Communiquer avec les enfants

Principes et pratiques pour protéger, inspirer, passionner, éduquer et guérir

Barbara Kolucki, MA
Dafna Lemish, PhD

unissons-nous pour les enfants

unicef

© UNICEF
Décembre 2013
ISBN: 978-0-9911961-0-4

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos ..... **iii**

Remerciements ..... **v**

Introduction ..... **vii**

Résumé ..... **ix**

À propos des auteurs ..... **xi**

PREMIÈRE PARTIE : POURQUOI LES ENFANTS ? POURQUOI LA COMMUNICATION ? **1**

- Les enfants sont des êtres humains à part entière 3
- Les droits de l'enfant à la communication 3
- Les différents environnements médiatiques des enfants 5

SECONDE PARTIE : CE QUE NOUS SAVONS DÉJÀ DES ENFANTS ET DES MÉDIAS **7**

- Les médias peuvent avoir une influence aussi bien positive que négative 9
- Le potentiel des médias pour faire évoluer les choses 12

TROISIÈME PARTIE : DÉVELOPPEMENT DE L'ENFANT ET BESOINS ET APTITUDES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION **13**

- Les principaux groupes d'âges : petite enfance, moyenne enfance et premières années de l'adolescence 16
- La petite enfance (de la naissance à 6 ans) 17
- La moyenne enfance (7 à 10 ans) 20
- Les premières années de l'adolescence (11 à 14 ans) 22

QUATRIÈME PARTIE : PRINCIPES ET RECOMMANDATIONS CONCERNANT LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS **25**

- Principe n°1 : la communication pour les enfants doit être en rapport avec leur âge et leur être adapté 28
- Principe n°2 : la communication pour les enfants doit s'adresser à l'enfant dans son intégralité 32
- Principe n°3 : la communication pour les enfants doit être positive et reposer sur leurs atouts 36
- Principe n°4 : la communication pour les enfants doit prendre en compte les besoins et les capacités de tous, y compris des plus défavorisés 42

CINQUIÈME PARTIE : COMMENT ÉVITER LES ERREURS LES PLUS FRÉQUENTES LORS DE LA CONCEPTION DE LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS 47

SIXIÈME PARTIE : AUTRES EXEMPLES POSITIFS ET RÉFÉRENCES 57

NOTES 75

REMARQUES DES UTILISATEURS 77

AVANT-PROPOS

Lorsque j'étais une jeune spécialiste du développement à l'œuvre dans les bidonvilles de New Delhi et de Bombay, j'avais observé la force des enfants comme vecteurs de changement aussi bien au sein de leurs propres familles qu'au sein de leurs communautés. Des enfants d'à peine huit ans ne faisaient pas qu'encourager le lavage des mains mais ils amenaient aussi leurs parents à accepter l'idée de les voir étudier, jouer et manger avec les enfants d'autres communautés et castes. Quiconque a observé dans le monde la ténacité des pratiques discriminatoires comprendra la signification de ce changement social. Cela m'a convaincue que, si nous voulons vraiment transformer le monde en l'espace d'une génération, nous devons communiquer non seulement avec les adultes (dont les mentalités et les habitudes sont profondément enracinées) mais aussi avec les enfants. Comme nous le savons, les enfants sont ouvert, réceptifs, curieux, désireux d'apprendre et d'essayer des choses nouvelles, extrêmement inventifs, enthousiastes et tenaces dans la poursuite de leurs objectifs.

Je n'étais pas vraiment sûre de la façon de communiquer avec les enfants d'une façon qui soit en rapport avec leur âge, qui prenne en compte la dimension culturelle, qui soit ouverte et positive, qui permette de développer leur estime de soi et leur confiance et - peut-être le point le plus important - qui soit intéressante et captivante. Les conseils techniques et les outils de travail que j'avais trouvés offraient une part considérable de théorie mais quasiment pas de conseils simples et pratiques sur la façon de mettre cette théorie en pratique. Pire, quand je me suis mise à la recherche de matériels de communication orientés vers les enfants au sein de la communauté pour l'aide au développement, je me suis rendu compte que l'objectif était principalement de toucher les adolescents. En outre, même quand un médium divertissant (comme l'animation) était utilisé, le résultat étaient souvent moralisateur, plutôt médiocre et émanant d'un point de vue occidental. Les enfants les plus jeunes, particulièrement ceux en dessous de dix ans, semblaient avoir été oubliés. Les contextes culturels, riches et variés, dans lesquels les enfants vivent et apprennent tendaient à être négligés en faveur de modèles universels adoptés dans toutes les régions.

En entrant à l'UNICEF, au milieu des années 80, je décidais de me consacrer à essayer de combler le vide entre théorie et pratique et de contribuer au développement des conseils et des outils de travail qui m'avaient fait tellement défaut lorsque j'en avais le plus besoin. Heureusement, l'UNICEF est une organisation qui encourage l'innovation et est prête à y investir. Cette quête aura pris plus de vingt-cinq longues années de constante expérimentation.

Elle a nécessité d'être en interaction avec les enfants et d'être guidée par eux, d'apprendre autant des échecs que des réussites. Cela a aussi eu pour implication d'avoir à trouver les experts combinant savoir et compétences techniques avec créativité et une connaissance profonde de la production des médias pour enfants; des praticiens qui comprennent les différents contextes culturels; et les rares adultes qui se souviennent encore de ce qu'être enfant signifie. Ma recherche a pris fin avec Barbara Kolucki, l'auteur principal de cette publication. L'autre difficulté était de trouver un universitaire spécialiste des médias pour enfants qui soit capable d'apporter la rigueur scientifique nécessaire pour ancrer une riche expérience pratique dans une théorie solide. Dafna Lemish, le second auteur, était la candidate parfaite pour cela. Le chemin que nous avons parcouru ensemble a été enthousiasmant, difficile, parfois frustrant mais toujours amusant.

Le produit de ces efforts est ce dossier pratique, Communiquer avec les enfants. Il conjugue les connaissances des domaines du développement de l'enfant et des sciences de la communication avec l'expérience et les perspectives issues de la production de médias destinée aux enfants afin d'offrir des informations simples et pratiques sur les normes de développement lors des différentes étapes de la vie d'un enfant. Il nous permet de comprendre les conséquences qu'ont ces normes de développement sur ce que nous pouvons communiquer et comment nous pouvons le faire plus efficacement avec des enfants de groupes d'âges différents. Il donne des exemples des bonnes pratiques, une grande partie des matériels ayant été réalisés à partir de très petits budgets par des jeunes professionnels du monde entier issus de cultures et contextes différents pour montrer comment nous pouvons adhérer aux principes des droits de l'homme et des droits de l'enfant et nous adresser aux enfants de façon plus globale tout en créant des supports de communication attrayants et agréables.

Par conséquent, la prochaine fois que des spécialistes du développement demanderont : « Comment pouvons-nous exploiter le pouvoir de la communication pour contribuer à la réalisation des droits de l'enfant à la survie, au développement, à la participation et à la protection d'une façon qui soit positive, respectueuse, stimulante et drôle pour les enfants et leurs familles ? », ils pourront commencer par ouvrir les pages de ce dossier pratique ou accéder au site Internet qui s'y rapporte http://www.unicef.org/cwc/ pour obtenir avis et conseils en même temps que des dizaines d'exemples de bonnes pratiques.

L'UNICEF et ses partenaires continuent à davantage se concentrer sur la communication et la participation de l'enfant comme facteurs essentiels pour la concrétisation des droits de tous les enfants. Ils se consacrent en particulier à une action plus efficace sur l'article 17 de la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant (CRE) qui reconnaît aux enfants le droit d'accéder « à l'information et à des matériels provenant de sources nationales et internationales diverses, notamment ceux qui visent à promouvoir son bien-être social, spirituel et moral ainsi que sa santé physique et mentale. » Comprendre la façon dont les enfants de différents groupes d'âges assimilent l'information, comment ils perçoivent, apprennent, forment des idées et agissent à travers ce qu'ils voient et entendent, contribuera à garantir que ce que nous communiquons aux enfants – et comment – soit efficace et leur donne les moyens de se prendre en charge. Ce dossier pratique est un moyen de contribuer à établir, dans l'esprit de la CRE, cette compréhension. Nous espérons que vous aurez plaisir à l'utiliser et que vous en tirerez profit autant que nous tous en avons tiré profit en le réalisant.

Rina Gill
Directrice associée, Section égalité des sexes, droits et engagement civique
Division des politiques et des pratiques
UNICEF

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce dossier pratique n'aurait pas été possible sans l'appui de nombreuses personnes tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'UNICEF.

Les auteurs aimeraient remercier plusieurs personnes sans qui ce projet n'aurait pu voir le jour.

De la conception initiale de ce projet jusqu'aux étapes finales, Rina Gill a eu un rôle déterminant pour les directives et les orientations apportées au cours des nombreuses phases de son développement. Le dévouement et le talent de Paula Claycomb ont permis de le mener à sa phase finale, lorsqu'elle en a supervisé la publication et le lancement. Enfin Jim Dawson a offert son temps sans compter pour la réalisation de la version Internet.

Parmi les experts indépendants qui ont généreusement offert leur temps et leurs connaissances pour réviser ce document figurent : le Dr S. Anandalakshmy (Conseiller, développement de la petite enfance, Inde); Mme Glynis Clacherty (chercheur, travail de collaboration avec les enfants et fondatrice de Suitcase Project, Afrique du Sud); le Dr Charlotte Cole (Première Vice-Présidente, Global Education, Sesame Workshop, États-Unis); le Dr Michael Rich (Directeur, Center on Media and Child Health, Harvard University).

L'équipe de la Communication pour le développement de l'UNICEF - Anna Burlyaeva, Lea Girma-Mengistu, Akiko Sakaedani Petrovic, Neha Kapil, Tess Stuart, et RyAnn Waldemarsen - a offert des suggestions d'ensemble, des conseils et fait des apports critiques. L'équipe Internet de la Division de la communication de l'UNICEF nous a permis de donner à la version en ligne son aspect dynamique. Regina Doyle a apporté son aide pour la rédaction.

Nous remercions tous les auteurs, monteurs, producteurs, éditeurs, éducateurs et autres qui ont gracieusement accepté de nous laisser utiliser leurs matériels ou nous ont permis d'y accéder. Nous espérons qu'ils seront satisfaits par l'intérêt que devrait susciter ce dossier pratique et par l'utilisation qui devrait en être faite par le public du monde entier.

Nous adressons nos chaleureuses félicitations et tous nos vœux de succès au personnel et aux responsables des nombreux bureaux de pays de l'UNICEF qui ont organisé des ateliers interactifs avec les partenaires et dont les matériels aident les enfants à réaliser tout leur potentiel.

Et aux enfants et à leurs familles qui nous ont fait part de leurs commentaires encourageants et donné leur temps pendant et après, tous nos souhaits pour que ce dossier pratique soit un document irremplaçable qui les aidera à réaliser tous leurs droits.

Les liens vers les éditeurs privés des matériaux figurant dans ce dossier pratique n'impliquent pas nécessairement que nous cautionnons l'ensemble de leurs produits.

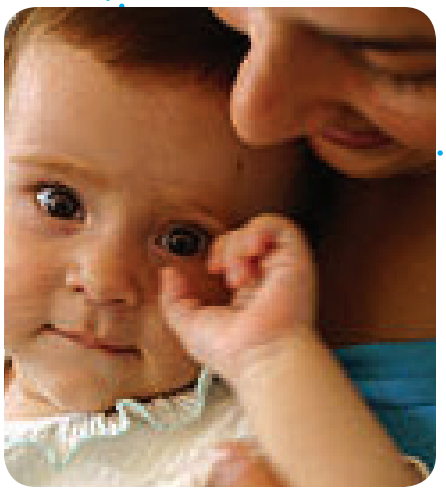
INTRODUCTION

Nous espérons que ce dossier pratique encouragera et facilitera la réalisation de produits de communication de qualité pour améliorer la vie des enfants du monde entier. Dans ces pages, nous espérons davantage **renforcer** la conviction selon laquelle la communication est l'une des façons les plus enrichissantes d'améliorer la vie des enfants et de leurs familles.

Ce travail est destiné à vous **inspirer**, vous motiver pour trouver et utiliser les meilleurs outils, moyens et méthodes de communication qui conviennent. Il se fonde sur de nombreuses expériences collectives menées sur le terrain : nous nous sommes entretenus avec des enfants, des parents, des spécialistes du développement de l'enfant, des familles, des éducateurs, des enseignants, du personnel de programmes et beaucoup d'autres. Nous avons opéré au niveau des villages, des villes et au niveau international. Surtout, nous avons eu le privilège d'examiner un nombre impressionnant de matériels de communication très variés, parmi lesquels des supports pédagogiques, des guides, des livres, des vidéos, des articles de recherche, des sites Internet, des affiches et documents d'évaluation. De tout ceci, des « exemples positifs » ont été tirés pour illustrer les principes et les recommandations et nous présentons une liste exhaustive de documents stimulants représentant un large éventail de pays, de médias et d'expériences.

Nous espérons que ces principes et recommandations vous **inciteront** à mieux écouter les enfants, leurs familles et leurs communautés, à mieux vous entretenir avec eux et à mieux apprendre d'eux, à explorer les recherches et les programmes ayant fait leurs preuves dans le domaines de la communication et à systématiquement prévoir, de façon positive et mesurable, vos propres modes de communication pour les stratégies de développement. Nous pensons qu'une communication efficace implique de comprendre les gens : leurs besoins, leurs aptitudes, leurs croyances, leurs valeurs, leurs sociétés, leurs cultures, et que la communication est un processus à double sens pour pouvoir échanger des idées et des connaissances. Nous sommes heureux de partager nos idées avec vous et nous espérons que vous avez hâte de pouvoir les utiliser.

Enfin, ce dossier pratique devrait faciliter le processus permettant **de saisir** l'importance capitale qu'a une communication adaptée aux enfants, tenant compte de leur âge, fondée sur des points forts et inclusive. Dans le cadre de ce processus d'apprentissage et, afin d'établir un mode de communication à double sens, nous avons joint une liste des erreurs les plus communes à éviter.



Les stratégies de communication pour le développement (C4D) encouragent l'évolution des comportements et le changement social qui sont spécialement pertinents dans de nombreux cas, essentiels pour des programmes de développement qui cherchent à réaliser les OMD et à concrétiser plus largement les droits des enfants et des femmes, www.un.org/millenniumgoals. Cependant, toute personne qui travaille dans le secteur de l'aide au développement et de l'action humanitaire et souhaite influencer de façon positive le monde économique, culturel, social et politique des enfants grâce à la communication trouvera des intérêts communs avec la C4D. Il s'agit, entre autres, de contribuer à **panser** les plaies de l'injustice sociale, des préjugés et de la pauvreté qui affectent les enfants. Cette guérison peut être accélérée quand les plus enfants les plus marginalisés, les plus vulnérables et les plus défavorisés sont spécifiquement intégrés et quand la communication tente de restaurer la dignité, de faire preuve du respect qui est dû aux cultures et aux traditions, d'éliminer les stéréotypes, de réduire les inégalités entre les sexes et de promouvoir les droits fondamentaux, ceux des enfants, des femmes et des hommes.

Nous remercions chaque personne - les adultes et les enfants, les anonymes et les personnes publiques, les experts et les profanes – qui ont proposé la réalisation de ce dossier pratique, y ont contribué et l'ont soutenu.

RÉSUMÉ

Ce dossier pratique correspond aux priorités de l'UNICEF en matière de développement visant à améliorer la survie, le développement et la protection des nourrissons, des jeunes enfants et de leurs familles. Plus spécifiquement, il est conçu pour l'usage de quiconque est intéressé par la communication dans un but de développement des enfants dans son intégralité.

Dans la première et la seconde partie, nous expliquons pourquoi notre méthode prend en compte les différentes conditions dans lesquelles vivent les enfants du monde entier et l'environnement médiatique auquel ils ont accès. Dans la troisième partie, nous recensons les caractéristiques et besoins divers associés au développement des enfants à différents âges, en établissant généralement une distinction entre : **la petite enfance** (de la naissance à 6 ans), **la moyenne enfance** (de 7 à 10 ans) et **les premières années de l'adolescence** (11 à 14 ans). Tous les enfants de la planète ont besoin d'un environnement social et physique affectueux, attentionné et stimulant et leurs aptitudes cognitives, émotionnelles, physiques et sociales se développent dans le temps. Ainsi, alors qu'ils grandissent et se développent, leurs besoins changent ainsi que leurs capacités, leurs intérêts et les défis auxquels ils sont confrontés. Nous exposons brièvement les conséquences que ces changements ont pour le besoin de communication des enfants et comment on peut y répondre de façon utile.

Ce document tire parti de l'ensemble de la documentation disponible sur le rôle des médias dans tous les aspects de la vie des enfants, avec des possibilités de résultats aussi bien positifs que négatifs. Il fait valoir que les médias ne sont pas intrinsèquement bons ou mauvais mais que les médias sont des technologies à notre disposition.

En utilisant ce mode de raisonnement, nous présentons, dans la quatrième partie, **quatre principes essentiels pour produire des matériels de communication pour les enfants,** chacun d'entre eux étant appuyé par des recommandations. Ces recommandations servent « d'aide-mémoire » pour la production de médias destinés aux enfants et pour évaluer les autres matériels existants. Elles sont illustrées par des exemples positifs issus d'un vaste éventail de pays et de médias et s'adressent à différents groupes d'âges.

- Le principe n° 1 affirme que « la communication pour les enfants doit être en rapport avec leur âge et leur être adaptée, » et il est étayé par les

recommandations suivantes : utiliser un langage, des personnages, des histoires, de la musique et un humour adaptés aux enfants; donner en exemple les échanges positifs et la réflexion critique; utiliser judicieusement et de façon avisée les effets spéciaux.

- Le principe n° 2 affirme que « la communication pour les enfants doit s'adresser à l'enfant dans son intégralité » et est étayé par les recommandations suivantes : utiliser une approche de communication intégrée plutôt qu'unique; présenter des exemples positifs d'adultes qui, dans leurs rapports avec les enfants, les considèrent comme des êtres humains à part entière; et créer des « sanctuaires » ou zones de sécurité.

- Le principe n° 3 affirme que « la communication pour les enfants doit être positive et fondée sur leurs atouts, » et est étayé par les recommandations suivantes : développer la confiance en soi et l'assurance : donner des exemples positifs; faire participer les enfants en tant que citoyens actifs qui apprennent ce que sont la justice sociale et la mobilisation et les donnent en exemple; *et éviter de nuire*.

- Le principe n° 4 affirme que « la communication pour les enfants doit prendre en compte les besoins et les capacités de tous, y compris des plus défavorisés, » et est étayé par les recommandations suivantes : rendre compte de la dignité de chaque enfant et adulte; être ouvert; honorer et valoriser tous les types de diversités; veiller à ce que les messages soient exempts de stéréotypes; rendre compte des aspects positifs des cultures et des traditions locales et les protéger.

Dans la cinquième partie, sont résumées les façons d'éviter les erreurs le plus souvent commises lors de la conception de matériels de communication destinés aux enfants. Dix conseils pour éviter ces erreurs sont présentés sous forme de questions-réponses.

Enfin, la sixième partie présente une véritable mine d'exemples positifs et de références supplémentaires (matériels audio-visuels, livres, cours d'université, etc.). Les lecteurs sont également invités à faire connaître leurs exemples préférés de matériels de communication destinés aux enfants en vue de l'amélioration de ce document.

À PROPOS DES AUTEURS

Barbara Kolucki (MA, Teacher's College, Columbia University, 1975) est formatrice et éducatrice dans le domaine des médias pour enfants, du développement de l'enfant dans son intégralité, de la protection de l'enfance, de la sensibilisation aux handicaps et de la réduction des préjugés. Avec plus de 25 années d'expérience dans une vingtaine de pays dans le monde en développement, son travail porte plus particulièrement sur le développement des capacités de médias locaux et de leur personnel, principalement pour l'UNICEF, la Banque mondiale et diverses organisations de l'ONU. Barbara Kolucki a contribué au développement ou à l'animation de plusieurs projets importants de communication pour le développement, notamment aux Maldives, au Kirghizistan, au Myanmar et au Mozambique. Elle a travaillé pour le Children's Television Workshop (aujourd'hui Sesame Workshop) pendant six ans, se focalisant sur l'intégration des enfants et des adultes handicapés et sur la réduction des préjugés; elle a écrit un livre, *Sharing the Street: Activities for ALL Children,* qui a obtenu un prix.

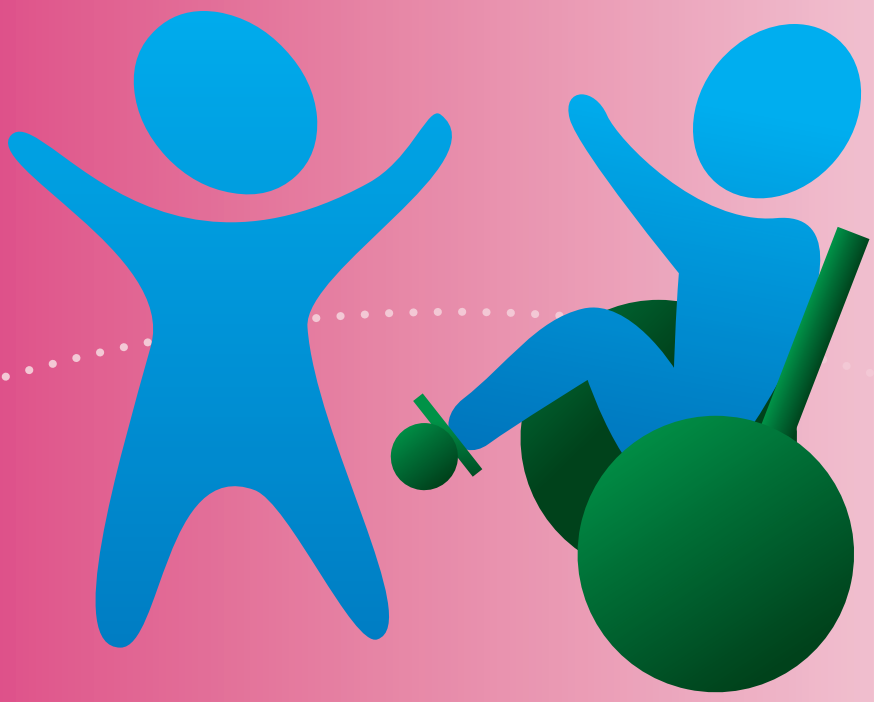
Barbara Kolucki a écrit plusieurs rapports de l'UNICEF dont *The Face of Early Childhood Development Communication* (UNICEF, 2006, auteur principal) et *Something to Read, Something to Learn: Print Media for and about Children* (CEE-CIS/UNICEF, 2006, co-auteur), ainsi que plus de 40 articles et revues de presse pour http://www.disabilityworld.org. Elle a aussi conçu et enseigné les premiers cours sur les enfants et les médias à l'Université de Hong-Kong et à Fordham University.

Dafna Lemish (Doctorat, Ohio State University, 1982) est professeur au Department of Radio-Television, Southern Illinois University, Carbondale, États-Unis, et rédactrice-en-chef fondatrice du *Journal of Children and Media*, et chercheuse au Center on Media and Child Health. Elle a été professeur et présidente du Département de la communication de l'Université de Tel-Aviv. Parmi ses centres d'intérêt pour la recherche et l'enseignement figurent les enfants, les médias et les loisirs ainsi que les représentations par les médias de l'appartenance sexuelle. Elle a publié dans ce domaine plus de 100 articles dans des périodiques ainsi que des chapitres d'ouvrages.

Parmi les ouvrages récents de Dafna Lemish figurent : *Screening Gender on Children's Television: The Views of Producers Around the World* (Routledge, 2010); *The Wonder Phone in the Land of Miracles: Mobile Telephony in Israel* (Avec Cohen et Schejter, Hampton Press, 2008); *Children and Television: A Global Perspective* (Blackwell, 2007); *Children and Media at times of Conflict and War* (en collaboration avec Götz, Hampton Press, 2007); *Media and the Make-Believe Worlds of Children: When Harry Potter Meets Pokémon in Disneyland* (avec Götz, Aidman, et Moon; Lawrence Erlbaum, 2005); et *Media Education Around the Globe: Policies and Practices* (en collaboration avec Tufte et Lavender, Hampton Press, 2003). Elle participe également aux travaux d'un vaste éventail d'organisations universitaires, publiques et non gouvernementales qui s'inquiètent de la situation des droits des enfants et des femmes en Israël et dans le monde et travaille comme consultante pour l'UNICEF. http://mcma.siu.edu/profiles/dafna-lemish

PREMIÈRE PARTIE :

POURQUOI LES ENFANTS ?
POURQUOI LA COMMUNICATION ?



Les enfants sont des êtres humains à part entière

Les enfants et les jeunes occupent une période vraiment unique dans le cycle humain qui mérite toute notre attention et la meilleure partie de nos ressources et de nos investissements. Ils sont le « capital social » majeur de toute société préoccupée de changement pour des jours meilleurs et pour l'avenir de ses membres : leur éducation assure une chance d'améliorer les conditions économiques et sociales; leur intégration sociale réussie en vue de la résolution des conflits peut faciliter la gestion des affrontements sociaux; leur santé et une bonne nutrition peuvent encourager la longévité, la baisse les coûts sociaux et une meilleure qualité de vie; leur bien-être psychologique apporte la promesse d'une société dotée de davantage de résilience et riche sur un plan culturel. La plupart des parents espèrent que leurs enfants auront une qualité de vie meilleure que la leur et ils travaillent dur pour atteindre cet objectif. La Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant (CRE) de 1989, www.unicef.org/crc/, nous rappelle que les enfants sont des êtres humains à part entière qui méritent le meilleur de ce que la vie puisse offrir à chaque étape de leur développement.

La plupart des enfants sont capables de répondre à des matériels de communication positifs en vue de développer tout leur potentiel

Cependant, les enfants et les jeunes ne sont pas un groupe homogène. Au début du troisième millénaire, les enfants sont élevés au travers d'une grande variété de dispositifs sociaux, se trouvant confrontés à des difficultés très différentes au cours de leurs vies quotidiennes. Ils ont des rêves et des désirs différents pour leur avenir. Beaucoup d'enfants du monde d'aujourd'hui ne vivent pas dans un environnement où ils sont protégés par une famille aimante ou peuvent user de leur droit à aller à l'école. D'autres doivent faire face à des situations et des catastrophes inimaginables ainsi qu'à un quotidien extrêmement difficile. Ils ont subi des traumatismes, ont subi la discrimination, des souffrances, des atrocités et sévices divers et ont des responsabilités qui vont bien au-delà de celles de leur âge www.unicef.org/rightsite/sowc. Malgré cela, la plupart des enfants sont capables de répondre à des matériels de communication positifs en vue d'apprendre, de rire, de jouer, de grandir et de développer tout leur potentiel.

Les droits de l'enfant à la communication

Ce document se préoccupe spécifiquement du rôle que joue la communication dans l'amélioration de la vie des enfants du monde entier. Comment la communication peut-elle aider les enfants, particulièrement les plus défavorisés et les plus vulnérables, à survivre, à se développer et à s'épanouir ? Comment la communication avec les enfants peut-elle aider à combler les fossés entre les générations et les cultures et permettre de réaliser les objectifs de développement social ?

Les droits des enfants, ainsi qu'ils sont définis dans la CRE, comprennent différents droits à la communication : le droit d'être entendu et d'être pris au sérieux; le droit à la liberté d'expression et à l'information; le droit au respect de la vie privée; le droit de développer une identité culturelle et d'être fier de son héritage et de ses croyances. Et qu'ils vivent dans des sociétés pauvres et aux ressources insuffisantes ou dans des sociétés commercialisées à l'extrême et orientées vers la recherche du profit, filles et garçons ont besoin de se faire entendre et d'être pris au sérieux; la possibilité de faire part de leurs besoins et d'exprimer leurs opinions ainsi que leur accès à des informations importantes doivent être élargis. Les efforts de communication doivent respecter la vie privée et la dignité des enfants et encourager leur estime de soi et leur confiance. Là où des efforts sont faits pour donner une « voix » aux enfants, il doit s'agir plus que d'une vague tentative représentant le point de vue d'adultes : ils doivent aussi servir d'appui à l'intégralité de leur développement ou à leurs aptitudes à résoudre les problèmes.

Plutôt que de concevoir les enfants comme des petites personnes en train de devenir des adultes complètement développés, de nombreux spécialistes mondiaux du développement de l'enfant nous proposent de les percevoir plutôt comme des êtres humains à part entière : nous devons pleinement accepter les enfants, à chaque étape de leur développement, comme ayant des besoins et des aptitudes uniques ainsi qu'un point de vue personnel qui mérite d'être entendu avec respect et empathie.

Par exemple, il n'est pas suffisant d'avoir des enfants apparaissant dans des programmes de télévision ou de radio, dans des illustrations de livres, sur des affiches ou dans d'autres formes de médias pour rendre ces supports « adaptés aux enfants ». Les messages doivent être conçus sur mesure pour

un public spécifique d'enfants et se doivent d'inclure leurs besoins, perspectives et points de vue afin d'établir un rapport avec eux d'une façon qui soit efficace et utile. Les connaissances accumulées par des années passées à étudier les enfants et les médias montrent que les enfants sont des usagers actifs des médias : ils réagissent, pensent, ont des sentiments et créent leurs propres interprétations. Ils apportent à leurs contacts avec les médias une foule de prédispositions, capacités, désirs et expériences. Ils regardent la télévision ou bien écoutent des histoires dans des circonstances personnelles, sociales et culturelles qui influencent aussi ce qu'ils tirent de cette expérience. Nous ne devons jamais supposer que ce dont nous, en tant qu'adultes, avons besoin dans les médias, et ce que nous en tirons (comme les programmes de télévision, les articles de magazines, les histoires entendues, les jeux de cartes, les affiches) correspond aux besoins et désirs d'un enfant.

Les différents environnements médiatiques des enfants

Les enfants diffèrent également dans l'accès qu'ils ont aux différentes formes de médias comme les livres, les magazines, la radio, la télévision, les ordinateurs, Internet, les lecteurs de musique et les téléphones mobiles. Dans certaines régions touchées par des guerres et des catastrophes, les enfants risquent de n'avoir aucun accès à aucune forme de médias. Plus spécifiquement, les inégalités numériques qui caractérisent notre monde contemporain nous placent devant une grande variété de difficultés : alors que certains enfants vivent dans des environnements riches en médias, qui convergent vers une « culture de l'écran » qui domine leurs vies, d'autres restent toujours privés des formes les plus élémentaires de la technologie de la communication qui caractérise notre monde globalisé.

En outre, plusieurs programmes pilotes du monde entier font découvrir aux enfants les technologies de la communication comme Internet et les téléphones mobiles sur une base expérimentale. Cependant, les processus de mondialisation technologique et culturelle sont en train de s'accélérer et l'accès à différents médias est en train de devenir de plus en plus commun, même dans les endroits les plus isolés. Mais l'accès lui-même n'est pas suffisant pour changer les choses de façon positive pour les enfants. Il ne s'agit pas seulement de la capacité de pouvoir regarder la télévision ou de jouer à des jeux sur un ordinateur mais bien aussi de la qualité du contenu de la télévision et de l'ordinateur avec lequel ils sont en contact. Ce n'est pas l'accès aux téléphones mobiles ou à Internet qui donnera aux enfants des possibilités de croissance et de développement mais les utilisations qu'ils pourront faire de ces médias et la nature des relations qu'ils encouragent. Il ne s'agit pas seulement de concevoir un spectacle de marionnettes pour enfants mais de veiller à ce que le message soit approprié en termes de développement et de culture tout en servant de catalyseur à un changement qui soit positif.

De plus, alors que les technologies plus avancées sont souvent citées comme ayant l'avantage de toucher un nombre plus grand d'enfants, dans certains cas (par exemple les bidonvilles, les zones rurales isolées privées d'électricité ou lors des situations d'urgence), des technologies moins sophistiquées peuvent être plus efficaces pour atteindre des populations spécifiques. Il est nécessaire de développer des façons créatives de faire parvenir des contenus médiatiques dans des situations difficiles et de toucher des enfants qui, autrement, risquent de ne pas y avoir accès. Des méthodes simples peuvent aller des camions mobiles et des pousse-pousse distribuant des contenus vidéo et audio jusqu'à des appareils qui n'utilisent même pas d'électricité, comme le bioscope, un appareil qui projette des diapositives que l'on fait défiler avec une manivelle.

Les principaux enjeux sont : comment pouvons-nous toucher les enfants et enrichir leurs vies en utilisant les médias de façon avisée et responsable en vue d'assurer leur bien-être et un développement sain? Comment pouvons-nous utiliser les différents moyens de communication pour changer les choses, plus particulièrement pour les enfants vulnérables et défavorisés, de façon à renforcer leur résilience, les aider à survivre et à s'épanouir et les placer sur la trajectoire d'une vie meilleure?

SECONDE PARTIE :

CE QUE NOUS SAVONS DÉJÀ DES ENFANTS ET DES MÉDIAS

Le vaste corpus de documents universitaires sur le rôle des médias dans la vie des enfants porte à croire que les médias (comme les livres, les journaux, les magazines, la télévision, la radio, le cinéma, les ordinateurs, Internet, les téléphones mobiles) jouent aujourd'hui un rôle central comme vecteurs de socialisation, influençant les comportements, les mentalités et les conceptions du monde (1). Ils sont les principaux auteurs, conteurs et écrivains de notre époque, fonctionnant comme une vaste palette de source d'informations et de divertissements pour tous les âges et toutes les cultures de la planète. Les médias sont souvent traités, à la fois par les universitaires et le grand public, de façon ambivalente. D'un côté, nous les percevons souvent comme très positifs. On place de grands espoirs et de grandes espérances dans les médias pour enrichir la vie des enfants, changer les comportements néfastes, stimuler l'imagination et la créativité, élargir l'instruction et les connaissances, encourager l'intégration et la tolérance, réduire les écarts sociaux et stimuler le développement et la société civile. D'un autre côté existe aussi une grande inquiétude associée à la capacité des médias d'endormir les sens, d'inhiber l'imagination ou le libre jeu des facultés, de développer une indifférence au malheur des autres, d'encourager les comportements destructeurs, de perpétuer les stéréotypes, de conduire à une détérioration des valeurs morales, de détruire les cultures locales et de contribuer à l'aliénation sociale.

Les médias eux-mêmes ne sont pas intrinsèquement bons ou mauvais : ce sont des technologies qui peuvent être utilisées de diverses façons

Les médias peuvent avoir une influence aussi bien positive que négative

Effectivement, les connaissances que nous avons accumulées sur le rôle des médias dans la vie des enfants laissent penser qu'ils peuvent avoir des effets à la fois positifs et négatifs sur les enfants en fonction de leur contenu; du contexte dans lequel ils sont appréciés; de l'utilisation que nous en faisons; et des caractéristiques personnelles des enfants qui les utilisent. Les médias eux-mêmes ne sont pas intrinsèquement bons ou mauvais : ce sont des technologies qui peuvent être utilisées de diverses façons. Les différentes recherches menées dans le monde indiquent que les produits médiatiques de bonne qualité destinés aux enfants (programmes de télévision et de radio, livres, sites Internet, services d'informations de téléphones mobiles, campagnes de sensibilisation publiques, spectacles de marionnettes, séries télévisées, etc.) peuvent se montrer efficaces pour favoriser tout un ensemble d'objectifs de développement (2). Par exemple, il a été montré que la télévision éducative encourage la préparation à la vie scolaire chez les enfants d'âge préscolaire, favorise l'alphabétisation précoce et favorise grandement l'enseignement de certaines matières des programmes scolaires. Cette approche est fortement liée au domaine de la communication pour le développement qui applique de façon systématique des modes et des stratégies de communication pour encourager le développement et le changement social.

L'UNICEF a également tenté de faire des expériences avec la conception de matériels créatifs par le biais de programmes phares (dont le programme de communication *Meena* en Asie du Sud et le programme de communication *Sara* développé en Afrique pour encourager l'égalité des sexes; l'appui apporté à des coproductions d'adaptations locales de *Sesame Street* au Mexique et au Kosovo; et des séries tenant compte des spécificités culturelles comme *The Magic Journey,* un spectacle d'animation, au Kirghizistan). Ce qui s'est révélé d'une valeur particulière pour les enfants sont les stratégies comblant l'écart entre divertissement et éducation (ce qu'on appelle « ludo-éducation ») en combinant leurs avantages et leurs points forts. De cette façon, le charme et la popularité du divertissement sont utilisés pour favoriser un changement social destiné à promouvoir le bien-être au niveau personnel et social (3).

Évaluer l'efficacité de telles opérations est un exercice complexe car il dépend pour une large part des objectifs du projet et de la façon dont on définit l'efficacité. Par exemple, un projet peut servir à pousser les gens à envisager une question de façon différente ou à faire que ceux-ci soient davantage disposés à recevoir des informations sur cette question. Il peut servir de modèle ou tenter d'avoir une influence sur les normes en entretenant une perspective différente sur cette question. Ou bien il peut changer le cadre de la perspective à travers lequel cette question est perçue. (Voir Prasad, 2009, et Signhal et al. 2004)

Il existe aussi plusieurs initiatives de grande valeur qui encouragent à faire la lecture aux jeunes enfants spécifiquement pour favoriser un bon développement. Faire la lecture aux enfants à partir de livres qui décrivent ou encouragent des modes de vie sains renforce la communication entre eux et les familles ou les éducateurs, soutient leur confiance en eux et le processus d'apprentissage, améliore le développement du langage et la maturité scolaire et renforce la maîtrise de la lecture et de l'écriture chez les frères et sœurs aînés et les adultes (4). Pourtant, une réflexion plus poussée reste nécessaire, de même qu'une nouvelle façon de penser en vue de meilleures stratégies de communication destinées aux enfants qui permettront d'assurer leur bien-être.

Au moment où nous rencontrons un certain succès à travers de nouveaux modes de communication, il y a aussi de plus en plus de raisons de penser que les médias peuvent avoir une influence très négative sur les enfants et les jeunes. Par exemple, la violence fréquente à la télévision, dans les films et les

jeux vidéo et qui est très répandue dans les contenus médiatiques du monde entier, s'est révélée pouvoir affecter les enfants à différents niveaux : en terme de comportement (comportement de plus en plus agressif), mentalement (peur et anxiété accrues face au monde dans lequel ils vivent) et socialement (désensibilisation à la souffrance d'autrui et légitimation de la violence comme façon première de résoudre les conflits humains). Même la violence utilisée pour faire valoir une idée d'un point de vue éducatif ou moral ou bien pour présenter les conflits sociaux ou la négation des droits des enfants peut avoir un impact négatif sur les spectateurs. La violence dans les médias affecte les enfants de façon différente ainsi que leurs expériences de la vie. Mais, de manière cumulée, elle s'est trouvée associée à de nombreux processus antisociaux qui ne sont pas propices au bien-être des enfants ni à un développement sain (5).

Un second domaine faisant l'objet de nombreuses recherches et concernant les effets négatifs est lié aux influences à court et long terme des stéréotypes humains dans les contenus médiatiques. Des images stéréotypées de garçons (essentiellement violents et portés sur le sexe ou alors, responsables intelligents et réfléchis, capables de régler des différends et plus actifs que les filles sur un plan physique) et de filles (essentiellement « sexy » et préoccupées par leur apparence et des amourettes, douces et sensibles et cantonnées dans des rôles subalternes et passifs) influencent la façon dont les filles et les garçons développent leur identité sexuelle, leurs attentes vis-à-vis d'eux-mêmes et du sexe opposé, leur confiance en eux, leur image corporelle et leurs premières expériences sexuelles (6). L'absence de représentation équitable de la diversité des races, des ethnies, des classes, des religions, des handicaps, de la situation géographique, de l'âge, etc., a été liée à la promotion d'une vision du monde limitée et discriminatoire chez les enfants et les jeunes qui affecte la façon dont ils perçoivent les autres et eux-mêmes (7).

La question de l'intégration dans les productions médiatiques est centrale. Alors que les médias réfléchissent l'image de ce qui et quoi a une valeur dans leurs sociétés, les enfants et les adultes peuvent se demander : « Est-ce que je me vois moi-même régulièrement représenté ? Si ce n'est pas le cas, qu'est-ce que cela veut dire pour moi ? Si et quand je me vois, comment suis-je représentée, particulièrement si je suis une fille, défavorisée, handicapée, issue d'une minorité ou vivant dans des conditions de vulnérabilité extrême ? » De

nombreux enfants en situation difficile ne se voient quasiment jamais, représentés dans les médias. Si et quand cela leur arrive, ils sont souvent présentés comme des victimes impuissantes ayant besoin d'être secourues par le soi-disant « premier monde développé ».

Le potentiel des médias pour faire évoluer les choses

Ces exemples nous révèlent le potentiel, positif et négatif, qu'ont les médias pour favoriser un changement dans la vie des enfants, cela dans tous les domaines de leur développement : comportemental (imitation du partage ou imitation de l'agressivité), social (se faire des amis ou intimider leurs camarades de classe à l'école ou sur Internet); cognitif (se préparer à la vie scolaire ou réduire ses capacités de concentration) et même physique (apprendre ce qu'est une alimentation équilibrée ou développer de mauvaises habitudes alimentaires). Il est évident que l'influence des médias n'est pas simplement bonne ou mauvaise. Elle est complexe et liée à de nombreuses zones d'ombres elles-mêmes ouvertes à de multiples interprétations selon les différents systèmes de valeurs culturelles et les différentes perceptions du monde. Par exemple, correspondre avec des étrangers sur Internet est-il dangereux ou bien cela élargit-il les horizons ? L'éducation sexuelle pour les adolescents dans les médias peut-elle sauver des vies ou est-elle moralement inappropriée ? Regarder une série télévisée américaine, cela élargit-il les expériences culturelles ou cela affaiblit-il les autres identités culturelles ? Se préoccuper de sujets comme les traumatismes et la mort aide-t-il les enfants à faire face à des expériences difficiles ou cela les traumatise-t-il et les rend encore plus craintifs et méfiants à l'égard des adultes ? Produire des documents illustrant l'abrogation des « droits » des enfants, cela permet-il d'améliorer leurs vies ou bien cela présente-t-il les pires, plutôt que les meilleurs, aspects des familles, des communautés, et de leurs sociétés à ces mêmes groupes et au monde extérieur ?

Les réponses à ces questions et d'autres du même type ne sont pas tranchées mais nuancées. Elles s'appuient sur des valeurs personnelles et dépendent pour une large part de nombreuses variables personnelles et sociales et elles devraient être examinées en gardant à l'esprit ce qu'ont de spécifique l'enfant et les circonstances. Plus que jamais, il est aussi nécessaire de faire davantage de recherches sur les influences positives et négatives des médias dans la vie des enfants dans les sociétés à faibles ressources et dans les situations d'urgence afin de mieux comprendre ces processus et d'améliorer la vie des enfants du monde entier (8).

TROISIÈME PARTIE :

DÉVELOPPEMENT DE L'ENFANT ET BESOINS ET APTITUDES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION

On accorde aujourd'hui une plus grande importance au contexte dans lequel les enfants grandissent et se développent, à la fois dans le micro-environnement de leur foyer et dans les macro-environnements de la société et de la culture qui les entourent

Lorsqu'on débat de l'influence des médias sur les enfants, il est essentiel de garder à l'esprit leur âge et leur stade de développement. Les aptitudes cognitives, émotionnelles, physiques et sociales des enfants se développent alors qu'ils avancent dans la vie. Au fur et à mesure qu'ils grandissent et mûrissent, leurs besoins, leurs capacités, leurs intérêts et les défis auxquels ils sont confrontés évoluent (9). Le développement de l'enfant a une implication directe sur la façon dont il ou elle peut tirer profit des médias. Par exemple, plus les enfants gagnent en âge, plus leurs capacités de concentration croissent. Ainsi, alors que les tout petits ne peuvent être capables d'écouter une histoire que pendant quelques minutes, ceux d'âge préscolaire peuvent être plus attentifs et les plus âgés restent à l'écoute plus longtemps. De façon similaire, alors que les enfants plus jeunes sont capables de comprendre une langue très simple et des images concrètes, des enfants plus âgés peuvent assimiler des expressions linguistiques et visuelles plus complexes.

Différentes théories psychologiques sur le développement humain sont basées sur le concept de « stade ». L'élément important dans la théorie des stades est la conception des stades comme des périodes uniques de développement, chaque stade étant caractérisé par ses propres spécificités comportementales et cognitives. D'après les recherches effectuées sur le développement et la psychologie de l'enfant, tous les individus progressent selon les mêmes stades dans un ordre chronologique fixe bien que des facteurs génétiques et/ou environnementaux puissent accélérer ou ralentir le rythme de passage d'un stade à l'autre.

Les stades sont perçus comme étant à la fois hiérarchiques et intégrateurs. Cela signifie que les stades les plus avancés sont fondés sur ceux qui sont antérieurs et que les progrès se traduisent par une « réorganisation » des différentes aptitudes. En outre, ces stades sont aussi considérés comme universels : bien que les enfants grandissent dans des cultures et des environnements très différents et possèdent des cartes génétiques différentes, ils semblent généralement progresser selon les mêmes stades dans un ordre similaire.

Différentes théories des stades mettent en avant le développement cognitif, physique, émotionnel, social et moral de l'enfant. Les théories les plus récentes, fondées sur les dernières recherches sur le développement de l'enfant, montrent que les enfants ont des capacités et une compréhension meilleures qu'on le pensait. Les récentes recherches remettent en question le concept de stade et offrent des voies différentes pour expliquer les disparités en matière de développement. Plus spécifiquement, elles ne se préoccupent pas des lacunes de l'enfant par rapport aux autres enfants et adultes mais plutôt des diverses façons dont les enfants interagissent avec leur environnement et comment ces interactions varient avec le temps.

On accorde aujourd'hui une plus grande importance au contexte dans lequel les enfants grandissent et se développent, à la fois dans le micro-environnement de leur foyer et dans les macro-environnements de la société et de la culture qui les entourent. Ces approches reconsidèrent une partie des principes de base de la théorie des stades, ce qui indique que le développement de l'enfant peut être plus influencé qu'on ne le pensait par les situations environnementales et les différences culturelles (10). Par exemple, certaines théories soutiennent le fait que nous devrions accorder une attention aussi bien au développement des besoins spirituels de l'enfant qu'à d'autres domaines de la vie tels la justice sociale, dès les plus jeunes années. La survie, la croissance et le développement sont tous interdépendants : chacun dépend de l'autre et exige que la communication soit aussi intégrale et intégrée que possible.

Enfin, on a enregistré de très grands progrès dans le domaine de la neuroscience et dans les recherches sur le cerveau. Nous bénéficions d'informations nouvelles sur de nombreux éléments, sur la façon dont l'environnement affecte la structure du cerveau et le développement intégral d'un nouveau-né, ou encore sur la façon dont cette même structure du cerveau est susceptible d'affecter le comportement et la compréhension des messages chez les adolescents.

Les principaux groupes d'âges : petite enfance, moyenne enfance et premières années de l'adolescence

Nous nous intéresserons spécifiquement à trois groupes d'âges principaux tout en convenant que ces groupes d'âges ne sont pas fixes : la transition de l'un à l'autre est fluide et personnelle et il existe une grande variabilité parmi chacun d'eux. Nous examinerons la petite enfance, de la naissance à l'âge de 6 ans (6 ou 7 ans représente dans la plupart des sociétés le début de la scolarité normale); la moyenne enfance, de 7 à 11 ans (11 à 12 ans représente dans la plupart des sociétés l'âge moyen du début de la puberté et le commencement de l'adolescence); et les premières années de l'adolescence, de 12 à 14 ans. Bien que certains spécialistes du développement de l'enfant fassent figurer dans la petite enfance les enfants jusqu'à l'âge de 8 ans, l'utilisation par ce dossier pratique de la tranche d'âge qui va de la naissance à l'âge de 6 ans tient compte de la réalité de l'âge officiel d'entrée à l'école dans la plupart des pays développés; cela est aussi compatible avec la documentation dévolue aux enfants et aux médias et, surtout, cela est plus pratique en termes de recommandation pour la production de matériels de communication de qualité visant différents groupes d'âges d'enfants. Nous avons exclu de débattre des adolescents plus âgés, beaucoup d'entre eux ayant déjà des responsabilités et des styles de vie similaires à ceux des adultes. Réaliser des productions médiatiques qui s'adressent à leurs différents besoins mérite une investigation minutieuse et des débats à part qui vont bien au-delà des propos de ce document.

Enfin, nous devons nous souvenir que « la nature» et « la culture » sont étroitement liées : ces facteurs influent sur l'environnement dans lequel les enfants grandissent, sur le degré de soins et d'affection reçus au plus jeune âge, sur leur indépendance, sur les possibilités de découverte et sur divers autres moyens d'acquérir des connaissances sur eux-mêmes et le monde qui les entoure ainsi que, plus tard, sur leurs éventuelles façons d'agir.

Examinons ces trois groupes d'âges en résumant les caractéristiques uniques de chacun d'eux, les besoins en matière de communication qui en découlent et les implications qu'elles peuvent avoir pour l'utilisation des médias dans un but de développement sain et de bien-être.

La petite enfance (de la naissance à l'âge de 6 ans)

Bien que l'UNICEF et ses partenaires possèdent de nombreuses années d'expérience dans le développement de la communication destinée aux enfants en âge d'être scolarisés et aux adolescents, la communication en direction de ce groupe, le plus jeune, a, en grande partie, été ciblée sur ceux qui en ont la charge (comme les membres de la famille, les éducateurs spécialisés dans la petite enfance, les professionnels de la santé). Pourtant, des livres qui tiennent compte du niveau de développement, des chansons et des différents médias simples et créatifs conçus pour eux peuvent tout aussi bien favoriser un développement holistique que servir de modèle pour les adultes afin que ceux-ci puissent se comporter en parents attentionnés. Il existe de nombreux points de vue concernant les médias électroniques auxquels les jeunes enfants (particulièrement ceux qui ont moins de deux ans) peuvent être exposés, certains doutant même de leur intérêt. Ce que personne ne remet en cause, en revanche, c'est l'immense potentiel positif de l'interaction provenant d'adultes et de frères et sœurs attentionnés grâce à la parole et à l'utilisation appropriée de livres, de chansons et d'histoires racontées qui répondent aux besoins spécifiques des jeunes enfants.

Ces premières années sont l'une des périodes les plus cruciales pour le développement humain et ce que nous investissons en elles pose les fondements de toute acquisition à venir. Il existe assez de données pour soutenir le potentiel prometteur de médias de qualité adaptés à l'âge des enfants pendant la période préscolaire pour leur permettre de préparer leur entrée à l'école tout en appuyant leur développement social, émotionnel, cognitif et physique.

Principales caractéristiques de développement

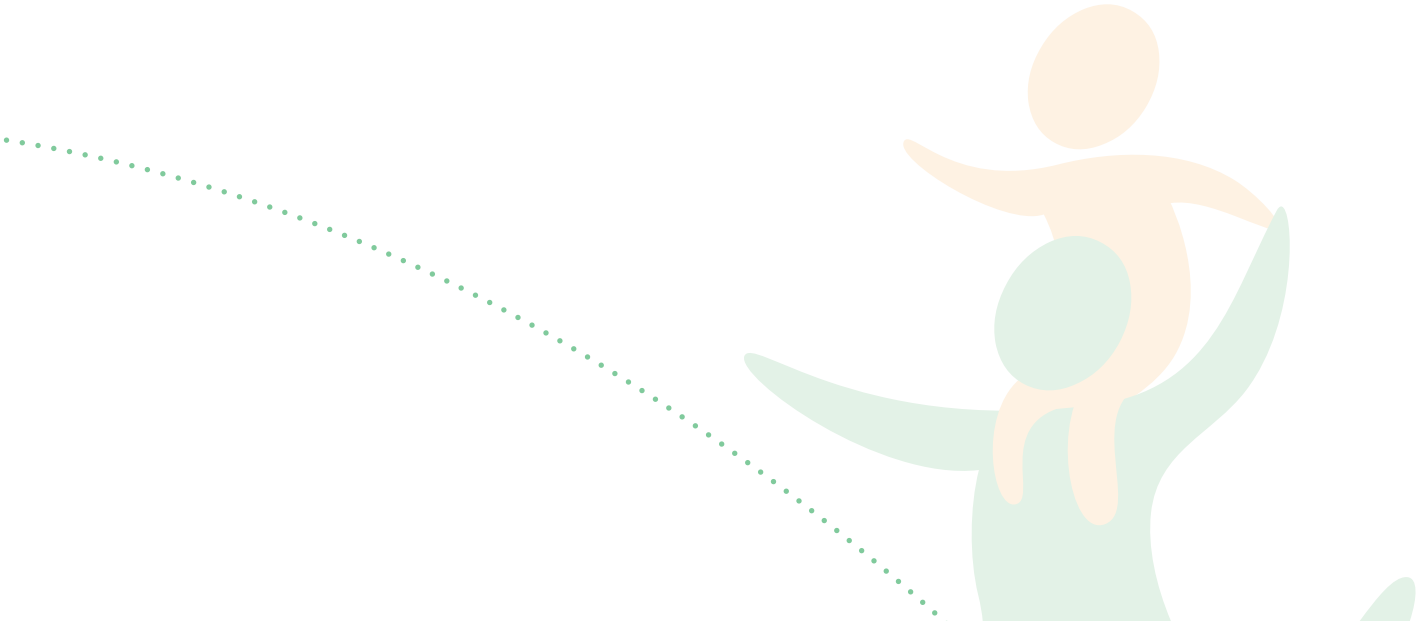
(de la naissance à l'âge de 6 ans)

Cognitif	Comportemental/ Physique	Social/Émotionnel	Besoins en termes de communication
• Expérience précoce des choses qui entourent l'enfant : formes, couleurs, personnes, animaux, sons, rythmes, lieux • Développement du langage • Développement de la conscience et de la sensibilité aux différences de sexe, race, aux handicaps et début de la formation des comportements sociaux • Difficulté à distinguer le rêve de la réalité et difficulté à comprendre la causalité (qu'une chose/action mène à une autre) • Concentration sur les aspects concrets de la réalité (ce que je peux voir, entendre et toucher) • Difficulté à comprendre les codes et les conventions de la télévision (comme gros-plan, rediffusion, flashback, bulles) • Prise de conscience croissante de l'appartenance sexuelle et des autres « différences »	• Apprentissage par l'action et par le jeu • Apprentissage par la répétition et la routine • Développement des facultés motrices – de ramper à marcher, courir, explorer l'environ et risque d'accident • Développement de la dextérité manuelle qui facilite l'indépendance et l'apprentissage (p. ex. découper, colorier, attacher, laver) • Acquisition de l'expression et du contrôle des émotions	• Emotions nouvelles, suscitant fréquemment la peur • Évolution à partir de la dépendance totale des autres vers la séparation et l'autonomie • Prise de conscience accrue de leurs propres émotions et de celles des autres • Compréhension accrue du fait que les pensées et sentiments d'autrui peuvent être différents • Jeux avec les autres, acquisition de la façon de résoudre des situations conflictuelles très simples et de coopérer • Manifestation de signes d'empathie, de comportements pro-sociaux et d'assistance	• Savoir qu'ils sont aimés et en sécurité • Développer des sentiments positifs envers eux-mêmes et les autres • Savoir que la palette d'émotions et de frayeurs qu'ils possèdent est normale • Se sentir satisfait d'apprendre des choses nouvelles et de faire de nouvelles expériences • Développer une résilience en apprenant à « rebondir » et à trouver de l'aide

Principales caractéristiques de développement
(de la naissance à l'âge de 6 ans)

Conséquences pour la communication

- Utiliser des tons de voix attentionnés et un langage simple
- Donner en exemple l'esprit d'investigation et le désir d'apprendre
- Donner en exemple l'investigation sans risque, la curiosité et la confiance dans de nouvelles aptitudes
- S'adapter aux facultés croissantes d'attention de l'enfant
- Être ludique et présenter le processus d'acquisition à travers le jeu
- Utiliser beaucoup de répétitions, de rythmes et de chansons
- Garder un rythme varié mais pas trop rapide
- Utiliser des expériences de la vie quotidienne; histoires d'autres enfants, de familles, d'animaux et des activités typiques et routinières de la vie quotidienne
- Utiliser « on joue à » et recourir à des jeux faisant place à l'improvisation et qui soient imaginatifs
- Présenter les bonnes habitudes quotidiennes d'hygiène et insister sur leur importance
- Présenter des enfants similaires et différents d'eux, avec qui ils joueront et travailleront ensemble sur un pied d'égalité
- Présenter des adultes attentionnés et affectueux et des relations solides
- Encourager des activités comme le chant, les applaudissements, la danse, la gestuelle
- Faire participer à des jeux de « questions-réponses » et encourager le dialogue
- Introduire un langage et des attitudes progressistes et non stéréotypés en matière d'appartenance sexuelle provenant à la fois d'enfants et d'adultes
- Introduire des exemples simples d'enfants exprimant, avec l'aide d'adultes attentionnés, une vaste palette d'émotions, maîtrisant leurs peurs et faisant face de manière positive à des questions complexes
- Inclure des exemples d'enfants déterminés et ayant confiance en eux qui soient équitables et qui parlent pour eux-mêmes et les autres
- Présenter des enfants faisant des choix simples et exprimant des idées créatives



La moyenne enfance (de 7 à 10 ans)

Durant la période intermédiaire de l'enfance, les enfants se muent progressivement en êtres humains plus indépendants et distincts l'un de l'autre, capables d'explorer le monde qui les entoure. Ils utilisent un langage plus élaboré; absorbent une quantité énorme d'informations nouvelles; et acquièrent tout un ensemble d'aptitudes nouvelles dont l'écriture et la lecture, l'éducation provenant de la scolarité et une connaissance du monde et des personnes qui l'habitent. Ils se débarrassent peu à peu d'une conception égocentrique de la vie dont ils sont le centre et apprennent à se mettre à la place des autres. Ils font preuve de curiosité et développent des aptitudes sociales et des amitiés tout en devenant plus réceptifs à un ensemble de pratiques discriminatoires comme l'usage de stéréotypes sur le sexe et les races, l'intimidation et la victimisation. Ils peuvent également être victimes de ces pratiques. Ils cherchent à découvrir leur environnement de façon plus indépendante et continuent à être sujets aux accidents. Ils sont capables de prendre davantage de responsabilités pour les actes qu'ils commettent, apprennent progressivement à retarder la satisfaction de leurs désirs et apprennent à accomplir des tâches qui développent la confiance en soi et l'indépendance.

Ce que les enfants des établissements scolaires intermédiaires voient et entendent chez eux, dans leur école, leur communauté et les médias influence leur comportement, leur mentalité et leur vision du monde. Vers la fin de cette période, certains enfants, les filles en particulier, entrent déjà dans l'adolescence et sont confrontés à de spectaculaires transformations physiques et émotionnelles.

Principales caractéristiques de développement

Moyenne enfance (de 7 à 10 ans)

Cognitif	Comportemental/ Physique	Social/Émotionnel	Besoins en termes de communication
• Meilleure distinction entre le rêve et la réalité • Compréhension de la motivation interne des individus • Compréhension de la causalité (qu'une « chose mène à une autre ») • Utilisation d'un langage plus élaboré • Développement d'aptitudes à la résolution des problèmes et de la pensée critique • Développement de la capacité à comprendre les codes et les conventions de la télévision et des divers médias (utilisation de prises de vues et montage, repères sonores et musicaux, etc.)	• Deviennent progressivement plus indépendants dans les tâches quotidiennes comme l'hygiène personnelle, l'alimentation, l'entretien des biens personnels • Apprennent à respecter les règles du jeu et les interactions • S'intéressent davantage à participer à des pièces de théâtre et à pratiquer des sports • Sont davantage préoccupés par l'image corporelle et l'apparence • Prennent plus de responsabilité envers leurs propres actions	• Les amis prennent progressivement un rôle plus important dans leurs vies • Continuent d'avoir besoins d'adultes qui les soutiennent et de modèles de comportement positifs • Préfèrent visiblement des amis du même sexe qu'eux • Apprennent ce qui est bien et mal et font des choix moraux • Développent des comportements discriminatoires et favorisant les stéréotypes	• Développer et entretenir des sentiments positifs à l'égard d'eux-mêmes, des autres et du monde extérieur • Explorer et tester leurs propres idées, aptitudes et talents • Être guidés en utilisant leur potentiel de façon positive • Faire que leurs sentiments et leurs préoccupations soient compris et respectés

Conséquences pour la communication

- Présenter des histoires plus longues et plus spectaculaires
- Présenter des récits et des personnages axés sur les enfants
- Présenter l'apprentissage scolaire et les résultats scolaires comme la possibilité de pouvoir développer des aptitudes et des talents nouveaux et intéressants
- Utiliser des stratégies comme l'humour visuel et auditif ainsi que des problèmes d'ordre cognitif (p. ex. casse-tête, rébus, casse-langues, etc.)
- Inclure la résolution de problèmes et la pensée critique de façon interactive
- Donner en exemple des comportements pro-sociaux comme la gentillesse, la solution de conflits et l'intérêt porté à autrui
- Présenter des exemples de comportement solides, positifs et aux normes morales élevées empruntés chez des adultes et des enfants.
- Introduire des sujets sensibles montrant d'autres enfants s'occupant de justice sociale ou de problèmes complexes comme la mort, la colère, les sévices, les handicaps, etc. d'une façon créative et positive
- Montrer des enfants qui font bouger les choses dans leur propre vie et celle des autres, même dans des circonstances difficiles (héros et héroïnes réalistes)
- Présenter des histoires qui parlent d'amitié, de loyauté et de ce qui est juste de faire

Les premières années de l'adolescence (11 ans à14 ans)

Nombreux sont ceux qui estiment que l'adolescence est une période tumultueuse et éprouvante au cours de laquelle les jeunes gèrent simultanément des transformations physiques, sociales, émotionnelles et cognitives. C'est une période de transition vers l'âge adulte et les adolescents peuvent connaître de fréquentes sautes d'humeur ainsi que des excès d'agressivité et des débordements émotionnels. Ils sont souvent divisés entre une attitude sensée et des comportements irrationnels favorisant la prise de risques, entre le comportement responsable de l'âge adulte et les gamineries.

Les recherches actuelles menées sur le développement du cerveau au cours de cette période de la vie permettent de conclure que l'adolescence se caractérise par la recherche de sensations et une prise de risques plus élevée. De plus, il existe un décalage avec les modes de réflexion complexes alors que les adolescents, dont les fonctions de coordination doivent encore se développer, ont des difficultés à faire preuve de capacités rationnelles pour prévoir l'avenir, définir des priorités, prendre des décisions et mesurer les conséquences de leurs actes. Les transformations hormonales et physiques liées à la puberté ainsi que l'attraction et l'intérêt croissant pour l'activité sexuelle et les relations intimes aboutissent à la création de couples et au commencement d'expériences sexuelles, tout au moins dans les sociétés qui l'autorisent.

Les adolescents tendent à compter davantage sur leurs amis que sur leur famille, en fonction de leur culture : cela peut les aider à définir leur identité et à trouver un moyen d'expression dans différents comportements de distanciation (mode particulière, goûts musicaux, adhésion à des groupes et des mouvements sociaux, développement de liens sociaux sur Internet, production de leurs propres créations visuelles et de textes). La recherche d'une identité favorise également la volonté d'exploration et l'expression d'idées et de sentiments concernant tout un éventail de problèmes. Par conséquent, la pression exercée par les autres adolescents joue un rôle central dans la prise de décision et les formes de comportement, y compris ceux qui sont antisociaux, négatifs et placent les adolescents en situation de risque (agression, consommation d'alcool et de drogue, relations sexuelles non protégées et autres).

Quand, dans les sociétés occidentales, l'espoir d'autonomie, d'individualisme et d'autosuffisance se trouve encouragé, de telles transformations peuvent devenir une source de conflit entre les adolescents et leurs familles; cependant, dans les sociétés plus traditionnelles, dans lesquelles une vision plus collective de la société et le conformisme des adolescents sont la norme, cela a moins de chance de devenir une source de tension. Dans certaines parties du monde, les adolescents ont très peu de temps libre car ils doivent contribuer à subvenir aux besoins de leur famille alors qu'ailleurs ils disposent de plus de temps pour tisser des liens sociaux et passer du temps avec leurs amis.

Nous pouvons donc voir que la nature de l'adolescence est en grande partie une construction culturelle très élaborée et que le passage à l'âge adulte revêt différentes formes selon les sociétés. Les différences culturelles jouent un rôle très important dans le développement de ce qu'on entend par être un enfant et un adolescent, cela à différents stades de développement, et cela implique que notre communication soit adaptée aux spécificités culturelles. Cependant, ce qui est visiblement partagé par toutes les cultures est le fait que les adolescents, alors même qu'ils grandissent, continuent d'avoir besoin d'affection et d'empathie de la part d'adultes à même d'offrir des conseils, de servir d'exemples de comportement positif, de fixer clairement les limites à ne pas dépasser et les attentes et de les guider pour leur permettre de faire les meilleurs choix possibles.

Principales caractéristiques de développement

Premières années de l'adolescence (11 ans à 14 ans)

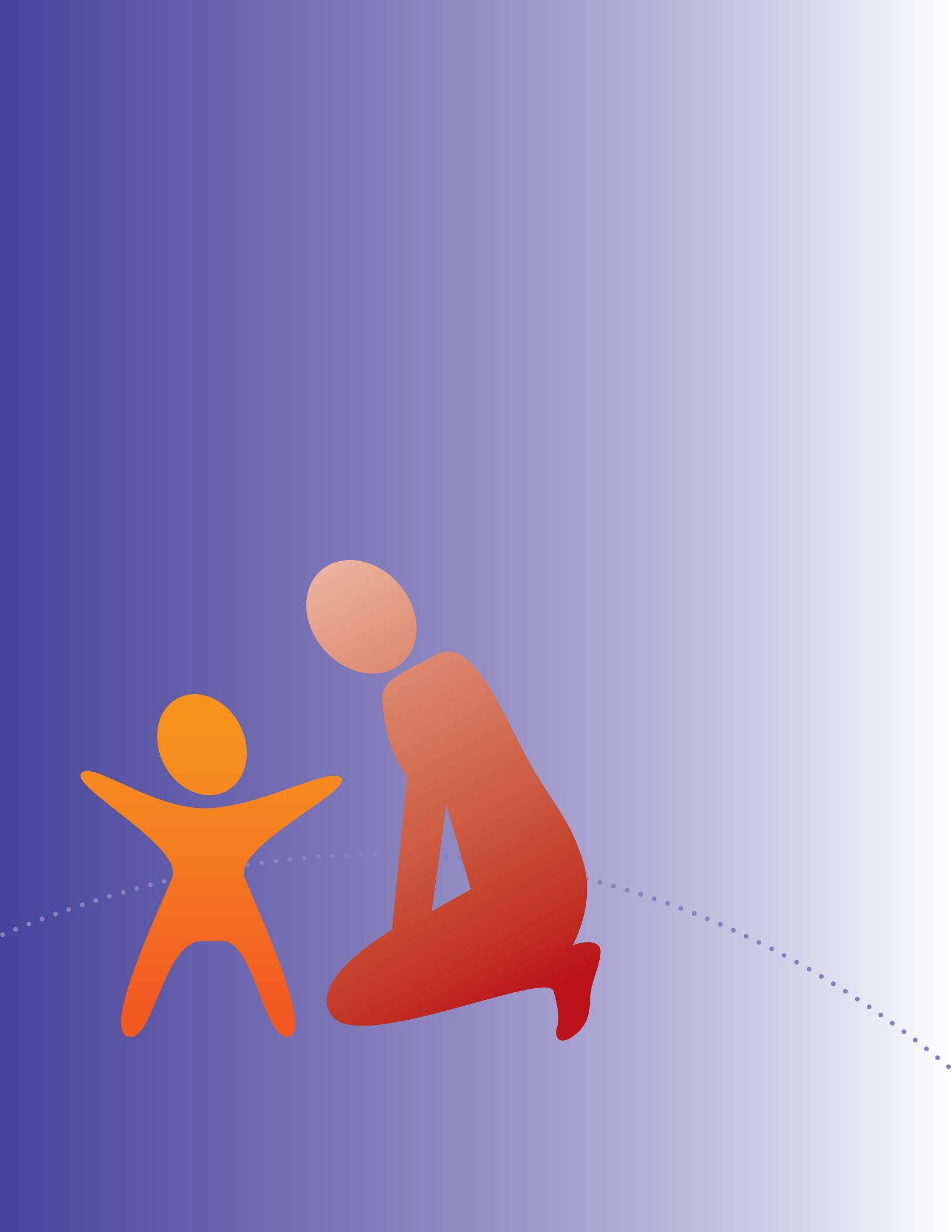
Cognitif	Comportemental/ Physique	Social/Émotionnel	Besoins en termes de communication
• Capacité de pensée abstraite et logique similaire à celle des adultes • Intérêt nouveau pour la recherche d'alternatives liées à des projets d'avenir • Les niveaux d'alphabétisation peuvent ne pas correspondre à l'âge chronologique	• Accroissement de l'indépendance et détachement par rapport à l'autorité des adultes (en fonction de la culture) • Intéressés par la conquête d'obstacles physiques • Expérimentation de nouveaux comportements, y compris ceux présentant des risques • Expérimentation de comportements liés à l'identité personnelle concernant le sexe, la race, la religion, la classe sociale, etc.	• Souvent influencés par la culture des pairs • Animés par des convictions et principes très solides face aux dilemmes moraux. Démonstration de comportements agressifs vis-à-vis de l'autorité • Développement de relations amoureuses et sexuelles (en fonction de la culture)	• Être informé et guidé vers la vie adulte, y compris en ce qui concerne les comportements à risques et les comportements sexuels responsables • Disposer de solides modèles de comportement dotés de normes de moralité élevées • Avoir la reconnaissance et le respect de leurs opinions et idées • Avoir le droit de tirer des leçons des erreurs et corriger les comportements autodestructeurs

Conséquences pour la communication

- Introduire des comportements positifs chez des groupes de jeunes et présenter d'autres adolescents affichant résilience et esprit positif
- Introduire des points de vue, des opinions et des perspectives divergents
- Tout en présentant une indépendance croissante, continuer à montrer des relations parent-enfant/ et des relations adulte attentionné-enfant qui soient positives
- Introduire des personnages ayant une bonne estime d'eux-mêmes, spécialement en ce qui concerne les filles, les enfants issus de groupes défavorisés, de minorités ethniques ainsi que les enfants handicapés
- Présenter des rôles d'adolescents et d'adultes soucieux de l'égalité des sexes. Parler des problèmes et des préoccupations propres à leur groupe d'âge (consommation de drogue, rapports sexuels non protégés, violence, relations amoureuses, intimidation et discrimination, amitiés)
- Parler de façon respectueuse et non didactique : pas de condescendance
- Utiliser comme alternative des matériels intéressants qui ne nécessitent pas un niveau d'alphabétisation élevé
- Présenter des histoires complexes qui contiennent des idées créatives, des difficultés et des solutions
- Utiliser une forte dose d'humour et de créativité

QUATRIÈME PARTIE :

PRINCIPES ET RECOMMANDATIONS CONCERNANT LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS



Comme vous le constaterez à partir de ce qui a été dit dans la partie précédente, la communication pour les enfants doit prendre en compte des capacités et des besoins différents à des âges différents et doit par conséquent s'axer sur les enfants et s'adapter à leur âge. Une communication de qualité peut appuyer des programmes de développement existants ainsi que les actions prioritaires destinées à répondre à certains besoins ou aptitudes. Celles-ci peuvent être aussi diverses que : la nécessité d'aider les enfants à apprendre quand et comment se laver correctement les mains; l'importance pour chacun d'être traité avec respect; comment prévenir l'exploitation et les sévices; être prêt pour l'école; rester en bonne santé tout en vivant avec le VIH/SIDA; ou encore être préparé à une catastrophe.

Une communication de qualité peut appuyer des programmes de développement existants ainsi que les actions prioritaires destinées à répondre à certains besoins ou aptitudes

Mais existe-t-il un moyen de mieux présenter ces questions lorsqu'on communique avec les enfants ? Que savons-nous de ce qui fonctionne et ne fonctionne pas ? Par exemple, on débat de l'efficacité de l'utilisation de la « peur » dans la communication avec les enfants et les adultes. Les recherches laissent penser que les messages jouant sur la peur peuvent être inefficaces et sont capables de créer un « effet boomerang » stimulant un comportement négatif en cas d'utilisation excessive ou si ces messages n'offrent pas de solutions acceptables face à la situation qui suscite la peur (11).

Quels sont les bons exemples de produits de communication efficaces ? Pourquoi ont-ils fonctionné ? Ont-ils représenté des conditions de vie véritables et communiqué un sentiment d'authenticité culturelle, reflétant avec précision le point de vue personnel de ceux qui sont représentés ? Quels sont les quelques principes et recommandations que nous pouvons utiliser pour être sûrs que ces produits soient aussi efficaces que possible, particulièrement auprès des enfants les plus défavorisés ? Ce qui suit sont des principes, des recommandations et des exemples intégrés de ce qu'il convient de faire pour créer des matériels de communication qui fonctionnent efficacement auprès des enfants; ils sont fondés sur un examen exhaustif de centaines de projets et produits conçus durant ces dernières années par l'UNICEF, diverses organisations et producteurs du monde entier.

Les productions à petit budget ayant des objectifs de développement modestes mais clairs ont été choisies pour montrer que de telles initiatives sont possibles même quand les moyens sont limités. Ont été retenus des matériels de communication qui répondent spécifiquement aux besoins du public d'enfants visé aussi bien pour les messages explicites que pour les messages implicites. Ce document met l'accent sur les besoins émotionnels et sociaux d'enfants vulnérables : les enfants qui ne se sentent pas aimés, qui ne se sentent pas sûrs d'eux-mêmes et n'ont pas confiance en eux ou ceux qui

n'ont pas de bonnes facultés d'adaptation auront de plus grandes difficultés à survivre et à s'épanouir sur le plan cognitif et physique. Les enfants qui se voient représentés avec dignité et qui sont encouragés et poussés à la réflexion critique seront mieux préparés à faire les bons choix et participer activement à la société. Nous pensons que tout ce à quoi un enfant est exposé a le potentiel de favoriser son apprentissage et son développement.

Suite aux principes d'une communication pour les enfants fondés sur des valeurs, on trouvera des recommandations qui s'entrecroisent avec leurs principes correspondants et les appuient. Ces recommandations ont pour but de soutenir, motiver, enthousiasmer, éduquer et guérir.

Nous avons aussi inclus quelques idées sur la façon dont ces recommandations peuvent faire l'objet d'une utilisation pratique à travers de nombreux secteurs prioritaires et tous types de programmes. Chaque recommandation est appuyée par un exemple positif qui est à la fois pratique et applicable à de nombreux contextes culturels différents et intègre la diversité propre à la situation géographique, à l'âge, au sexe et aux médias.

Un « aide-mémoire » des erreurs les plus fréquentes faites dans la conception de matériels de communication pour les enfants figure dans la cinquième partie afin de servir de rappel pour tout ce qui a été appris et présenté. Des exemples positifs appuyant les principes et les recommandations figurent dans la sixième partie.

PRINCIPE 1 — LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS DOIT ÊTRE ADAPTÉE À LEUR BESOINS ET À LEUR ÂGE

Les enfants ont besoin d'une communication claire qui soit axée sur eux (et non pas sur les adultes). Comme on l'a déjà vu, les enfants à différents stades de leur vie ont des besoins et des intérêts très différents et apprennent de manière différente à partir de médias/matériels différents. Cela veut dire que les enfants ont besoin d'être mis au contact d'une grande diversité de genres et de contenus. Il est essentiel de garder à l'esprit que le fait de simplement ajouter des personnages représentant des enfants ou d'utiliser un format adapté aux enfants, comme des dessins animés ou des bandes dessinées, ne produit pas automatiquement quelque chose qui «convient aux enfants ».

Même les pays privés d'un bon accès à des moyens de communication peuvent aujourd'hui produire localement un vaste éventail de messages destinés aux enfants et répondre à l'esprit et à la lettre de Convention relative aux droits de l'enfant www.unicef.org/crc/ en veillant à produire quelque chose qui convienne à chaque groupe d'âges.

Recommandations pour le principe n°1

1a – Utiliser un langage, des personnages, des récits, de la musique et un humour qui conviennent aux enfants

Les raisons : les enfants apprennent mieux quand le message est spécifiquement adapté à leur âge de développement, à leurs besoins et à leurs intérêts. Une communication de bonne qualité, efficace commence avec la compréhension des bases du développement de l'enfant et de meilleure façon de favoriser ce développement et cet apprentissage. Chaque groupe d'âges a

De la théorie à la pratique

1a - Utiliser un langage, des personnages, des récits, de la musique et un humour qui conviennent aux enfants

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- Pour les enfants de 0 de 6 ans, utilisation d'un langage simple accompagné de mots sensoriels, de répétitions, de rythmes et de chansons ainsi que des personnages qui peuvent être des êtres humains ou des animaux
- Pour les enfants de 0 à 6 ans, utilisation de comptines, de devinettes, de casse-langue et de plaisanteries simples pour rendre le contenu aussi attractif que possible
- Pour les enfants de 7 à 10 ans, utilisation d'histoires d'amitiés, de nouvelles aptitudes et talents, d'évènements quotidiens qui offrent une possibilité de développement et l'occasion de tester ses valeurs personnelles et ses aptitudes à la pensée critique
- Pour les adolescents de 11 à 14 ans, utilisation de modèles de comportement positifs aux normes morales élevées, de récits sur la façon d'équilibrer les influences de la famille, des amis et des médias, de modèles non pédagogiques et de conseils pour permettre de canaliser le besoin d'expérimentation et d'indépendance vers des choix de vie positifs
- Pour tous les groupes, production de messages qui appellent les enfants à voir, imaginer, entendre et créer des choses auxquelles ils n'auraient pas pensé avant

aussi des points forts et des intérêts particuliers qui se traduisent par les choix les plus pertinents dans la sélection des scénarios, des personnages et de la spécificité du contenu. Le degré de difficulté conceptuelle est fondamental, et les enfants des catégories d'âge plus élevé comprennent et exigent des contenus, des contextes et des formes plus complexes.

Exemple positif : utiliser un langage, des personnages, des récits, de la musique et un humour qui conviennent aux enfants

"Sisimpur" (Bangladesh)

Il s'agit d'une coproduction de la série télévisée *Sesame Street* destinée aux jeunes enfants. Elle met en avant des situations optimistes, convenant à l'âge des enfants et apporte des solutions aux problèmes quotidiens. La série évite de stéréotyper les sexes et les handicaps; les personnes qui s'occupent des enfants et les adultes sont attentionnés et les enfants et les jeunes sont très impliqués dans les questions qui sont importantes pour eux. La série comprend des séquences faisant appel à des personnes réelles écrites, filmées et produites par des jeunes enfants du Bangladesh (12).

« Making a telephone with mud » (« Faire un téléphone avec de la boue »)« Making a mask with paper » (« Faire un masque avec du papier ») et « Rafi and his drawing » (« Rafi et son dessin ») (13)

1b - Encourager l'interaction et la donner en exemple

Les raisons : la communication interactive s'établit quand les enfants sont incités à être plus attentifs et à s'impliquer dans l'histoire ou dans un autre support. La communication interactive, comme l'éducation interactive, est mieux adaptée aux enfants, offrant aux enfants et aux adolescents la possibilité de s'impliquer sur les plans cognitif, physique et émotionnel, particulièrement par rapport aux formes didactiques de communication. Bien que les matériels pour la communication s'appuyant sur la technologie comme les blogs ou les SMS soient conçus pour être spécifiquement interactifs, l'interaction peut également être ajoutée aux médias traditionnels comme les livres, les pièces, les spectacles de marionnettes, les chansons, la radio et la télévision. Plus nous invitons nos publics à s'exprimer, à utiliser les mouvements corporels, à réfléchir de façon critique et à leur permettre de réagir, plus nous nous rapprochons de la vraie communication interactive.

Exemple positif : encourager l'interaction et la donner en exemple

Raffi Cavoukian est connu de millions de personnes sous le simple nom de Raffi, un chanteur, compositeur et interprète interactif pour enfants originaire du Canada. Raffi est un précurseur dans le domaine de la musique pour les enfants et leurs familles, leur offrant une musique de qualité fondée sur le respect des enfants, considérés comme des personnes à part entière. Son œuvre développe la confiance en soi en faisant participer le public de manière verbale ou physique, en encourageant les enfants à chanter de populaires « chansons accompagnées de gestes » afin d'acquérir de bonnes habitudes, d'acquérir des aptitudes cognitives particulières, d'apprendre à apprécier la diversité et d'apprendre à gérer les émotions difficiles. Les années qu'a passées Raffi à travailler avec les enfants et les éducateurs se sont transformées en une philosophie - « honorer les enfants » - que chacun peut appliquer pour contribuer à **créer** un monde réparateur et ami des enfants. childhonouring.org

De la théorie à la pratique

1b – Encourager l'interaction et la donner en exemple

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- Avoir un invité ou un personnage discutant de sujets directement avec les spectateurs/auditeurs, posant des questions aux enfants et leur donnant suffisamment de temps pour répondre
- Favoriser le chant, l'exercice, les mouvements corporels, la danse et les imitations
- Mettre les questions sous forme de texte et inclure des activités interactives (écriture, dessin, envoi de photos, etc.) à la fin des matériels de communication pour les enfants
- Inclure des commentaires spontanés du public qui suscitent de nombreuses réponses, et non pas une seule
- Pratiquer le principe « chacun enseigne à chacun » où les enfants sont encouragés à « aller apprendre à quelqu'un ce que vous avez si bien appris »

1c - Utiliser judicieusement et de façon avisée les effets spéciaux

Les raisons : l'apprentissage et le divertissement proviennent d'une histoire bien faite et de personnages positifs. Des effets spéciaux ont été conçus pour rendre unique quelque chose qui était ordinaire. Par exemple, un gros plan ou un zoom est utilisé pour pousser les spectateurs à fixer leur attention sur quelque chose d'important tandis qu'un angle de caméra particulier peut nous faire voir quelque chose sous une perspective différente. Dans la culture de la télévision commerciale d'aujourd'hui, la rapidité, les changements continuels de cadres, la pixellisation et les douzaines d'effets visuels et sonores sont devenus la norme et peuvent souvent détourner le public d'un message important. Si la communication sous format vidéo, audio ou papier est désordonnée ou agitée, ces effets spéciaux peuvent distraire, plutôt que d'attirer, l'attention entraînant ainsi pour la production la perte de sa valeur potentielle. Tout en essayant d'attirer toujours une nouvelle génération de consommateurs sophistiqués de produits médiatiques, il est important de ne pas oublier une forme équilibrée : celle qui s'adapte au processus d'apprentissage chez les enfants et l'appuie, cela sans alourdir leur capacités d'apprentissage.

Exemple positif : utiliser judicieusement et de façon avisée les effets spéciaux

Triggerfish animation est une série de spots télévisés produits dans le cadre de *Takalani Sesame,* la coproduction sud-africaine de *Sesame Street*. Les personnages animés ont la couleur de peau et les cheveux des habitants de l'Afrique noire et s'amusent, sur des airs de musique locale, avec des jouets en fil de fer et des objets bon marché. Les spots sont simples, clairs et d'un rythme qui convient à de jeunes enfants. Ils encouragent la créativité et la coopération mutuelle. Leur style local les différencie de la plupart des séries importées et en fait un exemple de communication culturellement pertinente. "Entering Social Groups" and "Red's Hairstyles" (13)

De la théorie à la pratique

1c - Utiliser judicieusement et de façon avisée les effets spéciaux

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- N'utiliser les effets spéciaux visuels ou sonores (gros-plans, zooms, angles de caméras différents, diffusion de sons, etc.) que pour faire connaître ou mettre en avant une information importante ou un aspect important de l'information
- Tester à l'avance toute communication pour veiller à ce que le message y occupe une place centrale et soit clair
- Essayer des modes de communication au rythme lent et réfléchi, particulièrement pour les jeunes enfants, ceux qui viennent seulement d'apprendre à lire et à écrire et ceux qui vivent dans des conditions difficiles

PRINCIPE 2

LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS DOIT S'ADRESSER À L'ENFANT DANS SON INTÉGRALITÉ

Les recherches dans les domaines, entre autres, de la santé, de la nutrition, de la psychologie, du développement de l'enfant et de l'anthropologie, confirment que tous les aspects du développement de l'enfant sont interconnectés. Tous les aspects du développement, physique, social, émotionnel et cognitif, sont intimement liés. Un enfant peut être brillant mais peut être victime de négligence et de sévices. Un enfant peut ne manquer de rien sur un plan matériel et pourtant avoir besoin d'amour. Un enfant peut être aimé mais être fragile sur le plan physique ou émotionnel. Un type de communication qui compense et apporte une attention complémentaire à leurs besoins en terme de développement répond le mieux aux besoins de tous les enfants, des nourrissons aux adolescents. Dans de nombreux pays, produire une communication globale a été un moyen économique de répondre aux besoins des enfants et de ceux qui en ont la charge par rapport à divers problèmes intersectoriels.

Recommandations pour le principe n° 2

2a - Utiliser une approche de communication intégrée

Les raisons : on dit souvent aux professionnels de la communication de « s'en tenir à un seul message ». Cela est vrai dans la mesure où cela permet de focaliser l'attention mais il existe des façons simples d'intégrer les aspects globaux du développement de l'enfant même quand on se concentre sur un

De la théorie à la pratique

2a - Utiliser une approche de communication intégrée

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons comme donner en exemple différentes façons de faire face à un problème unique. Par exemple, pour la communication sur :

- La vaccination - inclure des façons dont les enfants peuvent eux-mêmes se tranquilliser (penser à des choses plaisantes, choisir le bras qui recevra l'injection, presser un jouet, chanter une chanson) pour y intégrer la santé, le respect de soi-même, les choix et la résistance émotionnelle
- Le lavage des mains - utiliser une chanson dont la durée est celle d'une chanson de « joyeux anniversaire » chantée deux fois; compter les mots avec chaque doigt (en utilisant des termes de relation spatiale comme devant/derrière, en haut/en bas; utiliser des mots intéressants comme cuticule et épiderme; et utiliser des formules de félicitation (comme : *« bon travail »* et *« chaque microbe a été emporté »*) pour y intégrer la santé, l'hygiène, la préparation scolaire et la confiance en soi.
- La nutrition - utiliser une phrase comme *« manger l'arc-en-ciel du guide alimentaire nous rend plus forts et plus intelligents »* pour y intégrer la santé, l'hygiène, la préparation scolaire et la confiance en soi.
- Attitudes et pratiques modernes vis-à-vis de l'égalité des sexes - donner en exemple des hommes et des femmes plus âgés qui encouragent et félicitent des adolescentes et des adolescents lorsqu'ils protègent les autres au lieu de les intimider et quand ils s'unissent contre d'autres adolescents à l'influence négative pour intégrer l'égalité des sexes, la protection de l'enfance, la confiance en soi et les aptitudes à la vie quotidienne

seul problème. Les enfants approchent et vivent l'apprentissage de façon intégrée en utilisant tous leurs sens et facultés mentales. Développer des matériels de communication qui répondent simultanément à leurs besoins sur les plans émotionnel, social, cognitif et physique est logique d'un point de vue scientifique et pratique.

Outre qu'ils sont attentifs aux messages principaux ou voulus, les enfants tirent des informations des éléments accessoires ou non voulus d'une histoire (par exemple si les personnages se comportent selon les rôles traditionnellement dévolus à l'homme et la femme, ou la façon dont les parents ou les éducateurs réagissent visuellement aux peurs des enfants et à leurs erreurs, etc.). Il est donc important d'être très attentif à tous les aspects d'un message, autant apparents que subliminaux.

Exemple positif : Utiliser une approche de communication intégrée

L'affiche « Lavons-nous les mains » a été conçue en Indonésie pour des enfants en âge de fréquenter l'école lors d'un atelier de renforcement des capacités sur le développement de l'enfant dans son intégralité. Le groupe a choisi une fille pour servir de modèle à l'affiche, conçue à partir d'une photo; il a décomposé les étapes d'une séquence correcte de lavage des mains (se mouiller les mains, les savonner, les frotter puis les rincer); a utilisé une comptine entraînante avec chaque photo; et terminé avec la fille montrant fièrement ses mains propres. Comme activité complémentaire, la comptine a été adaptée à une chanson devant être chantée à l'école ou à la maison lors du lavage des mains. L'affiche intégrait l'hygiène, l'apprentissage précoce grâce à une comptine et le développement de la confiance en soi, particulièrement chez les filles. Elle peut être utilisée comme modèle pour développer une diversité d'aptitudes chez les enfants comme chez les adultes.

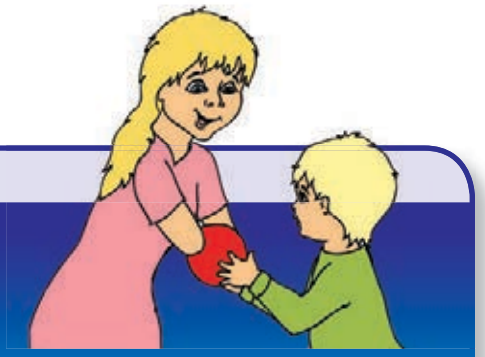
2b - Présenter des exemples positifs d'adultes dans leurs rapports avec les enfants

Les raisons : les matériels de communication destinés aux enfants doivent être un modèle positif pour les parents, les éducateurs et tous les adultes dans le cours de leur interaction avec les enfants. Ceci est toujours important mais particulièrement dans les communautés où les enfants vivent dans des conditions difficiles et qui, pour des raisons diverses, ne disposent pas de parents ou d'éducateurs attentionnés; ou bien où le choix de médias positifs est faible (où les médias présentent des images principalement négatives de parents et d'éducateurs qui réprimandent les enfants, les battent ou affichent des comportements violents). Parmi les adultes visés par ces types de communication figurent les parents, les autres membres de la famille, les enseignants, le personnel de santé, les responsables de la protection de l'enfance et divers autres. Si les matériels de communication donnent principalement en exemple des adultes indifférents et violents, cela peut être interprété comme la « norme », même s'il y a de nombreux adultes dans le monde qui répondent aux besoins de leurs enfants et s'en occupent.

On trouve dans chaque communauté des exemples de parents ou d'éducateurs qui favorisent le développement et la résilience et qui développent chez les enfants les aptitudes qui leur permettront de faire face aux crises quotidiennes (harcèlement par exemple, ou exploitation ou encore la vie avec des maladies comme le VIH/SIDA ou la survie à des catastrophes ou à des situations d'urgence).

Exemple positif : exemples positifs d'adultes dans leurs rapports avec les enfants

« À l'école, que faire si ?... » (Early Learning Resource Unit, South Africa, www.elru.co.za) est un livre pour enfants à propos d'une fille du nom de Ncebakazi qui se sert de béquilles. Elle se met à parler avec sa mère alors



De la théorie à la pratique

2b - Présenter des exemples positifs d'adultes dans leurs rapports avec les enfants

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons, notamment la présentation d'actions positives entre adultes et enfants, par exemple :

- Des adultes bons et attentionnés disent la vérité à des orphelins et à des enfants vulnérables sur leurs parents malades ou en train de mourir. Ils acceptent toute leur palette d'émotions et les aident à surmonter leur chagrin
- Un père utilise la simple conversation et des jeux pour parler des couleurs-clé d'une alimentation saine, compter, classer, échanger, etc., pour combiner des histoires avec des choses amusantes, pour introduire des concepts et transmettre des valeurs personnelles
- Des parents, des éducateurs et d'autres membres de la communauté désamorcent leurs propres tensions et font face au problème de la colère de façon positive pour servir d'exemple dans la gestion du stress
- Des parents qui, dans la vie réelle, ont choisi la « déviance positive » abordent des sujets sensibles et difficiles comme l'exploitation, le VIH/SIDA et la violence en écoutant l'enfant, en suivant son exemple, en développant la confiance et la résilience
- On offre à de jeunes adolescents la possibilité d'entrer en contact avec des adultes de confiance par SMS, sites Internet, radio, affiches, centres d'assistance téléphonique pour qu'ils puissent survivre et faire face aux sévices et à l'exploitation

qu'elles préparent son uniforme et ses crayons pour la première journée à l'école primaire. Ncebakazi se demande si son professeur criera, si les autres enfants se moqueront d'elle et ce qui se passera si elle ne peut pas aller aux toilettes. En utilisant des mots apaisants mêlés à des illustrations drôles et pleines d'imagination, l'histoire reconnaît et respecte les craintes réelles de l'enfant et la soutient alors qu'elle imagine avec beaucoup de créativité à la fois les problèmes et les solutions. Elle propose aussi des mesures et des ajustements simples que les enseignants et les élèves peuvent prendre en compte pour pouvoir accueillir les enfants handicapés. http://www.unicef.org/cwc/files/At_School_What_If(1).pdf

2c - Créer des « zone de sécurité » comme partie intégrante de la communication

Les raisons : les « zones de sécurité » sont des espaces où les enfants vulnérables peuvent se rendre en période de crise. Il peut s'agir de lieux répondant à leurs besoins physiques, intellectuels et émotionnels et où ils ont le sentiment qu'ils sont écoutés et que quelqu'un comprend ce qu'ils éprouvent. Ce sont des endroits où les enfants se sentent protégés et placés à l'écart de toute nuisance et où ils peuvent acquérir un sentiment de confiance envers le monde et d'optimisme pour leurs vies. La nécessité de disposer d'une « zone de sécurité » peut concerner des enfants se trouvant dans une situation d'urgence, ou qui subissent des sévices et ou encore ceux dont les blessures ou les peurs proviennent de la discrimination fondée sur un handicap, l'appartenance ethnique, le sexe, la race, la religion, la caste, etc. Les enfants ont besoin de zones de sécurité pour survivre et s'épanouir. Dans le monde en développement, il peut être parfois difficile pour des personnes adultes et des familles surmenées et débordées d'offrir de tels espaces aux enfants. La communication dans une zone de sécurité revêt une grande importance parce que la protection et la sécurité sont à la base d'un bon développement et d'un bon apprentissage. Même si les jeunes enfants ne parlent pas de problèmes sensibles ou difficiles, ils peuvent éprouver maintes émotions capables d'avoir un impact négatif sur chaque facette de leur développement. Bien que la communication ne puisse pas se substituer à l'interaction humaine ou à une thérapie particulière, elle peut permettre aux enfants de comprendre qu'ils ne sont pas seuls et leur donner des exemples de moyens dont eux et les autres peuvent se servir pour faire face aux difficultés et être réconfortés. Les zones de sécurité peuvent les apaiser et leur apporter un répit dans des circonstances douloureuses, ne serait-ce que pour une courte période.

De la théorie à la pratique

2c – Créer des « zones de sécurité » comme partie intégrante de la communication

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons, par exemple :

- En mettant en valeur la bonté des gens, en donnant en exemple la chaleur humaine, l'attention et la joie qu'on trouve dans les petites choses
- En utilisant des histoires racontées à la première personne à propos de sentiments et d'expériences difficiles comme la peur, la maladie et la mort (p. ex. : *Ma maman est morte du SIDA et je voudrais vous raconter mon histoire, » « Il y a en ce moment beaucoup d'affrontements dans ma localité. J'ai très peur. Voici une partie des choses que je fais quand j'ai peur, » « J'ai appris à commettre des actes d'intimidation parce que je ne pouvais jamais dire aux autres ce dont j'avais vraiment besoin. Chez moi, j'étais harcelé. J'ai besoin de votre aide pour pouvoir cesse de harceler les autres, » « Quand je subissais des sévices, je me sentais seule. J'ai appris à être combative, à ne pas m'en prendre à moi, à chercher de l'aide et à dire "non ." »*

Exemple positif : créer des « zones de sécurité » comme partie intégrante de la communication

« See Something Say Something" » (« Vois quelque chose, dis quelque chose) (Bold Creative for Nickelodeon UK, http://boldcreative.co.uk/) est une série de courts métrages sur le harcèlement réalisés pour une campagne contre le harcèlement au Royaume-Uni. Conçue à la suite de recherches, dont des ateliers de travail dans des écoles primaires et des interviews avec des enfants, la série présente différentes perspectives : celle du « »harceleur », celle de celui qui est harcelé, et celle du témoin du harcèlement. La première histoire est racontée par Marcus, un jeune garçon qui en harcèle un autre jusqu'à ce que la mère du garçon lui parle des conséquences du harcèlement et qu'il révise son comportement. Alaskah, une fille de 10 ans, est victime de harcèlement dans la cour de son école et elle tente de comprendre pourquoi un autre enfant peut nourrir des sentiments de colère. Kelly est témoin de harcèlement et réagit pour faire intervenir un enseignant. Mark décrit le harcèlement comme une cage dans laquelle vous êtes enfermé et qui devient de plus en plus étroite. Tous suggèrent des moyens pour mettre fin au harcèlement comme, par exemple, en demandant de l'aide aux enseignants et en appelant une ligne d'assistance téléphonique. Il existe des modèles de « zones de sécurité » où les enfants qui harcèlent et ceux qui sont harcelés peuvent se faire connaître et recevoir de l'aide pour comprendre les choses d'un point de vue différent et trouver des suggestions pratiques pour changer et récupérer.

- Markus: http://vimeo.com/25831536
- Mark: http://vimeo.com/25831585
- Kelly: http://vimeo.com/25831475
- Alaskah: http://vimeo.com/25831275

(protection de l'enfance, résilience, bonnes aptitudes à la vie quotidienne)

PRINCIPE 3 — LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS DOIT ÊTRE POSITIVE ET REPOSER SUR LEURS ATOUTS

La communication fondée sur les atouts personnels s'intéresse surtout à présenter et renforcer les atouts et le potentiel de chaque enfant au lieu d'insister sur les lacunes et les problèmes. En utilisant ce principe, le but n'est pas seulement d'enseigner mais aussi de développer la résilience et la capacité de faire face aux difficultés. La communication fondée sur les atouts personnels fait cela de façon positive, à la fois pour les petits et les gros combats de la vie. Elle permet de faire passer la communication d'un état où elle se préoccupe uniquement des problèmes à un état où elle suggère et présente des choix et des possibilités. Quel que soit le pays, quelle que soit la situation, cela implique de développer un type de communication qui invite les enfants à utiliser leur imagination ou les incite à voir les choses qu'ils n'avaient auparavant pas vues; qui fasse que les enfants soient enthousiasmés par les possibilités de ce qu'ils peuvent faire aujourd'hui et de devenir dans l'avenir; et qui canalise leur énergie vers une réflexion et une action positives. Un tel type de communication peut être transformateur.

Recommandations pour le principe n° 3

3a - Développer la confiance en soi ainsi que les compétences

Les raisons : un enfant qui a confiance en lui peut non seulement mieux apprendre mais voudra probablement apprendre plus. Jusqu'à présent, l'essentiel de la communication liée au développement et particulièrement de la communication pour les enfants, s'intéressait à une meilleure sensibilisation

De la théorie à la pratique

3a - Développer la confiance en soi ainsi que les compétences

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- Utiliser des récits, des mots, des éléments visuels et des modèles qui développent la confiance ainsi que l'assurance en y utilisant un langage qui appuie la confiance personnelle *(« Je suis si fier que tu sois resté loin de ces poulets », « J'ai eu peur mais je savais exactement quoi faire pour me secourir quand quelqu'un m'a offert de la drogue », « Regarde comme je me suis bien lavé les mains », « Tu es un exemple à suivre car on ne te pousse pas à avoir des relations sexuelles à risque. »)*
- Présenter des idées sur le fait que *« les grandes choses que font les petits enfants peuvent tout changer, »* spécialement dans la communication pour les enfants en situation d'urgence (p. ex. connaître un endroit sûr pour trouver de l'aide, savoir que prendre quand on quitte sa maison ou l'école, se souvenir des noms et des adresses)
- Présenter les façons dont les enfants et les adultes se réconfortent et se soutiennent mutuellement grâce à des paroles, des actions, des jeux et des activités pédagogiques simples
- Donner l'exemple d'adultes et d'enfants se remerciant mutuellement pour *« être le meilleur adulte »* ou *« être le meilleur enfant »* quels que soient les conditions de vies et les moyens

et au développement des aptitudes. Cependant, quand les enfants voient et entendent constamment qu'ils sont précieux et importants, ils apprennent à construire les bases d'une réflexion critique et l'amour des études pour le restant de leur vie. Pour les enfants, il y a quelque chose de plus important que ce que les enfants ont besoin **d'apprendre,** c'est ce qu'ils peuvent **être**. La confiance en soi favorise les aptitudes à faire face aux situations, à trouver des solutions, contribue au développement de la totalité du potentiel de chaque enfant, quelle que soit sa situation. La confiance en soi est visible chez des individus résistants qui font preuve de débrouillardise, de persévérance, d'optimisme, de détermination et de créativité.

Exemple positif : Développer la confiance en soi ainsi que les compétences

"Fatma" (Radio et télévision égyptienne) est une série télévisée sur une fille de 10 ans qui veut à tout prix aller à l'école. Son père est contre mais Fatma s'oppose à lui d'une façon ferme, vigoureuse tout en se montrant respectueuse et débrouillarde. Elle fait part de ses arguments en se basant sur des recherches et en ayant recours à d'excellentes aptitudes au règlement des conflits. Au terme de négociations, son père est finalement d'accord avec elle et nous voyons comment Fatma est décidée à étudier en dépit de tous les obstacles. Toutes les corvées ménagères dont elle est accablée la fatiguent et, au départ, son travail scolaire s'en ressent. Nous voyons comment, avec une petite famille et le soutien de l'école, elle réussit et développe confiance en elle et fierté. Ce film à petit budget aborde les problèmes d'éducation élémentaire, d'inégalité des sexes et de règlement des conflits/aptitudes à la vie quotidienne. Il peut être utilisé comme modèle pour trouver et présenter un « déviant positif », quelqu'un qui a le courage de défendre ce qu'il croit être juste pour lui-même et les autres, fait ce qu'il doit et se consacre à atteindre ses objectifs. Cette vidéo a été produite dans le cadre d'une coproduction internationale de documentaires pour enfants de l'Eurovision de l'Union européenne de radio-télévision. http://vimeo.com/24881635

3b – Utiliser des modèles positifs

Les raisons : les enfants et les adultes apprennent mieux lorsqu'on répète devant eux des gestes (ou des conseils) que nous voudrions qu'ils imitent. Cependant une grande partie de la communication consiste à présenter des modèles négatifs (comme des actions violentes, des stéréotypes, des insultes, des actes et des comportements dangereux ou négatifs) avec de brefs messages à la fin disant à l'audience de **ne pas** faire ce qui vient d'être montré. Plutôt que de dire aux enfants ce qu'il **ne faut pas** faire et de ne présenter que le problème lui-même, il est plus efficace de présenter des modèles positifs de ce que nous souhaitons que les enfants **fassent** (comme par exemple être généreux, juste, honnête, attentionné et responsable) pour renforcer l'action et la réflexion positive.

De la théorie à la pratique

3b – Utiliser des exemples positifs

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- Plutôt que de montrer des enfants se livrant à des activités dangereuses et en payant les conséquences (p. ex. allumer une allumette et se faire brûler), montrer des enfants agissant de façon positive pour prévenir ce qui peut nuire (p. ex. ils voient une boîte d'allumettes, discutent pour savoir s'il faut s'en éloigner ou en parler à un adulte, font quelque chose qui empêche d'être blessé)
- Plutôt que de présenter des situations ou des images terrifiantes, montrer les différentes façons dont les enfants peuvent s'aider quand ils ont peur (parler à un adulte en qui ils ont confiance, chanter une chanson, penser à un souvenir heureux, etc.)
- Donner en exemple des enfants effectuant un travail de mobilisation au sein de leur communauté (p. ex. dans une rue encombrée de déchets, chacun, des plus jeunes enfants aux adultes les plus âgés, se réunit pour créer une décharge publique; un enfant aveugle enseigne aux autres enfants comment ils peuvent traverser les rues en tout sécurité en écoutant attentivement les sons provenant des côtés et de devant eux)
- Donner en exemple des adolescents qui sont épaulés par des adultes, des femmes et des hommes (p. ex. des adolescentes qui vivent dans des conditions difficiles reçoivent de l'aide dans leur lutte contre l'exploitation sexuelle)
- Donner en exemple les hommes attentionnés qui rendent l'éducation élémentaire passionnante et montrent comment les enfants peuvent acquérir d'énormes connaissances avec des moyens limités

Exemple positif : utiliser des modèles positifs

« Talking with Young People: Montage » (« Parler avec les jeunes : montage) (The Heroes Project, Kaiser Family Foundation, Gates Foundation's Avahan Initiative, Inde, www.kff.org) est une campagne télévisée contre le VIH/SIDA (prévention, et réduction de la stigmatisation et de la discrimination) dans laquelle différents adultes sont présentés en train d'entamer de manière créative un dialogue avec leurs enfants adolescents. Les mères et les fils, les pères et les filles, tous soulignent l'importance d'un dialogue ouvert. http://vimeo.com/24890440

Une leçon sur la façon de présenter un exemple positif

« Sesame Street: Fear of Monsters » (Sesame Workshop, USA) est une série télé qui présente les mêmes marionnettes à chaque épisode. Dans l'un d'eux, un des personnages, Ernie, ne peut pas dormir parce qu'il imagine qu'il y a un monstre dans sa chambre (que les téléspectateurs ne peuvent pas voir). Il chante alors une chanson qui l'encourage à chasser ses idées. Bien qu'Ernie finisse par s'endormir, les recherches ont montré que les enfants se préoccupaient davantage du monstre et de la peur qu'il inspirait plutôt que de la chanson rassurante. Cette expérience a permis à toutes les personnes concernées de comprendre qu' « *il faut rendre le règlement du conflit aussi pertinent que le conflit lui-même sinon ce règlement sera tout simplement oublié.* »
www.sesameworkshop.org

3c – Faire participer les enfants en tant que citoyens actifs servant d'exemples pour la justice sociale et la mobilisation

Les raisons : la participation des enfants n'est pas seulement un droit mais représente aussi pour les enfants l'occasion incroyable de montrer leurs forces et leurs contributions à leurs familles, aux autres enfants de leur âge, à la communauté et au monde. Mais **la façon** dont nous guidons et encourageons les enfants à participer à des programmes et à produire des messages fera toute la différence quant au succès de ces messages. Les enfants doivent être conseillés dans le partage de leurs atouts et de leurs solutions et pas seulement dans celui de leurs problèmes. Ils doivent aussi être encouragés à penser et agir aux plans local et international. En leur apprenant à développer leur propre type de communication, ils peuvent être encouragés à développer leurs valeurs personnelles, leurs règles de vie et les principes d'égalité, l'impartialité et le respect des autres. Les enfants peuvent servir de modèles et d'ambassadeurs auprès d'enfants plus jeunes qu'eux quand ils sont encouragés à penser et à agir « en dehors des sentiers battus » de façons créatives et sans préjugés.

Exemples positifs : Faire participer les enfants en tant que citoyens actifs servant d'exemples pour la justice sociale et la mobilisation

"No Fair to Tigers"/"No Es Justo los Tigres" « Ce n'est pas juste les tigres » (Eric Hoffman, Redleaf Press, USA) fait partie d'une collection de « livres pour enfants contre les préjugés » pour les classes de maternelles et les écoles primaires disponible en espagnol et en anglais. Le livre met en scène une fille du nom de Mandy qui utilise un fauteuil roulant et un tigre en peluche sale et négligé à cause de ses « aventures avec des animaux sauvages ». Quand Mandy va chercher « à manger » pour son tigre, elle se trouve face à trois marches d'escalier devant la boutique et se demande comment elle va entrer à l'intérieur avec son fauteuil roulant. Mandy (et son tigre) sont d'accord sur le fait que cela n'est pas juste. Elle dit au commerçant qu'elle voudrait pénétrer à l'intérieur et qu'elle ne peut le faire que s'il y a une rampe d'accès pour elle. Les enfants apprennent ce qu'est l'équité, se défendant eux-mêmes et résolvant leurs propres problèmes et ils peuvent faire avancer les choses dans le bon sens, même quand ils sont jeunes. Mandy est un personnage positif, fort qui permet aux enfants de tirer des leçons de ses difficultés particulières mais aussi des principes généraux sur lesquels repose la discrimination. Ce livre est une référence pour présenter les problèmes de justice sociale et pour développer la confiance nécessaire pour intervenir en cas d'injustice. C'est aussi un bon exemple de la façon dont un livre bilingue peut être utilisé pour promouvoir les secondes langues et les langues autochtones.
http://www.unicef.org/cwc/files/No_Fair_To_Tigers(1).pdf

De la théorie à la pratique

3c - Faire participer les enfants en tant que citoyens actifs servant d'exemples pour la justice sociale et la mobilisation

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- Stimuler et former les jeunes adolescents à parler à travers différents médias des autres adolescents de leur communauté qui « défendent » les autres (p. ex. ils défendent les filles dont on se moque parce qu'elles jouent avec des camions ou les garçons qui sont harcelés parce qu'ils jouent avec des poupées)
- Montrer des adolescents apprenant ce qu'est la discrimination et la justice sociale par le biais d'adultes forts et résistants qui étaient auparavant exclus (personnes avec des handicaps, personnes vivant avec le VIH/SIDA, personnes autrefois victimes de sévices, etc.)
- Pousser les enfants à produire des histoires sur des enfants qui se sont trouvés dans des situations difficiles (diagnostiqués avec un cancer ou le VIH, sont atteints de handicaps, ont été confrontés à une catastrophe, ont perdu une personne chère) mais qui ont survécu et s'épanouissent
- Donner en exemple des groupes d'enfants qui prennent les « bonnes » décisions (p. ex. faire une liste d'enfants de leur âge qui *ne pratiquent pas* le harcèlement, inviter une nouvelle fille à se joindre à un jeu, demander à un camarade de classe timide mais doué de prendre la tête de l'orchestre de l'école

3d – « Ne pas nuire »

Les raisons : il existe une distinction subtile entre le fait de montrer aux enfants des représentations exactes de la réalité aux côtés d'information utiles dans un but d'enseignement et de protection et le fait d'échanger des informations trop explicites et choquantes qui peuvent les heurter par inadvertance et les traumatiser encore plus. Même quand les enfants

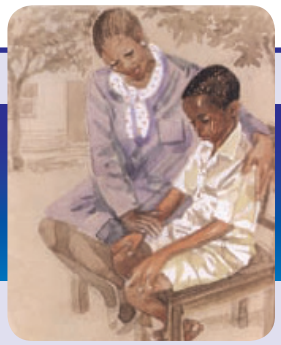
deviennent plus âgés, il vaut toujours mieux pécher par excès de prudence en présentant des solutions positives et des adultes attentifs offrant une « protection » physique et émotionnelle lors de la présentation de problèmes sensibles (comme les conflits armés, les sévices sexuels ou autres, les situations d'urgence, etc.)

Exemple positif : « ne pas nuire »

"Nozipho's Story" (« l'histoire de Nozipho ») (Soul Buddyz TV, Afrique du Sud, www.soulcity.org.za) fait partie d'un programme communautaire et d'un module d'enseignement à propos d'une fille témoin d'un violent braquage. La bande dessinée (B.D.), qui s'appuie sur des photos, est destinée aux élèves de septième année des écoles. En utilisant un minimum de texte qui retient ce qui est important, elle montre une adolescente allant à l'école qui est menacée avec un couteau alors qu'elle se rend à sa chorale pour une répétition. Plutôt que d'être explicite sur l'agression ou simplement de prêcher sur les droits de l'enfant à la protection, la B.D. se préoccupe avant tout de l'impact émotionnel et des répercussions sur Nozipho, comment celle-ci fait part de son expérience à son amie et comment un enseignant compréhensif lui apporte de l'aide. Elle tient compte des capacités de pensée réflexive des enfants aussi bien que du fait qu'il est important de les conseiller lors de circonstances et décisions difficiles. La B.D pose continuellement des questions au lecteur tout en présentant des faits simples et adaptés aux enfants sur les façons dont on peut être affecté par des incidents malheureux. Elle laisse aussi entendre qu'il existe de nombreux moyens de gérer les sentiments et les émotions. Elle s'achève sur un reportage sur « All Stars », un groupe de soutien animé par des enfants pour des enfants ayant subi des traumatismes. Cette B.D. stimule, motive et favorise la recherche de solution aux problèmes tout en parlant avec tact d'un sujet difficile. C'est une référence pour présenter une large palette de questions sensibles liées à la protection de l'enfance, à la façon de réagir contre la violence, à l'exploitation et aux sévices.
http://www.unicef.org/cwc/files/Nozipho_Story(2).pdf

De la théorie à la pratique

3d - « Ne pas nuire »



Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons dont les suivantes :

- Présenter des messages sur les peurs courantes des enfants (peur des mauvais traitements, de l'abandon, de vivre une catastrophe, d'aller chez le médecin ou à l'école, d'être harcelé, etc.), mais ne pas être explicite ou violent, ne pas exagérer les situations et réduire les moments « effrayants » à moins de 10% de l'ensemble de la production
- Donner en exemple des adultes affectueux et attentionnés qui écoutent les enfants et adolescents raconter leurs expériences difficiles et leurs sentiments et qui sympathisent avec eux, les absolvent de tout blâme, attestent de leurs peurs, de leurs hontes, de leurs sentiments de culpabilité aussi bien que de leur résilience et de leur valeur et prévoir avec eux un moment de « cogitation » concernant les diverses stratégies d'adaptation
- Montrer en exemple des agents du changement dans les communautés vivant dans la détresse (conflits, catastrophe), y compris les autres enfants sans exagérer les douleurs et la souffrance

PRINCIPE 4

LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS DOIT PRENDRE EN COMPTE LES BESOINS ET LES CAPACITÉS DE TOUS, Y COMPRIS DES PLUS DÉFAVORISÉS

Les médias reflètent qui et quoi est valorisé par la société. Cela est vrai dans la façon dont sont représentés les individus, les cultures et les traditions. Il est essentiel que la communication permette à tous les enfants de *se voir et de s'entendre* présentés de manière positive, cela à l'opposé d'une communication préoccupée d'exclusion, de malheur et de portraits négatifs et condescendants. Une bonne communication comprend une représentation positive des enfants issus de différentes cultures et groupes ethniques et de tous les milieux sociaux et économiques, de ceux qui sont atteints de handicaps, de ceux qui ont subi des traumatismes, des chagrins ou ont dû vivre des situations d'urgence. Les solutions créatives et le savoir-faire doivent provenir des groupes mêmes qui se trouvent exclus et non pas seulement de ceux qui se trouvent en situation d'autorité ou viennent de milieux privilégiés. Des décisions réfléchies doivent être prises pour intégrer les enfants les plus vulnérables et les plus défavorisés en tant qu'éléments réguliers de toute forme de communication. Qu'il s'agisse d'un message d'intérêt public sur le lavage des mains, d'un documentaire sur la prévention du VIH/SIDA, d'un spectacle de marionnettes sur la lutte contre le harcèlement, d'un jeu de société qui initie aux aptitudes à la vie quotidienne ou d'une émission en direct sur la préparation aux catastrophes, les frontières actuelles doivent être dépassées pour veiller à ce que les besoins et les capacités de ***tous*** soient représentés .

Recommandations pour le principe n° 4

4a – Refléter la dignité de chaque enfant et adulte

Les raisons : il importe de faire un effort conscient pour intégrer tous les enfants mais il est également important de faire attention à **la façon** dont ils sont intégrés : dans quels types de matériel de communication, comment ils sont présentés, comment les autres les présentent par rapport à eux-mêmes, etc. Souvent, les messages conçus pour les enfants, même dans les pays qui manquent le plus de moyens, présentent les enfants les plus défavorisés comme des victimes ayant besoin d'aide et seulement dans des situations qui montrent leurs problèmes, leurs difficultés et ce dont ils ont besoin pour les changer. Cela s'applique aux enfants touchés par la pauvreté, les handicaps, ceux qui vivent dans des situations d'urgence ou qui ont besoin d'une protection particulière contre la violence, l'exploitation et les sévices. De même, la communication pour les enfants sur des sujets allant de l'hygiène à l'apprentissage précoce et aux aptitudes à la vie quotidienne fait automatiquement figurer davantage de garçons que de filles, davantage d'enfants des classes moyennes ou supérieures et d'enfants dont l'apparence physique est considérée comme séduisante plutôt que ceux qui sont moyens et plus représentatifs d'une communauté donnée. Nous devons faire un effort conscient pour veiller à ce que nous ne renforcions pas une perception de soi déjà négative ou des sentiments d'inégalité chez les enfants et les jeunes les plus vulnérables et les plus défavorisés.

De la théorie à la pratique

4a – Refléter la dignité de chaque enfant et adulte

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons y compris en présentant une interaction adulte/enfant positive, par exemple :

- Appuyer les élèves des minorités ethniques en les faisant figurer dans les rôles principaux ou importants des spectacles scolaires
- Aider les jeunes économiquement défavorisés à constituer des blogs pour les enfants plus jeunes au sein de leur communauté
- Présenter des histoires de parents handicapés conduisant leurs enfants au marché ou à l'école et faisant comme si leurs fauteuils roulants étaient des avions ou des bateaux
- Produire des pièces à propos d'adolescents pauvres qui ont récemment perdu leurs parents et qui montrent à un enfant plus privilégié qu'eux comment surmonter son deuil et gérer la situation

Exemple positif : Refléter la dignité de chaque enfant et adulte

« Happy to Be Nappy: and other stories of Me » (HBO television, USA) est un programme spécial destiné aux familles et conçu pour encourager la confiance en soi et le respect des autres. Dans ce programme, chaque enfant honore son/sa propre singularité grâce à des histoires animées ou des séquences filmées en direct. Y figurent des enfants afro-américains, des enfants handicapés, un garçon qui aime danser et des récits ayant pour thème comment rester fort quand on est harcelé et persécuté. Les enfants eux-mêmes répondent à des questions sur la façon dont ils font face aux situations et comment ils réussissent à s'épanouir.
http://www.hbofamily.com/programs/happy-to-be-nappy.html

4b - Être ouvert : honorer et valoriser tous les types de diversités

Les raisons : les enfants ont conscience des différences à un âge très précoce. Cela vient en partie d'expériences vécues dans leur famille et leur communauté et en partie de leur contact avec les médias sous des formes diverses. Si quelqu'un est absent de nos messages et de nos médias, cela implique souvent leur absence dans la conscience sociale; si quelqu'un est représenté de façon négative ou seulement sous forme de stéréotype, cela envoie aussi un message. On peut également parvenir à l'inclusion au moyen d'images et messages explicites (directs) et implicites (indirects). Il est important d'offrir explicitement des informations pratiques, de répondre aux questions honnêtement et précisément et de faire figurer des histoires spécifiques sur les différences. Il est tout aussi important de présenter implicitement un monde diversifié sans aucune mention des différences.

Souvent les enfants qui voient des messages positifs et ouverts ont davantage de facilité à débattre de sujets sensibles comme l'appartenance sexuelle, les handicaps, l'appartenance ethnique et la race. Il y a également plus de chances qu'ils soient intéressés par des relations avec les autres et qu'ils veuillent les traiter sur un pied d'égalité. Tout comme nous devrions nous efforcer d'avoir

De la théorie à la pratique

4b - Être ouvert : honorer et valoriser tous les types de diversités

Cette recommandation peut être appliquée à la communication pour établir une intégration explicite et implicite en utilisant des médias formels et informels, en présentant des garçons et des filles, valides et invalides, de différents milieux économiques, de différents groupes nationaux et ethniques, vivant à la maison ou dans la rue mais chacun participant à différentes activités d'apprentissage. Par exemple :

- Implicite – des enfants avec des membres amputés font face à la vie dans des situations de conflit et d'après-conflit sans faire mention de leur handicap; une campagne contre la grippe A qui comprend des garçons et des filles de capacités variables et provenant de groupes sociaux divers; la présentation d'une fille qui aime l'école, ses amis et sa communauté et qui, par hasard, se trouve être atteinte de surdité
- Explicite – un jeu de questions-réponses très compétitif avec différents enfants donnant les réponses en criant tandis qu'un narrateur explique que *« tous les enfants ont le potentiel de réussir si on leur donne une chance et s'ils travaillent dur »* et concluant le jeu avec, pour vainqueur, un enfant issu d'une minorité; un garçon vivant avec le SIDA assis avec des enfants plus jeunes répondant à des questions sur sa maladie, sa vie et les leçons tirées et leur donnant des conseils

un équilibre exact entre hommes et femmes dans tous les matériels de communication, une bonne règle « empirique » en faveur d'une intégration implicite est d'appliquer un quota de 10%. Par exemple, pour assurer une représentation juste sur le sujet du handicap, il conviendra de veiller à ce qu'au moins un sur dix des enfants ou adultes vivant avec un handicap, particulièrement une forme de handicap fréquente dans la société en question, soit représenté.

Exemple positif : être ouvert et honorer et valoriser tous les types de diversités

"Media Initiatives for Children" (Peace Initiatives Institute, USA) est une série de messages d'intérêt public pour la télévision et différents médias sur l'acceptation et l'appréciation des différences *« afin de créer une meilleure compréhension et moins de conflits au sein des sociétés divisées »*. Son premier projet a été basé en Irlande du Nord et en République irlandaise et s'est révélé être une réussite : il combinait de courts dessins animés conçus pour la télévision avec d'autres médias électroniques et les associait aux programmes scolaires pour aider les enfants d'âge préscolaire à accepter et respecter les autres. Parmi les différentes formes d'intégration et de diversité présentées figurent : des enfants catholiques et protestants, des enfants issus de différents groupes ethniques et un enfant handicapé. Une évaluation du projet a montré que les enfants en contact avec les dessins animés et des présentations dans les salles de classe ont évolué de manière positive, prenant conscience des différences et se montrant disposés à jouer avec tous les enfants. Elle a également montré que les enfants qui ont participé à cette opération tendaient davantage à prendre conscience de l'exclusion, à savoir ce qu'éprouvait un enfant exclu et étaient plus disposés à jouer avec un enfant auparavant exclu (14). www.pii-mifc.org

4c - Veiller à ce que les messages soient exempts de stéréotypes

Les raisons : que ce soit dans des récits traditionnels ou dans les messages des médias modernes, on trouve des stéréotypes de toutes les formes dans presque chaque pays. Ils concernent la classe sociale, l'appartenance ethnique, les maladies, les handicaps, la religion, l'âge et l'appartenance sexuelle. Même s'ils n'ont rien à voir avec le message principal, les stéréotypes renforcent de façon inconsciente et subtile les opinions que les gens ont d'eux-mêmes et des autres. Le stéréotype peut concerner les belles-mères, par exemple, présentées comme des mégères, les hommes âgés, forcément en colère, les pauvres, toujours sales, les garçons, toujours prêts à se battre, les personnes handicapées, qui ont forcément besoin d'être aidées ou encore les enfants pas beaux ou gros, qui seraient méchants et bêtes. Pourtant, quand ces stéréotypes sont remis en question, et consciemment modifiés, cela change le cadre de la communication destinée au développement personnel : nous appliquons de bonnes pratiques et nous nous affranchissons des stéréotypes. Nous humanisons, inspirons et créons le respect pour la diversité.

Exemple positif : veiller à ce que les messages soient exempts de stéréotypes

« Maldivian Babies » («Bébés des Maldives ») (UNICEF Maldives) est un album de photos sur toutes sortes de bébés. Il a été conçu pour rendre implicitement hommage à chaque bébé et jeune enfant du pays tout en donnant aux parents et aux éducateurs une idée de ce que devraient être des enfants en bonne santé et aimés, pleins d'assurance et magnifiques. On a délibérément décidé d'y inclure les enfants à la peau foncée, les filles surtout, dans un pays où avoir la peau claire est considéré comme un signe de beauté. Sur une page consacrée à de « magnifiques bébés », un jeune enfant ayant des difficultés d'apprentissage pose aux côtés d'un bébé prématuré. Les membres de l'équipe responsable de ce travail ont raconté comment les parents d'enfants malades et atteints d'insuffisance pondérale étaient traités avec pitié. On leur disait rarement : *« Votre bébé est magnifique ! »*. Les auteurs du livre ont veillé à ce que chaque bébé et chaque famille présentés entendraient ces mots. Cet ouvrage peut servir de référence pour présenter et rendre hommage aux différences rencontrées au sein d'une même communauté et il appuie la survie de l'enfant, le développement et la protection.
http://www.unicef.org/cwc/files/Maldivian_Babies(1).pdf

De la théorie à la pratique

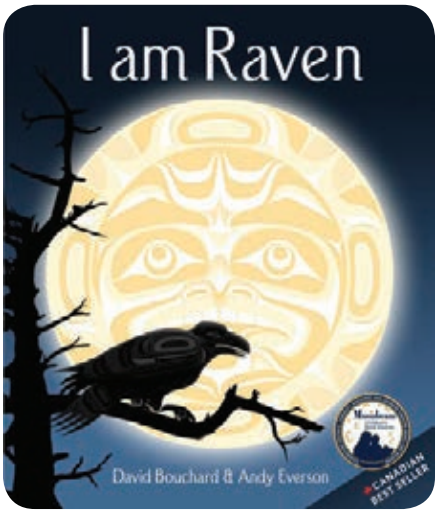
4c - Veiller à ce que les messages soient exempts de stéréotypes

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons en appuyant et en préconisant un type de communication progressiste, opposée aux stéréotypes et respectueuse de toutes les cultures. Par exemple :

- Une grand-mère physiquement active apprend à ses petites-filles et à ses petits-fils à jouer au football ainsi qu'à faire du pain selon les usages traditionnels
- Un garçon ou une fille qui tyrannise les autres mais qui apprend d'un parent qu'il vaut mieux devenir un leader admiré par ses amis et la communauté
- Un adolescent apprenant la vraie signification du mot « homme » en observant un oncle gentil et attentionné partager ses maigres biens pour aider quelqu'un appartenant à un autre groupe ethnique à la suite d'une catastrophe
- Un père aveugle s'occupant de sa fillette de la même façon qu'un père affectueux qui n'est pas aveugle

4d – Rendre compte des aspects positifs des cultures et des traditions locales et les protéger

Les raisons : il est aisé d'imposer un « récit principal » où les images et les solutions provenant du monde occidental, des personnes cultivées ou importantes de la communauté, sont présentées comme le point de vue principal, sinon unique. Mais il est important de rendre hommage aux comportements positifs de toutes les cultures et de toutes les populations : des motivations pratiques et logiques peuvent être trouvées pour de nombreuses pratiques aujourd'hui considérées comme « dépassées ». En fait, le cycle de la vie en revient souvent au point où un usage traditionnel très ancien (par exemple masser un nourrisson) est une fois de plus présenté comme une merveille de la médecine moderne. En fait, certaines solutions « anglocentriques » ou occidentales tirent leur origine de cultures riches et anciennes : les récits locaux, oraux ont encouragé l'alphabétisation et maintenu des relations de solidarité; les consensus de groupe lors de réunions locales ont inspiré une partie des pratiques actuelles pour le règlement des conflits; les récits provenant d'Afrique, d'Amérique du Sud, d'Asie et du monde arabe et bien sûr de chaque région de la planète ouvrent des perspectives et rendent hommage aux atouts culturels locaux et internationaux.



Exemple positif : rendre compte des aspects positifs des cultures et des traditions locales et les protéger

« I Am Raven » (David Bouchard, MTW Publishers, Colombie britannique) est un livre tiré d'une série sur la Première nation du Canada, conçue pour les enfants des écoles primaires et au-delà. La série a été conçue pour encourager la culture et l'amour propre de la population qu'on appelait autrefois les « Indiens ». Ce livre raconte l'histoire d'un chef avisé qui construit un nouveau totem. Il veut que le totem représente non seulement qui il est mais aussi ceux qui ont joué un rôle important dans sa vie. Alors qu'il voyage, il rencontre différentes personnes qui tentent de le convaincre de l'importance de leur image. À la fin, le chef se découvre son propre totem spirituel. Cela incite les enfants à trouver leur propre « totem » et les forces qu'ils recèlent en eux. Ce livre est une référence pour qui veut rendre hommage aux personnes et aux communautés qui ne font pas partie de la littérature narrative mondiale typique. http://www.davidbouchard.com/titles/I%20am%20Raven.html

De la théorie à la pratique

4d - Rendre compte des aspects positifs des cultures et des traditions locales et les protéger

Cette recommandation peut être appliquée à la communication de multiples façons en donnant en exemple les savoirs autochtones, la résilience locale, les pratiques positives et l'identité culturelle en compléments aux informations et aux connaissances nouvelles. Par exemple :

- Présenter les personnes âgées de la société comme avisées, dotées de vastes connaissances et riches d'expériences fascinantes, afin de faire comprendre aux jeunes qu'elles savent vraiment ce que c'est que d'avoir été jeune
- Produire des formes de médias pour tous les groupes d'âges d'enfants consacrés au rôle novateur des femmes issues de communautés locales
- Concevoir des matériaux et des scénarios sur des enfants et des adultes avisés qui ont aidé les communautés durant des périodes de crise en utilisant des pratiques traditionnelles positives
- Conseiller les enfants pour qu'ils deviennent des « mini-anthropologues » enquêtant sur « le bon vieux temps » et découvrent combien ils ont tiré profit de la culture et de ce que leur ont transmis leurs ancêtres

CINQUIÈME PARTIE :

COMMENT ÉVITER LES ERREURS LES PLUS FRÉQUENTES LORS DE LA CONCEPTION DE LA COMMUNICATION POUR LES ENFANTS

1. Comment puis-je m'assurer que ma communication convient à des enfants ?

Il est souvent difficile pour les adultes de s'empêcher d'imposer ce qu'*ils* croient, *eux,* être une information essentielle ainsi que de présenter des messages à travers des types de médias qu'ils pensent être intéressants pour les enfants. Ils pensent que cela les rendra appropriés pour les enfants. Il existe de nombreux exemples de messages adaptés aux enfants qui abordent : la prévention des sévices sur les enfants et l'exploitation, l'assainissement et l'hygiène, la pauvreté, la violence, la mort et la maladie et d'autres problèmes difficiles. Ceux qui ont la responsabilité de produire des messages d'une telle importance doivent avoir conscience de ce que les enfants comprennent à un âge donné et doivent également avoir une conception claire de la responsabilité des adultes vis à vis des messages qui répondent aux besoins des enfants et des adolescents.

Une façon empirique est de présenter le quotidien des enfants, leurs intérêts, désirs et expériences comme base d'un contenu leur convenant, et de tester préalablement les idées du message avec des enfants avant de passer à sa réalisation finale

C'est en veillant à ce que la communication soit adaptée à l'âge des enfants, tout en encourageant des aptitudes nouvelles destinées à soutenir leur développement et leur apprentissage, en consultant des spécialistes du développement de l'enfant et en observant attentivement les enfants pour déterminer si un message est approprié ou non, que nous soutenons et protégeons le mieux leurs droits. Une façon empirique est de présenter le quotidien des enfants, leurs intérêts, désirs et expériences comme base d'un contenu leur convenant, et de tester préalablement les idées du message avec des enfants avant de passer à sa réalisation finale.

Par exemple, il est important d'apprendre à chacun l'importance des vitamines mais les adultes ont la responsabilité de veiller à ce que les enfants soient en bonne santé. Par conséquent, au lieu d'un message à destination des enfants sur l'importance de la vitamine A, un message adapté aux enfants consisterait à montrer comment on peut devenir fort, intelligent et avoir plus d'énergie quand « j'essaie de manger toutes les couleurs d'un arc-en-ciel ». Au lieu d'un message sur les droits de l'enfant, un message qui convienne aux enfants sur la justice sociale devrait présenter des enfants apprenant à partager avec les autres et à être équitables chez eux et à l'école. Au lieu de cours didactiques sur l'égalité des filles et des garçons, un message qui convienne aux enfants sur l'égalité des sexes devrait donner en exemple un garçon partisan de progrès dans ce domaine, gentil et juste, ainsi qu'une fille présentée sous les traits d'une responsable dynamique menant une vie physiquement active.

2. Quelle est la meilleure stratégie à utiliser quand on essaie de contribuer à prévenir un comportement négatif ou de le modifier ?

Nous apprenons à travers l'imitation. Un exemple positif peut nous aider à apprendre quelles sont les bonnes valeurs personnelles et les bons comportements et, malheureusement, un exemple négatif peut transmettre ou renforcer les valeurs et les comportements que nous essayons de modifier. Il convient de s'assurer que notre communication montre et dise aux enfants ce que nous voulons qu'ils fassent, plus que ce que nous ne voulons **pas** qu'ils fassent. Présenter ce qui est négatif, visuellement et oralement, peut parfois conduire à des résultats dangereux et non désirés. Il est plus sûr et plus approprié de présenter des actes et des solutions positifs. La communication, en particulier celle destinée aux enfants, doit être aussi vue et revue de façon à s'assurer qu'y figurent les bonnes pratiques et les bons réflexes. On doit aussi éviter les insultes et toutes sortes de violences, même sous forme de plaisanterie.

Lorsqu'on examine des exemples typiques de la communication destinée au développement, on s'aperçoit que les matériels et les médias faisaient souvent figurer un plus grand pourcentage d'histoires traitant des problèmes (ou de ce qu'il fallait éviter). Un plus petit nombre traitait des solutions. En outre, les matériels consacraient souvent un plus grand pourcentage de leurs récits au « problèmes ». De même, les problèmes étaient souvent présentés avec une tension dramatique à la fois visuelle et orale de façon à ce qu'ils deviennent plus percutants et qu'on puisse s'en souvenir plus facilement. Nous suggérons d'inverser cette tendance pour veiller à ce qu'un plus grand nombre de récits soient axés sur des ***solutions*** visuellement et oralement intéressantes tout en encourageant des actes positifs.

Par exemple, au lieu de montrer un enfant en train de jouer avec une mine terrestre et devenir victime d'un terrible accident, un enfant peut être présenté en train d'apercevoir un engin et de lancer directement une mise en garde, donnant l'exemple des mesures à prendre : rester à l'écart et informer un adulte. Au lieu de montrer une fille en train d'être harcelée, exploitée ou maltraitée, donner en exemple une fille sûre d'elle et dynamique faisant face avec succès aux premiers signes de harcèlement.

3. L'utilisation de la peur est-elle justifiée ou efficace dans la communication avec les enfants ?

La peur est une émotion humaine banale, que ce soit chez les enfants ou les adultes. Il importe de nommer, présenter et appuyer les manières positives de faire face aux petites et grandes peurs qui font partie de la vie mais il faut toujours prendre des précautions lors de l'utilisation de l'éveil de la peur dans n'importe quel type de communication avec les enfants. Quand des « méchants », des monstres, du matériel médical, des microbes, ou des actes de violence sont présentés avec une musique frappante et des effets spéciaux, la peur risque d'annihiler la capacité des enfants à voir et entendre le message. Même les enfants plus âgés peuvent être affectés par des sévices, des violences ou des blessures présentés de façon réaliste : cela peut les paralyser ou les traumatiser.

Il est important de veiller à ce que la communication soit axée sur la façon d'aider les enfants et adolescents à faire face de manière saine à des peurs et émotions diverses. Lorsque vous présentez un conflit ou une émotion comme la colère, évoquez-les oralement et aussi rapidement que possible. Repoussez

les limites et développez l'utilisation de modèles créatifs et positifs qui n'effraient pas mais qui offrent des solutions.

Par exemple, dans la communication relative à la prévention des accidents, au lieu de montrer un enfant qui met ses doigts dans une prise électrique et se fait électrocuter, il vaut mieux montrer un enfant qui voit la prise et se souvient d'une phrase accrocheuse qui dit à l'enfant de rester à l'écart. Au lieu de montrer un énorme moustique et une gigantesque seringue ou de présenter le virus du SIDA sous forme de monstre, montrez des enfants et des adolescents reconnaissant oralement leurs craintes et disant et faisant des choses appropriées pour dissiper la peur et rester en bonne santé. Au lieu de matériels de communication présentant « l'horrible destin » d'un enfant atteint de polio ou d'une autre maladie pour laquelle il existe normalement un vaccin, il convient de montrer des enfants et des adultes parlant de façon terre-à-terre de la manière d'éviter à leurs frères et leurs sœurs, à leurs enfants et petits-enfants d'avoir la même maladie et décidant de les faire vacciner.

4. Comment m'assurer que mon matériel de communication soit à la fois divertissant et pédagogique ?

Tout le monde apprend mieux quand le contenu est présenté d'une façon attractive et à travers de bonnes histoires. Personne, particulièrement un enfant, n'apprend mieux à partir d'une forme d'information didactique ou moralisatrice. Les principes d'une éducation adaptée aux enfants s'appliquent également à une communication adaptée aux enfants. Ceux-ci comprennent, entre autres, un apprentissage actif dans lequel figurent les besoins et les idées des enfants. Dans la conception de messages destinés aux enfants, la « règle d'or » est « qu'une bonne histoire est une bonne histoire » et c'est ce qui est la meilleure façon d'intéresser ceux à qui on veut apprendre quelque chose. Rendez les messages drôles et enthousiasmants : les enfants se replongeront sans doute dans de telles histoires et répèteront la leçon. Créez des histoires à propos des intérêts et de la vie des enfants et des personnes qui comptent pour eux; faites appel à leur imagination et à leur curiosité; créez des personnes multidimensionnels; et encouragez la réflexion critique, le jeu, l'apprentissage et l'action pendant et après le message.

Par exemple, au lieu de messages qui utilisent le « par-cœur, » pour leur enseigner à lire et à compter, inventez des jeux, des chansons, des poèmes et des vire-langue pour les aider à se préparer à entrer à l'école. Au lieu d'une brochure qui énumère des faits sur l'exploitation et les sévices, créez une histoire à propos d'une jeune fille dotée d'une très grande résilience ou d'un garçon qui refuse de faire comme ses camarades quand ceux-ci harcèlent un autre enfant.

5. Comment puis-je être plus créatif/ve et respectueux/se des enfants lorsque je présente les « leçons à retenir» ?

Les enfants sont souvent plus motivés quand ils apprennent à partir de leurs propres expériences et des expériences d'autres enfants. Les matériels de communication dans lesquels les adultes sont des spécialistes, parlent aux enfants avec condescendance, les sermonnent et mettent en avant ce qu'ils ont fait de mal ne seront pas aussi efficaces que des messages qui encouragent les enfants à apprendre en partant de la recherche de solutions à des problèmes, de l'investigation et de l'imagination. Il est très important de

présenter les adultes comme attentionnés, dynamiques, dignes de confiance et conscients de la valeur des enfants, quel que soit leur âge. Les adultes devraient être perçus à travers un éventail de relations avec les enfants, échangeant des idées et des expériences avec eux et même apprenant d'eux. Les enfants et les jeunes doivent parfois être présentés comme ayant les réponses, au grand étonnement et à la plus grande fierté encore des adultes.

Par exemple, au lieu d'un enfant qui est grondé pour n'avoir pas traversé la rue prudemment, montrez un adulte qui demande à un enfant de lui apprendre comment traverser une rue correctement et en toute sécurité. Au lieu d'un enfant harcelant les autres et d'un adulte venant « lui donner une bonne leçon », montrez un groupe d'enfants qui ne cèdent pas et règlent le problème ensemble en utilisant des méthodes simples de résolution de situations conflictuelles pour se défendre par eux-mêmes sans abaisser les autres.

6. Quels stéréotypes dois-je combattre et éviter dans mes messages ?

Il est important d'examiner chaque personnage d'une histoire pour éviter les rôles stéréotypés. Considérez chaque mot et action pour veiller à ce que : les personnes méchantes ou mauvaises ne soient pas toujours présentées comme laides ou peu attirantes; les personnes âgées ne soient pas toujours présentées comme sans défense ou inactives; les enfants pauvres ne soient pas toujours tristes; les personnes instruites n'aient pas toujours les réponses à tout; les personnes appartenant à un certain groupe ethnique ou culturel ne soient pas toujours inférieures dans leurs manières, goûts ou intérêts.

Dans les matériels de communication pour les enfants, trouvez des façons de présenter les personnages masculins, les garçons et les hommes dans des rôles où ils soutiennent les enfants - comme par exemple celui de professeur de jeunes enfants - et dans lesquels ils sont capables d'exprimer des émotions. Présentez les personnages féminins, les filles et les femmes comme des leaders qui pratiquent des sports non conventionnels, conduisent des voitures ou dirigent des entreprises. Présentez à la fois les hommes et les femmes partageant les tâches ménagères et s'occupant tous les deux des enfants. Présentez des enfants et des adultes atteints de différents handicaps comme capables de s'exprimer eux-mêmes et subvenant aux besoins des leurs plutôt que comme des personnes acceptant l'aumône ou assistées. Faites figurer des personnes issues de minorités ethniques locales à égalité avec le groupe dominant.

Présentez des personnages variés aux dimensions multiples aussi souvent que possible. Par exemple, au lieu de toujours présenter les personnages âgés avec une voix éraillée et des possibilités limitées de mouvement, montrez une grand-mère en train de jouer au football avec sa petite-fille et un grand-père cajolant ses petits-enfants, chantant et dansant avec eux. Au lieu de présenter les personnes les plus défavorisées comme étant aidées par des enfants et des adultes plus riches, présentez les techniques de survie que les personnes les plus défavorisées peuvent enseigner à n'importe qui. Ou bien donnez l'exemple d'enfants plus défavorisés aidant un enfant se trouvant dans une meilleure situation qu'eux et dont ils prennent la défense.

Finalement, gardez à l'esprit qu'il est important d'offrir des représentations variées et multiples d'enfant et d'adultes appartenant à un groupe donné afin d'éviter les stéréotypes. Cette diversité à l'intérieur des groupes est aussi importante que la diversité entre les groupes.

7. Comment puis-je être sûr/e que les enfants comprennent mes messages ?

Moins signifie souvent plus, simple peut vouloir dire mieux et souvent, les matériels de communication pour un public faiblement alphabétisé, particulièrement sur papier, veillent à ce que le message touche chacun, particulièrement les plus défavorisés. Même si notre travail vise les enfants et les jeunes très diversement alphabétisés, la communication sous forme écrite affiche souvent un désordre visuel et verbal qui la rend difficile à comprendre. Nous pouvons montrer sans mots aux enfants ce que nous voulons qu'ils donnent en exemple : cela améliore les chances d'atteindre les enfants ayant des faibles niveaux d'alphabétisation ou pas alphabétisés et ceux de groupes linguistiques différents. Des propos simples, clairs, utilisant des mots de tous les jours, ont plus de chances d'être compris de tous.

Par exemple, au lieu d'utiliser une magnifique photo avec des slogans et de nombreuses informations concernant l'impact du VIH/SIDA, montrez quelqu'un qui a survécu à la maladie en train de prendre des médicaments et de manger des aliments nourrissants, avec l'aide de sa famille et de ses amis. Au lieu de messages contenant beaucoup de mots sur la préparation aux catastrophes, montrez les initiatives que chacun, des jeunes enfants aux adultes les plus âgés, peut prendre dans sa propre maison ou au sein de sa communauté.

Encourager les histoires et les idées qui proviennent des enfants eux-mêmes, présenter des situations de la vie réelle ainsi que la participation réelle des enfants dans les productions, voilà des exemples qui contribuent à garantir à la fois l'authenticité et la compréhension des situations.

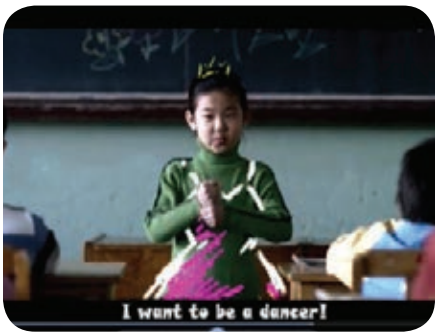
8. Copier des formules commerciales éprouvées, est-ce toujours la meilleure approche ?

De nombreux matériels de communication à petit et gros budget destinés aux enfants ont été couronnés de succès. La télévision et la radio pour les enfants en particulier ont d'excellents programmes provenant de différentes parties du monde. Ils ont beaucoup à apprendre à chacun, spécialement en ce qui concerne la rigueur professionnelle. Mais les enfants ont besoin d'une grande variété de genres et de contenus médiatiques tout comme ils ont besoin d'une alimentation équilibrée pour bien se développer. Nous devons aussi être conscients que le « succès », mesuré à l'aune de la popularité et du taux d'audience, ne veut pas dire nécessairement produit de communication pour les enfants de bonne qualité. Alors qu'il existe un besoin croissant pour rivaliser avec les productions internationales, de nombreux pays ont trouvé un créneau en développant quelque chose qui leur est propre en utilisant leurs propres histoires, culture et traditions. L'expérience a révélé que cela peut être d'excellente qualité tout en coûtant peu d'argent.

Par exemple, au lieu de concevoir des dessins animés à rythme rapide dotés d'effets visuels sophistiqués, recherchez un animateur qui présente bien et soit agréable et qui raconte des histoires traditionnelles et modernes au enfants pour les aider à surmonter les peurs quotidiennes et les émotions difficiles à supporter. Au lieu de copier de la musique populaire « occidentale », modernisez les airs traditionnels et présentez différents membres d'une famille les chantant avec de nouvelles paroles ayant pour thème des comportements positifs.

9. Un test préalable est-il nécessaire ?

Oui. Le meilleur produit de communication destiné aux enfants est souvent guidé par ce que nous pouvons apprendre des enfants. Par conséquent, la chose la plus importante est de passer du temps avec eux, de les observer et de leur demander ce qu'ils pensent de notre production. Il existe différents types de recherche qui peuvent appuyer et améliorer le travail dans ce domaine tout en apportant des informations. Outre la prise de renseignements initiaux avant de passer à la production, la recherche/formation a une valeur inestimable. Dans le contexte de la communication pour les enfants, la recherche/formation peut avoir lieu quand on fait des tests avec des « avant-projets » de production. Utilisez-la pour savoir si les enfants aiment tel personnage, s'ils comprennent l'intention du message, s'ils sont attentifs et ainsi de suite. La recherche/formation nous permet de connaître notre audience et de veiller à ce que ce qui est réalisé réponde aux besoins et aux intérêts des enfants et réussisse à faire passer un message donné. Elle permet aussi d'éviter des « erreurs de production » et la transmission par inadvertance de mauvais messages ou de messages négatifs.



Parfois, des éléments séparés sont conçus pour la communication lors d'une situation d'urgence (une affiche ou un spot télévisé sur la prévention de la grippe A ou une brochure sur les moyens de préparation à un ouragan ou un tremblement de terre). Mais nous devrions nous engager plus souvent à produire des séries pour la télévision ou la radio ou à développer une

campagne multimédias pour soutenir une stratégie d'ensemble et veiller à ce que des recherches et des tests préalables soient effectués.

Par exemple, au lieu que vous et un petit groupe d'adultes décidiez du contenu d'un message sur un sujet donné, passez du temps avec les enfants avant la production. Posez-leur de simples questions sur ce qui les intéresse, découvrez ce qu'ils savent et aimeraient apprendre d'un sujet particulier. Au lieu de produire des matériels finalisés, développez des prototypes de scénario et des ébauches de matériels et posez aux enfants des questions simples concernant la présentation, le style, l'intérêt et la compréhension du sujet.

Si possible, faites figurer deux conseillers fiables, voire plus, pour examiner le matériel avant sa production finale. Quelqu'un possédant de solides connaissances dans le développement de l'enfant ou avec une vaste expérience dans la production de messages pour les enfants peut examiner les matériels au fur et à mesure de leur conception. Cette méthodologie s'est avérée à la fois efficace du point de vue des dépenses et pleine d'enseignement pour les réalisateurs des messages.

10. Dois-je avoir une formation spéciale pour concevoir une communication de qualité pour les enfants ?

La communication pour les enfants exige des aptitudes, des talents et une formation particuliers. Bien que le développement des capacités dans la production de matériels pour les enfants n'ait pas été une priorité dans de nombreux pays, cela s'avère être un investissement avisé. Par exemple, jusqu'à présent, le personnel d'UNICEF C4D (Communication pour le développement) a souvent une meilleure connaissance et une meilleure expérience dans la conception de messages *à propos* des enfants que *pour* les enfants. Une personne travaillant dans le marketing social qui ne connaît pas les enfants ou un producteur d'émissions de télévision ou de radio pour adultes sont souvent incapables de mettre au point des messages qui conviennent aux enfants. Il leur faudra suivre une orientation la façon de concevoir et de produire des matériels de communication pour les enfants.

Dans de nombreux pays, on organise des ateliers de renforcement des capacités comprenant le personnel local chargé de la communication et des programmes, des participants travaillant dans divers médias et provenant de tous les secteurs ainsi que des personnes qui ont l'expérience du travail direct avec les enfants (enseignants et personnel d'ONG). Les ateliers exploitent les atouts et les forces de tous les groupes tout en développant leur savoir et leurs compétences sur la façon de produire des messages efficaces à destination des enfants de tous âges. Ces ateliers fonctionnent mieux quand les participants acquièrent une expérience directe dans la conception de prototypes de production et dans l'examen des pratiques optimales à travers le monde.

Une méthode efficace consiste à faire participer le personnel de la communication pour le développement à la phase de préparation de nouvelles initiatives ou projets. Elle garantit que le travail de communication fait partie intégrante de chaque aspect de la programmation et la soutienne. Elle garantit que les recherches importantes menées sur les connaissances, les mentalités et les pratiques relatives aux comportements essentiels ainsi que l'accès au message et à son utilisation, seront effectivement pris en compte.

Le développement des capacités en matière de communication pour le développement ainsi que les façons de rechercher un moyen de « sortir des sentiers battus », enrichissent les projets et assurent des résultats plus stratégiques et plus innovateurs. Il importe d'encourager la mise en place d'une structure rassemblant des producteurs dévoués et créatifs dotés de compétences, de talents et d'une solide expérience dans le développement de messages de communication spécifiquement destinés aux enfants. Non seulement cela renforce la spécificité d'un projet mais cela ajoute un élément novateur et une certaine valeur à la communication réalisée en faveur de toute une gamme de programmes. Par exemple, au lieu de sous-traiter un travail de communication (un simple message ou une campagne), auprès d'une entreprise qui s'occupe principalement de marketing social ou de communication pour les adultes, soutenez la création d'un atelier de renforcement des capacités pour les personnes de la région travaillant dans les médias et issues de tous les secteurs. Formez les participants à la communication adaptée à l'âge des enfants et travaillez ensemble pour produire une nouvelle forme de communication culturellement pertinente

.

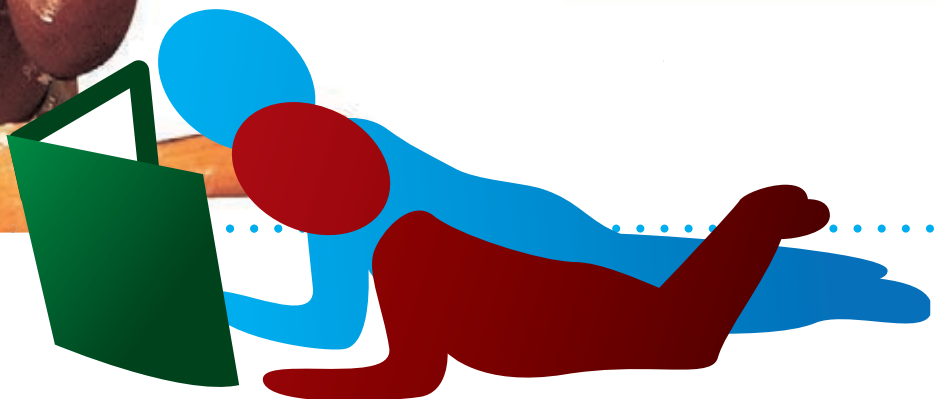
Quelques recommandations finales

Recommandation 1 : si vous disposez de ressources limitées, commencez par produire des livres de bonne qualité pour jeunes enfants, pertinents sur le plan du développement et de la culture et fondés sur les Principes et recommandations suggérés. Ces livres peuvent être par la suite adaptés à des médias électroniques, numériques et interactifs.

Recommandation 2 : analysez TOUS les médias de façon neutre et à travers le même prisme. Tous les livres ne sont pas bons et les émissions de télévision ne sont pas toutes mauvaises. Chaque matériel doit appuyer le développement intégral de l'enfant, compléter les relations interpersonnelles et respecter les critères de qualité les plus stricts fondés sur les droits de TOUS les enfants

Recommandation 3 : il importe de développer les capacités locales pour produire une communication pour les enfants. Une approche multisectorielle menée de concert avec des spécialistes de la santé, de l'éducation, de la protection de l'enfance et du développement de l'enfant et des artistes est souvent la plus efficace

Recommandation 4 : les enfants doivent être les guides essentiels lors de la production d'une communication de qualité. Observez-les, testez préalablement des prototypes avec eux et associez-les au processus de production : cela assurera à la fois authenticité et compréhension.



SIXIÈME PARTIE :

EXEMPLES POSITIFS ET RÉFÉRENCES

Voici quelques exemples positifs et références complémentaires tirés de différents médias représentant un vaste éventail de pays. Ils sont organisés par groupes d'âges plutôt que par principes en raison de leur nature qui privilégie l'intégration : ils englobent nombre de principes et recommandations figurant dans ce guide et traitent du développement de l'enfant dans son intégralité. Même si certains exemples ne suivent pas exactement la ligne présentée ici, ce sont tous, dans l'ensemble, de bons modèles.

Quand elles sont disponibles, toutes les recherches allant de pair avec un exemple sont mentionnées. Des tests préparatoires ont été effectués plus fréquemment pour les séries que pour les projets individuels mais des exemples d'évaluation de séries comme de projets individuels sont mentionnés.

(Après chaque article, nous mentionnons entre parenthèses les secteurs prioritaires de l'UNICEF ou les objectifs de développement de l'enfant examinés dans chaque bonne pratique.)

Livres, films, spots télévisés et séries

POUR LA PETITE ENFANCE

The Magic Journey (Le voyage magique)/Keremet Koch
Série d'animation d'abord diffusée par la Télévision kirghize, produite par la Société kirghize de télévision et de radio (NTRC) avec l'aide d'UNICEF Kirghizistan (première production pour les enfants en langue kirghize, également diffusée en Turquie par la Radio et télévision turque (TRT), touchant 250 millions de personnes des Balkans à la China)

Des personnages classiques, Akylai et Aktan, aux côtés de leurs proches et de divers amis, invitent les enfants à s'initier à des sujets aussi variés que la préparation à la vie scolaire, le rôle de l'homme et de la femme vu sous un angle positif, la façon de contrôler ses émotions, les habitudes en matière d'hygiène. Des recherches qualitatives et quantitatives par la Queen's University's School of Education, Belfast, en Irlande, sont en cours. http://www.vimeo.com/24185412, www.youtube.com/user/KeremetKoch
(préparation à la vie scolaire, santé, protection de l'enfance, égalité des sexes, intégration résilience)

Tsehai Loves Learning (Tsehai adore apprendre)

Série télévisée à petit budget pour les jeunes enfants, 2005, produits par le Whiz Kids Workshop en Éthiopie

Des spectacles de marionnettes et des animations d'un coût peu élevé utilisés pour illustrer des sujets allant de la perte de parents à l'appartenance sexuelle, à la protection de l'environnement, aux émotions difficiles à vivre, à l'apprentissage précoce et aux valeurs personnelles en langue amharique, et présentant la culture locale éthiopienne. Des éléments d'évaluation préparatoire de la compréhension avant la diffusion. Prix : Prix Jeunesse et Prix japonais. www.tsehai.com

(survie de l'enfant et développement, éducation scolaire de base, égalité des sexes, VIH/SIDA, protection de l'enfance)

Mr. Rogers' Neighborhood (Le quartier de M. Roger)

Série télévisée pour enfants d'âge préscolaire, initialement diffusée en 1971 et produite par Family Communications, Inc., États-Unis

Une des premières séries télévisées pour enfants à se pencher sur des questions sensibles (comme la maladie, le divorce, la santé, les handicaps, la diversité ethnique et une vaste palette de craintes et d'émotions) d'une façon adaptée aux enfants. Axée sur le développement de la confiance en soi de tous les enfants, y compris les plus défavorisés et les plus marginalisés. Plusieurs études sur la série sont disponibles. Rediffusions et site Internet de FCI utilisés pour présenter des modèles de « zones de sécurité » dans le domaine de la communication pour les enfants depuis sa création. (FCI conçoit des programmes pour une grande variété de médias sur les problèmes concernant les familles). www.fci.org

(protection de l'enfance, santé, handicaps, résolution de conflits)

1,2,3,4

Spot télévisé animé, 2006, réalisé pour UNICEF Myanmar

Histoire d'une jeune fille allant à pied au marché local en chantant, en comptant et énonçant les noms des animaux, des fruits et des légumes, encouragée et félicitée par un père tendre et affectionné. Une forme répétitive, une chanson entraînante et des animations simples et novatrices, modèle de communication convenant à l'apprentissage et au développement personnel de l'enfant. www.vimeo.com/24175110

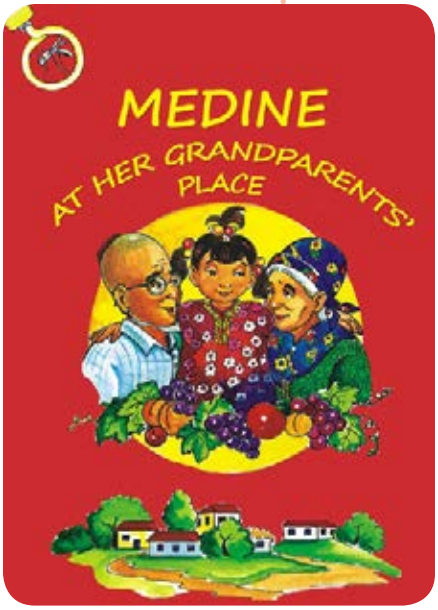
(développement précoce et intégral de l'enfant, nutrition, préparation à la vie scolaire, égalité des sexes, prise en charge réceptive par les familles et les éducateurs)

Elliot the Budgie (Elliot la péruche)

Animation de la BBC/CBeebies series "3rd and Bird", 2008, Little Airplane Productions, États-Unis

Histoire d'Elliot le ver de terre qui voudrait se joindre à un groupe de perruches scouts dont la devise est : *« n'abandonne jamais »* et la règle : *« réservé aux oiseaux »*. Elliot et ses amis oiseaux illustrent la devise « n'abandonne jamais » à travers la persévérance, et de sains comportements sociaux. La « différence » d'Elliot ne fait pas de différence, il devient une « perruche » et il fait tomber les barrières, ouvrant la voie pour les autres. Tous les scripts de la série ont fait l'objet de tests préalables auprès de jeunes enfants sur l'attention, l'intérêt et la compréhension.
www.bbc.co.uk/cbeebies/3rdandbird/

(diversité, résilience)



Cultural Diversity (Diversité culturelle)

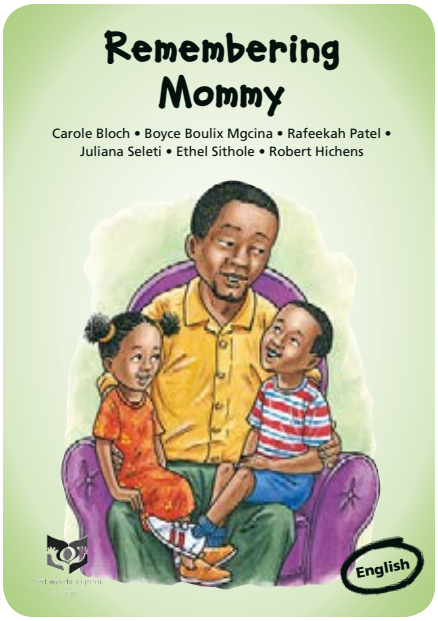
Spot télévisé animé, 2008, conçu lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Kirghizistan

Histoire avec chanson du soleil jouant à « cache-cache » avec des enfants de diverses races et capacités du monde entier. Un enfant aux cheveux bouclés se cache derrière un mouton frisé; une fille aveugle se cache derrière un rideau; un enfant avec un chapeau blanc se cache derrière les neiges éternelles d'une montagne, etc. Chanson sur les enfants jouant tous ensemble, chacun d'eux étant important et pris en considération.
www.vimeo.com/24118963
(protection de l'enfance, diversité, handicap)

Medine

Livre, 2009, réalisé lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Turkménistan

Histoire d'une jeune fille et de son grand-père qui vont à la pêche mais effectuent d'abord des préparatifs comme par exemple prendre des précautions pour ne pas être piqués par les moustiques; ils se mettent une lotion, portent des vêtements à manches longues et font très attention à ne pas marcher dans les flaques d'eau. Ils reviennent et mangent l'excellent poisson qu'ils ont pêché, puis s'endorment sous une moustiquaire et font semblant de se trouver à bord d'un bateau sur des mers magnifiques.
http://www.unicef.org/cwc/files/Medine_Birthday.pdf
(santé, égalité des sexes)



Remembering Mommy (Souvenirs de maman)

Livre pour enfants d'âge préscolaire et scolaire, 2006, conçu lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Afrique du Sud, publié pour First Words in Print par New Africa Books, Ltd., Afrique du Sud

Matériel de communication destiné aux orphelins et aux enfants vulnérables, qui présente le sujet de la mort d'un parent d'une façon adaptée aux enfants et culturellement acceptable : comprend plusieurs exemples montrant comment une mère manque à une jeune fille ou à un jeune garçon et comment leur père, leur professeur ou leur grand-mère et les autres enfants sont présents pour la/le réconforter quand ils souffrent. Un modèle pour échanger des souvenirs et maintenir des routines qui épaulent les enfants ayant subi la perte d'un proche ou l'expérience de la mort d'un proche; et un modèle d'adaptation locale qui présente des sujets comme la maladie, la mort, les traumatismes, les situations d'urgence et autres circonstances difficiles.
http://www.unicef.org/cwc/files/Remembering_Mommy-Sithmebele_and_Themba.pdf
(protection de l'enfance, VIH/SIDA, situations d'urgence, résilience)

Thar Thar Takes a Bath ***(Thar Thar prend un bain)***

Livre pour les enfants se trouvant dans des situations d'urgence, 2005, conçu lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Myanmar

Conçu pour la communication pour les enfants qui ont survécu au tsunami d'Asie, il met en scène un enfant qui a peur de prendre un bain et montre comment un mère tendre et affectionnée utilise le jeu et l'imagination pour permettre à son enfant de surmonter ses peurs. Des travaux de recherche/formation sur l'intérêt et la compréhension auprès de jeunes enfants ont été effectuées avant la réalisation finale.
http://www.unicef.org/cwc/files/Thar_Thar_Takes_a_Bath.pdf
(développement précoce de l'enfant, situations d'urgence, protection de l'enfance)

My Mommy My Blanket (Ma maman ma couverture)

Livre réalisé en 2010 lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Lesotho

Histoire racontée du point de vue d'un enfant d'âge préscolaire sur sa mère – qui est sourde. Utilisant la traditionnelle « couverture » de laine du Lesotho, la fillette parle à travers un poème de la personnalité chaleureuse de sa mère, de son côté attentif, de son sens de l'humour et de l'amour qu'elle lui voue. Ce livre sert d'exemple pour intégrer les personnes handicapées lorsqu'on évoque et encourage la confiance des parents et des éducateurs.
http://www.unicef.org/cwc/files/My_Mommy_My_Blanket.pdf
(développement précoce de l'enfant, protection de l'enfance, handicaps)

POUR LES JEUNES ENFANTS ET LES MOINS JEUNES

No More Playing with Chickens (On ne joue plus avec les poulets)

Message d'intérêt public sur la grippe aviaire, 2001, réalisé par UNICEF Moldova

Présenté du point de vue d'un enfant et de ses intérêts, combine les prises de vues en direct et l'animation : histoire d'une fille à qui son grand-père explique avec affection qu'elle ne peut plus jouer avec les poulets. Traite les animaux avec respect en choisissant de chercher humainement à « protéger les poulets » plutôt que de les traiter comme la source du « problème ».
www.vimeo.com/24175028
(survie de l'enfant, santé/hygiène, égalité des sexes)

Spots télévisés sur les écoles accessibles aux handicapés de Perspectiva

Spots d'intérêts publics sur l'accès à l'école des enfant handicapés réalisé par Perspectiva, une ONG russe qui soutient l'intégration des enfants des adultes handicapés.

Ces trois spots animés de courte durée ont été réalisés pour montrer les simples transformations qui doivent être effectuées pour intégrer des enfants aveugles, sourds ou souffrant d'autres handicaps physiques.
http://www.vimeo.com/26237643
(handicaps, confiance personnelle, aptitudes à la vie quotidienne)

Trinidad Kids on Stilts (Enfants de La Trinité montés sur des échasses)

Spot télévisé de Sesame Street, États-Unis

Histoire racontée à la première personne d'une fille de La Trinité qui veut apprendre à marcher sur des échasses comme les autres enfants de sa communauté. Son beau-père la soutient et la guide tandis qu'elle développe sa confiance et sa résilience. Lentement, elle apprend cette tâche difficile et se joint à d'autres amis pour un défilé. www.vimeo.com/24629947
(résilience, confiance en soi, sentiment de fierté culturelle)

This is Daniel Cook: Visiting a Doctor (Voici Daniel Cook : chez le médecin), réalisé par Marblemedia et Sinking Ship Productions.
Épisode d'une série télévisée, 2004, Canada

Série à propos d'un jeune garçon qui explore son univers et partage ses nouvelles expériences avec les téléspectateurs. Dans cet épisode, Daniel va chez le médecin qui lui explique gentiment comment et pourquoi il subit un examen. Daniel a peur de recevoir une piqûre mais le médecin est franc et calme. Bon portrait des peurs naturelles d'un enfant, de la curiosité et de la façon dont le personnel médical peut informer les enfants, encourager leurs facultés d'adaptation et les aider à rester en bonne santé.
www.thisisdanielcook.com/#intro, mcontact@thisisdanielcook.com, www.vimeo.com/24125953
(survie de l'enfant, égalité des sexes)

My Little Golden Treasure Box (Ma petite boîte de Trésor d'or)
Livre réalisé en 2010 lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Îles du Pacifique à Fidji

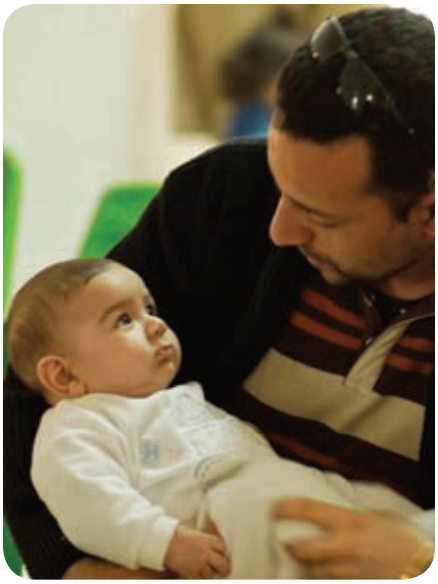
Cette histoire est adaptée de l'expérience vécue d'un des participants de l'atelier qui est sourd. Elle présente un rêve d'enfant, les relations familiales et elle est une importante leçon sur la façon d'économiser et partager l'argent. Elle encourage aussi les jeunes lecteurs à essayer de réaliser leurs rêves.
http://www.vimeo.com/26307516
(aptitudes à la vie quotidienne, résilience, handicaps)

Owen et Mzee : la véritable histoire d'une amitié exceptionnelle
Écrit à la suite du tsunami d'Asie par Isabella Hatkoff, 6 ans, et son père, Craig Hatkoff, ce livre est un modèle d'histoire de « sanctuaire » pour les enfants qui ont vécu un deuil ou ont besoin d'une nouvelle famille. La livre raconte ce qui arrive à Owen, un bébé hippopotame séparé de sa famille au cours du tsunami. Des habitants du Kenya apportent leur aide à l'hippopotame en difficulté et l'emmènent dans un parc à Monbassa. Arrivé là-bas, Owen est désorienté et fâché jusqu'à ce que Mzee, une vieille tortue géante, le réconforte en se blottissant sous lui. Tous les deux deviennent inséparables et Mzee apprend à Owen comment vivre avec les autres animaux. Le livre a été publié en 2006 par Scholastic Press. Il a également été adapté pour le Myanmar à la suite du typhon Nagis de 2006. www.scholastic.com/owenmzee/
(situations d'urgence, protection de l'enfance, résilience, alphabétisation des jeunes enfants)

POUR LES ENFANTS D'ÂGE MOYEN

Meena : Dividing the Mango (Meena coupe une mangue)
Série animée, Meena Communication Initiative (en cours), UNICEF

Épisode d'une série sur une fille de neuf ans de l'Asie du Sud s'occupant de promouvoir la condition des filles et les droits de l'enfant. Meena et son jeune frère découvrent ce qu'est l'égalité et l'équité quand ils décident de changer de rôle pendant une journée. Utilisant l'humour, des images et des émotions pour décrire la discrimination quotidienne contre les filles, la mère et la grand-mère de Meena prennent conscience de la nécessité de répondre aux besoins des filles et des garçons de façon égale et les adultes réalisent que l'un et l'autre ont les mêmes besoins physiques et d'apprentissage. (Des recherches qualitatives faisaient partie de l'initiative Meena.)
www.unicef.org/rosa/media_2479.htm
(égalité des sexes, droits de l'enfant, nutrition)



Sensibilisation à la réduction des blessures causées par les mines

Spot télévisé animé, 2005, réalisé par UNICEF Irak

L'histoire de deux garçons iraquiens qui jouent avec un cerf-volant, donnant l'exemple de ce qu'il faut faire en présence de mines terrestres et de munitions non explosées en montrant des situations adaptées aux enfants et à leur stade de développement et contenant des informations pertinentes.
www.vimeo.com/24174880
(survie de l'enfant, protection de l'enfant, situations d'urgence)

What Makes Me Happy (Ce qui me rend heureux)

Brève série d'histoires vraies, 2006/2007, produit par Ragdoll Foundation en collaboration avec Save the Children, Royaume-Uni

Cette série de six films positifs prenant place dans la vie réelle décrit la vie d'enfants du Népal, de Chine, du Sri Lanka, d'Éthiopie, du Royaume-Uni et du Territoire palestinien occupé, mettant en avant leurs forces et leurs atouts, leur résilience, leur façon de s'émerveiller des choses et de s'amuser malgré des situations difficiles. Messages très forts sur le potentiel des enfants plutôt que sur ce qui leur manque utilisant des procédés de production simples, des metteurs en scènes et du personnel locaux. www.whatmakesmehappy.tv
(protection de l'enfance, résilience)

The World We Want (Le monde que nous voulons)

Documentaire de télévision sur les expériences des enfants dans les conflits, 2007, conçu lors d'un atelier pour des enfants de 7 à 12 ans mené avec Spacetoons Kids TV, UNICEF Iraq et UNICEF Jordanie

L'histoire raconte les expériences d'enfants sunnites et chiites face au conflit armé tout en présentant des activités quotidiennes amusantes et des relations d'amitié pendant une période difficile. Une documentation annexe à cette réalisation montre comment l'équipe de production (prises de vues, montage, script et interprétation) a intégré les enfants, filles et garçons.
www.vimeo.com/24175875
(protection de l'enfance, situation d'urgence, résilience, égalité des sexes)

Heading for Peace (En route vers la paix)

Film, 2006, produit par KRO Pays-Bas

Histoire d'une fille serbe qui aime le football et brise la vitre d'une famille de Musulmans croates dont le fils aime aussi le football. Les deux enfants veulent participer à un stage de foot mais aucune des deux familles ne permet de relations amicales avec quelqu'un de « l'autre bord ». Quand la petite sœur de la fille joue à proximité d'une mine terrestre, les deux familles finissent par surmonter les divisions après la guerre. Le film a remporté plusieurs prix lors de festivals de films pour enfants. www.vimeo.com/24175372

(protection de l'enfance, égalité des sexes, résolution des conflits, résilience, aptitudes à la vie quotidienne)

On the Block (Dans le Quartier)

Film pour les 8-12 ans, 2006, Dublin, Irlande

Histoire d'enfants défavorisés à Dublin dont les appartements (des logements collectifs) sont détruits pour faire de l'espace pour la construction de maisons modernes, l'effet que cela a sur leurs vies et comment, malgré les difficultés de la vie dans des logements collectifs, ceux-ci restent leur « foyer ». Le film décrit la vie multidimensionnelle d'enfants au milieu des trafics de drogue et autres problèmes de la vie urbaine mais qui jouent aussi et s'aident les uns les autres comme des amis et des personnes capables et dotées de résilience. « Heart Prize », 2008, Prix Jeunesse du Festival International du film pour enfants. www.vimeo.com/24175061

(protection de l'enfance, aptitudes à la vie quotidienne, résilience)

My Wonderful Grandpa (Mon grand-père merveilleux)

Livre, 2003, conçu lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Viet Nam

Minh, une fille atteinte de polio devient la « meilleure élève » de l'école de son village avec le soutien physique et moral de son grand-père. Offre à un problème une solution locale d'un coût peu élevé qui développe la confiance personnelle des personnes défavorisées et donne l'exemple d'une communication efficace et globale pour les enfants. Des travaux de recherche/formation ont été effectuées avec des enfants et des parents avant la réalisation finale du livre.

http://www.unicef.org/cwc/files/Wonderful_Grandpa.pdf

(survie de l'enfant, protection de l'enfant, éducation scolaire de base, handicaps)

I Heard Your Daddy Died / I Heard Your Mommy Died (J'ai entendu dire que ton papa était mort /j'ai entendu dire que ta maman était morte)

Livres, 1994, par Mark Scrivani, publié et distribué par Compassion Books, Inc., États-Unis

Exemples de littérature « sanctuaire » pour les enfants ayant subi la mort de personnes chères. Avec des mots directs et pleins de douceur, l'auteur parle aux enfants en faisant état d'un vaste éventail de sentiments et en suggérant des façons simples de faire face à la situation et de surmonter la perte d'un être cher. Des illustrations multiculturelles complètent les textes. Sert d'exemple pour le développement de la communication pour les enfants à propos de diverses questions sensibles : situations d'urgence, maladie, abandon, etc. www.compassionbooks.com

http://www.unicef.org/cwc/files/I_heard_Your_Mommy_Died.pdf

(développement intégral de l'enfant, protection de l'enfant, VIH/SIDA)

POUR ENFANTS D'ÂGE MOYEN ET CEUX ENTRANT DANS LES PREMIÈRES ANNÉES DE L'ADOLESCENCE

Deaf People Can Do Anything But Hear (Les sourds peuvent tout faire sauf entendre)

Messages d'intérêt public, 2003, conçu avec l'appui d'UNICEF Chine

Série conçue pour apporter aux enfants et aux jeunes un modèle de comportement positif de personnes atteintes de surdité : p. ex. une enseignante qui est sourde raconte par signes l'histoire de sa vie et de jeunes élèves enthousiastes parlent chacun par signes de ce qu'ils rêvent de faire quand ils seront grands; un ballerine sourde explique par signes que la communication par signes est une chose superbe; on demande aux téléspectateurs *« qui est sourd sur ces images »* en leur montrant des médecins, des professeurs, des politiciens, des pompiers, des actrices et des parachutistes. www.vimeo.com/24167654

(protection de l'enfance, diversité, handicaps)

It's Normal to Be Different (Être différent, c'est normal)

Spot télévisé, produit en 2011 par l'ONG brésilienne Instituto MetaSocial

Ce spot fait partie d'une campagne appelée *« Être différent, c'est normal »* axée sur l'éloge de la diversité dans le monde et l'intégration des enfants et des jeunes atteints du syndrome de Down et de différent handicaps. Dans ce spot particulier, une adolescente raconte comment elle est à la fois identique et différente des autres filles, avec un dénouement surprise.

www.vimeo.com/26113896

(protection de l'enfance, diversité, handicaps)

The Gift (Le cadeau)

Programme télévisé, 2007, produit par Radio et télévision norvégienne (NRK)

Histoire consacrée à l'importance de l'amitié et du soutien apporté à une jeune fille atteinte d'un cancer à laquelle des amis veulent faire un cadeau. Ils veulent lui offrir une « journée parfaite ». Comme elle désire être mannequin, ses amis la surprennent avec une vraie séance de prises de vues et des leçons données par un vrai mannequin. Le point culminant du film est quand elle fait ses premiers pas dans un défilé de mode. Message de véritable amitié, de résilience et de survie qui sert de modèle pour d'autres sujets liés à la maladie, à la mort, au VIH/SIDA, aux situations d'urgence, etc.

www.vimeo.com/24175760

(protection de l'enfance, situations d'urgence, VIH/SIDA)

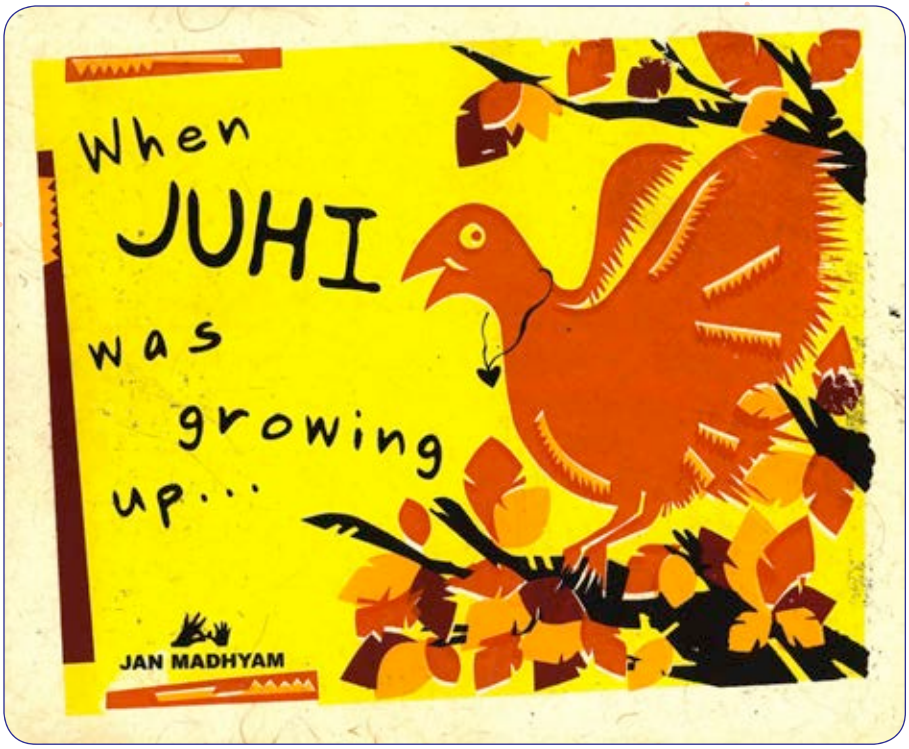
A Leg Up (Lever une jambe)

Bref spot d'animation (deux minutes), 2007, créé et produit par Bevin Carnes

Histoire sans paroles basée sur les propres expériences vécues par la créatrice/productrice quand on se moquait d'elle ou qu'elle était harcelée à cause de ses différences quand elle était enfant. Un personnage, un robot, ne peut pas marcher avec les autres robots car il perd une jambe. D'abord frustré, il essaie de la remettre en place mais le robot découvre par la suite que sa jambe peut servir de propulseur et l'emmener plus vite et plus loin que n'importe qui. Vainqueur en 2007 du US Student Academy Award.

www.vimeo.com/24118292

(protection de l'enfance, résilience, handicaps)



Sports not Smoking (Le sport, ne fumer)
Spot radiophonique, réalisé en 2010 lors d'un atelier de développement des capacités appuyé par UNICEF Îles du Pacifique, à Fidji

Ceci est un spot d'intérêt public où plusieurs adolescents s'expliquent mutuellement pourquoi les adolescents ne devraient pas fumer. Il est positif, avec un groupe ouvert d'adolescents mettant l'accent sur l'importance d'être physiquement actifs, forts, qui obéissent à leurs parents et prennent également soin de leur propre corps. http://youtu.be/leZiPa9e3Wg
(aptitudes à la vie quotidienne, diversité, handicaps)

When Juhi was Growing Up (Quand Juhi grandissait)
Livre, 2000, par Jan Madyham

Un livre très intéressant destiné aux personnes ayant un faible niveau d'alphabétisation, sur le harcèlement sexuel spécialement destiné aux jeunes filles et aux adolescentes ayant des difficultés d'apprentissage ou intellectuelles et désavantagées sur le plan économique et qui sont sur le point d'être confrontées à la vie d'adulte. Le livre a été utilisé avec des ateliers et des spectacles de marionnettes locaux pour aider les filles à acquérir de la confiance et des techniques de défense face au harcèlement sexuel. Des questions basées sur la vie réelle sont posées pour appuyer des textes animés. Il a ceci de particulier que les matériels de communication sur le harcèlement sexuel n'intègrent pas souvent les besoins ou le stade de développement des filles handicapées.
http://www.unicef.org/cwc/files/When_Juhi_Was_Growing_Up(1).pdf
(survie de l'enfant, égalité des sexes, handicaps, alphabétisation)

Becoming the World (Devenir le monde)

Programme de formation à la narration (en cours), créé par Laura Simms, à l'origine pour Mercy Corps

Projet combinant des récits traditionnels et modernes pour aider les enfants, particulièrement ceux qui ont subi des traumatismes ou des catastrophes naturelles, à trouver en eux-mêmes les ressources pour se protéger. Le projet forme les gens à utiliser les mythes anciens, les contes de fées et les récits personnels sur les questions liées à la perte de proches, aux traumatismes, à la réconciliation, à la tolérance et à l'examen des problèmes sociaux. Les narrateurs travaillent avec des enfants qui sont des réfugiés ou d'anciens réfugiés ou qui ont survécu à des catastrophes naturelles. Utilisé en Roumanie, en Sierra Leone, en Haïti, à Winnipeg et à New York (après l'attentat du 11 septembre 2001). www.laurasimms.com
(protection de l'enfance, résilience)

POUR LES PREMIÈRES ANNÉES DE L'ADOLESCENCE

Prévention de la polio

Messages d'intérêt public télévisés, 1989, UNICEF Népal

Ces messages font partie d'un programme de recherches sur la vaccination contre la polio montrant d'autres façons de présenter l'information aux enfants et aux adultes. Étude comparant les messages négatifs, fondés sur des stéréotypes, faisant appel à la peur, à ceux qui sont positifs dans lesquels les enfants et les adultes atteints de polio parlent en leur propre nom. Les gens parlent de leur vie avec la polio d'une façon très terre-à-terre tout en soulignant l'importance de la vaccination. Les recherches montrent que les spectateurs ont apprécié la confiance de ceux qui sont handicapés et préfèrent cela aux spots dans lesquels les personnes non handicapées utilisent la peur pour encourager la vaccination. Des spots particuliers visent les enfants plus âgés qui ont souvent la responsabilité de s'occuper de frères et sœurs plus jeunes, et offrent des images soucieuses de l'égalité des sexes (garçons plus âgés s'occupant d'enfants plus jeunes). Ces messages ne sont pas récents mais ce sont des exemples importants utilisant la déviance positive et le développement de la confiance en soi face aux problèmes de santé et de prévention des maladies/handicaps. www.vimeo.com/24175313
(survie de l'enfant, vaccination, protection de l'enfance, handicaps)

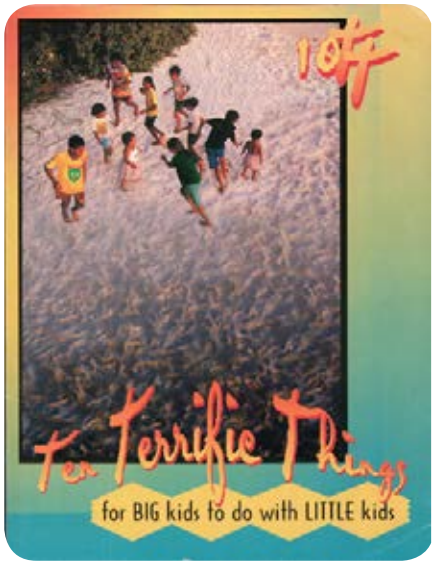
Oneminutejrs

Spots télévisés de courte durée (différentes années), produits par l'UNICEF et la Fondation européenne

Spots conçus par des jeunes formés pour s'exprimer de façon créative qui donnent l'exemple des principes de communication avec les enfants et conviennent à une audience de jeunes adolescents – p. ex. : « Cleaning earth (Purifier la terre) » (Liban) : un garçon transforme des dessins animés et des programmes qui sont violents en dessins animés et programmes positifs et adaptés au enfants; « Heart of Gold (Le cœur d'or) » (Taïwan) : un garçon regarde dans des jumelles et prend des « clichés » de personnes comme une mère pauvre et son enfant qui se soutiennent mutuellement; « Sarajevo » (Sarajevo) : trois garçons se rencontrent pour prendre un café près d'une mosquée, d'une église orthodoxe et d'une église catholique, ce après quoi chacun d'entre eux se rend à son lieu de culte respectif pour prier. Puis, les trois amis se rencontrent à nouveau.

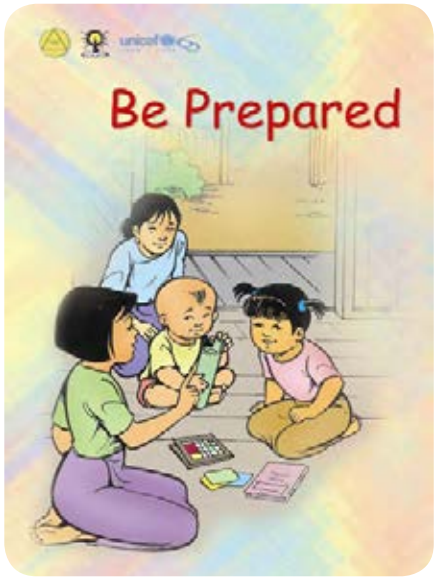
- Cleaning Earth (Purifier la terre) - http://vimeo.com/26073661
- Heart of Gold (Le cœur d'or) - http://vimeo.com/26073661
- Sarajevo by Night (Sarajevo dans la nuit) : http://vimeo.com/26723722

(survie et développement de l'enfant, protection de l'enfance, diversité)



Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids! ! (Dix choses formidables pour les grands enfants à faire avec les petits enfants!)
Livre pour les jeunes, 2000, réalisé par le Ministère de l'éducation et UNICEF Maldives

Une approche d'activités d'enfant à enfant qui est inclusive, respectueuse des différences entre sexes, destinée aux préadolescents des Maldives qui « s'occupent » de frères et sœurs plus jeunes (et avec les exemples d'enfants handicapés s'occupant d'enfant plus jeunes), dans lesquels tous s'amusent et apprennent. Recherches sur l'attrait, l'intérêt et la compréhension réalisées avec des jeunes et évaluation de l'impact du programme trois ans après la campagne. Cette approche entre dans le cadre d'une stratégie de communication pour le développement de l'enfant visant les enfant, les frères et sœurs plus âgés et les adultes.
http://www.unicef.org/cwc/files/Ten_Terrific_Things-Maldives.PDF
(survie et développement de l'enfant, protection de l'enfance, égalité des sexes, handicaps)



Be Prepared/ Let's Sell Together (Soyez prêt / Nous vendons)
Série de livres, 2007, écrits par des adolescents du Myanmar, réalisée par UNICEF Myanmar

Fondée sur des expériences vécues de jeunes défavorisés et handicapés pour appuyer les aptitudes à la vie quotidienne et le développement de l'alphabétisation. Les sujets comprennent : le harcèlement, la préparation aux catastrophes, les dangers posés par le VIH et la pression subie provenant des autres adolescents. Des livres qui ne demandent qu'un faible niveau d'alphabétisation, mais qui sont intéressants et appropriés pour une éducation scolaire non officielle et les enfants non scolarisés.
http://www.unicef.org/cwc/files/Be_Prepared-Disaster_Preparadness.pdf
(protection de l'enfance, éducation scolaire de base, égalité des sexes, situations d'urgence, résilience)

Références Internet

MÉDIAS AUDIO-VISUELS

RadiJoJo
Site Internet créé en 2003 présentant des programmes radio éducatifs et divertissants, différentes animations et des contenus en ligne pour et avec des enfants âgés de 3 à 13 ans, appuyant des séries radiophoniques allemandes pour et avec les enfants.

Des enfants et des adolescents, guidés par des adultes, réalisent leurs propres spectacles et sont encouragés à envoyer fichiers audio, photos, vidéos, dessins. Ils font figurer des contenus culturels locaux, des interviews avec des jeunes d'autres pays, ils se découvrent eux-mêmes et les autres et deviennent des citoyens actifs du monde. Les scénarios sont axés sur des enfants placés sur un pied d'égalité dans toutes les parties du monde : projets bilatéraux ou multilatéraux en Afghanistan, au Soudan, en Ouganda, en Turquie, en Chine, en Ukraine, au Viet Nam, au Brésil, au Ghana, en Russie et ailleurs, encourageant une éducation scolaire et des échanges culturels au niveau mondial. Parmi les sujets traités figurent : la sensibilisation aux problèmes de santé et de paix internationale, la littérature pour enfants, le monde de la musique et l'éveil à la politique. Vainqueur : Journée internationale de la radio et de la télévision de l'UNICEF pour l'année 2009. www.radijojo.de ou htroehlinger@radijojo.de
(survie et développement de l'enfant, éducation scolaire de base, égalité des sexes, protection de l'enfance)

Youth Radio for Peacebuilding (Radio de jeunes pour le développement de la paix)

Site Internet (2004) avec des informations pratiques sur le programme de communication « Search for Common Ground (SFCG) »

Cette « radio de jeunes pour le développement de la paix » fait partie d'une série de guides conçus pour les producteurs de programmes radiophoniques et autres créant des programmes radiophoniques positifs en Afrique pour et avec des enfants (produit par la Radio pour la construction de la paix, programme Afrique). Importance donnée à « ne pas nuire », particulièrement lorsqu'il s'agit de travailler avec les enfants dans les zones de conflit armé et dans les situations de violence et de maltraitance. La plupart des exemples proviennent d'Afrique mais peuvent être adaptés par toute personne participant à des programmes de développement de la paix.
www.radiopeaceafrica.org/assets/texts/pdf/manual_03_EN_color.pdf
(protection de l'enfance, éducation scolaire de base)

Site Internet CREATE (Outils et ressources de communication d'urgence)

Créé en 2008 (à la suite du tsunami en Asie), par Susan Mackay (ancienne Responsable de programme régional de communication de l'UNICEF, Thaïlande)

Un ensemble d'outils pour concevoir et développer rapidement des matériels pour les communautés locales et les équipes de communication travaillant dans les secteurs à risque de catastrophe élevé. Une note : des albums d'images réalisés localement à partir d'objets graphiques utilisés en Thaïlande, au Viet Nam, au Cambodge, aux îles Salomon et Fidji sur la grippe aviaire ainsi que des poèmes pour enfants et des comptines utilisés pour renforcer les messages, principalement ceux à l'attention des écoles. Un exemple pour l'adaptation et l'utilisation locale d'autres messages importants relatifs à la santé et à l'hygiène reproduits dans de nombreux pays de l'Asie de l'Est du Pacifique. www.createforchildren.org/
(situations d'urgence, santé/hygiène, préparation aux catastrophes, aptitudes à la vie quotidienne)

Smart Girls at the Party (Les filles intelligentes à la fête)

Série télé numérique disponible sur Internet, 2009, animée par Amy Poehler et axée sur les jeunes adolescentes (8-13 ans) et leurs familles

Chaque « webisode » contient une introduction sur une fille exceptionnelle ou bien ordinaire qui se passionne pour quelque chose (p. e. l'écriture, le jardinage, la danse, la médiation ou le féminisme). Ce programme est une manière drôle de nous rappeler que les filles n'ont pas besoin d'être célèbres pour faire avancer les choses. Des jeux en ligne sont également disponibles.
www.hulu.com/smart-girls-at-the-party
(éducation des filles, égalité des sexes, aptitudes à la vie quotidienne, éducation primaire de base, résilience)

The Scrub Club

Site Internet, appuyé par la National Science Foundation et la Croix-Rouge des Etats-Unis

Offre une palette d'outils de communication en vue d'une meilleure sensibilisation aux bienfaits du lavage des mains avec du savon et de l'hygiène personnelle : pédagogique, interactif et contient des jeux, des chansons, des « webisodes » animés et différents matériels.
www.scrubclub.org/home.aspx
(survie de l'enfant, hygiène, éducation scolaire de base)

Sesameworkshop

Site Internet d'une société américaine à but non lucratif avec plus de quarante ans d'une expérience unique dans le domaine de la télévision pour enfants aux États-Unis et dans plus de 140 pays.

Les domaines de priorité du site Internet de la célèbre série « Sesame Street » comprennent : la santé et le bien-être, le respect et la compréhension des autres, savoir lire et compter et le bien-être émotionnel. Contient de nombreux jeux et animations appuyant le développement de l'enfant dans son intégralité et des liens vers la série, en même temps que les priorités des enfants d'âge préscolaire. La recherche/formation fait fiable budget intégralement partie du processus de production et la série figure parmi les programmes de télévision qui font le plus l'objet d'évaluations indépendantes.
www.sesameworkshop.org
(santé/hygiène, préparation à la vie scolaire, égalité des sexes, diversité, handicaps)

MIDIAQ-MIDIATIVA Project

Site Internet appuyant une ONG ayant pour but d'informer les familles et le grand public sur les programmes de télévision de qualité pour les enfants et les jeunes qui existent au Brésil.

Ce site Internet est lié à la recherche et les autres informations qu'il contient concernent en partie la promotion des productions locales qui répondent aux besoins propres aux enfants brésiliens en matière de culture et de valeurs personnelles. Une bourse d'échanges particulièrement utile d'animateurs en langue portugaise qui souhaitent établir des liens avec d'autres organisations, participer à des réunions, des festivals, etc. www.midiativa.tv/blog/
(éducation scolaire de base, protection de l'enfance)

LIVRES

Compassion Books (Livres de compassion)

Un site Internet qui contient de nombreuses références pour les enfants et les adultes sur des sujets comme la maladie, la mort, le deuil et sur une grande variété de situations difficiles comme le divorce, la violence, les traumatismes et le suicide. On peut y acheter livres, vidéos et cassettes audio. Ces matériels ont été examinés par des spécialistes des traumatismes ou des personnes qui ont subi des épreuves similaires. Ce site Internet figure ici car il est souvent difficile de trouver des références de matériels concernant des sujets qui conviennent aux enfants. www.compassionbooks.com/store/index.php
(protection de l'enfance, aptitudes à la vie quotidienne, alphabétisation des jeunes enfants)

Banco del Libro (Banque du livre)

Un site Internet destiné à encourager la lecture et la littérature pour enfants au Venezuela et en Amérique latine. La Banco del Libro a été créée en 1960 et s'est transformée en un outil unique en son genre pour les hispanophones intéressés par les livres pour enfants leur convenant sur un plan culturel. Une des opérations « *Read to Live* » *(« Lisez pour vivre »)* a commencé en 1999 à la suite des pluies torrentielles et des coulées de boue qui ont tué environ 30 000 personnes au Venezuela. Avec l'aide d'*Ekare* Publishers, des sacs de livres ont été distribués et des bénévoles lisaient des histoires aux enfants. Des enfants avaient dit aux bénévoles qu'ils avaient pu dormir pour la première fois après s'être fait lire une histoire par quelqu'un.
www.bancodellibro.org.ve (en espagnol)
(éducation scolaire de base, préparation à la vie scolaire, situations d'urgence, résilience)

Ekare Publishers (Ekare maison d'édition)

Petite maison d'édition indépendante fondée en 1978 et produisant des livres pour enfants en espagnol. Il s'agit d'une des premières maisons d'édition de livres pour enfants en Amérique latine et elle se consacre aux livres pour enfants et pour jeunes, principalement liés à leur propre culture et à d'autres origines ethniques. Leur action est liée aux expériences menées par la *Banco del Libro,* un programme vénézuélien qui a pour objectif d'encourager la lecture. www.ekare.com.ve/index.html

(éducation scolaire de base, préparation à la vie scolaire, protection de l'enfance)

Little Books for Little Hands (Petits livres pour petites mains)

Un site Internet contenant des informations sur plusieurs opérations à vocation littéraire coordonné par l'*Unité d'alphabétisation de la petite enfance du* Project for the Study of Alternative Education in South Africa (PRAESA). L'une de ces opérations s'appelle « *Stories Across Africa* » *(« Histoires à travers l'Afrique ».* Les livres sont publiés en langues africaines locales et avec des illustrations locales. La série comprend des livres d'images pour jeunes enfants, aux dimensions de 10 cm x 10 cm afin de tenir dans de « petites mains ».

- **La salade de fruits du Rwanda:** http://littlehands.bookslive.co.za/files/2007/08/fruit_salad.pdf
- **Autres livres du PRAESA:** www.praesa.org.za

(éducation scolaire de base, préparation à la vie scolaire, santé/nutrition, protection de l'enfance)

Reading Corner (Le coin lecture)

Ce site Internet est une librairie virtuelle de l'International Step by Step Association (ISSA). Le but de cette initiative est de créer des livres de haute qualité convenant aux enfants en termes de développement, cela en diverses langues. Le site contient un vaste éventail de livres réalisés par des écrivains et des illustrateurs locaux dans les pays où l'ISSA est active (principalement en Europe centrale et de l'Est et dans la Communauté d'États indépendants) Les livres sont disponibles en 15 langues. www.issa.nl/rc.html

(éducation scolaire de base, aptitudes à la vie quotidienne, préparation à la vie scolaire)

Getting Ready for School (Préparez-vous pour l'école)

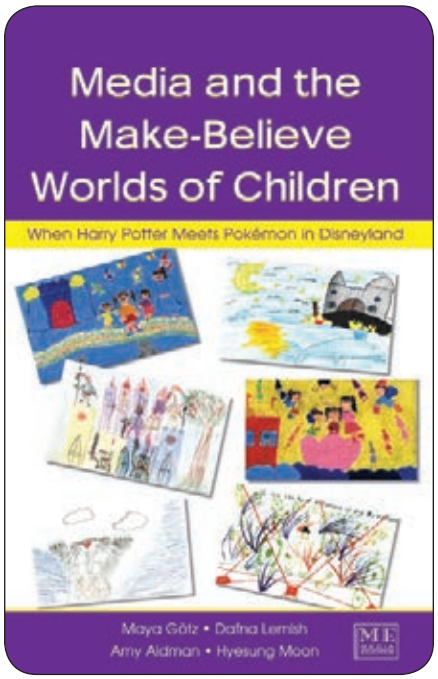
Matériels pédagogiques pour l'enseignement à domicile développés par l'Open Society Institute et axés sur la préparation scolaire. Il offre des leçons et des matériels simples à destination des familles et des éducateurs pour épauler les jeunes enfants qui apprennent à lire et à écrire pendant leurs activités quotidiennes. Ce travail est basé sur des recherches et a fait ses preuves auprès des parents et des enseignants s'occupant de jeunes enfants. Les personnes intéressées peuvent écrire aux adresses suivantes pour obtenir des matériels : Olena.vinareva@osf-eu.org ou earlychildhood@osf-eu.org

(éducation scolaire de base, protection de l'enfance)

International Board on Books for Young People (IBBY) (Union internationale des livres pour la jeunesse)

Site Internet comprenant une bibliothèque numérique de remarquables livres pour enfants provenant du monde entier. L'IBBY est une organisation à but non lucratif représentant un réseau international de personnes du monde entier défendant et appuyant la distribution de livres de qualité pour les enfants de chaque culture et chaque langue. Depuis 2007, l'IBBY épaule aussi une *exposition virtuelle* dont la première a été « Hommage aux publications africaines pour les enfants. » www.ibby.org/

(éducation scolaire de base, préparation à la vie scolaire, égalité des sexes, protection de l'enfance)



CODE

Site Internet consacré au soutien de l'alphabétisation dans le monde en développement. Auparavant appelé Canadian Organisation for Development through Education (Agence canadienne pour l'éducation au service du développement), CODE collabore avec des organisations locales dans les pays en développement pour épauler l'apprentissage, les bibliothèques et la formation des enseignants. Depuis 50 ans, CODE se consacre à favoriser l'édition autochtone, notamment en distribuant des livres pour enfants écrits dans les langues de la culture locale dans 45 pays d'Asie, d'Afrique, d'Amérique latine et d'Océanie dans 60 langues et dialectes, y compris en Braille. Le site Internet présente régulièrement un ouvrage important pour la survie et le développement de l'enfant. CODE a remporté le Prix international d'alphabétisation de l'UNESCO. Sa devise est : *quand les enfants savent lire et écrire, ils peuvent apprendre n'importe quoi et contribuer au changement pour eux-mêmes, leur communauté et leur pays.* www.codecan.org/en/code
(éducation scolaire de base, préparation à la vie scolaire, protection de l'enfance, VIH/SIDA, égalité des sexes, diversité culturelle)

International Children's Digital Library (ICDL) (Bibliothèque internationale numérique pour les enfants)

Un site Internet qui est une bibliothèque de livres remarquables pour enfants du monde entier. L'ICDL a pour but d'encourager la tolérance des enfants et leur respect pour les différentes cultures, langues et idées. Créé à l'Université du Maryland, il dispose à présent d'une collection de plus de 1000 livres en une centaine de langues différentes. en.childrenslibrary.org/
(éducation scolaire de base, préparation à la vie scolaire, diversité culturelle)

RECHERCHE

International Clearinghouse on Children, Youth & Media (Centre international de documentation sur les enfants, la jeunesse et les médias)

Centre international de documentation publiant des lettres d'information et des livres sur les médias et les enfants, la recherche, les pratiques, les politiques et les interventions du monde entier ainsi que les dernières informations sur les évènements liés à ce secteur et les possibilités de travail en réseau.www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php

International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI)

Base de données sur la télévision éducative pour les enfants et les jeunes ainsi que sur les documents de recherche, articles, rapports de conférence, recommandations pour les producteurs, se trouvant au siège de la Radio et télévision bavaroise à Munich, en Allemagne. Le site est en allemand et en anglais. www.IZI-Datenbank.de et http://www.br-online.de/jugend/izi/english/about_us.htm#

Prix Jeunesse International

Site Internet destiné à fournir des informations sur les programmes de télévision et les sites Internet du monde entier qui ont été récompensés et sur les possibilités de formation pour les professionnels du secteur. Tous les deux ans, les organisateurs préparent un festival de télévision de qualité pour les enfants, présenté par la Radio et la télévision bavaroise, à Munich, en Allemagne. www.prixjeunesse.de

Center on Media and Child Health (CMCH)(Centre sur les médias et la santé des enfants)

Site Internet du Children's Hospital Boston, Massachusetts (affilié à la Harvard School of Public Health et à la Harvard Medical School) offrant la plus importante base de données gratuite dans les domaines concernant les enfants, les médias et la santé; informations sur les nouveaux développements dans ces domaines, préoccupations actuelles et problèmes; avec aussi des conseils pratiques pour les parents et les éducateurs.
www.cmch.tv, http://cmch.typepad.com/mediatrician/
http://cmch.typepad.com/mediatrician/

The Journal of Children and Media (Le Journal des enfants et des médias)

Une publication universitaire de référence et pluridisciplinaire publiée quatre fois par an. Comprend des articles de recherche universitaire ainsi qu'une section « Analyse et commentaires » sur les questions liées aux politiques concernant les médias et les enfants du monde entier.
www.tandf.co.uk/journals/titles/17482798.asp

Scope/In the Picture (Scope/Dans l'image)

Site Internet et programme de formation ayant pour objectif d'encourager l'intégration positive et naturelle des enfants handicapés dans les livres d'images. S'insère dans le cadre du programme SCOPE au Royaume-Uni qui encourage l'égalité pour les personnes atteintes d'infirmité motrice cérébrale. Collabore avec des auteurs, des illustrateurs et des éditeurs, les encourageant à faire figurer les enfants handicapés aux côtés d'autres enfants dans les scénarios et les illustrations. Une référence précieuse pour les personnes travaillant pour la communication pour les enfants; une banque d'images, des conseils pour les auteurs et les illustrateurs, des récits d'expériences vécues par des personnes travaillant dans ce domaine et des récits personnels d'enfants et d'adultes handicapés. www.scope.org.uk/inthepicture

The Joan Ganz Cooney Center Initiative

Un centre de documentation fondé par le créateur de la série télévisée pour enfants « Sesame Street » pour permettre de faire progresser les connaissances sur les processus d'apprentissage chez les enfants à l'âge du numérique. Grâce à la recherche, à l'innovation, au développement de partenariats, au développement de la diffusion, il encourage l'apprentissage et aide les enfants à se développer comme des citoyens alphabétisés et responsables. Parmi les partenariats figurent The Global Schoolhouse Project (Projet « écoles du monde») et la First Book Literacy Initiative (« Premier livre » : projet d'alphabétisation). Une récente étude, « Game Changer: Investing in Digital Play to Advance Children's Learning and Health (Investissement en jeu numérique pour faire avancer l'apprentissage et la santé des enfants)» analysait l'intérêt des enfants dans les jeux et les médias numériques et comment exploiter leur potentiel. www.joanganzcooneycenter.org

Teaching Tolerance (L'éducation de la tolérance)

Site Internet/magazine destiné à aider les éducateurs à faciliter l'apprentissage par les enfants de la justice sociale, de la discrimination et de la diversité avec des comptes rendus et des recommandations de livres et de médias audio-visuels. A récemment lancé un « programme d'enseignement de la diversité aux élèves ». www.teachingtolerance.org

NOTES

1. Pour une vue d'ensemble, voir par exemple Drotner, K. & Livingstone, S. (Eds.) (2008), Le manuel international des enfants, des médias et de la culture. Los Angeles: Sage; Kirsh, S.J. (2009), Les médias et les jeunes: une perspective de développement. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell; Lemish, D. (2007). Les enfants et la télévision: une perspective globale. Oxford: Blackwell; Mazzarella, S.R. (Ed.) (2007). 20 questions sur les jeunes et les médias. New York: Peter Lang; Pecora, N., Murray, J.P., & Wartella, E. (Eds.) (2007). Les enfants et la télévision: cinquante ans de recherches. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum; Strasburger, V.C., Wilson, B.J., & Jordan, A. (Eds) (2008). Les enfants, les adolescents et les médias. Thousand Oaks, CA: Sage. Pour des articles de recherche et des comptes rendus spécifiques voir le Journal des Enfants et des Médias www.tandf.co.uk/journals/titles/17482798.asp
2. Voir par exemple Fisch, S. (2004). L'apprentissage des enfants issu de la télévision éducative: Sesame Streetet au-delà. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum; Lemish, D. (2007). Les enfants et la télévision: Une perspective globale. Oxford: Blackwell (chapter 5).
3. Voir par exemple – Singhal, A., Cody, M., Rogers, E., & Sabido, M. (eds.) (2004). Les approches ludo-éducatives et le changement social: histoire, recherche et pratique. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
4. Voir par exemple des programmes comme « Venir en aide et apprendre à lire » (www.reachoutandread.org) et « Lire avec les enfants », Save the Children »/Bangladesh et « Quelque chose à lire, quelque chose à apprendre » : médias imprimés pour jeunes enfants et à leur propos. Un exemple de la République kirghize. Bureau régional EEC-CEI de l'UNICEF EEC-CEI. www.unicef.org/ceecis/Print_Media_for_and_about_Young_Children._Kyrgyz_Republic.pdf
5. Voir sources dans la note 1 et aussi par, exemple, Kamalipour, Y.R. & Rampal, K.R. (Eds.) (2001). Médias, sexe, violence, and drogue dans le village global. Boston: Rowman & Littlefield; Potter, W.J. (1999). Sur la violence dans les médias. Thousand Oaks, CA: Sage.
6. Voir sources dans la note 1 et aussi, par exemple, Durham, M.G. (2008). L'effet Lolita: la sexualisation des jeunes filles dans les médias et ce que nous pouvons faire à ce propos. Woodstock & New York: The Overlook Press; Lemish, D. (2010). Représentation du genre à la télévision pour enfants: les opinions des producteurs autour du globe. NY: Routledge. (Chapitre un); Levin, D.E. & Kilbourne, J. (2008). Si sexy et si tôt: la nouvelle enfance sexualisée et ce que les parents peuvent faire pour protéger leurs enfants. NY: Balantine Books.

7. Voir sources dans la note 1 et aussi, par exemple, Asamen, J.K., Ellis, M.L., & Berry, G.L. (Eds.) (2008). Le Manuel Sage du développement de l'enfant, du multiculturalisme et des médias. Los Angeles: Sage.
8. Voir Le Centre international d'échange et d'information sur l'enfant, les jeunes et les médias du Centre de documentation NORDICOM de l'Université de Göteborg, Suède. www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php
9. Voir par exemple Brazelton, T. Berry, M.D. & Greenspan, Stanley, I., M.D. (2000). Les besoins irréductibles des enfants: ce que chaque enfant doit avoir pour grandir, apprendre et s'épanouir, Perseus Publishing; www.unicef.org/earlychildhood/files/FINAL_Prog_Comm_for_ECD_Nov06.pdf.
10. Voir par exemple Arnett, J.J. (2010). L'adolescence et l'émergence de l'âge adulte: une approche culturelle. NJ: Prentice Hall, Berk, L.E. (2003). Le développement de l'enfant. NY: Allyn & Bacon; Casper, V. et Theilheimer, R. (2009). L'éducation au cours de la petite enfance: apprendre ensemble. NY: McGraw-Hill; Korczak, J. (2007). Aimer chaque enfant: sages conseils pour les parents. Chapel Hill, NC: Algonquin Books. Trawick-Smith, J. (2006). Développement de la petite enfance: une perspective multiculturelle. Pearson Education, Inc.
11. Witte, K. & Allen, M. (2000). Une méta-analyse des appels à la peur: implications pour des campagnes de santé publique efficaces. Health Education & Behavior (formerly Health Education Quarterly), 27, 608-632.
12. La portée et l'impact éducatif de Sisimpur's: évidences issues d'une étude longitudinale d'un projet Sesame Street au Bangladesh. Sesame Workshop février 2009.
13. Sesame Street ® et ses productions internationales (Sisumpur et Takalani Sesame), les personnages, les marques déposées et les éléments graphiques sont la propriété exclusive de Sesame Workshop et sont sous licence Sesame Workshop. ©2011 Sesame Workshop. Tous droits réservés. Animations et films pour enfants mis à disposition avec l'aimable autorisation de Sesame Workshop (New York, New York).
14. Connolly, P., Fitzpatrick, S., Gallagher, T., & Harris, P. (2006). Aborder la diversité et l'inclusion chez les enfants en bas âge dans les sociétés affectées par les conflits: une étude de cas de l'Initiative Médias pour les Enfants—Northern Ireland. International Journal of Early Years Education, 14(3), 263–278; Connolly, P. (2009) Développer des Programmes pour promouvoir la diversité ethnique au cours de la petite enfance: Leçons de l'Irlande du Nord. Working Paper No. 52. La Haye, Pays-Bas: Bernard van Leer Foundation.

REMARQUES DES UTILISATEURS

Ce dossier pratique est en évolution constante. Nous souhaiterions savoir si vous avez pu utiliser si ces principes et si les matériels référencés vous ont été utiles. En outre, au fur et mesure que d'autres matériels nous sont signalés, nous espérons pouvoir mettre ce dossier à jour avec d'autres exemples positifs de travaux réalisés dans le monde entier.

Nous vous remercions à l'avance des réponses que vous pourrez apporter aux questions ci-dessous. Merci de les faire parvenir à :

UNICEF C4D Unit / "Communicating with Children"
3 UN Plaza, New York NY 10017, USA

Ou de les envoyer par email à c4dhq@unicef.org.

A. Votre évaluation personnelle de ce dossier pratique

1. Comment avez-vous entendu parler de ce dossier pratique ?
2. Dites-nous en quelques mots (dans n'importe quelle langue !) vos impressions concernant ce dossier pratique. Par exemple, nous souhaiterions savoir si vous l'avez trouvé utile pour vous et, si c'est le cas, de quelles façons (en classe, à votre travail). Est-il utile à lire ? Pourquoi l'avez-vous apprécié ? Y-a-t-il quelque chose que nous n'aimez pas dans son contenu ? Qu'aimeriez-vous voir de différent ou en plus ?
3. De quelle manière avez-vous pu l'utiliser ou prévoyez-vous de l'utiliser ?
4. Pas d'autres commentaires ?

B. Votre propre exemple d'un bon matériel de communication pour enfants

1. Titre d'exemple positif :
2. Pays d'origine :
3. Langue(s) :
4. Auteur(s) :
5. Produit/distribué par :
6. Type de média (p.ex., livre, programme de télévision ou de radio, site Internet) :
7. Groupe d'âges visé (p. ex., petite enfance, moyenne enfance, premières années de l'adolescence) :
8. Objectifs :

9. Contenu :
10. Quels principes et recommandations de la quatrième partie avez-vous suivis ?
11. Y-a-t-il quelque chose dans vos exemples préférés que vous souhaiteriez changer/faire différemment ? Quoi et pourquoi ?

C. Si vous avez accédé à la version en ligne de ce dossier pratique et souhaitez en obtenir une version imprimée, veuillez nous envoyer un message concernant la façon dont vous souhaitez l'utiliser en indiquant votre nom, votre adresse postale et votre adresse email (pour simple raison de confirmation) à c4dhq@unicef.org.

D. Facultatif

Votre nom, fonction, adresse professionnelle ou celle de votre école et adresse courriel :

N'hésitez pas à nous contacter !

Crédits photos

COUVERTURE (De gauche à droite) © Macédoine 2011/John McConnico; © UNICEF/NYHQ2007-0776/El Baba; *Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids!;* © Maldives 2000/Y. Hameed; © UNICEF Fidji/2010
iii © UNICEF/NYHQ1996-1460/Pirozzi
v © UNICEF/INDA2011-00107/Crouch
vii © Brésil 1987/RBB
viii (Gauche) *Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids!* © Maldives 2000/Y. Hameed
viii (Milieu) © UNICEF Azerbaïdjan/Pirozzi/2004
viii (Droite) © UNICEF/NYHQ2010-1223/LeMoyne
ix © UNICEF/NYHQ2009-1680/El-Bahbahani
x © UNICEF Indonésie/2007
1 *Massage for the Babies* © Maldives 2000/Y. Hameed
4 © UNICEF/NYHQ2009-1855/Pirozzi
5 © UNICEF/NYHQ2006-1602/Noorani
6 (Haut) © UNICEF/NYHQ2010-3038/Pirozzi
6 (Bas) © UNICEF Soudan du Sud/2010/Pirozzi
7 © UNICEF/NYHQ2006-2537/Pirozzi
10 (Gauche) *A Good Start Project* © Macédoine 2010
10 (Droite) © UNICEF/BANA2010-01332/Khan
11 (Gauche) © UNICEF/AFGA2009-00736/Noorani
11 (Droite) © UNICEF/NYHQ2009-1828/Markisz
12 *Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids!* © Maldives 2000/Y. Hameed
13 © UNICEF/NYHQ2009-0223/Estey
16 (Haut) *Look how terrific I am (0-3)!* © Maldives 2000/Y. Hameed
16 (Centre) © UNICEF/NYHQ2011-0126/Noorani
16 (Bas) © UNICEF/NYHQ2009-2314/Uddin
17 *Look how terrific I am (3-5)!* © Maldives 2000/Y. Hameed
20 © UNICEF/NYHQ2009-0852/Noorani
22 (Haut) © UNICEF/NYHQ2010-0593/ Pirozzi
22 (Bas) *To be different is normal* © Brésil 2010/Helena Werneck
25 *Look how terrific I am!* © Maldives 2000/Y. Hameed
28 © USA 2011/Sesame Workshop
29 (Haut) © USA 2011/Sesame Workshop
29 (Bas) © USA 2011/Sesame Workshop
30 (Haut) © Macédoine 2011/John McConnico
30 Keremet Koch (Magic Journey) ©Télévision et radio publique kirghize/UNICEF 2006
31 (Haut) © USA 2011/Sesame Workshop
31 (Bas) © USA 2011/Sesame Workshop
32 *Everybody loves me: Yaish's Story* © Maldives 2000/Y. Hameed
32 (Bas) © UNICEF Ouzbékistan/2007
33 © UNICEF/NYHQ2009-0157/Pirozzi
33 © UNICEF Indonésie/2007
34 (Haut) *At School, What If...?* © Afrique du Sud 2003/Early Learning Resource Unit

34 (Bas) © UNICEF Macédoine /2009
35 (Gauche) © UNICEF/NYHQ2010-2607/LeMoyne
35 (Bas) *See Something Say Something* © UK 2009/Bold Creative for Nickelodeon UK
36 (Bas) *Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids!* © Maldives 2000/Y. Hameed
36 (Bas) © UNICEF Lesotho/2010
37 *Fatma* © Égypte 2005/Télévision et radio égyptienne
38 © UNICEF Ouzbékistan/2007
39 © UNICEF/NYHQ2009-1926/Pirozzi
40 (Haut) *No Fair to Tigers/No Es Justo los Tigres* © USA 1999/Redleaf Press
40 (Bas) *To be different is normal* © Brésil 2010/ Helena Werneck
41 (Gauche) *Nozipho's Story* © Afrique du Sud 2007/Soul Buddyz TV
41 (Droite) *Nozipho's Story* © Afrique du Sud 2007/Soul Buddyz TV
42 (Haut) © UNICEF CEE/ECO/2010
43 (Bas) © UNICEF/NYHQ2009-1585/Taha
43 (Gauche) © UNICEF Myanmar/2001/U Sein Ohn
44 (Haut) © *Media Initiatives for Children*/USA 2011/Peace Initiatives Institute
44 (Centre) © UNICEF/NYHQ1995-1112/Pirozzi
44 (Bas) © *Media Initiatives for Children*/USA 2002/ Peace Initiatives Institute
45 (Haut) © UNICEF/NYHQ2006-0738/Noorani
45 (Centre) *Maldivian Babies* © Maldives 2000/Y. Hameed
45 (Bas) © UNICEF/NYHQ2007-1798/Nesbitt
46 (Centre) *I am Raven* © Canada 2010/Bouchard and Everson
46 (Bas) © UNICEF Turkménistan/2009
47 © UNICEF Fidji/2011
50 © UNICEF/NYHQ2006-2918/Pirozzi
51 (Haut) *Everybody loves me: Yaish's Story* © Maldives 2000/Y. Hameed
51 (Centre) © UNICEF/NYHQ2008-1570/Pirozzi
51 (Bas) *Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids!* © Maldives 2000/Y. Hameed
52 (Gauche) Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids! © Maldives 2000/Y. Hameed
52 (Droite) © Serbie 2008/Sakaedani Petrovic
53 (Gauche) © UNICEF/NYHQ2008-0291/Markisz
53 (Droite) © UNICEF/NYHQ2008-0183/Davey
54 (Haut) © UNICEF/NYHQ2008 1796/Pirozzi
54 (Centre) Look how terrific I am (3-5)! © Maldives 2000/Y. Hameed
54 (Bas) Deaf People of China © Chine 2003
55 (Haut) © Macédoine 2011/J. McConnico
55 (Centre) © UNICEF/NYHQ2009-1543/Pirozzi
55 (Bas) © UNICEF/NYHQ2010-0603/Noorani
56 © Macédoine 2011/J. McConnico
57 Look how terrific I am (3-5)! © Maldives 2000/Y. Hameed
61 (Haut) © UNICEF Turkménistan/2009
61 (Centre) © UNICEF Afrique du Sud/2006
61 (Bas) © UNICEF Myanmar/2005
62 (Haut) © UNICEF Lesotho/2010
62 (Centre) © UNICEF/NYHQ2010-2963/Noorani
63 (Haut) © UNICEF/NYHQ2007-1292/Asselin
63 (Centre) © UNICEF ROSA/1990
64 (Gauche) © Macédoine/2011/John McConnico
64 (Droite) © UNICEF /Tunisie 2007-0274/Noorani
65 © UNICEF Vietnam/2003
67 When Juhi was Growing Up © Indie 2000/J. Madyham
68 Oneminutejrs © Liban 2006/Fondation européenne
69 (Haut) Ten Terrific Things for BIG Kids to do with Little Kids! © Maldives 2000/Y. Hameed
69 (Centre) © UNICEF Myanmar/2007
70 (Haut) To be different is normal ©Brésil 2010/Instituto MetaSocial
70 (Centre) © UNICEF/NYHQ2009-1553/Husseini
71 (Centre) © UNICEF/NYHQ2008-1571/Pirozzi
71 (Bas) © UNICEF/Tunisie 2007-0275/Noorani
72 © UNICEF/NYHQ2010-0753/LeMoyne
73 Media and Make-Believe World of Children © USA 2005/Lawrence Erlbaum Association, Inc
75 © UNICEF Azerbaïdjan/Pirozzi/2008
77 © UNICEF Serbie/2009/J. Maccak
79 © UNICEF VN/2004/Khanh

Désign: Kerstin Vogdes Diehn

Scannez ce code QR ou visitez
www.unicef.org/cwc.

unicef

Communication pour le développement
Section égalité des sexes, droits et engagement civique
Division des politiques et des stratégies
UNICEF New York

ISBN 978-0-9911961-0-4
9 780991 196104 90000>