



ASSOCIATION DES OMBUDSMANS ET  
MÉDIATEURS DE LA FRANCOPHONIE

## Comment faire connaître les médiateurs / ombudsmans par les enfants

La plupart des institutions africaines de médiation, ne disposent que de peu de moyens financiers pour asseoir de véritables stratégies de communication destinées aux enfants, avec pour objectif de leur faire connaître le Médiateur de la République ou Ombudsman ou défenseurs des droits, leurs missions en général, et de façon plus spécifique, leur rôle de protection des droits de l'enfant.

Dans la plupart des pays africains, le budget alloué aux activités de communication des médiateurs et ombudsmans, est souvent très peu conséquent, en considération de l'ampleur des objectifs et des cibles à atteindre.

Faire connaître le médiateur de la république, l'ombudsman ou le défenseur des droits par les enfants, suppose la **conception et la mise en œuvre de stratégies de communication** à l'endroit des enfants, et qui tiennent compte de la spécificité de la cible qu'ils constituent.

En général, les médias sont pour tous, et pour les enfants âgés de 7 ans et plus, les principaux canaux de communication pour véhiculer un message. Par **médias** on entend :

- la radio (émissions de jeux interactifs pour les enfants et les jeunes),
- la télévision (émissions enfantines de divertissement, jeux télévisés et débats pour un public plus mature),
- la presse écrite (oui et non, les journaux étant plus adaptés à l'information des adultes).

Les **magazines et bandes dessinées** pour jeunes sont aussi un canal approprié de transmission de l'information : messages transcrits dans le langage adapté (mots simples et facilement compréhensibles ; informations étayées par des dessins, etc.).

Les **affiches** en petit, moyen et grand formats, porteurs de messages bien précis et présentant par les couleurs, les images et le langage utilisés, un intérêt certain et immédiat pour l'enfant.

Ces moyens de communications ne nécessitent qu'un faible investissement financier et permettent de porter l'information de façon large et complète.

Aussi, les **séances publiques d'information dans les écoles, les collèges et les lycées** permettent d'avoir un accès direct aux enfants, de discuter et d'échanger avec eux sur leurs préoccupations. Ce moyen de communication est efficace et ne demande qu'une faible mobilisation financière. Il est encore plus intéressant d'avoir à disposition des **dépliants et brochures** à l'attention de l'enfance et de la jeunesse, à offrir aux enfants en fin de séances, et qui font le point des sujets débattus, de même qu'ils contiennent les contacts utiles (une adresse, et un numéro de téléphone). Ces séances peuvent également être réalisées par les enfants eux-mêmes, des jeunes qui seraient les ambassadeurs de l'institution auprès de leurs pairs (jeunes du Parlement des jeunes, les premiers des écoles et collèges...).

Une autre option est pour les institutions de médiation de profiter de leurs **journées portes ouvertes** pour inviter des réseaux de jeunes (le parlement des enfants et des jeunes, les scouts, les premiers des écoles et collèges, etc.) et aussi les classes scolaires à découvrir leur lieu de travail et à poser des questions. Cette option rappelle celle des séances publiques d'information, sauf qu'elles ont lieu au sein même du médiateur de la république.

Les actions de **sponsoring et/ ou de mécénat** de l'institution pour des événements en rapport avec les enfants (manifestations éducatives à caractère culturel ou sportif, cérémonies de récompenses en fin d'année scolaire, etc.) contribuent également à mieux faire connaître l'institution aux enfants. Cela nécessite un plus grand investissement financier mais permet de parler des missions du médiateur de la république dans des instances regroupant aussi bien les enfants que les adultes (dont les parents).

Enfin, les institutions de médiation peuvent, de façon plus indirecte, sensibiliser les **acteurs impliqués dans le bien-être des enfants** (UNICEF, PLAN, BRIGADE DES MINEURS, JUGES DES MINEURS, MINISTÈRE DE LA FAMILLE, CENTRES DE SANTÉ, etc.) sur leur engagement à promouvoir et défendre les droits de l'enfant, afin qu'eux à leur tour, portent le message aux enfants et aux jeunes.

**Internet** n'est pas encore véritablement accessible à toutes les couches sociales, et surtout pas aux enfants et aux jeunes démunis. À ce titre, il reste bien évidemment un grand outil de communication, mais dont l'utilisation par l'ensemble des enfants et des jeunes n'est pas garantie. Il ne doit pas pour autant être occulté puisqu'il permet d'informer des personnes pouvant être le relai d'information vers d'autres.

La mise en place d'un **numéro vert** (gratuit) par le médiateur de la république pour les enfants, qui ferait l'objet d'un large battage médiatique (campagnes audiovisuelles, affichages sur panneaux géants, distribution d'affiches dans les centres commerciaux, les écoles et collèges, etc.), pourrait favoriser aussi une meilleure connaissance des services et des missions de l'institution par les enfants et par l'ensemble de la population et rendrait l'institution facilement accessible aux enfants.

Voilà quelques idées de communication à l'endroit des enfants, pour leur faire connaître les institutions de médiation. Ces stratégies sont plus ou moins adaptées aux réalités financières et sociologiques de nos institutions africaines. Toutes ces campagnes de sensibilisation, de formation peuvent être réalisées avec l'aide d'ONG présentes sur le terrain (UNICEF, PLAN, EQUITAS...) qui ont souvent les outils disponibles et les moyens, surtout si ces campagnes peuvent être incluses dans une campagne plus générale de sensibilisation aux droits de l'enfant.

L'AOMF développe par ailleurs des outils à l'attention des enfants : site internet, livret de présentation des Médiateurs et de la Convention internationale, affiches, et vidéo qui simplifieront ces campagnes de sensibilisation.