraites anticipées avec toutes les conséquences que cela comporte.</p> <p><b>Françoise:</b> Avec tous les torts que cela fait aux autres, moi je pense que se servir du peuple pour s'enrichir est vraiment méchant et égoïste.</p> <p><b>Madi:</b> Ça c'est toi qui le dit mais et si nous écoutions ce que pensent les populations, des travailleurs qui au lieu de servir le peuple se servent du peuple pour s'enrichir?</p> <p><b>Françoise:</b> C'est une bonne idée, chacun pourra ainsi donner son avis sur la question.</p> <p><b>Madi:</b> Suivons – les alors.</p>		<b>1m</b> <b>14:00-15:00</b>

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
Vox Pop	<b>Vox pop:</b> Que pensez – vous des agents des services publics et parapublics qui cherchent à s’enrichir (se servir) au lieu de faire convenablement leur travail (servir le peuple)?		<b>3m</b> <b>15:00-18:00</b>
Jingle	<b>Jingle</b>		<b>30s</b> <b>03:30-04:00</b>
Dialogue	<p><b>Françoise:</b> Tu vois Madi la grande majorité des personnes interrogées pensent qu’il ne faut pas se servir du peuple pour s’enrichir mais plutôt servir le peuple comme il se doit,</p> <p><b>Madi:</b> Oui Françoise, mais tu sais, j’ai constaté dans les services que celui qui décide de se servir du peuple pour s’enrichir ne le fait souvent pas seul.</p> <p><b>Françoise:</b> Ça c’est vrai puisqu’il s’agit souvent d’un réseau. c’est d’ailleurs ce que Bila prévoit de faire.</p> <p><b>Madi:</b> C’est ça même Françoise et pour constituer leurs réseaux, ils nomment dans les postes clés, leurs parents, leurs amis, ou des membres de leur parti politique afin de pouvoir contrôler tout le circuit.</p> <p><b>Françoise:</b> Voilà c’est ce qu’on appelle le népotisme ! et c’est ainsi que tu peux voir un planton qui a plus d’autorité qu’un chef de service ou trouver un gardien qui est plus craint que le Directeur même.</p> <p><b>Madi:</b> Hein! Puisque c’est le grand patron qui l’a nommé et en plus, comme il détient beaucoup de secrets, il sait que le patron ne peut pas le chasser facilement à cause du deal qui les lie.</p> <p><b>Françoise:</b> Et souvent le patron est tellement impliqué dans de sales combines pour s’enrichir qu’il se retrouve otage du clan.</p> <p><b>Madi:</b> Et c’est pourquoi moi je dis que le fait de vouloir se servir au lieu de servir le peuple transforme certains services en de véritables mafias.</p> <p><b>Françoise:</b> Ça c’est vrai!</p> <p><b>Madi:</b> Et en plus Françoise, le sketch nous a montré aussi que quand nous décidons de nous servir au lieu de servir le peuple, nous pouvons facilement tomber dans la corruption.</p> <p><b>Françoise:</b> Oui et c’est ainsi que Bila est devenu monsieur 10%.</p> <p><b>Madi:</b> Et c’est vraiment triste puisque c’est ce nom qui a profondément blessé le fils de Bila.</p> <p><b>Françoise:</b> Waî Madi, qui serait fier de voir son père appelé 10%?</p> <p><b>Madi:</b> Ha vraiment comme l’a dit le fils, mieux vaut être pauvre et digne que de devenir riche et porter le surnom de 10%.</p>		<b>1m</b> <b>18:30-19:00</b>

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
	<p><b>Françoise:</b> A mon avis c'est le fait de vouloir se servir au lieu de servir le peuple aussi qui entraîne la politisation de l'administration et souvent à cause de la politisation de l'administration on nomme des gens qui sont chargés de dénicher les opposants, les ennemis du parti et les empêcheurs de piller tranquillement le peuple.</p> <p><b>Madi (rire) :</b> C'est la Gestapo non!</p> <p><b>François:</b> Vraiment, si ce n'est pas de l'espionnage ça ressemble à ça!</p> <p><b>Madi:</b> Et ainsi, au lieu de faire le travail pour lequel ils ont été embauchés, ils vont passer leur temps à espionner les autres et à colporter des rumeurs.</p> <p><b>Françoise:</b> Ils sont donc là, non pas pour travailler mais pour être les yeux et les oreilles du Directeur.</p> <p><b>Madi:</b> Tu vois, non seulement ils ne font pas le travail qu'ils étaient censés faire mais ils sont payés avec l'argent de nos impôts alors qu'ils ne font rien pour le peuple.</p> <p><b>Françoise:</b> Ils ne font rien pour le peuple et font tout pour leur patron qui ne pense qu'à s'enrichir au détriment du peuple.</p> <p><b>Madi:</b> Oui et cela peut créer des divisions, provoquer des mésententes, la méfiance, et la rancœur entre les agents et c'est l'usager qui va en pâtir.</p> <p><b>Françoise:</b> Han, comment le pays va-t-il se développer si on passe le temps à diviser pour mieux régner dans les services au lieu de servir les populations.</p> <p><b>Madi:</b> Ils passent le temps à distraire les gens avec de faux problèmes pour pouvoir mieux détourner.</p> <p><b>Françoise:</b> Tu vois non, voilà pourquoi nos pays sont en retard. Mais Madi, pour avoir plus d'informations sur les conséquences de se servir au lieu de servir le peuple, je t'invite à suivre l'entretien que notre RC de (...) a eu avec un spécialiste de la question. Suivons leur entretien.</p>		
Interview	Interview: D'un sociologue		5m 19:00-24:00
Jingle	Jingle		30s 24:00-24:30
Dialogue	<p><b>Madi:</b> Ha Françoise, après avoir écouté ce que le spécialiste a dit, il n'y a plus de doute, lorsqu'on décide de se servir au lieu de servir le peuple, cela entraîne de graves conséquences.</p> <p><b>Françoise:</b> C'est vrai, prenons l'exemple du sketch, ce qui m'a vraiment touchée c'est quand l'une des filles a dit que son père avait perdu un gros marché à cause de l'attitude de Bila.</p>		30s 24:30-25:00

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
	<p><b>Madi:</b> Tu veux parler de Sétou?</p> <p><b>Françoise:</b> Ha, son cas m'a beaucoup touchée. Elle a été obligée d'abandonner l'école parce que son père n'avait plus d'argent pour le faire, compromettant ainsi son avenir.</p> <p><b>Madi:</b> Hein, et c'est comme ça aussi qu'ils font avec les marchés de l'Etat et après on se retrouve avec des écoles décoiffées au moindre vent, des ponts qui s'effondrent comme des châteaux de cartes.</p> <p><b>Françoise:</b> Ou des femmes enceintes qui meurent parce qu'on a voulu manger sur leur dos alors que nous savons que l'accouchement simple ne coûte que 900 francs CFA.</p> <p><b>Madi:</b> Hum! Et ceux qui volent les produits des malades?</p> <p><b>Françoise:</b> Si ce n'est pas de la cupidité comment quelqu'un peut – il voler les produits des malades pour s'enrichir.</p> <p><b>Madi:</b> Comme dirait l'autre, la morale agonise au Faso.</p> <p><b>Françoise:</b> Vraiment, mais tu sais, heureusement tous les fonctionnaires ne sont pas cupides comme Bila certains ont encore des vertus comme Billy l'ami de Bila. notre reporter communautaire a rencontré l'un d'entre eux, suivons son témoignage.</p>		
Monologue	<b>Monologue: Témoignage d'un agent des services parapublic ou parapublic qui fait convenablement son travail</b>		<b>3m</b> <b>25:00-28:00</b>
Jingle	<b>Jingle</b>		<b>30s</b> <b>24:00-24:30</b>
Conclusion	<p><b>Françoise:</b> Tu sais Madi moi je vois que dans certains cas c'est l'entourage qui pousse ou qui encourage certaines personnes à se servir du peuple pour s'enrichir.</p> <p><b>Madi:</b> Comme ta copine Pogbi par exemple.</p> <p><b>Françoise:</b> Oui et par exemple dans le sketch, on a vu que Bila voulait faire comme les autres.</p> <p><b>Madi:</b> C'est vrai mais ce qui est sûr devant le juge je ne pense pas que l'argument va passer. Donc le mieux c'est de faire son travail comme il se doit avec intégrité et professionnalisme.</p> <p><b>Françoise:</b> Oui sans se laisser influencer par les autres parce qu'en cas de contrôle chacun va répondre de ses actes devant la loi.</p> <p><b>Madi:</b> Nous avons passé librement les concours de la fonction publique, acceptons donc de servir comme nous avons promis de le faire.</p>		<b>1m</b> <b>28:30-29:30</b>

Rubriques	Textes/Détails	Son	Durée
	<p><b>Françoise:</b> Vouloir se servir au lieu de servir le peuple peut favoriser la politisation de l'administration, nous amener à tomber dans la corruption et dans le népotisme.</p> <p><b>Madi:</b> Tous ces maux rendent notre administration inefficace.</p> <p><b>Françoise:</b> Donc travailleurs des services publics ou parapublics, ayons pour devise: servir le peuple, oui, se servir, non!</p> <p><b>Madi:</b> Pour une administration efficace, servons avec intégrité!</p> <p><b>Françoise:</b> Bravo Madi! Chers auditeurs vous venez de suivre l'émission Zan-song sore qui vous a parlé aujourd'hui de: « de la nécessité de servir le peuple au lieu de se servir du peuple pour s'enrichir » pensez –vous que cette émission peut contribuer à sensibiliser la population sur la nécessité de servir avec intégrité?</p> <p><b>Madi:</b> Pour donner vos avis et répondre à cette question écrivez-nous par sms au numéro XXXX. Vous pouvez aussi nous écrire à XXX@gmail.com.</p> <p><b>Françoise:</b> Ainsi s'achève ce numéro de Zan-song sore, production Equal Access.</p> <p><b>Madi:</b> A la prochaine...</p> <p><b>Françoise:</b> ...si Dieu le veut!</p>		
<b>Générique de fin + musique</b>			<b>30s 29:30-30:00</b>

## ANNEXE 4: Fiche d'écoute critique pour un CAG

1	Est-ce que la question est bien définie par le présentateur/trice?	1	2	3	4	5
2	Est-ce que vous croyez que le public se sentira plus optimiste et positive à la fin de l'émission?	1	2	3	4	5
3	Est-ce vous croyez que cette émission a été une émission qui promouvait la résolution pacifique du conflit en cherchant un terrain en commun?	1	2	3	4	5
4	Est-ce que vous croyez que le contenu de cette émission est bien agence	1	2	3	4	5
5	Est-ce que l'écoute de cette émission laisse ressortir (comprendre) le message agréé?	1	2	3	4	5
6	Est-ce que l'émission répond à vos attentes?					
Présentation						
7	Est-ce que le présentateur gère bien l'émission?	1	2	3	4	5
8	Est-ce que le présentateur aide le public à comprendre les questions?	1	2	3	4	5
9	Est-ce que le présentateur aide à trouver des solutions?	1	2	3	4	5
10	Est-ce que le présentateur est-il ouvert aux idées?	1	2	3	4	5
11	Est-ce que le présentateur invite des gens à appeler la radio pour essayer de trouver des aspects en commun?	1	2	3	4	5
12	Est-ce que le présentateur est amical dans la présentation?	1	2	3	4	5
13	Est-ce que le présentateur articule bien les mots en [la langue de production]?	1	2	3	4	5
Contenu vox pops						
14	Est-ce que les vox pop sont bien choisis?	1	2	3	4	5
15	Est-ce qu'il y a autant de voix des femmes que d'hommes?	1	2	3	4	5
16	Est-ce que dans les vox pops les gens répondent a la question posée?	1	2	3	4	5
17	Est-ce que les vox pop sont audibles?	1	2	3	4	5
Contenu monologue/interview						
18	Est-ce que le monologue ou l'interview contient de bonnes informations?	1	2	3	4	5
19	Est-ce que le monologue ou l'interview accroche les auditeurs?	1	2	3	4	5
20	Est-ce que la qualité du son du monologue ou de l'interview est bonne?	1	2	3	4	5
Contenu feuilleton						
21	Est-ce que le feuilleton illustre le thème de la semaine?	1	2	3	4	5
22	Est-ce que la qualité du feuilleton est bonne (acteurs, bruitage, sons)?	1	2	3	4	5
23	Est-ce que le feuilleton accroche les auditeurs?	1	2	3	4	5
Contenu table ronde/discussion						
24	Est-ce que les invités sont bien choisis?	1	2	3	4	5
25	D'ensemble, est-ce que l'émission est un sort de débat où un dialogue?	1	2	3	4	5
26	Est-ce que le présentateur essaie de trouver du terrain en commun?	1	2	3	4	5
27	Est-ce que le présentateur donne un contexte positif à la question?	1	2	3	4	5
28	Est-ce que le présentateur analyse la question des deux côtés?	1	2	3	4	5
29	Est-ce que le présentateur essaie de rendre humain les gens même si ce qu'ils disent est polémique?	1	2	3	4	5
30	Est-ce que le présentateur encourage la dignité en présentant les questions d'une façon respectueuse, et pas en portant des jugements catégoriques?	1	2	3	4	5
31	Est-ce que le présentateur encourage une vision en invitant les gens à exprimer leurs espoirs et leurs rêves?	1	2	3	4	5
32	Est-ce que le présentateur empêche les gens a se disputer à l'antenne?	1	2	3	4	5
33	Est-ce que le présentateur analyse les questions de tous les côtés?	1	2	3	4	5

Contenu musique et jingles						
34	Est-ce que la musique parle du thème du jour?	1	2	3	4	5
35	Est-ce que la musique est un genre que les jeunes aiment bien?	1	2	3	4	5
36	Est-ce que les jingles sont mis à la bonne place?	1	2	3	4	5
37	Est-ce que les jingles ne sont pas très longs?	1	2	3	4	5
Qualité du montage et du mixage						
38	Est-ce qu'on ne sent pas, du couper coller dans la superposition des éléments?	1	2	3	4	5
39	Est-ce que les niveaux des voix et des sons sont égaux?	1	2	3	4	5
40	Est-ce que la qualité sonore est agréable à l'écoute?	1	2	3	4	5

## ANNEXE 5: Planification d'un volet/intrigue d'un feuilleton

---

### Planification de l'intrigue Autonomisation des jeunes (*thématique principale*) de Gwadaben Matasa

#### *Des valeurs à introduire:*

- L'oisiveté
- Chômage
- Recherche de l'emploi
- Délinquance
- Drogue
- Exode
- Ignorance
- Déscolarisation
- Activité génératrice de revenus
- Activités d'intérêts communautaires
- Initiatives jeunes
- Vie associative
- Récompense du mérite
- Recherche du gain facile
- Leadership
- Intérêt affiché des jeunes
- Contribuer au développement du pays
- Formation des jeunes

### **PARCOURS DES PERSONNAGES**

#### *Les personnages*

- Personnage transitoire: Ada. Jeune femme de 18 ans déscolarisée, aime la musique, mince, rêve d'une belle vie, issu d'une famille pauvre, flirte avec la délinquance, fréquente des amis douteux... peu enclin aux travaux champêtres et attend tout du ciel... Ada et sa famille vivent au village.
- Son père: Manomi âgé de 50 ans, cultivateur de son état, polygame, 07 enfants.
- Sa mère: Habsou âgée de 45 ans, ménagère, vendeuse de galettes.
- Personnage négatif : Kartagui, 25 ans, oisif, joueur de hasard, drogué...
- Personnage positif: Délou, 17 ans, collégienne, belle, ouverte d'esprit, accessible, optimiste.

#### *Contenu des épisodes:*

- De 01 à 10: Ada dans son environnement familial et social: vend les chèvres de sa mère, donne en gage les lapins de son père.
- De 11 à 20: Premier pas vers l'exode, recherche de l'emploi en ville, tentations...
- De 21 à 30: Intégration à un réseau de malfaiteurs, coups fumants qui tournent mal..
- De 31 à 40: Retour au village, chômage et oisiveté...
- De 41 à 50: Migration vers le nord, intégration aux réseaux extrémistes...
- De 51 à 60: Séjour au Maghreb, vie au sein du groupe extrémiste, prison...
- De 61 à 70: Libéré grâce à une action diplomatique, malade...

De 71 à 80: Séjour à l'hôpital, retour au village, intégration des associations de jeunes...  
 De 81 à 90: Participation aux travaux communautaires et maraichage avec l'appui de l'état...  
 De 91 à 100: Délou fréquente l'école normale et revient servir au village.

## ANNEXE 6: Planification d'un épisode feuilleton

<i>Gwadaben Matasa Emission n°17</i>
<b>Musique d'annonce et dialogue</b>
<b>Scène 1, volet tolérance</b> : Arrivée du pasteur dans le village de Goriba....il est chaleureusement accueilli par David et Malam Nura. Kodago fait preuve de retenue malgré une gêne manifeste. Le pasteur profite de la présence de tout le monde (Imam, chef du village, association des femmes...) pour annoncer le but de sa visite : une distribution gratuite de vivres et de friperies pour enfants. Kodago oppose un nict catégorique aux intentions du pasteur. Le chef du village aidé par l'Imam calme les jeux!
<b>Scène 2, volet bonne gouvernance</b> : Farida et Rougué sont surpris de trouver le leader de l'opposition en pleine confiance avec leurs alliés. L'atmosphère se crispe...le leader de l'opposition prend congé tout en disant aux autres de ne pas oublier l'engagement...Rougué et Farida entament la conversation.
<b>Scène 3, volet autonomisation des jeunes</b> : Délou remorquée par Dan Kulkuli en route pour la ville "Maraya". Délou inquiète du trajet suivi par Dan Kulkuli...Ils font une escale en pleine brousse...Dan Kulkuli appelle son patron « Al Cheick » pour lui faire le point de sa mobilisation (jeunesse vulnérable, qui chôme et pas très éduquée, proie facile filles et garçons) et demander des moyens supplémentaires...Al Cheick lui ordonne de passer voir Kodago pour ça !
<b>Epilogue/conclusion</b>

## ANNEXE 7: Script d'une scène feuilleton

### Episode 17 Scène 3

**Personnages:** Délou, Dan Kulkuli, voix du Cheik.

**Lieu:** Piste

**Heure:** 9h du matin

**Effet:** Ambiance rase-campagne, bruit d'une moto

**Scénario:** Bruit de moto. Sifflement d'air.

**Délou** (*criant*): Tu files trop, Dan Kulkuli! Ralentis, s'il te plait!

**Dan Kulkuli** (*de même*): Tu dis quoi?

**Délou:** Je te dis de ralentir!

**Dan Kulkuli** (*rire moqueur*): Tu as peur?

**Délou:** Non! Je n'aime pas la vitesse!

**Dan Kulkuli:** Tu ne veux pas arriver tôt?

**Délou:** Je veux surtout arriver entière!

**Dan Kulkuli** (*ralentissant*): Comme ça, c'est bon?

**Délou:** Ralentis encore! (*Ronflement decrescendo de la moto*) Là, c'est bon!

**Dan Kulkuli:** Délou, on va arriver tard à cette vitesse!

**Délou:** C'est pas grave, Dan Kulkuli! Je ne suis pas pressée!

**Dan Kulkuli** (*rire*): Moi non plus! Ça m'arrange d'ailleurs!

**Délou:** Quoi?

**Dan Kulkuli:** Je dis que ça m'arrange!

**Délou:** Arrête! Arrête-toi, Dan Kulkuli! (*Le bruit de la moto s'arrête*) Je comprends pas, Dan Kulkuli! Tu veux dire quoi? Pourquoi ça t'arrange?

**Dan Kulkuli:** Comme ça, je vais rester longtemps avec toi...

**Délou:** Dan Kulkuli, je veux pas qu'on parle de ces choses-là...

**Dan Kulkuli:** Pourquoi donc? Délou, tu es ma cousine! Et je suis un homme! Et puis, tu es devenue belle femme; ce qui gêne rien...

**Délou:** Mais Dan Kulkuli, j'aime Ada! Et tu le sais!

**Dan Kulkuli:** Je me demande bien ce que tu lui trouves, à ce Ada? Un vaurien qui veut pas se décarcasser pour chercher l'argent? Moi, à sa place, j'aurais payé ta dot il y a longtemps et t'aurais casée chez moi à l'abri de tous les regards!

**Délou** (*furieuse*): Je ne suis pas une chose! Et t'es pas à la place de Ada! C'est lui que j'aime, pas toi!

**Dan Kulkuli:** Tu as de la chance d'être ma cousine! Si c'était une autre qui me dit cela?

**Délou:** Tu me fais quoi? Si tu veux plus m'emmener, tu t'en vas! Je peux me débrouiller toute seule!

**Dan Kulkuli:** Allez! Monte...

**Délou:** D'accord! Mais je veux plus que tu me parles de ça! C'est Ada que j'aime! J'épouse personne d'autre!

**Dan Kulkuli** (*rire moqueur*): Attends de voir des millions à tes pieds d'abord!

*Ronflement de la moto.*

**Délou:** Ne m'insulte pas, Dan Kulkuli, ou tu continues le voyage tout seul! *(La moto redémarre, pendant que Dan Kulkuli rigole)* Je blague pas, Dan Kulkuli! Mais... pourquoi tu quittes la piste?

**Dan Kulkuli:** Je dois parler à quelqu'un...

**Délou:** A quelqu'un? Dans cette brousse? Dan Kulkuli... Je... *(Nouvel arrêt)* Elle est où, la personne à laquelle tu voulais parler? Il n'y a personne ici...

**Dan Kulkuli:** J'ai jamais dit qu'elle sera en face de moi.

*Pianotement sonore indiquant l'utilisation d'un téléphone.*

**Délou:** Tu... appelles quelqu'un?

**Dan Kulkuli:** Ça se voit non ?

**Délou:** Mais...

**Dan Kulkuli:** Allô ? Salam Alaikum, Al Cheick...

**Voix du Cheick:** C'est toi, dan Kulkuli?

**Dan Kulkuli:** Oui... C'est bien moi, Al Cheick...

**Voix du Cheick:** Dan Kulkuli? Comment ça se passe de ton côté?

**Dan Kulkuli:** Tout se passe bien, Al Cheick... Je fais bien le travail... Les jeunes adhèrent à nos idées... c'est des jeunes qui manquent de travail... laissés à eux-mêmes... Ils sont prêts pour l'action!

**Voix du Cheick:** Très bien! Très bien...

**Dan Kulkuli:** Mais il me faut plus de moyens, Al Cheick...

**Voix du Cheick:** Pas de problème pour ça! Va voir Kodago de ma part! Il fera le nécessaire...

**Dan Kulkuli:** Oui, Al Cheick! Merci, Al Cheick...

*Déclat indiquant la fin de la conversation.*

**Délou:** Vous parlez de quoi? C'est qui, ce type que tu appelles Al Cheick?

**Dan Kulkuli:** Ça ne te regarde pas, Délou! T'aime qu'Ada! C'est ce que t'as dit! Moi, je ne suis pas aussi soumis à toi que lui pour répondre à tes questions? *(Sifflement de dédain)* Siffle autant que tu veux! Une femme, c'est rien pour moi! On va?

*Redémarrage de la moto dont le bruit s'éloigne peu à peu...*

## ANNEXE 8: Fiche de rapport de réunion des Clubs d'Écoute

<b>Nom du Club :</b>		<b>Nom du facilitateur:</b>	
<b>Date:</b>	<b>Localité:</b>	<b>Radio :</b>	
<b>4. Combien des membres ont participé à la réunion ?</b>	<b>N total:</b>	<b>H :</b>	<b>F :</b>
<b>Quelle est l'émission que vous avez écoutée ?</b> _ [émission n°1] _ [émission n°2] _ [émission n°3]			
<b>Quels sont les thèmes que vous avez écoutés?</b>			
<b>Quels sont les messages que vous avez retenus ?</b>			
<b>Comment est-ce que l'émission a changé les attitudes et/ou les comportements des membres ?</b>			
<b>Qu'est-ce que vous avez aimé dans l'émission ?</b>			
<input type="checkbox"/> Les thèmes sont pertinents <input type="checkbox"/> Les sujets sont nouveaux et intéressant pour nous <input type="checkbox"/> Nous aimons les drames <input type="checkbox"/> Nous aimons entendre la voix des nos pairs <input type="checkbox"/> Nous aimons les interviews <input type="checkbox"/> Les émissions sont interactives <input type="checkbox"/> Autres :			
<b>Qu'est-ce que vous n'avez pas aimé dans l'émission ?</b>			
<b>Est-ce que le Club a fait une activité d'engagement communautaire suite à l'écoute de nos émissions ? Si oui, vous avez fait quel type d'activité ?</b>			
<b>Vous avez des propositions de thèmes ou d'autres questions/suggestions à faire aux producteurs ?</b>			
<b>En dehors de l'écoute et de l'envoi des fiches, votre club envoie-t-il des messages SMS ou des messages vocaux sur le répondeur?</b>			



# BIBLIOGRAPHIE

1. **LAGARDETTE (Jean Luc)**: les secrets de l'écriture journalistique; édition Syros, 1987, 190p.
2. **SABIDO (Miguel) et Kriss (BARKER)**: feuilleton pour le changement social en vue de prévenir du VIH/SIDA ; un guide de formation sur la méthodologie de Sabido à l'intention des journalistes et des professionnels des médias ; PMC et l'UNFPA, 2015, 74p.
3. **Professeur ABLOU (Camille Roger)**: Cours sur la communication pour le changement de comportement, dispensé à l'Université de Ouaga, 2016.



L'Agence américaine pour le développement international, Afrique de l'Ouest (USAID/WA) aide le Niger, le Tchad et le Burkina Faso à réduire le risque d'instabilité et d'accroître la résilience à l'extrémisme violent à travers le projet « Paix à travers le développement II (USAID/PDev II) », une initiative quinquennale lancée en Novembre 2011. Partenaire d'exécution de l'USAID /WA, international Relief and Development (IRD) et ses partenaires internationales Equal Access, Search for Common Ground et Salam Institute for Peace and Social Justice ainsi que ses partenaires locaux, appliquent une approche holistique pour accomplir quatre objectifs stratégiques:

- SO 1: Autonomisation des jeunes grâce aux moyens de subsistance élargis, professionnelles et des compétences entrepreneuriales à travers la formation, l'éducation civique, le renforcement des capacités des associations de jeunes, et la formation en leadership pour accroître la participation dans la prise de décision au niveau local par les jeunes ;
- SO 2: Augmentation des voix modérées à travers la radio intégrée, les médias sociaux, l'éducation civique, les activités de résolution de conflits, la qualité améliorée des médias sociaux, une information crédible et le dialogue positif ;
- SO 3: Renforcement de la Capacité de la société civile à travers la formation formelle et informelle, le renforcement des capacités de plaider, les initiatives de responsabilisation des menées par les citoyens et des campagnes ; et
- SO 4: Renforcement de la bonne gouvernance locale à travers l'amélioration des capacités de la société civile, une plus grande participation des citoyens, la formation en administration publique, la transparence, le plaider, et la sensibilisation du gouvernement.

