



S'INFORMER POUR COMPRENDRE, DIALOGUER POUR S'ENTENDRE

Pour une jeunesse informée et active

D'une société à l'autre, la jeunesse est vue comme la promesse d'un futur meilleur, et en même temps comme une menace ou un facteur d'instabilité qui peut remettre en cause l'ordre établi. Le concept de « jeunesse » recouvre par ailleurs des réalités et des compréhensions bien différentes selon les cultures. Responsables politiques, du marketing ou de l'aide au développement mettent cependant « les jeunes » au cœur de leurs discours et de leurs programmes. Les malentendus sont donc nombreux quand il s'agit de parler « des jeunes » ou « aux jeunes ». Pour la Fondation Hirondelle comme pour toutes les organisations de médias, c'est un sujet éditorial et opérationnel majeur : comment recréer du lien et du dialogue entre générations au travers de plateformes médiatiques et de contenus informatifs accessibles et attractifs ? Il est clair que les générations nées avec le développement du web et des réseaux sociaux n'ont pas les mêmes habitudes de consommation des médias que leurs aînés. Mais leur soif d'information est bien réelle. A nous de mieux comprendre leurs attentes, leurs besoins, et d'adopter leur agilité, pour leur permettre de contribuer activement à la production et à la diffusion des informations qui les concernent directement.

Caroline Vuillemin
Directrice générale



Une jeune stagiaire journaliste du Studio Hirondelle Guinée en reportage, novembre 2015 © Tristan Miquel / Fondation Hirondelle

CRÉER DU DIALOGUE ENTRE GÉNÉRATIONS

Prépondérantes sur le plan démographique, les jeunes générations restent défavorisées sur le plan économique et quasi-absentes des institutions démocratiques. Leur redonner un rôle actif est un impératif pour la construction de sociétés plus apaisées. Les médias peuvent-ils y contribuer ?

Ils sont plus de la moitié du monde : jusqu'à 70 % de la population en Afrique. Leur représentation politique est insignifiante : ils forment moins de 2 % des effectifs des parlements nationaux. Leur situation économique est précaire : trois quarts de leurs emplois sont dans l'économie informelle, leur taux de chômage est deux fois plus important que la moyenne mondiale. Ils sont plus facilement enrôlés dans des milices : ils meurent plus que les autres dans les batailles armées. Et « elles » ? Leur condition est souvent moins enviable encore. Ils et elles ont moins de 30 ans.

A partir du début des années 2000, la situation politique mondiale a davantage mis les jeunes générations sur le devant de la scène médiatique. Ils ont été la majorité de ceux qui se sont enrôlés dans des groupes armés souvent radicalisés en Afghanistan, en Iraq, en Libye, en Syrie, au Mali,

en République centrafricaine... Ils ont aussi été les plus nombreux à fuir ces pays en crise pour se retrouver sur les dures routes des migrations. Les médias les ont souvent considérés comme des victimes, les États comme des coupables ou des indésirables, peu d'institutions se sont intéressées à leurs solutions pour demain.

Depuis 2015 pourtant, la communauté internationale s'est dotée d'un cadre légal favorisant la participation des quelque 1,8 milliard de jeunes de 18 à 29 ans à la « prospérité économique » et à « l'instauration d'une paix durable ». La résolution 2250 du Conseil de sécurité de l'ONU exhorte les États à nouer des partenariats en ce sens avec les entreprises et avec la société civile, mais elle reste muette sur le rôle des médias. Ce qui laisse à ces derniers la responsabilité d'inventer leur façon de dialoguer avec les jeunes générations.

Or depuis la fin des années 2000, les jeunes n'attendent plus que les médias traditionnels, pourtant encore dominants en termes d'audience, s'intéressent à eux. L'émergence de l'Internet et des réseaux sociaux, même dans les pays où les taux de connexion restent faibles comme au Burkina Faso ou en RD Congo, a favorisé l'émergence d'une auto-expression médiatique des jeunes générations, pour une meilleure situation sociale et politique mais aussi parfois pour le pire. Raccorder ces deux pôles médiatiques, l'ancien et le nouveau, mettre en valeur sur les ondes les initiatives que les jeunes inventent en ligne, n'est-ce pas une façon pour les médias traditionnels de créer du lien entre les générations, et de favoriser ainsi la participation active et pacifique des jeunes aux sociétés dans lesquelles ils vivent ? ■

Entretien

ÉCOUTER CE
QUE LES JEUNES
ONT À DIRE
D'EUX-MÊMES

Interview par la Radio Tunisienne de manifestants à Gafsa, juin 2015 © Gwenn Dubourthoumieu / Fondation Hirondelle

© Shihō Fukuda / Photos pour Interpeace



Graeme Simpson, directeur d'Interpeace USA, est l'auteur principal de l'étude « Les Absents de la paix » réalisée d'après la résolution 2250 du Conseil de sécurité des Nations unies sur « la jeunesse, la paix et la sécurité » (décembre 2015). Il évoque la façon dont les médias pourraient aider les jeunes à contribuer aux processus de paix et au règlement des conflits.

Vous êtes l'auteur principal d'une étude intitulée « Les Absents de la paix »⁽¹⁾, commandée par le Secrétaire général de l'ONU pour mettre en œuvre la résolution 2250 du Conseil de sécurité sur « La jeunesse, la paix et la sécurité ». Quels étaient le contexte, la méthodologie et les objectifs de cette étude ?

Graeme Simpson : La résolution 2250, votée à l'unanimité en décembre 2015, réconcilie deux approches opposées : l'une selon laquelle les jeunes sont au cœur des violences terroristes et extrémistes qui ont cours dans le monde ;

et l'autre, reconnaissant que les 1,8 milliard de personnes âgées de 18 à 29 ans ne sont pas représentées dans les systèmes politiques locaux, nationaux et internationaux, et qu'il faut donc leur donner la parole. La résolution demande la réalisation d'une étude consacrée au rôle positif que les jeunes jouent dans le maintien et la promotion de la paix et de la sécurité dans le monde (voir encadré page 3).

En septembre 2016, le Secrétaire général de l'ONU m'a nommé auteur principal indépendant de cette étude. J'ai eu la chance de travailler avec 21 conseillers venus du monde entier, pour la plupart jeunes, praticiens ou chercheurs. Parce que nous abordions principalement un problème d'exclusion, de marginalisation et d'absence de représentation chez les jeunes, notre méthodologie a été d'autant plus inclusive et participative, conçue pour atteindre et représenter la plus grande diversité de jeunes dans le monde. Nous avons rencontré 4 230 jeunes, 50 % de chaque sexe. Grâce à des partenariats avec de nombreuses organisations de la société civile, nous avons organisé 281 groupes de discussion dans 44 pays, y compris des groupes isolés tels que des jeunes indigènes des zones rurales d'Amérique centrale, des combattants et anciens combattants des Philippines et de Somalie, des représentants de la deuxième génération de migrants dans les banlieues de Stockholm, de jeunes Afro-Américains à Chicago et à New York, de jeunes pasteurs au Sud-Soudan... Au lieu de parler de ou avec les jeunes, nous avons écouté ce que les jeunes avaient à dire

d'eux-mêmes. Cette approche fondée sur des preuves visait à tirer des leçons de leur créativité et de leurs innovations, comme autant de contributions positives aux processus de paix et à la résolution des conflits.

Dans la première partie de l'étude, intitulée « Lutte contre les stéréotypes et les mythes politiques », vous mentionnez de nombreux cas de jeunes qui regrettent l'image dégradée qui est renvoyée d'eux dans les médias...

Quel que soit le lieu où ils vivent, la plupart des jeunes que nous avons rencontrés ont exprimé la préoccupation que les médias les associent le plus souvent à la violence. Ils y sont souvent décrits comme des auteurs de troubles, rarement comme des acteurs du changement. Cela crée un sentiment de peur diffus, fondé sur des stéréotypes de genre tels que les bandes de jeunes hommes armés, ou les jeunes femmes victimes passives. Ce type d'images stigmatise les jeunes et les empêche d'être les auteurs d'une évolution, de conduire des démarches innovantes.

Un exemple frappant est la couverture par la plupart des médias traditionnels du mouvement

Les médias représentent les jeunes le plus souvent comme des auteurs de troubles, rarement comme des acteurs du changement

(1) Lire l'étude : www.youth4peace.info/ProgressStudy

#FeesMustFall (« #ABasLesDroitsDInscription ») dans les universités sud-africaines en octobre 2015. La plupart des étudiants menaient une protestation pacifique décente contre la hausse des frais universitaires, mais la plupart des médias ont surtout rapporté la violence matérielle qui a eu lieu dans plusieurs universités. Ils ont notamment omis de signaler les propositions alternatives de financement des universités sud-africaines que certains étudiants avaient portées au ministère des Finances. Aujourd'hui aux États-Unis, certains médias rapportent, sans vérifier les faits, de fausses affirmations de Donald Trump datant d'octobre 2018, selon lesquelles la caravane de migrants d'Amérique centrale était principalement composée de jeunes hommes criminels dont certains venaient du Moyen-Orient. Ces sources médiatiques entretiennent une forme de panique politique en insistant sur le risque que ces jeunes hommes pourraient poser à la sécurité, plutôt que sur le courage et la résilience dont ils ont fait preuve, ou sur la main-d'œuvre extrêmement motivée qu'ils pourraient représenter aux États-Unis.

Dans la deuxième partie de l'étude, « Les jeunes pour la paix », vous citez au contraire plusieurs occurrences de jeunes qui ont su s'approprier les médias pour construire une image valorisante d'eux-mêmes et créer des liens dans la société...

Dans le monde entier, nous avons observé un phénomène similaire : alors qu'ils ne se reconnaissent généralement pas dans l'image que les médias traditionnels diffusent d'eux, les jeunes ont perçu le pouvoir des nouveaux médias en tant qu'outil organisa-

tionnel qu'ils peuvent façonner, et à partir desquels ils peuvent jouer de leur influence pour apporter des changements positifs. Sur le net, ils peuvent créer leurs propres médias pour impliquer d'autres personnes dans la promotion de la paix. Alors qu'ils perdent confiance dans la démocratie représentative, le cyberspace leur donne une chance de changer le monde : ils peuvent s'exprimer et même agir directement, se connecter avec d'autres jeunes du monde entier, enfin faire basculer leur horizon de leur communauté locale à la planète entière. Ils le font souvent en utilisant des méthodes créatives, dont diverses formes d'arts populaires (vidéo, musique, hip hop...) pour envahir joyeusement l'espace politique.

Selon vous, les médias peuvent-ils créer avec les jeunes des relations susceptibles de contribuer à des sociétés plus pacifiques ?

Le message clé de cette étude est qu'il est grand temps de penser aux jeunes en se référant à leur débrouillardise, à leur résilience et à leur apport positif, plutôt que de les considérer comme un

risque. Et les médias ont certainement un rôle important à jouer dans cet exercice. Un premier pas peut être franchi si les médias traditionnels reconnaissent les stéréotypes que la plupart d'entre eux véhiculent sur les jeunes, et s'ils commencent à rendre plus visibles les jeunes qui contribuent activement à la paix à l'échelle locale et mondiale. Cela pourrait aider les jeunes à participer aux processus de décision publique. Une deuxième étape serait que les médias traditionnels, principalement la radio ou la télévision, diffusent davantage de

programmes conçus par des jeunes ou montrant des jeunes fortement impliqués. Cela aiderait à donner une voix aux jeunes - à les écouter plutôt que de leur parler ou de parler à leur sujet. Enfin, les autorités de régulation devraient rechercher le juste équilibre entre limiter la désinformation et la haine répandue sur les réseaux sociaux, et favoriser un accès et une utilisation libres du cyberspace. Car c'est dans cet espace que les jeunes expriment la majeure partie de leur créativité sociale. ■

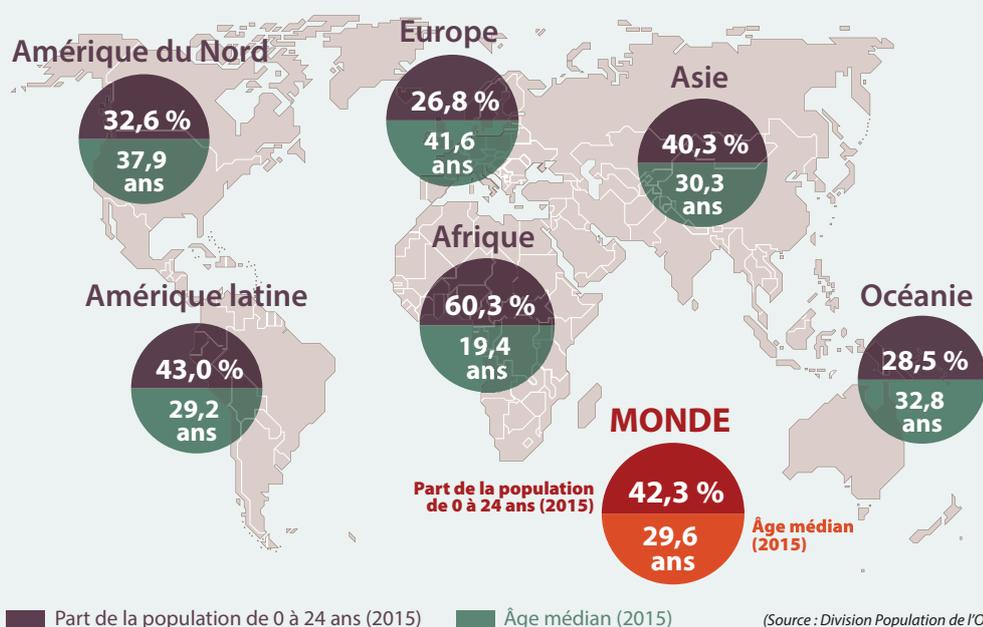
Résolution 2250 du Conseil de sécurité de l'ONU : un cadre international pour inclure les jeunes dans la construction de sociétés apaisées

Adoptée à l'unanimité le 9 décembre 2015 par le Conseil de sécurité des Nations unies, la résolution 2250 affirme « que l'importance démographique de la jeunesse actuelle est un atout qui peut contribuer à instaurer durablement la paix et la prospérité économique, si tant est que des politiques inclusives soient en place ». Appelant jeune « toute personne âgée de 18 à 29 ans », elle considère que ceux-ci ne sont pas principalement des auteurs de violences ou des victimes : ils peuvent « prendre une part active à l'instauration d'une paix durable » et « à la réconciliation ».

Parrainée par la Jordanie, votée dans un contexte international de multiplication de conflits internes impliquant des jeunes enrôlés dans des groupes radicalisés – Nord-Mali, République centrafricaine, Libye, Syrie, Iraq, attentats de 2015 à Paris... -, la résolution 2250 complète un cadre international alors en cours d'élaboration pour inclure les jeunes dans la construction de sociétés apaisées : « Principes directeurs des Nations unies sur la participation des jeunes à la consolidation de la paix » (avril 2014), « Déclaration d'Amman sur la jeunesse, la paix et la sécurité » (mai 2015). Ses quatre parties – Participation, Protection, Prévention, Partenariats – « exhortent » les Etats à mettre davantage en valeur les jeunes dans les institutions ainsi qu'à encourager économiquement et institutionnellement leurs multiples initiatives en faveur de la paix. Insistant sur la nécessaire mise en place d'une éducation des jeunes à une « culture de la paix », la résolution reste toutefois muette sur le rôle que les médias pourraient y jouer.

Texte de la résolution disponible sur : <http://unoy.org/fr>

Un monde jeune



(Source : Division Population de l'ONU)

En chiffres



Des jeunes Malgaches de 7 à 13 ans apprennent à coder, septembre 2016, Antananarivo © Rijasolo / AFP

Sécurité

23 %



Part des jeunes 15-29 ans dans le monde vivant dans une zone touchée par un conflit armé ou en proie à la criminalité organisée
(Source : Institute for Economics and Peace, 2016)

43 %



Part des victimes d'homicides dans le monde qui sont des jeunes hommes de 10 à 29 ans
(Source : OMS, 2015)

Economie

13 %

Taux de chômage des jeunes - 25 ans à l'échelle mondiale

(Source : OIT, 2017-2018)

5,6 %

Taux de chômage à l'échelle mondiale

75 %

Part des jeunes 15-29 ans employés dans l'économie informelle à l'échelle mondiale

61 %

Part de la population active employée dans l'économie informelle à l'échelle mondiale

Représentation politique



1,9 %

Part des sièges occupés par des jeunes - 30 ans au sein des parlements nationaux en 2015



43,6 %

Participation des jeunes 18-29 ans aux élections dans le monde entre 2010 et 2014

(Source : « Les Absents de la paix », ONU/UNFPA-PBSO, juillet 2018)



59,1 %

Participation générale aux élections dans le monde entre 2010 et 2014

Médias



70,6 %

Proportion des jeunes 15-24 ans utilisant Internet

48,0 %

Proportion de la population mondiale utilisant Internet



(Source : Union internationale des télécommunications, 2017)

40,3 %

Proportion des jeunes Africains 15-24 ans utilisant Internet

21,8 %

Proportion de la population africaine utilisant Internet

(Source : Union internationale des télécommunications, 2017)



57 %

Part des 18-34 ans parmi les 2,2 milliards d'utilisateurs Facebook dans le monde



60 %

Part des 18-34 ans parmi les 800 millions d'utilisateurs Instagram dans le monde

(Source : Global Digital Report 2018)

Notre expérience

INCLURE LA JEUNESSE DANS UNE OFFRE MÉDIATIQUE, C'EST PARLER AU PLUS GRAND NOMBRE



Interview d'une habitante de Bamako par un reporter de Studio Tamani © Sébastien Rieussec / Fondation Hirondelle



Michel Beuret, Responsable éditorial de la Fondation Hirondelle, explique l'attention particulière que porte la Fondation aux nouvelles générations.

Pourquoi la Fondation Hirondelle mène-t-elle une réflexion spécifique sur les jeunes ?

Michel Beuret : La Fondation Hirondelle intervient souvent dans des sociétés où les jeunes sont majoritaires, comme en Afrique subsaharienne : selon les pays, 65 % à 80 % de la population y a moins de 35 ans. Les jeunes représentent donc non seulement l'avenir, mais l'actualité de ces pays. Or au regard de leur importance démographique, leur représentation dans les médias est très faible, voire inexistante.

Les institutions internationales ont l'habitude de travailler par tranches d'âges : les moins de 25 ans, les moins de 30 ans... Cette vision a pour mérite d'objectiver la jeunesse, mais elle tend aussi à créer des catégories de population problématiques : statistiquement, une part importante de ces classes d'âge est susceptible d'être peu formée, en recherche d'emploi, tentée d'émigrer, tentée d'intégrer des mouvements rebelles ou radicaux...

Nous essayons de compléter cette vision par d'autres analyses. Nos échanges avec des sociologues, les reportages de nos médias sur leurs terrains respectifs, des enquêtes scientifiques sur nos différents publics, nous ont amenés à réfléchir autour de la notion de « générations » : plutôt que sur des tranches d'âges, notre analyse porte sur des catégories de personnes qui ont vécu des expériences marquantes à un âge comparable et qui se reconnaissent dans ces expériences. C'est ainsi qu'il y a eu la génération des indépendances africaines, plus récemment une génération active dans les Printemps arabes, dans la chute du président Blaise Compaoré au Burkina Faso. Une génération est aussi active dans les mouvements citoyens aujourd'hui en République démocratique du Congo.

Comment la Fondation Hirondelle s'adresse-t-elle à ces « jeunes générations » ?

Nous essayons d'abord de les comprendre. Quelles sont leurs préoccupations ? Qu'est-ce qui les intéresse ? Quels sont leurs problèmes ? Les réponses varient, bien sûr, selon que ces jeunes habitent en ville ou en milieu rural, en fonction également de leur niveau d'éducation. Mais à partir de cette compréhension, notre offre éditoriale est inclusive : nous proposons à tous nos publics de « s'informer pour comprendre » et de « dialoguer pour s'entendre », en produisant dans

Mettre en valeur les jeunes générations dans nos médias contribue à les inclure dans la société

chaque pays des émissions d'informations et de débat diffusées par un réseau de médias locaux partenaires, et ceci dans les 4 ou 5 principales langues parlées localement.

Des programmes spécifiques à destination des jeunes générations sont en cours de production par Studio Yafa, notre nouveau projet au Burkina Faso : il s'agit de capsules radiophoniques qui, au sein de nos programmes génériques, comportent un angle éditorial et un habillage sonore dédiés. Un accident du travail meurtrier dans une mine d'or par exemple, sera traité aux nouvelles de nombreuses radios de manière factuelle. Studio Yafa reviendra le lendemain sur l'événement en l'abordant sous un angle qui intéressera la jeunesse, en rappelant qu'une grande partie des victimes travaillant sur le site sont mineures alors que la constitution du Burkina interdit formellement le travail des moins de 15 ans. En plus des radios locales, ces capsules sont diffusées sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, et aussi sur des applications mobiles populaires comme Whatsapp selon le degré de connectivité des pays concernés...

Nous veillons à représenter les jeunes dans nos rédactions : la vaste majorité des journalistes de nos médias ont moins de 35 ans. Nous travaillons en effet le plus souvent dans des sociétés exclusives, qui ont tendance à entretenir des tensions entre différentes catégories de populations. Mettre en valeur les jeunes générations dans nos rédactions et dans nos programmes, leur parler de ce qui les concerne, les faire réagir librement sur nos antennes, est une façon de contribuer à les inclure dans la société et ainsi à apaiser ces sociétés en proie à d'innombrables difficultés. ■

Témoignage

L'INTERNET A PERMIS AUX JEUNES AFRICAINS D'INTERPELLER LEURS GOUVERNEMENTS

L'ONG française **Internet Sans Frontières**, créée en 2008, défend les droits humains sur le réseau : accès à l'information, liberté d'expression, vie privée. Sa directrice exécutive **Julie Owono**, 32 ans, tire le bilan d'une décennie d'utilisation privilégiée de ce média par les jeunes générations.

Quel rôle peut jouer l'Internet dans des contextes de crise, en particulier pour la jeunesse ?

Julie Owono : Un rôle primordial. Le dernier rapport de l'Union internationale des télécommunications⁽¹⁾, agence onusienne basée à Genève, indique que les jeunes de 15-24 ans utilisent 1,5 fois plus Internet que la moyenne de la population. L'Afrique, continent le plus jeune avec un âge médian d'à peine 20 ans, était aussi jusqu'à récemment le continent le plus figé politiquement. Dans la décennie 2010, nous y avons constaté une corrélation entre le taux de pénétration d'Internet et les évolutions politiques initiées par les jeunes. Le Printemps arabe a commencé en 2011 en Tunisie et en Egypte, dans le Nord du continent plus connecté, avant que la contestation politique en ligne ne s'empare du Burkina Faso en 2014, puis de pays plus tardivement connectés comme la RD Congo à partir de 2015-2016. La jeune diaspora africaine, très présente sur le web, a amplifié cette agitation en ligne. Par ses nouvelles possibilités d'expression, l'Internet a permis aux jeunes Africains où qu'ils se trouvent d'interpeller voire de faire vaciller leurs gouvernements.

L'accès à Internet ne concerne aujourd'hui encore qu'une minorité d'Africains, notamment dans les pays en crise. Quel rôle peuvent jouer les médias en ligne par rapport aux médias comme la radio ou la TV, qui y restent utilisés par plus de 90 % de la population ?

L'Afrique est certes le continent le moins connecté, avec un taux de pénétration d'Internet de 21,8 % contre 48,0 % en moyenne dans le monde. Cette situation est due davantage à un blocage politique qu'à un manque de moyens : remis en cause par l'utilisation d'Internet, nombre de gouvernements africains choisissent de ne pas jouer de leur puissance publique pour faire diminuer les coûts d'accès, ceux-ci pouvant dépasser 10 % d'un smic mensuel, ou de ne pas encourager l'installation



Julie Owono © DR

d'antennes relais en zones rurales. Car ils ont compris qu'à la différence des médias traditionnels, l'Internet est difficile à contrôler ou à censurer : il permet a priori l'accès à une infinité d'informations.

Quelles sont les garanties d'un accès pluraliste à l'information en ligne, notamment pour les jeunes générations ?

Lorsqu'il est apparu au milieu des années 1990, l'Internet a généré une révolution de l'accès à l'information fondée sur trois garanties : qu'il demeure un espace ouvert où il est possible d'émettre et de recevoir une information depuis n'importe quel point du monde (l'Internet « sans frontières », d'où le nom de notre association) ; qu'il demeure un espace de droits et de liberté, notamment d'expression et de vie privée ; que les utilisateurs puissent y avoir accès de manière égale à l'intégralité des informations (la fameuse « neutralité du net »). C'est parce que ces trois garanties n'ont pas été respectées qu'aujourd'hui l'Internet est devenu un espace privilégié de surveillance, de diffusion de fausses informations et de messages violents : l'appropriation de l'Internet par quelques fournisseurs d'accès ou applications oligopolistiques y a favorisé la diffusion de messages payés répondant à un intérêt économique, idéologique ou politique. Les jeunes générations doivent exiger le respect de ces trois garanties afin que l'Internet, qui a été pris en mains par les multinationales et les gouvernements, redevienne un espace de liberté. ■

L'Internet est difficile à contrôler : il permet l'accès à une infinité d'informations

La Fondation Hironnelle est une organisation suisse à but non lucratif qui fournit de l'information à des populations confrontées à des crises, pour leur permettre d'agir dans leur vie quotidienne et citoyenne. Par notre action, plusieurs millions de personnes dans des pays en guerre, des contextes de post-conflit ou de crise humanitaire, et des sociétés en transition démocratique ont accès chaque jour à des médias qui leur parlent, et qui les écoutent.

Impressum

Médiation

Semestriel publié par la Fondation Hironnelle

Directrice de la publication :
Caroline Vuillemin

Conception, rédaction :
Nicolas Boissez
Benjamin Bibas /
la fabrique documentaire

Conception graphique :
Marek Zielinski

Avenue du Temple 19C
1012 Lausanne, Suisse

hironnelle.org
info@hironnelle.org
T. + 41 21 654 20 20

Pour nous aider :
Crédit Suisse AG
IBAN :
CH05 0483 5041 8522 8100 5