

COMMUNIQUER SUR LES RISQUES LIÉS AUX

ZOOSES

Guide de formation et de ressources
pour les professionnels des médias.



USAID
DU PEUPLE AMÉRICAIN

Breakthrough
ACTION
FOR SOCIAL & BEHAVIOR CHANGE

COMMUNIQUER SUR LES RISQUES LIÉS AUX ZONNOSES

Guide de formation et de ressources pour
les professionnels des médias.

Ce document a été rendu possible grâce au soutien du peuple américain par l'intermédiaire de l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) dans le cadre de l'accord de coopération Breakthrough ACTION #AID-OAA-A-17-00017. Breakthrough ACTION est basé à Johns Hopkins Center for Communication Programs (CCP). Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de Breakthrough ACTION et ne reflète pas nécessairement les vues de l'USAID, du gouvernement des États-Unis ou de l'Université Johns Hopkins.

©2019 Université Johns Hopkins. Tous droits réservés. et ajouter les pages





APERÇUS

Pendant les crises de santé publique, les professionnels des médias avec la collaboration des responsables de communication des institutions de santé publique, jouent un rôle essentiel dans la diffusion de messages, d'informations correctes, cohérentes et claires aux communautés à risque. Ces messages permettent d'informer les personnes afin qu'elles prennent des décisions pour l'adoption de comportements préventifs afin de réduire les risques liés aux zoonoses prioritaires identifiées en Côte d'Ivoire.

Ce guide, « [Communiquer sur les risques liés aux cinq groupes de zoonoses prioritaires identifiés en Côte d'Ivoire : Guide de formation et de ressources](#) » a été créé pour renforcer les capacités des professionnels des médias, ainsi que des responsables de la communication des institutions, qui sont chargées de collaborer avec les médias à la gestion de l'information et la communication sur les risques liés aux crises de santé publique. Le guide porte particulièrement sur les cinq zoonoses identifiées par la plateforme nationale « Une Seule Santé » en Côte d'Ivoire. Il comprend des idées d'activités illustratives, y compris des objectifs d'apprentissage, des méthodologies et des recommandations, pour ceux qui mènent des activités de renforcement des capacités.

Il y a un large éventail de professionnels de la communication et des médias qui influent sur la façon dont l'information est partagée au cours d'une crise de santé publique. Il s'agit notamment des journalistes en général et plus précisément des journalistes scientifiques spécialisés en santé publique, des spécialistes de l'accès à l'information local, des responsables de communication du gouvernement national, des animateurs de talk-show de radio communautaire, des responsables de médias sociaux liés à la santé, et des chargés de programmes d'organisations non gouvernementales (ONG).

Ce guide est conçu dans l'optique de donner les bases d'une communication efficace sur les risques en santé publique, avec un focus sur les cinq groupes de zoonoses prioritaires. En outre, il peut être adapté selon les besoins des acteurs impliqués dans la préparation, la réponse aux risques et à la situation épidémiologique.

Ce guide comprend également des annexes avec des recommandations pour l'élaboration de points de discussion, la tenue de points de presse ou d'entrevues et l'explication de renseignements techniques à l'intention du grand public, dans le cas où les animateurs choisissent d'ajouter des éléments supplémentaires à leur atelier.

La méthodologie de la formation est basée sur les principes de l'éducation des adultes. Elle prend en compte ce que les participants savent, pensent, croient et font déjà. Le guide comprend des exercices participatifs et pratiques pour renforcer les compétences en communication interpersonnelle (CIP) et stratégique.

TABLE DES MATIÈRES

APERÇUS	2
OBJECTIFS GLOBAUX DE L'INITIATIVE	5
COMMENT ATTEINDRE CES OBJECTIFS	5
INTRODUCTION	6
CONTEXTE ET JUSTIFICATION	8
OBJECTIFS DE LA FORMATION	9
MÉTHODOLOGIE ET ÉLÉMENTS ANDRAGOGIQUES	10
COMMENT ÊTRE UN « ANIMATEUR EFFICACE »	11
ACCUEIL	17
DES MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES EN CÔTE D'IVOIRE	21
« UNE SEULE SANTÉ »	21
CINQ MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES EN CÔTE D'IVOIRE	24
CHARTRE OU DIX ENGAGEMENTS DU JOURNALISTE DE SANTÉ PUBLIQUE	28
ÉTHIQUE ET DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE	31
COMMUNICATION SUR LE RISQUE LIÉS AUX CRISES SANITAIRES ET DES MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES	32
APERÇU DES CRISES SANITAIRES	32
LE RÔLE DE PROFESSIONNELS DES MÉDIAS ET DES COMMUNICATIONS PENDANT CHAQUE PHASE DE CRISE SANITAIRE	35
COMMUNICATION STRATÉGIQUE ET LA GESTION ÉDITORIALE	39
COMPRENDRE LES COMPORTEMENTS DU PUBLIC EN PÉRIODE DE CRISE SANITAIRE	40
COMMENT CONTRER LES RUMEURS	45
ACQUISITION THÉORIQUE POUR LA CONSTITUTION D'UNE RÉDACTION	47
APPLICATIONS PRATIQUES OPTIONNELLES DES COMPÉTENCES ACQUISES	49
OPTION A : MISE EN SITUATION PAR LA RÉALISATION D'ÉMISSIONS RADIO ET TÉLÉ, DE CAHIERS SPÉCIAUX, DE RUBRIQUES ET PAGES SPÉCIALISÉES ET PRESSE ÉCRITE	49
OPTION B : ELABORATION D'UNE PLAN DE COMMUNICATION	52
MÉTHODE DE FACILITATION	53
SESSION 1 : APPRENTISSAGE DES ADULTES (ANDRAGOGIE)	53
ENSEIGNEMENT ET FACILITATION	55
FACILITATION DES SÉANCES DE GROUPE	57
FIN DE L'ATELIER	58
CLÔTURE	58
ANNEXES	59
ANNEXE 1 : DIFFÉRENTS TYPES DE MÉDIA	60
ANNEXE 2 : CODE DE DÉONTOLOGIE DU JOURNALISTE IVORIEN	64
ANNEXE 3 : PRACTICES PROMETTEUSE DU JOURNALISME	68
RÉDACTION D'UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE	68
TENUE D'UNE CONFÉRENCE DE PRESSE	69
AVANT-GOÛT DU PROGRAMME OU ENTRETIEN AVEC LES MÉDIAS	70
ANNEXE 4: UN PLAN DE FORMATION RÉUSSIE	73
ANNEXE 5 : AUTRES ACTIVITÉS	74
ANNEXE 6 : LISTE DES QUESTIONS FRÉQUENTES SUR LES CINQ GROUPES DE MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES DU PROGRAMME NATIONAL DE SÉCURITÉ SANITAIRE EN CÔTE D'IVOIRE	80
RÉFÉRENCES	86

OBJECTIFS GLOBAUX DE L'INITIATIVE

Après avoir assisté à la formation, les participants :

- Seront motivés à engager leurs communautés autour des questions de zoonoses et de la plateforme « Une Seule Santé, »
- Rechercheront des possibilités de collaboration entre professionnels des médias, responsables de la communication, et spécialistes du changement social et de comportement,
- Pourront identifier les experts locaux et nationaux avec lesquels ils collaborent pendant les périodes de préparation et de réponse aux crises de santé publique dues aux maladies zoonotiques,
- Pourront prendre en compte les considérations éthiques en communiquant avec le public pendant les périodes de préparation et réponses aux crises sanitaires, seront capables de développer et exécuter une stratégie média qui ne propage ni rumeur, ni désinformations, et ne stigmatise pas les personnes affectées ou à risque d'être affectées

Comment atteindre ces objectifs

- Les activités mentionnées dans ce guide de formation vont bien au-delà de la simple discussion et de l'explication des enjeux qui concernent la communication sur les risques. Ils créent des expériences d'apprentissage qui « touchent le cœur, pas seulement la tête » et apprennent aux participants à faire de même en partageant l'information avec leur public.
- Les activités ne fournissent pas seulement des informations sur ce que les professionnels des médias et de communication devraient ou ne devraient pas faire. Le guide comprend des informations de base et des orientations.
- Les recommandations de ce guide peuvent être utilisées efficacement dans les sessions de formation que dans les activités de sensibilisation.
- Les activités sont conçues pour des groupes de 10 à 40 personnes, bien qu'elles puissent être utilisées efficacement avec des groupes plus petits ou plus grands. Parfois, les activités sont conçues, préférablement, pour les petits groupes de 4 à 6 personnes, pour que chaque personne puisse participer activement.

INTRODUCTION

Écrire pour informer ou prendre la parole en public ou encore faire passer un message, confèrent une grande responsabilité dans la société moderne de l'information et de la communication. Cette responsabilité est d'autant plus importante et exigeante quand il s'agit d'informer et de communiquer en situation d'urgence sanitaire, comme une crise sanitaire liée à une zoonose.

Collecter l'information, la traiter puis la publier ou la diffuser en temps ordinaire, et en particulier, dans un contexte de risque ou de crise, oblige le journaliste à rapporter l'information d'une manière qui ne se limite pas aux faits mais qui motive la cible à prendre des actions urgentes. L'autorité publique, pour convaincre, persuader et gagner l'adhésion quand elle communique, doit maîtriser l'art de communiquer en temps ordinaire et plus encore dans une période agitée. Informer et communiquer s'apprennent. L'apprentissage est la seule voie qui mène à la conquête du savoir et de la connaissance.

Ce manuel du formateur est destiné aux professionnels des médias et aux responsables de la communication. Il explore des pistes et propose une approche andragogique pour la formation du journaliste et du communicateur au cours des événements de santé publique, surtout les maladies zoonotiques prioritaires, selon l'approche « Une Seule Santé. »

Tous les professionnels des médias et de la communication n'ont pas les mêmes compétences et ne joueront pas le même rôle dans un événement de santé publique. Par exemple, les journalistes en général et les journalistes en charge des questions de santé publique en particulier, devront être en mesure de fournir des informations clés sur chaque maladie et les ressources disponibles dans le pays. Les animateurs de radio/télévision et les responsables de médias devront comprendre comment répondre aux questions de leurs auditeurs, sans renforcer la désinformation et les attitudes nuisibles. Les responsables de la communication gouvernementale, pour leur part, devront comprendre la nécessité d'être concis et cohérent en situation de crise.

Dans ce cadre, la formation décrite dans ce guide fournit aux formateurs les informations et les compétences clés en communication sur les risques liés aux événements de santé publique, avec un focus sur les zoonoses. Le guide permet également d'adapter le matériel de formation en fonction des besoins des apprenants. Il utilise, par ailleurs, des icônes pour indiquer les activités illustratives les plus pertinentes pour chaque participant potentiel et contient des recommandations pour l'adaptation des exercices en fonction du type de participants que vous formez.

Cet ensemble comprend le manuel de formation des formateurs et des annexes contenant des informations clés sur les maladies zoonotiques, la communication des risques, et des présentations adaptables aux besoins du formateur.

Clé d'icône

Professionnel des médias



Journaliste spécialisé
en santé publique



Responsable de communication
du gouvernement national



Animateur de radio/télévision
ou téléopérateur des lignes-vertes



Responsable des médias
sociaux liés à la santé



Spécialiste de l'accès
à l'information local



Chargé de programme de santé publique



Utilisez ces icônes pour identifier les activités les plus appropriées pour vos participants. Consultez «Annexe 6» pour des suggestions de formations ciblées.



CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Les efforts de prévention et de préparation à la riposte déployés par le Gouvernement de la République de Côte d'Ivoire et ses partenaires durant l'épidémie de la Maladie à Virus Ébola (MVE) survenue en Afrique de l'Ouest entre 2014 et 2015 ont contribué à éviter l'entrée du virus et sa propagation dans le pays.

Toutefois, en raison des trafics et du commerce transfrontalier, la menace d'épidémies majeures de maladies infectieuses demeure, des insuffisances liées au système de santé, ainsi que des pratiques ménagères et socioculturelles. Celles-ci exposent les populations au risque d'infection. Les maladies zoonotiques, en particulier, restent peu connues par la population qui en grande partie, a un contact régulier avec des animaux. Ce qui l'expose au risque de transmission.

Des leçons tirées de cette urgence sanitaire, il ressort que, la lutte contre les maladies infectieuses et zoonotiques doit tenir compte de défis à multiples facettes tels que :

- la capacité d'échange rapide d'informations concernant la maladie et sa propagation,
- le déploiement de mesures de lutte efficaces impliquant une approche multisectorielle (santé humaine, santé animale, , environnement, , etc.),
- le dialogue avec les communautés pour leur faire comprendre la gravité de la menace et la nécessité d'appliquer immédiatement des mesures strictes, tout en tenant compte du contexte local.

Les médias audiovisuels et la presse écrite, au nombre des secteurs d'activité en dehors du système de santé, ont joué un rôle majeur dans la prise de conscience par les communautés, des risques liés à une éventuelle propagation de la MVE en Côte d'Ivoire. Ils ont contribué à impulser le changement social et comportemental au sein des communautés et continuent de jouer ce rôle chaque fois qu'ils sont sollicités. Leur récente contribution avec la Dengue et la fièvre de Lassa en est la preuve.

Cette sollicitation ponctuelle des professionnels des médias, même si elle contribue à rassurer les communautés en aidant à diffuser les messages utiles, dénote d'une gestion « au cas par cas » des situations d'urgences sanitaires liées aux événements de santé publique.

Cette absence de cadre formel et permanent de collaboration avec les professionnels des médias explique le score de 2 sur 5 obtenu, en ce qui concerne l'indicateur « communication publique », lors de l'évaluation externe conjointe (CEE) qui a été réalisée en Décembre 2016 pour apprécier les capacités du pays à prévenir, détecter et riposter face aux menaces liées aux maladies à potentiel épidémique.

En cohérence avec les activités prévues dans le Plan d'Action National de Sécurité Sanitaire (PANSS) visant à améliorer le score du EEC obtenu, il est apparu nécessaire de renforcer les compétences des journalistes et professionnels des médias sur tout le territoire afin de les rendre aptes à diffuser, de façon continue, la vraie et la bonne information relative aux maladies à potentiel épidémique au sein des communautés. Cette approche permet de sortir de la logique de la « gestion de la crise sanitaire » pour adopter celle de la « gestion du risque lié aux événements de santé publique ». Elle offre l'avantage d'anticiper et de proposer une approche globale de gestion des menaces liées aux maladies à potentiel épidémique, et d'utiliser les ressources disponibles de façon optimale.

Elle est bâtie autour du concept « une Seule Santé » et consiste à former des professionnels des médias et responsables de la communication des institutions à la gestion de l'information et la communication sur les risques liés aux crises de santé publique, avec un focus spécifique sur les cinq maladies zoonotiques prioritaires que la Côte d'Ivoire a sélectionnées.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Former les professionnels des médias (audiovisuel, numérique, radio, presse écrite, médias sociaux) et les responsables de la communication des institutions de santé publique en communication sur les risques liés aux crises de santé publique en Côte d'Ivoire.

De façon spécifique, il s'agira de :

Fournir aux participants les outils méthodologiques et andragogiques en rapport avec :

- la collecte, le traitement de l'information pendant et en dehors des périodes de crise sanitaire liées aux maladies zoonotiques,
- le rôle et les responsabilités des professionnels des médias et des points focaux communication lors d'une crise de santé publique et en dehors des périodes de crise,
- les stratégies de rapportage pour maintenir l'intérêt des communautés pour les maladies à potentiel épidémique ,
- la collaboration entre les professionnels des médias, d'une part, et les autorités sanitaires, administratives, et les décideurs politiques, d'autre part, en période de crise de santé publique,
- les modalités de diffusion des messages-clés en fonction de la crise,
- les accords internationaux régissant les activités de crise en santé publique.

MÉTHODOLOGIE ET ÉLÉMENTS ANDRAGOGIQUES

La méthodologie de cette formation des formateurs des professionnels des médias et de la communication consistera en des acquisitions théoriques et pratiques. Les activités illustratives décrites permettront d'atteindre spécifiquement sept objectifs.

1 Interroger et partager l'expérience de chaque professionnel en matière de journalisme et de communication pour la santé.

2 Approfondir / professionnaliser les pratiques en journalisme et en communication sur les risques sanitaires de chacun des professionnels sélectionnés. Les mutualiser et les capitaliser en développant un processus participatif et l'interactivité.

3 Construire avec et par eux des techniques rédactionnelles adaptées et efficaces de traitement d'événements et situations de risque et de crise sanitaires en rapport avec les cinq groupes de maladies zoonotiques prioritaires du Plan d'Action national pour la sécurité sanitaire (PANSS) pendant et en dehors des périodes d'épidémie.

4 Éveiller et renforcer la conscience des professionnels des médias et de la communication sur leur rôle et leur responsabilité en dehors et pendant les périodes d'épidémies en se servant du Code d'éthique et de déontologie du journaliste en Côte d'Ivoire comme grille de lecture et d'écoute (évaluation) de leurs productions.

5 Mettre en place des stratégies éditoriales de traitement professionnel de l'information en périodes de risque et de crise sanitaires

6 Adapter et dynamiser une grille des programmes (télé et radio) et de traitement de l'information en périodes et hors des périodes de risque et de crise sanitaires en associant les communautés et les leaders d'opinion à l'animation et au contenu d'antenne - émissions interactives, débats publics, etc.

7 Jeter une passerelle durable mais aussi parfois ponctuelle de collaboration -périodes d'épidémie et hors épidémie - entre les professionnels des médias, les autorités multisectorielles et les décideurs politiques dans le respect de l'éthique et de la déontologie professionnelle, sans discréditer l'information institutionnelle ni la laisser phagocyter le travail journalistique des professionnels des média.

COMMENT ÊTRE UN « ANIMATEUR EFFICACE ? »

Lorsque vous utilisez ce guide, votre rôle est de faciliter un processus d'apprentissage au cours duquel vos participants s'entraînent et développent leur propre compréhension des maladies zoonotiques, le concept « Une Seule Santé » et comment mieux en parler aux communautés.

L'animation est différente de l'enseignement. Cette activité a été conçue pour des professionnels de médias et les responsables de communication, qui viennent avec leurs propres expériences significatives et utiles. Tout au long de la formation, demandez aux participants de partager leurs expériences et les leçons apprises pour encourager la participation et contextualiser vos points clés.

N'oubliez pas non plus que ce guide n'est qu'un guide. Vous êtes encouragés à adapter les activités à votre contexte ou aux besoins de vos participants, si nécessaire.

En parlant des styles d'andragogie et d'apprentissage, il paraît que....

« J'ai entendu dire que ... »

signifie « J'oublie »

« Je vois que ... »

signifie « Je me souviens »

« Je le fais / je l'expérimente... »

signifie « Je peux l'appliquer pratiquement »

Le rôle du facilitateur est de :

- écouter attentivement en tout temps,
- guider le groupe et garder les discussions centrées – ne le laissez pas s'éloigner du sujet,
- assurer que tout le monde ait la possibilité de participer – contrôler ceux qui sont enclins à parler davantage et veiller à ce que les participants silencieux aient l'occasion de prendre la parole et de s'impliquer,
- ponctuer la discussion de résumés et veiller à en faire à la fin de chaque séance – rappelez aux participants les points clés,
- s'exprimer selon le niveau de langue des participants pour mieux se faire comprendre et avoir une participation active pendant les sessions.

Les compétences en animation s'acquièrent par l'apprentissage et la pratique ; vous n'avez pas besoin d'être un expert. Voici quelques suggestions et idées pour vous aider à devenir un très bon animateur :

Se préparer avant la formation

- Élaborer le programme en fonction des besoins en information et des compétences désirés des participants.
- Faire un budget.
- Connaître les participants : Découvrir ce que l'on peut proposer pour répondre aux besoins et aux défis des participants. Qui sont-ils et combien seront présents ? Que savent-ils déjà sur les zoonoses et la communication sur les risques ? Qu'attendent-ils du formateur et de cette formation ?
- Lire les notes des différentes activités. Identifier les activités utiles et les planifier/les programmer. Penser à la façon de les adapter pour les rendre plus pertinentes selon les besoins et les défis des participants.
- S'exercer/Simuler ses présentations seul ou avec un ami ou un collègue. Pratiquer l'utilisation et la démonstration du matériel.
- Avoir une claire vision de ce que l'on vise d'ici la fin de chaque séance.
- Planifier comment obtenir les commentaires des participants pour l'évaluation de la séance. (Les notes « À la fin d'une séance » ci-dessous comprennent des exemples de questions de rétroaction et d'évaluation à l'intention des participants).
- Faire le programme sur deux jours (acquisitions théoriques et mises en situation).
- Assurer la participation de toutes les personnes clés. Informer tous les officiels de la date, de l'heure et du lieu de leur intervention.

Préparation du matériel et de l'espace de formation

- Indiquer la date, l'heure et le lieu de la formation des professionnels de médias et,
- s'assurer d'avoir tout le matériel nécessaire pour la séance. Vérifier que tout le monde comprend la langue utilisée pour la formation. Sinon, identifier un interprète/traducteur.
- Faire des photocopies de tous les documents et présentations PowerPoint à distribuer.
- Aménager l'endroit où la formation aura lieu. Pousser les bureaux ou les tables sur le côté de la pièce.
- Arriver dans la salle de la formation où le lieu de la réunion au moins 30-60 minutes avant le début de la session pour s'assurer que tout fonctionne et qu'il n'y a pas de problèmes à régler.

Au début de la formation

- Accueillir les participants et se présenter. Être amical et sourire !
- Expliquer le but de la formation et des activités et ce à quoi les participants peuvent s'attendre.
- Demander aux participants de renseigner le registre de présence (dans votre dossier de rétroaction et de certification).
- Expliquer les particularités administratives (per diem, transport, etc.).
- Convenir avec les participants de quelques lignes directrices pour travailler ensemble, telles que :
 - débiter et finir à l'heure,
 - respecter les points de vue des uns et des autres,
 - demander la parole,
 - donner à tout le monde l'occasion de participer aux discussions,
 - garder confidentielles toutes les informations personnelles que les autres membres du groupe confient.

Pendant la formation

- Écouter attentivement ce que les participants disent et les encourager à écouter et à apprécier les contributions les uns des autres.
- Observer le langage utilisé et essayer de comprendre ce qu'il signifie.
- Encourager la participation des membres du groupe, c'est-à-dire les aider à parler de leurs idées, de leurs sentiments, de leurs expériences, plutôt que de leur dire ce qui est bien ou mal, ou de critiquer.
 - Valoriser la contribution de chaque participant.
 - Poser des questions ouvertes pour encourager de la conversation.
- Permettre aux participants de « penser à haute voix » et de découvrir ce qu'ils croient et apprécient.
- Manifester de l'intérêt et du respect pour les opinions des autres, même si on n'est pas personnellement d'accord.
- En cas de désaccord avec le contenu de l'intervention d'un participant, demander d'abord au reste du groupe : « Quelles sont vos idées sur ce sujet ? »
- Être honnête et ouvert en répondant aux questions des participants et des collègues. Si l'on n'a pas de réponse, on l'avoue, puis on recherche l'information afin de pouvoir satisfaire à la demande à la prochaine rencontre.
- Comprendre que la façon dont une réponse est obtenue est souvent aussi importante que la réponse elle-même. Si les participants élaborent une réponse eux-mêmes, ils apprennent beaucoup plus que si on leur dit directement.

À la fin de la formation

- Résumez les principaux points et résultats de la discussion.
- Obtenez une évaluation rétroactive sur la session et sur la façon dont vous l'avez animée. Les bons animateurs invitent et accueillent toujours avec plaisir les commentaires honnêtes et spécifiques, car cela les aide à s'améliorer et à rendre leur prochaine session encore meilleure. Pendant la session, vous pouvez obtenir beaucoup de feedback en observant le déroulement de la session et les réactions des participants. À la fin de la séance, vous pouvez obtenir d'autres commentaires, écrits ou verbaux.
 - Écrit : Demandez aux participants de remplir un court formulaire écrit d'évaluation et de rétroaction avant de quitter la séance, avec des questions comme celles de l'encadré ci-dessous.
 - Verbal : Demandez à des personnes ou à de petits groupes de participants de répondre verbalement à de telles questions.

Rétroaction de la séance et questions d'évaluation à l'intention des participants

- Quelle a été, pour vous, la chose la plus importante que vous ayez apprise au cours de cette formation ?
- Quelle(s) activité(s) avez-vous aimée(s), et pourquoi ?
- Quelle(s) activité(s) pourrait (ent)-elles être améliorée(s) et comment ?
- Comment est-ce que vous avez apprécié la façon dont la session a été organisée et dirigée ? Qu'est-ce qui était bon ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?
- Quelle(s) question(s) et quel(s) problème(s) avez-vous encore au sujet de la communication sur les risques ?

- Expliquez ce qui se passera ensuite (p. ex. y aurait-il une autre séance ou un suivi de formation ?).
- Indiquez aux participants comment ils peuvent communiquer avec vous ou avec un expert local s'ils le désirent plus d'information ou pour discuter plus en profondeur.

Après la formation

- Passez en revue et évaluez la formation avec d'autres personnes qui ont observé ou animé la séance avec vous. Réfléchissez aux commentaires des participants. Discutez de ce qui a bien fonctionné et de ce que vous pourriez faire pour l'améliorer.
- Remplissez le formulaire d'examen de la séance.
- Faites tout suivi de la session, tel que :
 - trouvez des renseignements que vous n'aviez pas quand on vous les avait demandés au cours de la séance.
 - si l'un de vos participants semblait affligé ou confus au sujet de question(s) particulière(s) liée(s) à la communication sur les risques, vous pouvez suivre directement avec cette personne pour offrir d'autres ressources.
- Communiquez avec les participants au cours des jours suivants pour voir s'ils veulent discuter davantage de leurs problèmes. Pour exemple, vous pouvez créer un groupe de WhatsApp.
- Si possible, planifiez une rencontre avec le groupe quelques semaines après la fin de votre formation, afin d'examiner et d'évaluer comment les apprenants ont appliqué la formation que vous avez donnée.

Matériels suggérés

- Ordinateur avec Microsoft PowerPoint
- Tableau blanc ou noir
- Papier padex
- Marqueurs de différentes couleurs
- Papier bristol format A5
- Connexion en état de marche
- Cahier et stylo pour chaque participant

Accompagnement andragogique pour les acquisitions pratiques

- Télévision : L'équipement télé ou un téléphone/tablette smart
- Radio : L'équipement radio un téléphone/tablette smart
- Presse imprimée : L'équipement pour la conception, la réalisation, et la fabrication d'un journal ou un ordinateur
- Presse numérique : L'équipement pour la création d'un site internet d'information (presse numérique) ou un ordinateur

Tests

- Pré-test : Test avant la formation, à appliquer aux participants à la première heure de la première séance
- Post test : Test après la formation, à appliquer aux participants à la fin de la formation

Évaluations

- Évaluation quotidienne de la formation : méthodologie, approche andragogique, acquisitions théoriques et pratiques, mise en cohérence des objectifs et résultats attendus avec les modules. Exercice à administrer aux participants.
- Évaluation par le facilitateur de la mise en œuvre des éléments pédagogiques au cours des travaux de groupe.
- Prévoir une post-production avec des professionnels.
- Prévoir des supports numériques (clés USB, etc.).

ACCUEIL



Durée : 60 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- connaître les objectifs et la méthodologie de la formation
- identifier les attentes et les besoins des participants
- établir des normes de travail

Matériel :

- Papier padex
- Marqueurs
- Présentation PowerPoint « Les quatre interrogations fondatrices » (En Annexe)
- Cahiers et stylos pour chaque participant

Activité A : Introduction

- Présentez-vous et accueillez tout le monde à la formation.
- Demandez à chaque participant de se présenter (nom, type de média, quelque chose d'amusant).

Activité B : Objectifs

- Présentez-les en PowerPoint. « Les quatre interrogations fondatrices » sont :
 - Qui ? Des professionnels de médias et des responsables de la communication
 - Quoi ? Une formation des formateurs des professionnels de médias
 - Pourquoi ? Contexte et justification de la formation
 - Comment ? Approche méthodologique et éléments andragogiques pour un atelier de formation des formateurs
- Demandez aux participants s'ils ont d'autres questions.

NOTE AU FACILITATEUR :

On recommande que dans vos remarques d'introduction, vous mettiez en évidence les buts et les objectifs de l'atelier tels que mentionnés plus haut, pour que les participants sachent à quoi s'attendre. Concluez en indiquant que cet atelier a été conçu pour renforcer les compétences des professionnelles des médias (p. ex., presse écrite, audiovisuelle, radio, réseaux sociaux) pour une meilleure couverture des situations d'urgence et/ou de crises sanitaires

Activité C : Informations administratives

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

Activité D : Attentes, besoins et normes

- Collez deux feuilles de papier padex sur le mur. Sur une feuille, écrivez « les attentes et les besoins » et sur l'autre, écrivez « les normes/règles de la formation. » Animez des séances de brainstorming sur chaque sujet.
- Écrivez les réponses sur une autre feuille de papier padex et affichez-la au mur, avec les précédentes, pour que les participants puissent voir et que vous puissiez vous y référer pendant l'atelier.

Activité E : Responsables

- Demandez au groupe de désigner des volontaires pour les rôles de :
 - « timekeeper » ou gardien du temps
 - chef(fe) de village (pour aider à établir les normes/règles de l'atelier)
 - gardien des dividendes issus de la collecte des amendes (si nécessaire)

NOTE AU FACILITATEUR :

Il est préférable que les participants élaborent les règles de l'atelier, mais vous pouvez leur faire des recommandations/suggestions pour les orienter. Par exemple : Être à l'heure, ne pas répondre au courriel ou au téléphone pendant la formation, être respectueux et ouvert aux idées et expériences des autres participants et Ne pas interrompre.



Prétest



Durée : 30 minutes

Objectifs :

- Identifier les gaps en matière de connaissance des participants

Matériel :

- Questionnaire

Activité A : Pré-test

- Expliquez aux participants que vous leur proposez de compléter un pré-test pour mieux comprendre leurs connaissances sur la façon de signaler les maladies zoonotiques. Prenez la peine de leur expliquer qu'il ne s'agit pas d'un « examen » ou d'un « concours » pour qu'ils soient plus à l'aise pour répondre au questionnaire.
- Administrez le pré-test et accordez 20 minutes pour le compléter. Donnez le temps nécessaire aux participants pour répondre aux questions.

NOTE AU FACILITATEUR :

Développez votre pré-test lors de l'élaboration des objectifs de votre atelier. Concevez des questions basées sur les informations clés et les compétences que vos participants doivent acquérir au cours de la formation. On vous encourage de demander aux participants de faire le même test après l'atelier pour analyser l'impact de la formation. N'hésitez pas à faire un suivi après la formation s'il y a des informations essentielles qu'ils n'ont pas comprises.

DES MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES EN CÔTE D'IVOIRE

« UNE SEULE SANTÉ »



Le but de cette session est d'introduire le concept d'« une Seule Santé » et de faire comprendre aux participants qu'ils font partie de l'effort national interdisciplinaire et collaboratif visant à obtenir une santé optimale pour les personnes, les animaux, et l'environnement.

Considérations relatives à l'adaptation : Envisagez de réduire le niveau et la quantité d'informations contextuelles, si vos participants ont déjà une expérience significative avec la plateforme « Une Seule Santé. »

CONTEXTE : « UNE SEULE SANTÉ »

Bien qu'épargné, les récentes épidémies de maladies infectieuses apparues au cours des dernières décennies, telles que la maladie à virus Ébola ou la fièvre de Lassa, ont eu des répercussions négatives sur la vie des Ivoiriens. L'émergence de ces épidémies majeures a confirmé la nécessité de capacités nationales et mondiales, pour répondre aux exigences du règlement sanitaire international (RSI-2005) et pour faire avancer le programme d'action pour la sécurité sanitaire mondiale (GHSA). Par ailleurs, il a toujours été compris par tous les experts que les événements de santé publique sont mieux pris en charge si on implique de nombreux acteurs et organismes interdisciplinaires ou chacun peut apporter son expertise pour résoudre d'importants problèmes de santé publique. L'approche « Une Seule Santé » est apparue comme un des moyens les plus efficaces pour gérer ces menaces de maladies infectieuses. Les professionnels de média et les responsables de la communication des institutions nationales font partie de ces efforts multidisciplinaires que le Gouvernement ivoirien a mis en place dans le cadre de la mise en œuvre de son Plan d'Action National de Sécurité Sanitaire (PANSS).

Durée : 20-45 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Comprendre et expliquer l'approche « Une Seule Santé »
- Identifier/expliciter leurs rôles et responsabilités dans cet effort national
- Connaître quelques-unes des organisations participantes et être capable à les référer aux autres

Matériels :

- Présentation du concept « Une Seule Santé » (en Annexe)
- Liste des contacts avec les partenaires locaux et nationaux d'« Une Seule Santé »

Activité A : Présentation PowerPoint

- Faites la présentation PowerPoint du concept « Une Seule Santé » (en Annexe). Si possible, invitez un membre du secrétariat GHSA ou du groupe de travail technique (GTT) sur la communication des risques à le faire pour qu'il soit disponible pour répondre aux questions sur le contenu après la présentation.
- Arrêtez-vous lorsque vous parlez de thèmes clés et encouragez les participants à poser des questions et à partager leurs expériences.

Activité B : Discussion de groupe

- Posez la question suivante aux participants :
 - « Maintenant que vous avez compris la signification du concept « Une Seule Santé », comment voyez-vous votre rôle et votre responsabilité dans cet effort ? »
- Laissez quatre ou cinq participants répondre pendant une minute à votre question, puis dites aux participants :
 - « Nous prévoyons revenir plus en détails sur cette approche plus tard ».
- Récapitulez la session et soulignez les points principaux.

Activité C : Distribution de la liste de contacts

- Créez une liste des contacts locaux et nationaux des partenaires d'« Une Seule Santé. »
- Demandez aux participants s'ils ont d'autres suggestions à ajouter à la liste.

L'ESSENTIEL À RETENIR SUR LE CONCEPT « UNE SEULE SANTÉ »

- Le concept « Une Seule Santé » a été introduit il y a 10 ans à partir de l'idée selon laquelle, la santé des personnes est liée à la santé des animaux et de l'environnement.
- La plateforme reconnaît et répond au besoin essentiel d'une approche multilatérale et multisectorielle pour renforcer les capacités locales de prévention, de détection et de réponse aux menaces de maladies infectieuses.
- En Côte d'Ivoire, six ministères clés constituent le maillon important de l'approche « Une seule santé ». Ce sont les : MIRAH, MSHP, MESRS, MINADER, MEF, MINSÉDD
- Les 5 constats/domaines d'évaluation de la communication sur les risques sont : un système de communication sur les risques ; une communication interne, un partenariat et une coordination ; une communication publique et une communication en faveur de l'engagement des communautés affectées, l'écoute dynamique et la gestion des rumeurs.
- La Côte d'Ivoire a reçu une note de 1-3 pour chaque composante. Les partenaires d'« Une Seule Santé » travaillent ensemble pour améliorer ces scores.

CINQ MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES EN CÔTE D'IVOIRE



Le but de cette session est d'explorer ensemble les cinq maladies zoonotiques prioritaires en Côte d'Ivoire ; leurs signes ainsi que leurs principaux modes de transmission et de prévention, leur situation épidémiologique actuelle dans le pays et leur importance pour la santé publique.

Considérations relatives à l'adaptation : Envisagez d'adapter votre explication des maladies ou de retirer l'exercice de groupe en fonction de la compréhension des participants en matière de santé.

CONTEXTE : Maladies zoonotiques prioritaires en Côte d'Ivoire

De 2014 à 2016, l'Afrique de l'Ouest a connu sa plus grave épidémie. En effet l'épidémie de la maladie à virus Ébola a démarré en Guinée Conakry puis s'est propagée au Libéria et en Sierra Léone. La menace épidémique était réelle pour la Côte d'Ivoire, pays frontalier à la Guinée et au Libéria. Mais grâce aux efforts conjugués de l'État ivoirien et des partenaires nationaux et internationaux, il n'a pas été enregistré de cas de maladie. Hormis l'urgence sanitaire Ébola, la Côte d'Ivoire a été également sous la menace de l'épidémie de la fièvre Lassa en 2017 et 2018, quand l'épidémie sévissait dans certains pays de la sous-région ouest Africaine. Par ailleurs, la Côte d'Ivoire a connu une flambée épidémique de Dengue en 2017 et une mortalité préoccupante liée à la rage.

Compte tenu de ce contexte épidémiologique, il est important de faire un rappel aux participants sur les cinq groupes de zoonoses prioritaires identifiées par la Côte d'Ivoire dans le cadre de l'exercice de l'atelier national de priorisation des maladies zoonotiques, qui faisait partie de la mise en œuvre du plan national de sécurité sanitaire. Ces maladies comprennent : (i) les Maladies dues à Mycobactéries ; (ii) les maladies dues aux bactéries : Salmonelloses, les Brucelloses ; (iii) la maladie due au virus rabique [rage], (iv) les Fièvres Hémorragiques Virales [FHV] et à Arbovirus ; et (v) les maladies respiratoires zoonotiques.

Durée : 30-60 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Reconnaître les cinq maladies zoonotiques prioritaires identifiées par le Gouvernement de la République de la Côte d'Ivoire et ses partenaires en janvier 2017
- Décrire comment ces maladies constituent un risque pour la santé publique
- Identifier les modes de transmission et les comportements pour prévenir et traiter ces maladies
- Parler des zoonoses prioritaires en utilisant les mécanismes de la communication pour le changement social et comportemental et la communication sur les risques.

Matériels :

- Présentation sur les « Maladies zoonotiques prioritaires identifiées par le Gouvernement de la République de la Côte d'Ivoire » (En Annexe)
- Photocopies du « Rapport de l'atelier de priorisation des maladies zoonotiques en Côte d'Ivoire » (Lien : <https://www.cdc.gov/onehealth/pdfs/cote-dlvoire-french-508.pdf>)
- Cahiers et stylos pour chaque petit groupe

Activité A : Discussion de groupe

- Répartissez les participants en petits groupes de 4-6 personnes. Expliquez que chaque groupe représente une maladie ou groupe de maladies parmi les cinq maladies zoonotiques prioritaires. Affectez un groupe de maladies à chaque groupe :
 - Les maladies dues à Mycobactéries ;
 - Les maladies dues aux bactéries : salmonelloses, Brucelloses ;
 - La maladie due au virus rabique [rage],
 - Les Fièvres Hémorragiques Virales [FHV] et à Arbovirus ; et
 - Les maladies respiratoires zoonotiques
- Donnez 20 minutes à chaque petit groupe pour trouver des réponses aux questions suivantes, relatives au groupe de maladie qui lui a été attribué. Encouragez-les à utiliser leur smartphone ou leur ordinateur, mais demandez-leur de citer leurs sources !
 - Que savez-vous déjà sur « votre groupe de maladies ? » Pourquoi d'après vous ce groupe de maladie constitue un risque pour la santé publique en Côte d'Ivoire ? Quelles sont les populations les plus à risque ?
 - Ce groupe de maladie peut-il être traité ? Si oui, comment ?
 - Comment le prévenir ?
 - Quelles autres informations clés voudriez-vous partager avec le public ?
- Laissez les participants discuter pendant 20 minutes ; rappelez-leur le temps restant à 15 minutes, à 5 minutes, et à une minute de la fin.

Activité B : Présentation PowerPoint

- Faites la présentation PowerPoint sur les « Maladies zoonotiques prioritaires identifiées par le Gouvernement de la République de la Côte d'Ivoire » (En Annexe). Si possible, invitez un membre du secrétariat GHSA ou du groupe de travail technique (GTT) sur la communication des risques à le faire pour qu'il soit disponible pour répondre aux questions sur le contenu après la présentation.
- Demandez aux participants de réfléchir aux réponses qu'ils ont données aux questions de l'activité précédente (activité A : Discussion de groupe) : Comment était leur niveau de compréhension ? Ont-ils manqué des informations importantes ou n'ont-ils pas compris ?
- Récapitulez la session et soulignez les points principaux.

Activité C : Distribution du rapport

- Partagez des photocopies ou une copie digitale du « **Rapport de l'atelier de priorisation des maladies zoonotiques en Côte d'Ivoire** »

(Lien : <https://www.cdc.gov/onehealth/pdfs/cote-dlvoire-french-508.pdf>)

L'ESSENTIEL À RETENIR SUR « LES MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES »

- Les zoonoses sont des maladies infectieuses, causées par des bactéries, des virus et des parasites, qui se transmettent des animaux aux humains.
- La santé animale est liée à la santé humaine. La maladie peut se transmettre des animaux aux humains.
- Cinq maladies/groupes de maladies zoonotiques ont été identifiés comme prioritaires par le gouvernement :
 - Les maladies dues à Mycobactéries ;
 - Les maladies dues à des bactéries : Les salmonelloses, Les Brucelloses ;
 - La maladie due au virus rabique [rage] ;
 - Les Fièvres Hémorragiques Virales [FHV] et à Arbovirus ; et
 - Les maladies respiratoires zoonotiques.
- Il existe de nombreuses façons de vous protéger, vous et votre communauté, des effets des zoonoses. Celles-ci varient en fonction de la maladie.
- Prendre des précautions pour éviter que ses animaux ne tombent malades.
- Prendre des précautions pour soi-même et à l'égard de ses proches contre les animaux malades ou morts.
- Éliminer les animaux morts en toute sécurité.
- Se protéger lorsqu'on tue ou dépèce un animal.
- Prendre bien soin de toute morsure d'animal.
- Se laver les mains après tout contact avec des animaux.
- Entreposer et préparer les aliments et l'eau de façon sécuritaire.
- Garder les éclos d'animaux propres.

CHARTE OU DIX ENGAGEMENTS DU JOURNALISTE DE SANTÉ PUBLIQUE



Le but de cette session est d'amener les participants à revisiter et réfléchir sur leurs pratiques professionnelles, qu'ils soient professionnels des médias ou responsables de la communication des institutions nationales, par l'autoévaluation de leurs acquis théoriques et pratiques. Cette revue servira comme base pour le reste des discussions pendant la semaine, par rapport à l'engagement des médias dans la communication de risque.

CONTEXTE : Charte ou dix engagements du journaliste de santé publique

Les journalistes sont des personnes qui ont pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice du journalisme dans un ou plusieurs organes de presse écrite ou audiovisuelle. (Titulaire de la carte d'identité professionnelle, tout journaliste peut se prévaloir de la clause de conscience.)

L'exercice du métier de journaliste obéit à des normes qui, en Côte d'Ivoire, sont inscrites dans le Code de déontologie des journalistes. Aussi, tout journaliste se doit de le respecter comme le stipule le code (article 26) au risque de se discréditer lui et l'organe qu'il représente. En effet, le Code de déontologie représente le tableau de bord de la pratique du journalisme.

La violation du code de déontologie par le journaliste l'expose, en Côte d'Ivoire, à des sanctions allant de la suspension à la radiation (cf LOI N° 2004 - 643 DU 14 DÉCEMBRE 2004 PORTANT RÉGIME JURIDIQUE DE LA PRESSE article 34).

Un journaliste joue un rôle important dans la société. Sa mission, en plus d'informer, est de contribuer au changement de comportement des communautés à travers ses productions. De ce fait, la prise en compte des besoins de ses auditeurs, afin d'y apporter une réponse dans ses productions, doit être au centre de ses préoccupations.

Durée : 30 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- évaluer leurs connaissances relativement à l'éthique et la déontologie journalistiques
- mettre en cohérence et réfléchir sur l'application professionnelle de l'éthique et de la déontologie journalistiques et le traitement de l'information liée aux événements de santé publique

Matériels :

- Copies de la Charte ou des « Dix engagements du journaliste de santé publique » (En Annexe)
- Présentation PowerPoint de « La Charte du journaliste de santé publique » (En Annexe)

Activité A : Questions-réponses

- Demandez aux participants ce qu'ils pensent de leur rôle en tant que journaliste de santé publique, et de l'éthique qui y est associée. Allouez 10 minutes pour discuter des questions suivantes :
 - Quel est le rôle d'un journaliste dans une société ?
 - Quelles sont les règles ou normes qui régissent la pratique du journalisme ? (La charte ou dix engagements du journaliste de santé publique)
 - Quelles sont les risques pour le journaliste de ne pas respecter ce code ?

Activité B : Présentation PowerPoint

- Présentez le PowerPoint de « La Charte du journaliste de santé publique » (En Annexe)
- Récapitulez la session et soulignez les points principaux.

Activité C : Lecture et discussion

- Distribuez des copies physiques de « La Charte » ou des « Dix engagements du journaliste de santé publique ». Demandez à des volontaires de lire la Charte à haute voix.
- Après que les participants aient lu la charte, demandez-leur :
 - « D'après-vous, pourquoi certains journalistes n'arrivent pas à respecter votre code d'éthique et de déontologie pendant les événements de santé publique ?
 - Quels sont les difficultés dans l'application de ces principes ?
 - Que faire pour que les journalistes ivoiriens respectent le code d'éthique et de déontologie pendant les événements de santé publique et en dehors des périodes d'épidémie ? Voyez-vous des difficultés spécifiques dans l'application de ces principes pendant une situation d'urgence en santé publique ? Si oui, lesquelles ?

L'ESSENTIEL À RETENIR SUR « LA CHARTE OU LES DIX ENGAGEMENTS »

La Charte ou les Dix engagements tire sa source du Code d'éthique et de déontologie du journaliste en Côte d'Ivoire et s'inspire de la charte des journalistes de Côte d'Ivoire.

La Charte met à jour la spécificité du journalisme de santé publique, en édicte les règles éthiques et déontologiques. Elle n'abroge pas les autres textes, mais les renforce et en est le complément spécialisé.

La Charte établit une passerelle entre les autorités sanitaires, les pouvoirs publics en charge de la santé publique et les professionnels des médias.

ÉTHIQUE ET DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE



Le but de cette session est de permettre aux participants à la formation d'approfondir et d'apprendre davantage sur la loi portant régime des médias : médias classiques et médias de production d'informations numériques.

Durée : 30 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Examiner et comprendre les articles de la loi pouvant être appliqués au traitement de l'information liée à la santé publique et aux événements de santé publique.

Matériels :

- Copies physiques des lois portant régime juridique de la communication audiovisuelle du 17 décembre 2017

<http://www.loidici.com/communication/communicationaudio2017.php>

- Présentation PowerPoint sur « **Les points essentiels sur les lois portant régime juridique de la communication audiovisuelle en Côte d'Ivoire** »

Activité A : Lecture et questions-réponses

- Distribuez les copies physiques des lois portant régime juridique de la communication audiovisuelle du 17 décembre 2017
- Demandez à des volontaires de lire les lois à haute voix
- Demandez aux participants de relever les principaux points qu'ils pensent être utiles pour les professionnels des médias et les points focaux communication des ministères clés, intervenant aussi bien dans les médias classiques que dans les médias numériques.

Activité B : Présentation PowerPoint

- Faites la présentation PowerPoint des « **points essentiels sur les lois portant régime juridique et de la communication audiovisuelle en Côte d'Ivoire** »
- Demandez aux participants s'ils ont des questions/commentaires
- Récapitulez la session et soulignez les principaux points

Durée : 30 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- évaluer leurs connaissances relativement à l'éthique et la déontologie journalistiques
- mettre en cohérence et réfléchir sur l'application professionnelle de l'éthique et de la déontologie journalistiques et le traitement de l'information liée aux événements de santé publique

Matériels :

- Copies de la Charte ou des « Dix engagements du journaliste de santé publique » (En Annexe)
- Présentation PowerPoint de « La Charte du journaliste de santé publique » (En Annexe)

Activité A : Questions-réponses

• Demandez aux participants ce qu'ils pensent de leur rôle en tant que journaliste de santé publique, et de l'éthique qui y est associée. Allouez 10 minutes pour discuter des questions suivantes :

- Quel est le rôle d'un journaliste dans une société ?
- Quelles sont les règles ou normes qui régissent la pratique du journalisme ? (La charte ou dix engagements du journaliste de santé publique)
- Quelles sont les risques pour le journaliste de ne pas respecter ce code ?

Activité B : Présentation PowerPoint

- Présentez le PowerPoint de « La Charte du journaliste de santé publique » (En Annexe)
- Récapitulez la session et soulignez les points principaux.

Activité C : Lecture et discussion

• Distribuez des copies physiques de « La Charte » ou des « Dix engagements du journaliste de santé publique ». Demandez à des volontaires de lire la Charte à haute voix.

- Après que les participants aient lu la charte, demandez-leur :
 - « D'après-vous, pourquoi certains journalistes n'arrivent pas à respecter votre code d'éthique et de déontologie pendant les événements de santé publique ?
 - Quels sont les difficultés dans l'application de ces principes ?
 - Que faire pour que les journalistes ivoiriens respectent le code d'éthique et de déontologie pendant les événements de santé publique et en dehors des périodes d'épidémie ? Voyez-vous des difficultés spécifiques dans l'application de ces principes pendant une situation d'urgence en santé publique ? Si oui, lesquelles ?

L'ESSENTIEL À RETENIR SUR « LA CHARTE OU LES DIX ENGAGEMENTS »

La Charte ou les Dix engagements tire sa source du Code d'éthique et de déontologie du journaliste en Côte d'Ivoire et s'inspire de la charte des journalistes de Côte d'Ivoire.

La Charte met à jour la spécificité du journalisme de santé publique, en édicte les règles éthiques et déontologiques. Elle n'abroge pas les autres textes, mais les renforce et en est le complément spécialisé.

La Charte établit une passerelle entre les autorités sanitaires, les pouvoirs publics en charge de la santé publique et les professionnels des médias.

COMMUNICATION SUR LES RISQUES LIÉS AUX CRISES SANITAIRES ET AUX MALADIES ZONOTIQUES PRIORITAIRES

APERÇU DES CRISES SANITAIRES



Le but de cette session est de présenter les différentes phases d'une crise de santé publique et les différents besoins à chaque étape.

Considérations relatives à l'adaptation : Envisagez de retirer les vidéos YouTube et la discussion après, en fonction de la compréhension et des expériences avec les crises sanitaires, ainsi que le nombre des jours de l'atelier.

CONTEXTE : Des crises sanitaires

Une crise ou une urgence de santé publique se caractérise par un événement sanitaire qui peut causer une maladie ou la mort, ou avoir un impact négatif sur le bien-être d'un grand nombre de personnes ou d'un pourcentage significatif de la population.

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

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

Selon BBC Media ACTION dans son « Guide à l'intention des médias sur la communication dans les situations d'urgence de santé publique, » les conséquences des crises sanitaires se traduisent par une augmentation des indicateurs de morbidité et/ou de mortalité. Tout le monde peut être à risque de tomber malade pendant une crise sanitaire, mais certains ont un risque plus élevé que d'autres à cause de leur(s) :

- Comportement (s) qui les met en danger.
- Système immunitaire affaibli ou des systèmes immunitaires qui ne se sont pas complètement développés (p. ex. les enfants de moins de cinq ans) ou qui sont affaiblis en raison d'autres facteurs.
- Vulnérabilité en raison d'une autre caractéristique, comme le sexe ou leur condition (p. ex. les femmes enceintes, les personnes ayant des problèmes de santé qui affectent le système immunitaire, les personnes âgées).
- Incapacité à quitter une zone à haut risque.

Durée : 10-30 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Définir une « crise sanitaire » ;
- Identifier les caractéristiques d'une crise sanitaire ;
- Identifier les types et les spécificités d'une épidémie liée aux maladies zoonotiques ;
- Citer les différentes informations qui doivent être partagées avec la population pendant une épidémie.

Matériels :

- Clips YouTube
 - **Crise sanitaire en Angola**
<https://www.youtube.com/watch?v=U8kCKvn7EiA>
 - **RDC : Lancement d'une campagne de vaccination contre la fièvre jaune**
<https://www.youtube.com/watch?v=vRYWFqqSEig>
- Projecteur et haute parleur
- Papier padex

Activité 1 : Questions-Réponses

- Comment définiriez-vous une crise de santé publique ? Quels sont ses caractéristiques ?
- Discutez des questions suivantes :
 - Quels sont les différents types de crises ou d'urgences que vous pouvez citer ?
 - Quelles sont, selon vous, les similitudes entre les différents types de crises ? En quoi une crise sanitaire est-elle similaire ou différente des autres types de crises ?
- Demandez aux participants ce qu'ils pensent être une "crise sanitaire." Encouragez-les à donner des exemples réelles historiques. Demandez aux autres participants d'apporter des additifs ou des précisions.
- Écrire la définition d'une crise sanitaire ci-dessus sur le papier padex pour que les participants puissent s'y référer :
 - « La crise sanitaire est une menace pour l'état de santé de la population. Il y a crise sanitaire lorsque deux caractéristiques sont réunies :
 - Une situation d'urgence liée à une menace pour la santé de la population.
 - Le caractère inédit du risque qui donne naissance à la crise.

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

- Projetez maintenant les clips YouTube ci-dessus en demandant aux participants de bien suivre afin de répondre aux questions suivantes :
 - Selon les vidéos, quelles sont les caractéristiques d'une crise sanitaire (à ajouter à ce qu'ils ont déjà cité) ?

Activité 3 : Questions-Réponses

- Demandez aux participants quels sont les événements ou situations capables d'entraîner une crise sanitaire. Notez les réponses à chaque question sur un papier padex ou alors demandez à un des participants de le faire.
 - En plénière, demandez aux participants quels sont les événements ou situations capables d'entraîner une crise sanitaire à propos des clips YouTube.
 - Quels en sont les effets ?
 - Quels sont les publics cibles et les messages clés de chaque vidéo ?
 - Quelles sont les informations clés partagées dans chaque vidéo ? Y avait-il d'autres informations à partager ? Et si le public était différent ?
 - Quelle émotion le journaliste voulait-il susciter ? Par exemple, le journaliste voulait-il que le public se sente en danger, capable d'agir, etc. ?

LE RÔLE DES PROFESSIONNELS DES MÉDIAS ET DE LA COMMUNICATION PENDANT CHAQUE PHASE DES CRISES SANITAIRES



Le but de cette session est d'amener les participants à comprendre le rôle des professionnels des médias et de la communication après, pendant, et après les événements de santé publique (p. ex. réseaux sociaux, presse écrite, presse audiovisuelle) et d'identifier des défis et les solutions.

Considérations relatives à l'adaptation : envisagez de retirer des discussions de groupe en plénière en fonction de la compréhension technique et des expériences avec la communication de risque, ainsi que le nombre de jours de l'atelier.

CONTEXTE : Rôle des journalistes/professionnels des médias avant, pendant et après une crise sanitaire

Pendant une crise ou une urgence de santé publique, la communication devient particulièrement difficile car la peur est forte. Le rôle des communicateurs dans une situation d'urgence consiste à mobiliser le public, à l'aider à prendre des décisions éclairées au sujet de son risque et à l'encourager à réagir efficacement contre ce risque.

En matière de communication de risque, les autorités nationales et locales ainsi que les médias doivent fournir au public des informations compréhensibles, opportunes, transparentes et coordonnées avant, pendant et après la crise. Les objectifs de la communication de risque sont de permettre aux personnes à risque de prendre des décisions et des mesures éclairées afin de réduire les risques auxquels elles sont exposées. Une communication efficace des risques peut inspirer et maintenir la confiance du public dans le système de santé local et national, et transmettre des attentes réalistes quant à la capacité du système de santé à réagir et à gérer une épidémie. La communication de risque favorise également l'échange efficace d'informations et d'opinions entre les scientifiques et les experts en santé publique pendant la phase d'alerte, afin de mieux évaluer, gérer et coordonner les activités de préparation et d'intervention. Un autre élément clé de la communication de risque est la détection et la gestion de la propagation des rumeurs et de la désinformation.

Chaque situation d'urgence, de catastrophe ou de crise évolue par phases. En comprenant le schéma de la crise, les professionnels de la communication peuvent anticiper les problèmes, prévoir et/ou s'adapter à des besoins de communication spécifiques, et communiquer plus efficacement à chaque phase. Il est important de comprendre les étapes de la communication en cas d'urgence, qui comprennent les suivantes :

- Communication pendant la phase de prévention ou de préparation (phase vert)
- Communication pendant la phase de gestion de l'événement (phase orange et rouge)
- Communication pendant la phase de relèvement

Durée : 60-90 minutes

Objectifs :

Après cette session, les participants pourront :

- Identifier les différentes phases d'une crise sanitaire, ainsi que les rôles des différents journalistes/médias pendant ces phases ;
- Noter les sources d'informations utilisées par types de médias (avantages et inconvénients) ;
- Déterminer les obstacles liés à l'analyse d'une situation et collecter les bonnes informations ;
- Discuter sur les traitements de l'information et les obstacles liés à la diffusion de l'information.

Matériels :

- Papier padex
- Présentation PowerPoint sur « les rôles et responsabilités des professionnels des médias et de la communication en situation de crise sanitaire »

Activité A : Discussion en plénière et de groupe

- En plénière, demandez aux participants de rappeler les différentes normes éthiques de leur profession comme mentionnées avant. Notez ces différents éléments sur le papier padex.
 - Répartissez les participants en petits groupes de 4-6 personnes par type de média.
 - Demandez à chacun des groupes de réfléchir aux crises liées aux maladies zoonotiques dans le passé, comme la grippe aviaire ou Ébola, et répondre aux questions suivantes (vous pouvez projeter les questions sur un diaporama PowerPoint pour rappel) :
 - Quelles sont vos sources d'information sur ces maladies ?
 - Comment les médias influencent-ils le changement d'attitude et de comportement, les opinions du publics et les politiques nationales ? Comment communiquent-ils la perception du risque ?
 - Quels étaient les obstacles à la diffusion d'information de qualité ?
 - Comment ces défis ont-ils été surmontés ?
 - Demandez aux participants d'identifier les rôles et responsabilités du journaliste en temps normal et de réfléchir sur les questions suivantes :
 - Quels sont les aspects de la santé que doit couvrir une communication en situation de crise ?
 - Quels sont les objectifs d'une communication en situation de crise sanitaire ?
 - Quels sont les principaux défis en lien avec ces objectifs identifiés ?
 - Comment les médias peuvent-ils contribuer ?
 - Demandez aux différents groupes de venir en plénière faire la restitution
- Si l'aspect changement de comportement n'apparaît pas, suggérez-le et orientez les débats dans ce sens en posant les questions suivantes :
- Les journalistes ont-ils la capacité de mobiliser les individus et les communautés pour l'adoption des comportements adéquats ? plus spécifiquement :
 - Comment communiquent-ils la perception du risque ?
 - Comment cela varie pour les maladies bien connues comme dangereuses (i.e. Ébola) et les maladies moins connues ou moins létales (par ex. la rage) ?

- Comment les médias influencent-ils le changement social et comportemental, les opinions du public et les politiques nationales ? (Donnez des exemples)

Activité B : Présentation PowerPoint

- Présentez le PowerPoint sur « les rôles et responsabilités des professionnels des médias et de la communication en situation de crise sanitaire ».
- Récapitulez la session et soulignez les principaux points.

L'ESSENTIEL À RETENIR SUR LES RÔLES DU JOURNALISTE/COMMUNICATEUR PENDANT LES PHASES D'UNE CRISE SANITAIRE

- Une crise sanitaire est une menace pour l'état de santé de la population. Les conséquences des crises sanitaires se traduisent par une augmentation des indicateurs de morbidité et/ou de mortalité.
- Les journalistes et les professionnels des médias doivent réagir différemment en temps normal et en temps de crise.
- Les épidémies se produisent par phases, la compréhension de ces phases (par ex. rouge, orange, vert, phase de relèvement) aide dans la décision de comment participer à une intervention.
 - Une phase verte doit être considérée comme une phase de préparation/prévention d'une éventuelle épidémie en ce sens que la survenue d'une épidémie n'est pas prévisible.
 - Une phase orange est une phase d'alerte pendant laquelle le journaliste/communicateur doit contribuer à accompagner les autorités dans la sensibilisation à partir des sources officielles et crédibles afin de porter la bonne information aux populations.
 - Une phase rouge est la phase active, des cas dans le pays.
- Les journalistes jouent un rôle dans la prévention et la réponse à une crise de santé publique. Ils doivent servir de source d'informations claires et fiables, et s'adapter à la gestion des rumeurs.



COMMUNICATION STRATÉGIQUE ET LA GESTION ÉDITORIALE

CONTEXTE : LE RÔLE DES RUMEURS EN PÉRIODE DE CRISE DE SANTÉ PUBLIQUE

En période de crise ou de grands changements, les gens peuvent avoir tendance à essayer de comprendre la logique dans une période incertaine et en constante évolution. Les rumeurs, la désinformation, la peur et la méfiance qui en résultent créent des obstacles qui empêchent les communautés de croire et de répondre aux informations qu'elles reçoivent des autorités nationales et/ou locales. Il est donc important d'identifier et de remettre en question les idées fausses concernant une crise de santé, relatives à ses causes, sa transmission, sa prévention, son traitement et la stigmatisation des personnes touchées, afin d'accélérer le temps de réaction et de prévenir d'autres maladies ou décès. Il est également important de comprendre la perception qu'ont les communautés de la gestion de l'intervention et les organisations intervenant dans la lutte contre la maladie, ainsi que leur niveau de confiance dans les autorités, de sorte que vous puissiez impliquer les leaders communautaires dans vos rapports avec les communautés.

Les professionnels des médias et de la communication devraient jouer un rôle dans :

- l'écoute des rumeurs et des informations incorrectes, qui peuvent se propager par le bouche-à-oreille, les SMS ou WhatsApp, ou par Internet et les médias sociaux,
- la gestion de ces rumeurs en vérifiant d'abord, si elles sont exactes et répandues, puis en considérant les conséquences de ces rumeurs. Ils devront accorder une importance particulière aux rumeurs qui répandent de la désinformation, encouragent des pratiques nuisibles ou créent des obstacles aux pratiques utiles, nuisent à la réputation et diminuent la confiance dans les partenaires d'intervention, et posent un risque pour la santé publique. Et enfin,
- la réponse aux rumeurs. Ils se doivent d'analyser toutes les informations selon les règles journalistiques avant de passer à la diffusion.

Les rumeurs qui circulent à grande échelle et qui pourraient causer des dommages doivent être contrées par des informations précises. Plutôt que de simplement dire qu'une rumeur est incorrecte, faites confiance à des sources qui peuvent discuter de la question et expliquer clairement les faits d'une manière sensible et respectueuse. Vous devrez décider si vous pensez qu'il est approprié de dire la rumeur lorsque vous la contrez, car vous ne voulez pas renforcer l'information.

N'oubliez pas de formuler vos réponses en pensant au « modèle de processus parallèle étendu, » qui stipule que les messages fondés sur la peur ne doivent être utilisés que lorsqu'ils sont jumelés à un appel à l'action. Il s'agit de s'assurer que les gens se sentent habilités à agir et qu'ils ne deviennent pas complaisants ou qu'ils ne se sentent pas paralysés. Les rumeurs devraient être combattues avec des déclarations vraies provenant de sources fiables. Vous pourriez décider de ne pas mentionner la rumeur elle-même, afin de ne pas renforcer le message nuisible.

COMPRENDRE LES COMPORTEMENTS DU PUBLIC EN PÉRIODE DE CRISE



Le but de cette activité est d'expliquer les comportements qui sont courants durant une crise. Les participants pourront utiliser cette information en cas d'épidémie, de sorte qu'ils soient conscients des préoccupations de leur public.

Considérations relatives à l'adaptation : Envisagez de retirer des discussions de groupe en plénière en fonction de la compréhension technique et des expériences avec la communication de risque, ainsi que le nombre des jours de l'atelier.

CONTEXTE : La gestion des crises sanitaires

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

Du risque à la crise

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

a. La notion de risque

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

De manière générale, les risques sont de nature et d'importance diverses (risques techniques et industriels, risques naturels, risques biologiques et sanitaires, risques sociaux et politiques...) mais se confondent dans l'esprit humain au point de provoquer des peurs et des rejets irrationnels. Les risques sanitaires quant à eux, présentent quatre caractéristiques majeures :

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

b. Le concept de crise

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

La crise présente de multiples facettes.

Ainsi, dix dimensions génériques peuvent-elles être identifiées :

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

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

Elles suscitent un émoi considérable, propice aux rumeurs, dans les populations concernées, ainsi qu'un retentissement médiatique assuré ; les crises sanitaires se caractérisent par l'écho très important qu'elles ont dans l'opinion publique et par les répercussions nombreuses qu'elles ont tant dans le monde politique que dans le monde médical et sanitaire.

- Elles posent aux décideurs des difficultés considérables, liées notamment aux fortes incertitudes sur les effets et à la nécessité absolue de répondre d'urgence aux inquiétudes, les enfermant dans un dilemme permanent : courir le risque de se voir reprocher soit une sous-réaction (la négligence), soit une surréaction (la panique).
- Elles portent atteinte à la crédibilité du savoir médical et à la légitimité des institutions sanitaires.
- Elles remettent en cause des valeurs comme la responsabilité individuelle et collective, les libertés démocratiques, l'importance accordée à la vie humaine.

Durée : 30-60 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Expliquer la « psychologie de crise » et son influence sur les comportements des individus
- Identifier et expliquer les différents types de rumeurs qui circulent en période de crise
- Citer et appliquer les leçons clés du modèle de processus parallèle et comment elles peuvent s'appliquer à la gestion des rumeurs

Matériel :

- Cahiers et stylos
- Présentation PowerPoint sur « Comprendre les comportements du public en période de crises sanitaire » (En Annexe)

Activité A : Discussion en groupe

- Faciliter une session de brainstorming sur les questions suivantes :
 - Comment les gens réagissent-ils d'habitude pendant les périodes de crise ? (citez le dernier cas suspect d'Ébola ou de la Fièvre Lassa en Côte d'Ivoire comme exemple)
 - Pourquoi pensez-vous que les gens réagissent-ils de cette façon ? Quelle émotion les motivait ?
 - Avez-vous remarqué la présence de rumeurs ou de conspirations autour des maladies à potentiel épidémique ?
 - D'après vous c'est quoi la rumeur ?
 - D'où viennent les rumeurs ?
 - D'après vos expériences personnelles et professionnelles, d'où venaient la plupart des rumeurs liés aux maladies zoonotiques prioritaires en Côte d'Ivoire ?
 - Que se serait-il passé si ces rumeurs n'avaient pas été gérées ?

Activité B : Présentation PowerPoint

- Présentez l'information dans le Powerpoint « Comprendre et répondre aux comportements du public en période de crise sanitaire », arrêtez-vous lorsque vous parlez de thèmes clés et encouragez les participants à poser des questions et à partager leurs expériences.
- Récapitulez la session et soulignez les principaux points

L'ESSENTIEL À RETENIR SUR LES COMPORTEMENTS DU PUBLIC EN PERIODE DE CRISE SANITAIRE

- Toute communication de crise efficace doit s'assurer de prendre en compte les besoins du public :
 - Savoir ce qui se passe
 - Apaiser les grandes émotions
 - Sensibiliser sur comment se protéger et protéger ses proches
- Pendant les crises, les populations ont des réactions psychologiques et émotionnelles. La communication sur les risques doit répondre aux réactions variées. Ces sentiments peuvent aussi inciter le public à créer et à répandre des rumeurs, comme moyen de comprendre et de rationaliser ce qui se passe.
- Les populations doivent se sentir à la fois motivées et capables d'agir. N'élevez pas le niveau de peur à propos d'un risque sans sensibiliser aux moyens de le prévenir, sinon, le public se sentirait paralysé et démotivé.

COMMENT CONTRER LES RUMEURS



Le but de cette session est d'amener les participants à comprendre comment les populations se comportent en temps de crise et comment gérer les rumeurs et les idées fausses sur la crise sanitaire

Considérations relatives à l'adaptation : Passez plus de temps sur la présentation si les participants utilisent les médias sociaux de manière significative dans leur travail, envisagez de supprimer le PowerPoint s'ils ne gèrent pas de comptes de médias sociaux.

Durée : 30-60 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- décrire les diverses pratiques et habitudes pour gérer les rumeurs au cours des urgences et crises sanitaires

Matériel :

- Fiche d'informations sur la rage
- Tableau
- Présentation sur « Utiliser les médias sociaux à votre avantage »

Activité A : Développement de points de discussion pour les messages clés à partir d'un cas d'étude

- Présentez le scénario :

Il y a eu trois cas suspects de rage canine dans un village près de Man. Selon certaines rumeurs, il n'est pas nécessaire de faire vacciner les animaux parce que les vaccins ne sont plus efficaces. Les populations ont très peur, et se sentent impuissantes. Les participants sont invités par le Directeur de la santé régional pour travailler, avec les stations de radio locales et les leaders communautaires à proposer des points de discussion qui soulignent les deux faits les plus importants, afin de prévenir d'autres cas de rage et des décès.

- Demandez aux équipes de se diviser en petits groupes. Attribuer une fiche d'information sur une maladie zoonotique à chaque groupe.
- Demandez aux équipes d'élaborer deux propositions de points de discussion pour répondre à la rumeur, en utilisant la structure à trois phrases : le point principal, le fait sur lequel il s'appuie, et un exemple explicatif.
- Une fois que les équipes ont terminé, choisissez-en une ou deux pour partager leurs réponses. Invitez les autres participants à poser des questions ou faire des commentaires.

Activité B : Présentation PowerPoint

- Présenter le PowerPoint « **Utiliser les médias sociaux à votre avantage** »
- Récapitulez la session et soulignez les points principaux.

ACQUISITION THÉORIQUE POUR LA CONSTITUTION D'UNE RÉDACTION



Le but de cette session est de faire un rappel sur la constitution théorique d'un organe de presse (écrite, en ligne) et d'un organe audiovisuel.



Considérations relatives à l'adaptation : Si les participants représentent des professionnels de la communication des ONG ou des institutions de santé publique, envisager de remplacer cette section par un examen des pratiques prometteuses énumérées à l'Annexe 3.

Durée : 45 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- expliquer les pratiques prometteuses sur les genres journalistiques presse écrite, presse numérique, télé et radio adaptées à chacune des trois phases d'un événement de santé publique.
- définir et débattre des points clés de la gestion éditoriale des médias.

Matériel :

- Papier padex
- Marqueurs
- Présentation PowerPoint sur « l'Acquisition théorique » (en Annexe)

Activité A : Brainstorming et synthèse des idées, Rappel sur l'organisation

- Répartissez les participants en petits groupes et par spécialisation : professionnels des médias et points focaux Communication des ministères clés.
- Demandez aux participants d'écrire leurs réponses sur le papier padex. Une fois le brainstorming sur les postes clés d'un organe de presse est terminé, demandez aux équipes de présenter leurs idées au groupe. Notez les nouveaux noms sur un papier padex pour créer une constitution d'organe de presse.

Activité B : Présentation PowerPoint

- Faites la présentation PowerPoint sur « l'Acquisition théorique » (en Annexe)
- Récapitulez la session et soulignez les principaux points

APPLICATIONS PRATIQUES OPTIONNELLES DES COMPÉTENCES ACQUISES

Option A : Mise en situation pour la réalisation d'émissions radio et télé, de cahiers spéciaux, de rubriques et pages spécialisées pour la presse écrite



Le but de cette activité est de fournir une expérience pratique par l'application des leçons apprises de la formation. En acquérant cette expérience directe et en observant la façon dont les animateurs interagissent avec le groupe, les participants seront en mesure de mieux encadrer les personnes qui assisteront à leur propre formation.

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- élaborer un support de communication sur les risques pour des crises sanitaires liées aux groupes de maladies zoonotiques prioritaires en Côte d'Ivoire
- se rappeler et appliquer les leçons apprises de la formation en cas de situation de crise
- être capable d'encadrer les personnes qui assisteront à leur formation

Matériel :

- Papier qui décrit le scénario

Activité A : Explication

- Expliquez les termes de référence pour les travaux de groupe, précisez le but, le calendrier et les produits attendus.
- Demandez aux participants de se mettre en groupe pour constituer des organes de presse écrite, audiovisuels, de radio et de presse en ligne.
- Imprimez et distribuez les choix de scénario aux groupes (un papier par groupe)
 - L'épidémie de dengue à Abidjan est passée d'une phase verte à une phase orange. Les responsables du ministère s'inquiètent de voir la maladie atteindre une phase rouge. On vous a demandé de travailler en équipe (en fonction de votre spécialisation) pour développer un article afin de donner aux communautés les moyens de prendre les mesures nécessaires pour se protéger contre la dengue. Les personnes les plus à risque ne sont pas particulièrement préoccupées par la maladie et ne se sentent pas vulnérables.
 - Les éleveurs de volaille de Côte d'Ivoire subissent d'importantes pertes en raison de l'épidémie de grippe aviaire qui sévit. Un éleveur de Modeste affirme avoir perdu 19 000 de ses 27 000 poulets à cause de la maladie. Les éleveurs ont été les premiers groupes à sentir l'impact de la maladie, le grand public commence à y prêter attention. Si la grippe aviaire n'est pas maîtrisée, elle pourrait continuer à infecter d'autres personnes et ruiner les moyens de subsistance des éleveurs de volaille.
- Encourager les groupes à utiliser l'Internet ou leurs réseaux à Abidjan pour compléter l'exercice.

NOTE AU FACILITATEUR :

Pendant le travail de groupe, rappelez aux participants d'aller au-delà du simple partage de faits et de réfléchir à ce qui fait une bonne histoire : les désirs et les besoins de leur public, l'opportunité, la pertinence, l'exactitude, la crédibilité des experts, la validation par des tiers, la proximité, les angles d'intérêt humain, les histoires fortes et autres éléments qui rendent les histoires uniques.

Phase B : Développement de l'entreprise de médias (60 minutes)

- Demandez à chaque groupe de se transformer en entreprise ou en rédaction de presse écrite imprimée ou audiovisuelle. En équipe, demandez-leur de décider de :
 - leur logo (journaux, lignes éditoriales, nombre de pages, têtes, les rubriques (nom, périodicité, angle de traitement de l'info, etc.)
 - leur nom de radio ou de chaîne de télévision et la mise en place des grilles de programmes
 - leur publics/ les sujets
- Rappelez l'essentiel des postes clés et des fonctions essentielles de chaque type d'entreprise de presse
- Faites le tour et parlez avec chaque groupe. Répondez aux questions et faites des critiques structurées au besoin

Phase C : Identification des messages clés (45 minutes)

- Demandez à chaque groupe de faire un brainstorming d'une liste de faits/messages que le public aurait besoin de connaître. Après, il faut réviser la liste et classer les messages comme 1) les principaux points de discussion 2) les faits à l'appui.
- Demandez-leur de prioriser les 1 à 2 messages principaux qu'ils aimeraient voir au centre de leur histoire.
 - Faites le tour et parlez avec chaque groupe. Répondez aux questions et faites des critiques structurées au besoin.

Phase D : Identification des idées des articles/émissions (30 minutes)

- Demandez aux groupes de faire un brainstorming sur une liste d'idées d'articles ou d'émissions (par ex :Sensibilisation aux méthodes de prévention, traitement de la dengue, charge croissante de la dengue, efforts communautaires ou nationaux de protection contre la dengue, plaidoyer pour de meilleures structures ou systèmes, etc.).
- Une fois qu'ils ont une liste d'un minimum de cinq options, demandez aux groupes de choisir une idée pour développer une option comme échantillon d'histoire.
- Demandez aux groupes d'identifier une source/individu qui pourrait fournir des informations sur cette idée d'article ou émission et dressez une liste de questions que vous pourriez lui poser lors d'une interview.
 - Faites le tour et parlez avec chaque groupe. Répondez aux questions et faites des critiques structurées au besoin.

Phase E : Création des articles/émission (120 minutes)

- Demandez aux groupes de créer une maquette de contenu pour votre idée d'article. Encouragez les groupes à être aussi réalistes que possible. Rédigez et mettez en page un article, enregistrez une fausse entrevue avec un autre membre de l'équipe qui se fera passer pour l'infirmière, etc.
- Faites le tour et parlez avec chaque groupe. Répondez aux questions et faites des critiques structurées au besoin.

Phase F : Développement des plans de suivi de l'impact et d'adaptation de la stratégie (30 minutes)

- Tout au long de l'atelier, les activités ont permis de discuter de la façon dont les besoins et comportements des populations vulnérables peuvent changer rapidement pendant une crise sanitaire. Demandez aux équipes de trouver des moyens de surveiller l'impact de leur travail, suivre les tendances au niveau des comportements des populations et continuer à rapporter des histoires.
- Comment le/la journaliste pourra savoir si ses produits de média contribuent à améliorer les connaissances et les comportements ? Comment est-ce qu'il peut savoir qu'il est en train de focaliser sur les thématiques les plus importants ?
- Quelle histoire pourraient-ils écrire si l'épidémie de dengue à Abidjan est contrôlée et est classée comme phase verte ?
- Quelle histoire pourraient-ils écrire si l'épidémie de dengue à Abidjan s'intensifie et est classée comme une phase rouge ?
- Faites le tour et parlez avec chaque groupe. Répondez aux questions et faites des critiques structurées au besoin.



Option B : Élaboration d'un Plan de Communication



Le but de cette activité est de fournir une expérience pratique de l'application des leçons apprises de la formation en élaborant un plan de communication. Les participants sont encouragés à continuer à travailler sur ce plan après l'atelier, en l'officialisant avec leur équipe et leurs partenaires

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Élaborer un plan de communication en cas de crise sanitaire

Matériel :

- Tableau de plan de communication (En Annexe)

Activité A : Travail individuel ou en petits groupes

- En tant qu'individus ou petits groupes, demandez aux participants de remplir le tableau du plan de communication, en étant aussi réaliste que possible. Les participants doivent remplir un tableau par scénario/maladie possible. Ils peuvent remplir plusieurs tableaux s'ils veulent aborder plusieurs scénarios.
- Fournissez de l'assistance technique et répondez aux questions au besoin.



POUR LA FORMATION DES FORMATEURS

MÉTHODE DE FACILITATION

Le but de cette session est de discuter de la façon dont les adultes apprennent et comment adapter une approche d'andragogie en formant les adultes qui sont des professionnels de média

Session 1 : Apprentissage des Adultes (Andragogie)

Durée : 30 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Décrire comment les adultes apprennent
- Faire la différence entre l'apprentissage des adultes et celui des enfants
- Identifier les facteurs qui rendent l'apprentissage des adultes efficace

Activité A : Activité de groupe

Demandez aux participants de constituer des paires et :

- Echanger sur les meilleures expériences d'apprentissage de chacun en tant qu'adulte
- Débattre sur ce qui a rendu l'apprentissage si efficace
- Revenir en plénière après 10-15-minutes pour une restitution et donner les facteurs qui ont rendu l'apprentissage des adultes efficaces. Pour gagner du temps, prenez 5 binômes au maximum

Activité B : Débat en plénière

- Divisez en trois colonnes une feuille de papier padex et marquez dans le haut de la moitié gauche « (Action) », au milieu « (Apprentissage de l'Adulte) » et de la moitié droite « (Apprentissage de l'Enfant) »
- Facilitez un débat en plénière sur « Quelle différence y-a-t-il entre l'apprentissage des adultes et l'apprentissage des enfants »
- Écrivez les réponses dans la colonne appropriée
- Utilisez les informations du tableau ci-dessous afin de compléter les contributions du groupe.
- Encourager les groupes à utiliser l'Internet ou leurs réseaux à Abidjan pour compléter l'exercice.

Action	Apprentissage de l'Adulte	Action
Préparer les participants	Les apprenants poursuivent des objectifs personnels Le formateur doit adapter sa formation aux participants	Les étudiants ne sont pas impliqués dans le choix de ce qu'ils devraient apprendre
Climat	Environnement informel et de collaboration L'expérience des participants est valorisée	L'enseignant représente l'autorité Environnement formel et compétitif
Planification	Les cours sont personnalisés selon les expériences des apprenants	L'enseignant prépare son cours
L'évaluation des besoins	Les besoins sont évalués mutuellement	L'enseignant détermine les besoins de ses étudiants
Conception du plan d'apprentissage	Le contenu est orienté vers les compétences et la résolution de problèmes	Le contenu est diffusé en sujets spécifiques
Activités d'apprentissage	Axées sur des techniques expérientielles centrées sur les problèmes et sont rattachées à des expériences de vie/professionnelles	Axées (dans le système classique) sur la mémorisation ; peuvent inclure des approches plus actives qui n'exigent pas une base d'expérience passée.
Évaluation de l'apprentissage	Évalué par le formateur et le participant mutuellement (deux sens)	Évalué par l'enseignant (un seul sens)

- Demandez aux participants : selon eux quel genre d'enseignement et de facilitation doit-on-utiliser pour former les professionnels des médias et/ou les responsables de la communication des institutions à la gestion de l'information et la communication sur les risques ? De l'andragogie ou de la pédagogie ? Pourquoi ?



ENSEIGNEMENT ET FACILITATION

Le but de cette session est d'examiner la différence entre les termes « enseignement et facilitation » et de trouver les facteurs qui augmentent l'efficacité d'apprentissage

Durée : 15 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Faire la distinction entre un(e) enseignant(e) et un(e) facilitateur/trice
- Décrire les caractéristiques d'un bon facilitateur/trice

Matériel :

- Présentation sur « Les caractéristiques d'un bon facilitateur »

Activité 1 : Activité de groupe

Demandez aux participants de constituer des paires et d'échanger sur ce qu'ils entendent par le mot « enseignant(e) » et « facilitateur/trice »

- Représentez deux colonnes sur un papier padex, avec le mot « enseignant » dans l'une des colonnes et le mot « facilitateur » dans l'autre
- Facilitez un débat en plénière sur :
 - « Quelle différence y-a-t-il entre un(e)enseignant(e) et un(e) une facilitateur/trice?
 - « Pour former les professionnels des médias et/ou les responsables de la communication des institutions à la gestion de l'information et la communication sur les risques, utilise-t-on plutôt la méthode d'enseignement ou de facilitation ? Le facilitateur/trice/ oriente le débat vers un consensus et un accord sur la décision d'une méthode de facilitation
- Écrivez les réponses dans la colonne appropriée sur le papier padex
- Utilisez les informations du tableau ci-dessous afin de compléter les contributions du groupe
- Avant de clôturer la session, demandez aux participant de citer les qualités d'un(e) bon(ne) facilitateur/trice. Utilisez les informations du tableau ci-dessous pour compléter les contributions du groupe.
- Fournissez de l'assistance technique et répondez aux questions au besoin.

QUALITÉS D'UN(E) BON(NE) FACILITATEUR/TRICE

Connaissance	Attitude	Aptitude	Qualités personnelles
<ul style="list-style-type: none"> • A une connaissance suffisante du contenu/ domaine technique • Connaît les principes de l'apprentissage des adultes (andragogie) 	<ul style="list-style-type: none"> Disposé à apprendre Peut accepter les critiques 	<ul style="list-style-type: none"> A de bonnes aptitudes de planification A de bonnes qualités d'écoute A des compétences/ aptitudes pour communiquer clairement Peut bien travailler en utilisant des méthodes interactives A des aptitudes pour motiver/inspirer la confiance A des aptitudes en matière d'observation A des qualités pour inciter les participants à apporter leurs contributions 	<ul style="list-style-type: none"> • Amical(e) • Esprit critique • Confiant(e)/calme • Honnête • Respectueux/se • Peut accepter les critiques • Disposé(e) à apprendre • Décontracté(e)/ détendu(e) • Créatif(ve) • Énergétique



FACILITATION DES SÉANCES DE GROUPE

Le but de cette session est de montrer aux participants comment maîtriser les techniques de facilitation des séances de groupe

Durée : 60 minutes

Objectifs :

Après avoir assisté à cette session, les participants pourront :

- Expliquer en quoi consiste la facilitation d'une séance de groupe
- Expliquer la distinction entre facilitation et enseignement
- Décrire les techniques pour encourager la participation des apprenants dans un travail de groupe et gérer des dynamiques de groupe difficile

Matériels :

- Document d'instruction pour les participants (pour les jeux de rôle)
- Carte VIPP avec le rôle de chaque participant ou notes post-it et un ruban de scotch
- Présentation Powerpoint sur « La facilitation des séances de groupes »

Activités 1 : Question réponse

- Demandez aux participants s'il y a des volontaires pour un jeu de rôle
- Prenez 10 personnes pour jouer le rôle des participants et une personne pour le rôle de facilitateur/trice
- Donnez à chaque participant une carte VIPP avec un document d'instruction et demandez-leur de ne pas révéler leur identité/rôle aux autres
- Demandez aux autres participants d'observer les jeux de rôle et de prendre des notes
- Disposez le groupe en forme de cercle (demandez aux membres de s'asseoir sur des chaises s'il y en a assez dans la salle)
- Demandez au facilitateur/trice de poser la question suivante et de faciliter les discussions/échanges dans le groupe pour arriver à un consensus : « pourquoi les Ivoiriens continuent-ils à manger de la viande de brousse pendant la période de la crise d'Ébola malgré l'interdiction du Gouvernement et des spécialistes ? »
- Demandez à tout le monde de jouer leur rôle respectif pendant 10 minutes d'échange et de discussion
- Demandez au facilitateur/trice de faciliter/animer la discussion (son rôle c'est de faire participer tout le monde, avoir l'avis de tout le monde)
- Après 10 minutes, arrêtez l'activité et invitez les participants à partager leurs expériences en commençant par le facilitateur lui-même ; puis les expériences des autres participants aux jeux
- Demandez l'avis des autres observateurs (autres participants). Demandez-leur quelles sont les leçons apprises et ce qui peut être fait différemment. Remerciez tout le monde pour leur participation

NOTE AU FACILITATEUR :

Pour pouvoir évaluer comment les participants gèrent les groupes en tant que facilitateurs, pendant cet exercice pratique, il peut être utile de rappeler aux participants de considérer les aspects suivants pendant les jeux de rôle :

- Comment le facilitateur assure-t-il la participation équitable ? (Comment il encourage les participants timides à parler ? Comment il gère, de façon diplomatique, ceux qui ont la tendance à dominer la discussion ?)
- Comment le facilitateur utilise-t-il les questions ouvertes stratégiques pour solliciter des réponses plus profondes ?
- Comment le facilitateur gère-t-il le conflit ou la tension étant donné les différentes perspectives ?
- Comment le facilitateur concilie-t-il des perspectives diverses ou opposantes ?
- Comment le facilitateur répond/gère-t-il les questions posées par les participants, y compris ceux qui n'auront pas une réponse immédiate ou qui ne concerne pas le sujet de la discussion ?
- Comment le facilitateur démontre-t-il de l'enthousiasme/l'énergie, du respect, et de l'intérêt actif dans la discussion ?



FIN DE L'ATELIER

- Auto-évaluation collective
- Évaluation après la formation (en Annexe)



CLÔTURE

- Remise des diplômes de participation
- Lecture de la motion de remerciements
Mots de fin par le consultant et les responsables de la structure organisatrice.



ANNEXES

Annexe 1 : Différents types de média

La communication avec les rédacteurs en chef et les directeurs de l'information (garants du contenu) est essentielle pour obtenir leur point de vue, mais également leur engagement et leur soutien. Dans le cadre de cette communication, ils partageront éventuellement leurs besoins, leurs attentes, les limites et opportunités inhérentes à la collaboration.

En impliquant des personnalités médiatiques expérimentées dans la prise de décisions stratégiques, dans l'identification des lacunes et l'apport de suggestions, vous renforcez votre partenariat et augmenterez vos chances d'amplifier vos messages de manière à accroître exponentiellement la portée de votre travail. Comme vous le verrez dans la colonne consacrée aux descriptions de fonctions, les agences de presse emploient pour la plupart une personne responsable des décisions de contenu et une autre davantage impliquée dans la planification et l'allocation des ressources. Cliquez sur les zones ci-dessous pour voir un aperçu de chaque type de professionnel des médias.



Personnel	Description de fonction	Avantages particuliers/ arguments à prendre en compte
<p>Rédacteurs en chef et directeurs de l'information</p>	<p>Le rédacteur en chef est le responsable du produit final de l'organe d'information. Il définit l'orientation éditoriale, les politiques et le ton de la publication. C'est lui qui prend la décision finale quant au type de contenu à paraître dans la publication et à sa visibilité. Si le rédacteur en chef écrit rarement des articles individuels, il lui arrive de rédiger des tribunes ou un éditorial quotidien.</p> <p>En général, le directeur de l'information gère l'ensemble de l'équipe rédactionnelle, y compris les journalistes, les photographes, les responsables de studio et les producteurs. Il gère le planning opérationnel, la logistique, la production et la présentation du contenu des actualités.</p> <p>Il convient de noter que ces rôles et titres peuvent varier d'une agence à l'autre, mais la plupart des grandes maisons ont en leur sein une personne qui dirige le contenu et le ton (rédacteur en chef), et une autre plus impliquée dans la production, la logistique et la planification, ainsi que dans l'attribution des ressources (directeur). Découvrez comment les postes sont décrits et les rôles attribués, au sein de l'agence avec laquelle vous souhaitez collaborer.</p>	<p>La communication avec les rédacteurs en chef et les directeurs de l'information (garants du contenu) est essentielle pour obtenir leur point de vue, mais également leur engagement et leur soutien. Dans le cadre de cette communication, ils partageront éventuellement leurs besoins, leurs attentes, les limites et opportunités inhérentes à la collaboration.</p> <p>En impliquant des personnalités médiatiques expérimentées dans la prise de décisions stratégiques, dans l'identification des lacunes et l'apport de suggestions, vous renforcez votre partenariat et augmenterez vos chances d'amplifier vos messages de manière à accroître exponentiellement la portée de votre campagne. Comme vous le verrez dans la colonne consacrée aux descriptions de fonctions, les agences de presse emploient, pour la plupart, une personne responsable des décisions de contenu et une autre davantage impliquée dans la planification et l'allocation des ressources.</p>

Reporters/ journalistes

La première fonction d'un journaliste consiste à trouver et écrire des articles intéressants pour ses lecteurs ou auditeurs. Dans son travail, le reporter/journaliste interroge des gens, prend des contacts, participe à des briefings d'information et lance des événements ou des activités publics. Il doit parfois se montrer réactif, notamment lorsque tombent des nouvelles de dernière minute, alors que les journalistes plus expérimentés se montrent plus proactifs et parviennent à concevoir des articles uniques grâce aux enquêtes qu'ils mènent et aux contacts qu'ils entretiennent.

Les journalistes spécialisés développent une expertise dans un domaine particulier. Un journaliste spécialisé dans la science ou dans la santé, par exemple, doit être bien informé des évolutions qui interviennent dans ces domaines. On attend d'eux qu'ils créent l'information et produisent des articles grâce à leur solide réseau de contacts et leur capacité à rester informés des dernières nouveautés et tendances en matière de science et de santé. Une fois leur article en tête, ils en présentent les grandes lignes à leur rédacteur en chef, puis créent le contenu qui sera publié.

Le journaliste est votre premier point de contact avant la rédaction d'un article. Il est donc crucial que vous disposiez d'un cercle de journalistes qui, le cas échéant, peuvent se rallier à votre cause en matière de santé.

Il se peut qu'ils aient besoin de vous autant que vous avez besoin d'eux, mais soyez conscient de leurs besoins. Leur rédacteur en chef et eux-mêmes ne verront pas l'article d'un bon œil si sa publication s'apparente à un exercice de relations publiques.

Il arrive que vous deviez fournir aux journalistes les arguments pour lesquels l'article mérite d'être écrit. Pensez que généralement, ils doivent eux-mêmes présenter les grandes lignes de l'article à leur rédacteur en chef. Donnez-leur donc un argument de poids et fournissez-leur des études de cas intéressantes pour « humaniser » votre article. Par exemple : « Les antipaludiques SSFFC causent des préjudices inacceptables, car ils ne sont pas capables de traiter efficacement le paludisme. Cet article contribuera à éveiller les consciences afin que les membres de la communauté soient en meilleure santé. » Il serait bon que vous parveniez à établir et développer des relations avec les journalistes afin de favoriser la confiance mutuelle au fil du temps.

Journalistes indépendants

Les journalistes indépendants exercent le même métier que les journalistes salariés. La seule différence réside dans le fait qu'ils n'ont pas de position fixe ni de revenu garanti. Habituellement, ils proposent des articles à divers organes de presse et sont payés pour chaque article qu'ils produisent.

Si vous présentez les grandes lignes de votre histoire à un journaliste indépendant, votre avantage est que ce journaliste a toute liberté pour l'adapter à l'agence de presse la plus appropriée (les journalistes indépendants collaborent souvent avec toute une série de publications, de sorte que vous avez accès à davantage d'organes de presse). D'autre part, les journalistes indépendants seront particulièrement désireux de s'assurer que leur article se fonde sur des arguments solides et qu'il a un intérêt médiatique, leur seul souhait étant de proposer aux rédacteurs en chef un article unique et convaincant.

Producteurs

Les producteurs de radio et de télévision créent et recherchent des idées pour les programmes de radio et de télévision. Ils sont à l'affût de personnes à interroger sur des sujets à la fois riches en informations et intéressants pour le public de leur agence. Ils sélectionnent du contenu ou y opposent leur veto et dirigent également la logistique nécessaire pour orchestrer les personnes, les ressources et les équipements et produire des émissions enregistrées ou en direct.

Les producteurs réagissent également aux feedbacks et aux plaintes du public. Leur travail peut être très exigeant et demander beaucoup de temps : ils doivent poser les bons gestes au bon moment, en particulier lors des diffusions en direct.

Outre leurs compétences en matière de production de contenu, logistique et gestion des ressources humaines, ils doivent maîtriser la technologie propre à leur média.

Pour développer et maintenir de bonnes relations avec les producteurs de radio et télévision, vous devez comprendre le fonctionnement des salles des machines en radio et télévision. Les producteurs sont en permanence à la recherche d'idées d'émission, mais à l'instar des journalistes et des rédacteurs en chef, ils doivent être persuadés que l'histoire est convaincante et intéressante à raconter ou « qu'elle compte ». Les producteurs sont des gens pleins d'idées qui semblent toujours courir après le temps, mais si vous faites l'effort de collaborer efficacement avec eux, que vous leur vendez votre histoire sous un angle percutant et avez des témoins potentiellement intéressants à proposer pour leur émission, vous développerez une relation bénéfique pour chacun d'entre vous.

Annexe 2 : Code de déontologie du journaliste ivoirien

DROITS DU JOURNALISTE

Tout journaliste doit revendiquer les droits suivants

- Article 1 : La protection de ses sources d'informations.
- Article 2 : Le libre accès à toutes les sources d'informations et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut, en ce cas, être révélé au journaliste que par exception et en vertu de motifs clairement exprimés.
- Article 3 : Le refus de toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information auquel il collabore, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée dans cette ligne générale.
 - Alinéa 1 : En vertu de la <<clause de conscience>>, le journaliste ne peut être contraint d'accomplir un acte professionnel ou d'exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction, son honneur, sa réputation ou ses intérêts moraux.
 - Alinéa 2 : En cas de conflit lié à la <<clause de conscience>>, le journaliste peut se délier de ses engagements contractuels à l'égard de son entreprise dans les mêmes conditions et avec les mêmes effets qu'un congédiement normal.
- Article 4 : L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée avant toute décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : Embauche, licenciement, mutation et promotion de journalistes.
- Article 5 : En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a le droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.
- Article 6 : Tout journaliste s'engage dans l'exercice de sa profession, à se conformer aux règles ci-dessus édictées. Un ordre professionnel des journalistes veillera au respect du présent code.

DEVOIRS DU JOURNALISTE

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

- Article 1 : Respecter les faits, qu'elles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.
- Article 2 : Ne publier que les informations dont l'origine, la véracité et l'exactitude sont établies. Dans le cas contraire, les accompagner de réserves nécessaires ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les propos, les textes et les documents.
- Article 3 : Défendre, en tout lieu et en toute circonstance, la liberté qu'il a d'informer, de commenter et de critiquer, en tenant le scrupule et le souci de la justice comme règle première dans la publication honnête de ses informations.
- Article 4 : Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies ou des documents, de confondre son rôle avec celui d'un policier.

- Article 5 : Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ou de propagandiste ; n'accepter aucune consigne directe ou indirecte des annonceurs, des autorités administratives ou politiques.
- Article 6 : Refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction. Assumer la responsabilité pleine et entière de tous ses écrits.
- Article 7 : Refuser tout avantage en numéraire ou en nature quelles qu'en soient la valeur et la provenance pour services rendus ou attendus. Refuser d'exploiter sa qualité de journaliste à des fins personnelles.
- Article 8 : Ne jamais révéler les circonstances dans lesquelles le journaliste a connu les faits qu'il rapporte, et ce, pour la protection de l'auteur des informations qu'il a pu recueillir.
- Article 9 : S'abstenir de toute atteinte à l'éthique sociale : incitation au tribalisme, à la xénophobie, à la révolte et au crime et délit, outrage aux bonnes mœurs, apologies de crimes de guerre et des crimes contre l'humanité.
- Article 10 : Respecter la vie privée des personnes. Le droit de la personne de protéger sa réputation et son intégrité doit être respecté. Éviter de publier des informations qui violent l'intimité de la vie privée.
- Article 11 : Rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte.
- Article 12 : S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement.
- Article 13 : Ne jamais solliciter la place d'un confrère, ni provoquer son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures.
- Article 14 : Ne reconnaître que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur

Annexe 3 : Practices Prometteuses du Journalisme

RÉDACTION D'UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Un communiqué de presse est un document envoyé aux organes et agences médiatiques et qui est inclus dans un dossier de presse. C'est un document ciblé, généralement rédigé comme un article d'actualité et qui met en lumière l'intervention d'une organisation, d'une agence ou d'une entreprise particulière, un événement ou une information sur un produit ou un service. Il est destiné aux médias d'information et a pour objectif de convaincre les journalistes de couvrir le sujet qu'il met en avant.

Gardez à l'esprit ces bonnes pratiques lorsque vous rédigerez un communiqué de presse :

- Veillez à sélectionner un angle solide pour rédiger un article qui soit riche en informations.
- Gardez toujours comme fil conducteur les informations les plus riches et pertinentes. Utilisez un titre percutant et rédigez un paragraphe d'introduction qui capturera l'attention du lecteur. Dans cette section, nommez la raison d'être du communiqué de presse. Les informations générales doivent intervenir plus loin dans l'article.
- Enrichissez l'article d'exemples tirés de la réalité auxquels le lecteur peut s'identifier. De façon similaire, faites appel à des citations pertinentes de personnes réelles pour illustrer l'article.
- Soyez concis. Il est inutile de transcrire tout l'article dans le communiqué de presse.
- Conservez un langage simple et n'employez pas de jargon ou d'abréviations. Utilisez toujours la troisième personne.
- Veillez à coller aux faits et évitez l'exagération.
- Idéalement, un communiqué de presse doit tenir en une page, mais s'il est nécessaire de dépasser cette limite, assurez-vous qu'il ne fasse pas plus de deux pages.
- Assurez-vous toujours de répondre aux cinq questions cardinales des journalistes : qui, quoi, quand, où et pourquoi. Essayez également de répondre au comment, et veillez à être très clair quant à la raison pour laquelle cet article compte.

TENUE D'UNE CONFÉRENCE DE PRESSE

La tenue d'une conférence de presse est souvent capitale dans la communication avec les médias. Faites-en sorte qu'elle soit brève, mais pas trop : il ne faudrait pas que les journalistes aient l'impression de ne pas avoir été écoutés ou de ne pas avoir eu l'occasion d'interagir avec les experts, poser des questions ou même mener des entretiens. Conviez un maximum de trois personnes. Elles prendront chacune la parole durant cinq minutes (15 minutes au total).

Voici quelques considérations à prendre en compte dans la tenue d'une conférence de presse :

- Soyez clair quant aux informations qui seront partagées avec les médias d'information.
- Si la conférence a lieu à l'intérieur, veillez à ce que tous les équipements techniques, y compris les micros, les haut-parleurs, l'éclairage et les autres systèmes requis, soient en état de fonctionner. Si elle a lieu à l'extérieur, veillez à ce que les participants entendent les orateurs.
- Disposez d'un nombre suffisant de copies du dossier de presse pour chaque représentant médiatique.
- Invitez autant de journalistes que possible. Si l'information à donner n'est pas urgente, envoyez votre invitation quelques jours à l'avance.

- Commencez la conférence par un exposé introductif formel et concis, et mentionnez les principales informations relatives au qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment.
- Si les orateurs sont plusieurs, présentez-les et parcourez le programme de la conférence, de sorte que les journalistes et reporters sachent à quoi s'attendre et qui prendra la parole à quel moment.
- Prévoyez du temps pour les questions : la séance des questions et réponses devrait durer au moins 15 minutes. Utilisez des expressions comme « Ce qu'il est important de retenir, c'est... » « Laissez-moi mettre cela en perspective » et « Ce que vos téléspectateurs/auditeurs ont besoin de savoir, c'est... » pour renforcer les messages les plus importants et ne pas prendre une tangente inappropriée.
- Au besoin, veillez à ce qu'au terme de la conférence de presse, les orateurs ou d'autres intervenants répondent aux questions.

AVANT-GOÛT DU PROGRAMME OU ENTRETIEN AVEC LES MÉDIAS

Lorsqu'il travaille avec les médias, le personnel du programme peut être invité à donner un entretien ou un avant-goût du sujet aux médias. Avant de présenter un avant-goût du sujet ou de donner un entretien, prenez le temps de vous renseigner sur les journalistes et leurs objectifs afin d'adapter les points à aborder et garantir que leur participation servira votre cause. Demandez aux journalistes de décrire leurs articles et le type d'information qu'ils souhaitent recevoir lors de l'entretien, de préciser comment ils ont appris l'existence du programme/du problème et de fournir les noms des autres personnes avec lesquelles ils ont également parlé pour leurs articles. Veillez également à vous renseigner sur leurs échéances. Il est probable en effet que les journalistes posent des questions sur le problème et sur les démarches à entreprendre pour l'atténuer.

Certes, les personnes interrogées auront sans doute beaucoup à dire sur la question, mais gardez à l'esprit que leurs interlocuteurs ne retiendront au final que deux ou trois de leurs phrases. Rappelez-vous que le message doit être court, simple et centré sur l'essentiel. Il est préférable d'utiliser un langage commun (éviter les termes techniques) et de mettre en avant les questions qui préoccupent chaque individu (par exemple, le bon sens, l'équité ou la protection de la famille des lecteurs/auditeurs) pour s'assurer que le public est en mesure de s'identifier au message. Il arrive que les personnes interrogées souhaitent renforcer leur argumentation en recourant à des exemples ou à des histoires personnelles.

Qu'elles présentent un avant-goût du programme ou donnent un entretien aux médias, les personnes interrogées voudront réfléchir aux deux ou trois points qu'elles souhaiteront aborder, puis développer durant l'entretien. Peut-être trouveront-elles utile de structurer le

Première phrase (point principal) : La rage est une maladie mortelle qui doit être traitée sérieusement.

Deuxième phrase (élément d'appui) : Il est possible pour un animal atteint de la rage de transmettre la maladie à un autre animal ou à une personne avant que l'animal ne présente des signes et symptômes de rage. Prenez toutes les morsures et égratignures d'animaux au sérieux, même les plus petites, et n'attendez pas de signes ou de symptômes avant de vous rendre à l'établissement de santé.

Troisième phrase (exemple explicatif) : Cette semaine, j'ai parlé à une mère qui a emmené son fils au centre de santé après qu'il ait été mordu par un chien. Elle a dit que c'était effrayant à l'époque, mais maintenant elle est heureuse de savoir que son enfant est sain et sauf !

sujet à aborder en trois phrases : le point principal, le fait sur lequel il s'appuie et un exemple explicatif. Par exemple :

Qu'ils présentent un petit avant-goût de leur programme aux médias ou donnent un entretien plus long, les professionnels de la santé doivent se rappeler qu'en tant qu'experts, ils ont un point de vue important à partager. Restez calme et fidèle aux messages que vous avez préparés. Les personnes interrogées ne doivent pas se sentir obligées de répondre aux questions qui n'appartiennent pas à leur domaine d'expertise, ni exagérer ou mentir pour renforcer l'entretien. Les pauses sont les bienvenues : elles permettront de réfléchir à la question avant d'y répondre. N'hésitez pas non plus à dire à un reporter que l'on reviendra vers lui ultérieurement pour lui donner davantage d'informations.

UTILISATION EFFICACE DES STATISTIQUES

L'utilisation de statistiques peut être un moyen utile de montrer la portée d'un problème, mais elles peuvent être difficiles à comprendre pour le lecteur moyen.

Lorsque vous utilisez des statistiques :

- n'oubliez pas de contextualiser une histoire humaine - citer les statistiques pour montrer pourquoi l'histoire est importante.
- n'utilisez pas trop de statistiques : pas plus de 3 par paragraphe.
- si vous avez besoin de donner plus de chiffres, pensez à créer un encadré ou un tableau pour extraire les chiffres clés.
- utilisez des messages sans jargon, concis, et directs.
- liez les statistiques aux messages clés et un appel à l'action.
- incluez seulement des ressources fiables et de qualité, qui sont :
 - transparentes (p. ex. expliquer leur méthodologie, préciser la taille de l'échantillon, etc.)
 - neutres (p. ex. n'avoir aucun intérêt direct dans un résultat précis)
 - testées dans le temps (p. ex., il a déjà fourni des données fiables).
- soyez critique. Demandez :
 - « Qui a été interviewé dans le cadre de l'enquête ? »
 - « Pourquoi les résultats sont-ils publiés maintenant ? »
 - « Quelle était la taille de l'échantillon ? »
 - « Comment l'enquête a-t-elle été sélectionnée ? »
 - « Qui a payé pour le sondage ou la recherche ? »
- liez les statistiques aux comportements et aux appels à l'action

Annexe 4 : Un plan de formation réussie

Ce qu'il faut savoir pour avoir un bon plan	Proposition de structure pour un plan réussie
<ul style="list-style-type: none">• Qui sont les participants à l'atelier• Quelle est leur expérience passée ?• Ce qu'ils font et comment ils devraient utiliser les connaissances acquises au cours de l'atelier• Ce qu'ils savent déjà• Quelles lacunes du point de vue compétences qu'ils présentent ?• Quelles connaissances quelles attitudes et quelles compétences devons-nous renforcer au cours de cet atelier ?• Comment pouvons-nous évaluer l'efficacité de nos méthodes d'instruction dans le renforcement des connaissances, compétences, et/ou attitudes à la fin de l'atelier ?• Quels seront les besoins d'appui continu pour assurer l'application des connaissances/compétences acquises ?	<ul style="list-style-type: none">• Le cadre sur lequel la formation sera donnée• Le sujet• La durée• Les objectifs d'apprentissage• Les méthodes de facilitation• Les outils et matériels à utiliser• La présentation• L'introduction• La présentation étape par étape• Les points essentiels ou le contenu à exposer à chaque étape• Le résumé• La conclusion• L'évaluations pré- et post-test• Le plan de post-formation (suivi, mentoring, recyclage, communautés de pratique, etc.)

Annexe 5 : Autres activités

A. Brise-glace

- Demandez aux participants de se mettre deux à deux et face à face.
- Demandez à un des participants de réaliser une interview rapide de celui qui est en face de lui. L'objectif est de recueillir le maximum d'informations sur son voisin afin de le présenter à l'assemblée qui ne le connaît pas. Le questionnaire devra prendre en compte l'aspect professionnel et social de la personne.
- Mentionnez aux différents participants que celui qui aura réalisé la meilleure présentation sera déclaré « un vainqueur ».
- Après cinq minutes, demandez aux participants d'intervertir les rôles (l'interviewé joue le rôle de l'intervieweur et vice versa). Arrêtez l'exercice au bout de cinq autres minutes.
- Demandez aux participants de présenter à tour de rôle leur voisin. Accordez une minute à chaque participant pour faire sa présentation. À la fin de la présentation, demandez au groupe de voter pour le gagnant en applaudissant - les applaudissements les plus forts gagnent.

B. Lecture et Discussion de petits groupes sur la gestion des défis de communication

Activité suggérée : Imprimez les deux études de cas sur les pages ci-dessous. En petits groupes, demandez aux participants de lire et de répondre aux questions suivantes.

- Situation 1 :

- Quels sont les défis qu'ont rencontrés les journalistes dans l'exercice de leur métier après la lecture de ce texte ?
- Avez-vous déjà rencontré ce genre de situation dans la couverture d'événements en Côte d'Ivoire ? Si oui, lesquels ? Et à quelles occasions ?
- Quelle a été l'action des associations de journalistes ?

- Situation 2 :

Quelles sont les causes identifiées dans le texte de restriction de la liberté d'expression ? Donnez des exemples au niveau de la Côte d'Ivoire.

- Quels sont les supports dont ont bénéficié les journalistes ?
- A quel moment et à quel niveau la responsabilité des médias est-elle engagée dans le partage de l'information ?
- Comment les médias doivent-ils assurer le partage de l'information auprès du public sans susciter l'effet contraire ?
- De quel type de support ou de collaboration ont besoin les journalistes en situation de crise sanitaire ?

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

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

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

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

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

Ce n'est pas la première fois depuis le début de la crise sanitaire que les journalistes libériens voient leur liberté ainsi restreinte. Le 11 août, Henry Karmo, journaliste pour le quotidien indépendant FrontPage Africa, avait été arrêté alors qu'il couvrait une manifestation contre l'état d'urgence qui empêchait les journalistes de circuler la nuit. Quelques semaines plus tard, c'était au tour d'Helen G. Nah, éditrice du journal « Women Voices Newspaper », d'être inquiétée pour avoir publié un article sur le détournement de l'argent destiné à la lutte contre Ebola.

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

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

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

Situation 2 : La responsabilité des médias engagés

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

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

Nous appelons ces gouvernements à ne pas céder à la panique qui pourrait les faire revenir sur des acquis démocratiques qui ont mis des années à s’installer ».

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

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

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

C. Travail en petits groupes sur la gestion des rumeurs

- Demandez aux participants de former des petits groupes ;
- Distribuez des grandes feuilles ou des cartes VIPP à chaque groupe ;
- Montrer le papier padex avec les différents types de rumeurs, par exemple :
 - Rumeurs concernant la réalité et la gravité de la maladie
 - Rumeurs sur l'origine et la transmission de la maladie
 - Rumeurs sur le traitement
 - Rumeurs concernant les organisations intervenant dans la lutte contre la maladie
 - Rumeurs sur les procédures de prévention, de dépistage, d'isolement et de traitement des corps
 - Rumeurs conspirationnistes.
- Demandez aux participants en lien avec ces différents types de rumeurs présentés d'en donner un exemple qui a eu cours en Côte d'Ivoire lors de la dernière épidémie d'Ébola dans la sous-région.
- Demandez à chaque participant de venir coller sa feuille au tableau.
- Donnez-leur quelques minutes pour écrire ce qu'ils font d'habitude pour adresser les rumeurs au cours des urgences et crises sanitaires.
- Demandez ensuite que chaque groupe présente leur travail en plénière, demander pourquoi ils choisissent/ utilisent une telle ou telle méthode, approche ou technique par rapport aux autres ? Demandez pourquoi pensent-ils que c'est la meilleure méthode, approche ou technique ?
- Faites une synthèse des différentes réponses en insistant sur les points suivants :
 - Pour bien adresser les rumeurs les professionnels de médias et les responsables de communication des institutions nationales doivent :
 - Donner des faits vérifiés issus d'organismes fiables tels que les structures gouvernementales
 - Identifier et rectifier les idées fausses et la désinformation- sans amplifier la rumeur lui-même
 - Inviter le public à poser des questions sur la maladie ou la situation d'urgence et adresser les questions à des spécialistes reconnus
 - Gérer les attentes quant à ce qui peut être réalisé et ce qui ne peut pas l'être, afin d'éviter la colère et la déception par la suite



Tableau de Plan de Communication

Le scénario:

Élément	
Les points clés :	
Les audiences :	
Les canaux de communication :	
Les rôles des organisations et des intervenants	
Les messages non plus édites	

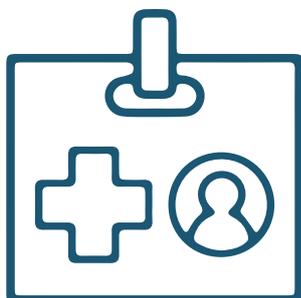


Annexe 6 : Formations ciblées suggér



Formation de 4 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- La charte ou les dix engagements du journaliste de santé publique
- Éthique et déontologie du journaliste
- Les rôles des professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs ?
- Acquisition théorique pour la constitution d'une rédaction
- Application technique : mise en situation par la réalisation d'émissions radio et télé, de cahiers spéciaux, de rubriques et pages spécialisées de presse écrite
- Clôture/Post test



Formation de 4 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- La charte ou dix les engagements du journaliste de santé publique
- Éthique et déontologie du journaliste
- Les rôles des professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs ?
- Acquisition théorique pour la constitution d'une rédaction
- Application technique : mise en situation par la réalisation d'émissions radio et télé, de cahiers spéciaux, de rubriques et pages spécialisée de presse écrite
- Clôture/Posttest





Formation de 2 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- Les rôles des professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs ?
- Acquisition théorique : rédaction d'un communiqué de presse, avant-goût du programme ou entretien avec les médias et utilisation efficace des statistiques
- Application technique : Élaboration d'un plan de Communication et de pages spécialisées de presse écrite
- Fin de la formation/Posttest
- Clôture/Posttest



Formation de 1-2 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- Les rôles des professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs
- Clôture/Posttest



Formation de 1-2 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- Les rôles des professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs
- Clôture/Posttest



Formation de 3 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- Les rôles des professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs
- Acquisition théorique : rédaction d'un communiqué de presse, avant-goût du programme ou entretien avec les médias et utilisation efficace des statistiques
- Application technique : Élaboration d'un plan de Communication et de pages spécialisées de presse écrite
- Clôture/Posttest



Formation de 2 jours

- Accueil/Prétest
- Une Seule Santé
- Les Cinq Maladies Prioritaires
- Aperçu des Crises Sanitaires
- Les rôles de professionnels de médias et de la communication pendant chaque phase de crise sanitaire
- Comprendre les comportements du public en période de crise
- Comment contrer les rumeurs
- Application technique : Élaboration d'un plan de Communication et de pages spécialisées et presse écrite
- Clôture/Post test



Annexe 7 : Liste des questions fréquentes sur les cinq groupes de maladies zoonotiques prioritaires du programme national de sécurité sanitaire en Côte d'Ivoire.

Intitulé du groupe de maladie zoonotique prioritaire	Liste des maladies qui constituent le groupe	Signes et symptômes	Mode de transmission de l'animal à l'homme	Comment éviter la maladie?
Groupe des maladies dues à Mycobacterium	La Tuberculose humaine et la tuberculose bovine	<p>Tuberculose humaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toux productive prolongée (>2 semaines) - Perte de poids importante - Douleurs thoraciques - Essoufflement - Fièvre - Sueurs nocturnes <p>Tuberculose bovine : Les animaux infectés ne présentent pas souvent de signes caractéristiques mais présentent parfois une perte de poids.</p>	<p>La tuberculose se transmet par voie aérienne d'une personne malade à une personne saine à travers des gouttelettes émises lors des toux. Elle peut aussi se transmettre à l'homme après avoir consommé de la viande de bœuf contaminé</p>	<p>Il faut respecter les mesures d'hygiène de lavage des mains, de port de masque lorsque l'un de vos proches est diagnostiqué positif à la tuberculose et de cuisson correcte et bien à point de la viande bœuf destinée à la consommation</p>
Groupe des infections bactériennes et parasitaires	La brucellose, les salmonelloses, les échinococcoses et cryptococcoses.	<p>Brucellose :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Douleurs à l'abdomen, aux articulations, dans le dos ou les muscles - Ganglions lymphatiques enflés (gonflements dans le creux de l'aisselle et de l'aîne) - Fièvre et maux de tête. 	<p>brucelloses : La transmission se fait par tout contact avec une substance (salive, excréta....) infectée de l'animal malade.</p>	<p>Pour éviter les brucelloses, il faut respecter également les mesures d'hygiène et éviter tout contact avec les animaux malades.</p>

		<p>Salmonelloses : une fièvre brutale (38° à 40°), des douleurs abdominales, de la diarrhée, des nausées et parfois des vomissements, Les selles sont liquides, jaunâtres, contiennent parfois du mucus et du pus (selles muco-purulentes) ou du sang.</p>	<p>Salmonelloses : - La contamination se fait en consommant des aliments contaminés d'origine animale (principalement des œufs, de la viande, de la volaille et du lait) - La transmission d'une personne malade à une autre personne est également possible.</p>	<p>Pour éviter de contracter les salmonelloses il faut se laver les mains à l'eau et au savon, laver les aliments et les faire cuire avant de les consommer.</p>
<p>Groupe des fièvres virales hémorragiques et à arbovirus</p>	<p>Maladie à virus Ebola, Fièvre de Lassa, Dengue, Fièvre de Marburg et Fièvre jaune</p>	<p>Ces maladies ont en commun les symptômes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Douleurs musculaires, abdominales, des articulations - Fièvre brutale (38° à 40°) - Diarrhée et vomissements contenant du sang - Saignements de nez à un stade avancé de la maladie. 	<p>Pour la Maladie à virus Ebola la transmission de l'homme à l'homme est identique à celle de la Fièvre de Lassa c'est-à-dire à partir de l'urine, la sueur, le sang, les vomissures d'une personne malade. Pour la Dengue et la Fièvre jaune la transmission d'une personne malade à une personne se fait par piqûre d'un moustique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La prévention est basée sur l'hygiène domestique, de l'environnement et du cadre de vie, l'enlèvement prompt des ordures ménagères qui doivent être éliminées hors des maisons afin d'éviter la présence de rats dans les maisons. - Les retenues d'eau aux alentours des maisons doivent être asséchées pour éviter la prolifération des moustiques. Par ailleurs quand un membre de la famille ou un proche présente les signes ou symptômes, il est important d'éviter tout contact direct avec ses fluides corporels et physiologiques (sueur, salive, vomissures, sang...)

<p>Groupe des maladies respiratoires</p>	<p>Les maladies respiratoires émergentes à potentiel épidémique sont dues au virus influenza H5N1 responsable de la grippe aviaire et au virus H1N1 responsable de la grippe humaine</p>	<p>Les signes généraux des maladies respiratoires sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fièvre - Courbatures - Douleurs musculaires - Toux - Maux de tête et troubles respiratoires - Œil rouge, larmoyant, qui pique - En fonction de la gravité, les symptômes suivants apparaissent : Diarrhée, Vomissements, Douleurs abdominales, Saignements de nez, Saignement des gencives, Douleurs dans la poitrine. 	<p>La transmission de la grippe aviaire à une personne se fait par contact étroit avec les volailles infectées.</p> <p>Concernant la grippe humaine la transmission se fait par contact avec une personne malade.</p>	<p>Il est recommandé de se laver les mains à l'eau et au savon et de se couvrir la bouche et le nez chaque fois qu'on tousse et qu'on étourne.</p>
<p>Groupe de la Rage</p>	<p>La rage</p>	<p>Une personne infectée par le virus de la rage présente des signes et symptômes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Douleurs musculaires, - Fatigue et fièvre - Perte d'appétit ou vertiges - Vomissements ou diarrhées et dans la phase terminale de la maladie, apparaissent les symptômes psychologiques tels que le délire, les hallucinations ou la peur de l'eau et de la lumière. 	<p>La rage est transmise à l'homme par la salive des animaux infectés lors d'une morsure ou d'une égratignure des animaux domestiques (chien), elle est transmise également par les animaux sauvages</p>	<p>Le moyen de prévention préconisé est la vaccination des animaux domestiques et des personnes à risque (celles qui ont été mordues par un chien).</p>

RÉFÉRENCES

BBC Media ACTION (2019). Guide à l'intention des médias sur la communication dans les situations d'urgence de santé publique.

DHS Project. DHS for JOURNALISTS (PowerPoint).

HC3. Ebola Preparedness Implementation Kit (2016).
<https://sbccimplementationkits.org/ebola/courses/ebola-preparedness-i-kit/>

HC3. (2017). Manuel de Formateur régional sur la communication de crise.

HC3 (2016). Promoting Quality Malaria Medicines through SBCC.
<https://sbccimplementationkits.org/quality-malaria-medicines/>

Johns Hopkins University Center for Communication Programs (2015). Bridges of Hope. Retrieved from
<https://www.thecompassforsbc.org/project-examples/bridges-hope-facilitators-guide>

Preparedness & Response. One Health Zoonotic Disease Prioritization for Multisectoral Engagement in Côte d'Ivoire. Retrieved from <https://www.cdc.gov/onehealth/pdfs/cote-dlvoire-english-508.pdf>

U.S. Health and Human Services/Center for Disease Control and Prevention. Renforcer des capacités de communication en période de crise pour améliorer la sécurité sanitaire mondiale (PowerPoint).