

# MEDIATION



Biannual  
publication  
of Fondation  
Hirondelle

## UNDERSTANDING THROUGH INFORMATION AND DIALOGUE



### For an informed and active youth

From one society to another, youth is either seen as the promise of a better future, or as a threat, a source of instability that may jeopardize the established order. The concept of «youth» also covers different realities and understandings in different cultures. Politicians, marketing or development aid professionals, however, have put “young people” at the heart of their speeches and policies. There are so many misunderstandings when it comes to talking about, or to, young people. Fondation Hirondelle, similarly to other media organizations, sees this as a major editorial and operational challenge: bridging the generation gap, fostering intergenerational dialogue by setting up media platforms and offering accessible, attractive content. Generations that have grown up with the Internet and social networks clearly do not have the same consumer habits as their elders as far as the media are concerned. But their thirst for information is very real. It is up to us to better understand their expectations, their needs. We must become just as agile and help them produce and broadcast relevant information.

**Caroline Vuillemin**  
General Director

*A young journalist trainee from Studio Hirondelle Guinea reporting, November 2015 © Tristan Miquel / Fondation Hirondelle*

### FOSTERING INTER- GENERATIONAL DIALOGUE

**Younger generations are demographically dominant, yet they remain economically disadvantaged and virtually absent from democratic institutions. Building more peaceful societies requires their active engagement. Can the media help?**

They represent half of the worldwide population – up to 70% of the population in Africa. Their political representation is insignificant: they make up less than 2% of national parliaments. Their economic situation is precarious: three quarters of their jobs are in the informal economy, their unemployment rate is twice the world average. They are more easily enlisted in militias: they die more than others in armed battles. For girls things are often even worse. “They are under 30 years old.”

From the beginning of the 2000s, the global political situation has increasingly put the younger generation in the spotlight. They were the majority of those who enlisted in often radicalized armed groups in Afghanistan, Iraq, Libya, Syria, Mali, the Central African Republic ... They also represent the largest share of people fleeing these crisis-ridden countries and ending up on

the challenging path of migration. The media has often portrayed them as victims, the states as guilty or undesirable, few institutions have shown interest in the solutions they might hold for the future.

Since 2015, however, the international community has adopted a legal framework that promotes the contribution of the 1.8 billion young people aged 18 to 29 towards “economic prosperity” and the “shaping [of a] lasting peace”. UN Security Council Resolution 2250 urges states to form partnerships with business and civil society to achieve that very purpose, but it remains silent on the role of the media. This leaves them with the responsibility of inventing a way to dialogue with younger generations.

But since the end of the 2000s, young people have stopped waiting for the traditional media’s attention. The latter might still dominate the media landscape in terms of audience levels, but the emergence of the Internet and social networks has allowed younger generations to find their own channels of communication, even in countries where connection rates remain low, such as Burkina Faso or DR Congo. This often generates socio-political improvements, but sometimes makes things worse. Maybe this is where the new role of the traditional media is to be found: connecting these two media hubs, the old and the new, broadcasting the initiatives young people are inventing online. Would this not be a way for the traditional media to build bridges between the generations, to encourage young people to actively and peacefully engage in their societies? ■

## Interview

### LISTENING TO WHAT YOUNG PEOPLE HAVE TO SAY ABOUT THEMSELVES



**Graeme Simpson, director of Interpeace USA, is the lead author of "The Missing Peace", the study carried out following UN Security Council Resolution 2250 on "Youth, Peace and Security" (December 2015). He explains how the media could foster youth's contribution to peace processes and conflict resolution.**

**You are the lead author of a study entitled "The Missing Peace"<sup>(1)</sup>, commissioned by the UN Secretary-General in order to implement Security Council Resolution 2250 on "Youth, Peace and Security". What were the context, the methodology and the objectives of this study?**

**Graeme Simpson:** Resolution 2250, unanimously voted in December 2015, reconciles two opposite approaches: one premised on the assumption that young people are at the heart of terrorist and extremist ongoing vio-



Interview by the Tunisian Radio of protesters in Gafsa, June 2015 © Gwenn Dubourthoumieu / Fondation Hirondelle

lence around the world; and the other recognizing that the 1.8 billion 18-to-29 year-old people worldwide are unrepresented in local, national and international political systems and that they need to be given a voice. The resolution called for a study dedicated to the positive role young women and men play in the maintenance and promotion of peace and security globally (see box page 3).

In September 2016, I was appointed by the UN Secretary-General as the independent lead author of this study to support the implementation of Resolution 2250. I had the chance to work with 21 advisers from all over the world, most of them young, practitioners or scholars. For we were addressing mainly a problem of exclusion, marginalization and voicelessness of young people, our methodology has been all the more inclusive and participatory, designed to reach and represent the widest array of world youth. We met 4230 young people, 50% of each gender. Thanks to partnerships with many civil society organisations, we conducted 281 focus groups in 44 countries, including remote groups such as indigenous youths in rural areas in Central America, combatants and former combatants in the Philippines and Somalia, second generation migrants in the suburbs of Stockholm, young African Americans in Chicago and New York, young pastoralists in South Sudan... Instead of speaking of or to young people, we listened to what young people had to

say about themselves. This evidence-based approach was used to learn from their creativity and innovation as a positive contribution to peace processes and conflict resolution.

**In the first part of the study, "Tackling Stereotypes and Policy Myths", you refer to many young people who regret the degraded image portrayed of them in the media. Can you say a little more about that?**

Whatever the place they lived in, most youth we met expressed the common concern that the media most often associated them with violence. They are depicted as troublemakers, rarely as change makers. This stigmatizes youth and creates a pervasive fear factor, based upon gendered stereotypes such as gangs of young men with guns, or young women as passive victims. Both images deny young people ability to bring change, to drive new processes.

A striking example is the coverage by most traditional media of the #FeesMustFall movement in South African universities in October 2015. Most students were leading decent

**Young people are most often depicted in the media as troublemakers, rarely as change makers**

(1) Read the study: [www.youth4peace.info/ProgressStudy](http://www.youth4peace.info/ProgressStudy)

peaceful protest against the increase of university fees, but most media focused on material violence that occurred in various universities. They notably failed to report the sophisticated alternatives to fund South African universities that some students had brought to the Ministry of Finance. Today in the US, some media report without fact-checking Donald Trump's false assertions claiming in October 2018, that the migrant caravan from Central America is mainly composed of young criminal men, and that some of them come from the Middle East. These media sources focus on and reinforce the 'policy panic' about the security risk those young men may pose, rather than on the courage and resilience they proved, or on the highly motivated workforce they may represent for the US.

**In the second part of the study, "Youth for peace", you nonetheless mention stories of young people who managed to appropriate the media to build a rewarding image of themselves and to connect with the society. Can you tell us more about these examples?**

We noticed a worldwide trend: while they usually do not recognize themselves in the way they are portrayed by the traditional media spread of them, young people have seen the power of new media as an organisational tool

that they can shape and influence to bring positive change. On the web, they can create their own media to involve other people in the promotion of peace. While they lose confidence in representative democracy, cyberspace gives them a chance to change the world: they can express themselves, take direct action, connect with other young people worldwide, then shift their horizon from their local community to the whole planet. They often do so by using creative methods, including diverse forms of popular arts (video, music, hip hop...) to joyfully invade the political space.

**However, the recommendations of your study don't really address the media. In your opinion, can the media develop ties with young people and thereby contribute to building more peaceful societies?**

The key message of this study is that it is high time to start thinking of young people by reference to their resourcefulness, resilience and contribution, rather than by reference to them as a risk. And the media certainly have a key role

in this exercise. A first step can be taken if the traditional media acknowledge the stereotypes most of them disseminate on young people, and if they start making more visible young people who actively contribute to peace locally and worldwide. This could be a fair contribution of the media to help include young people participation in public policy processes. A second step would be that traditional media, mainly radio or TV, broadcast more programs shaped

by young people themselves or with key young people involved. This would help to give young people a voice - to listen to them instead of speaking to or about them. Last, regulation authorities should seek a way to find the correct balance between limiting the damages caused by misinformation and hatred spread on social media, and fostering a free access and use of the cyberspace where young people express most of their social creativity. ■

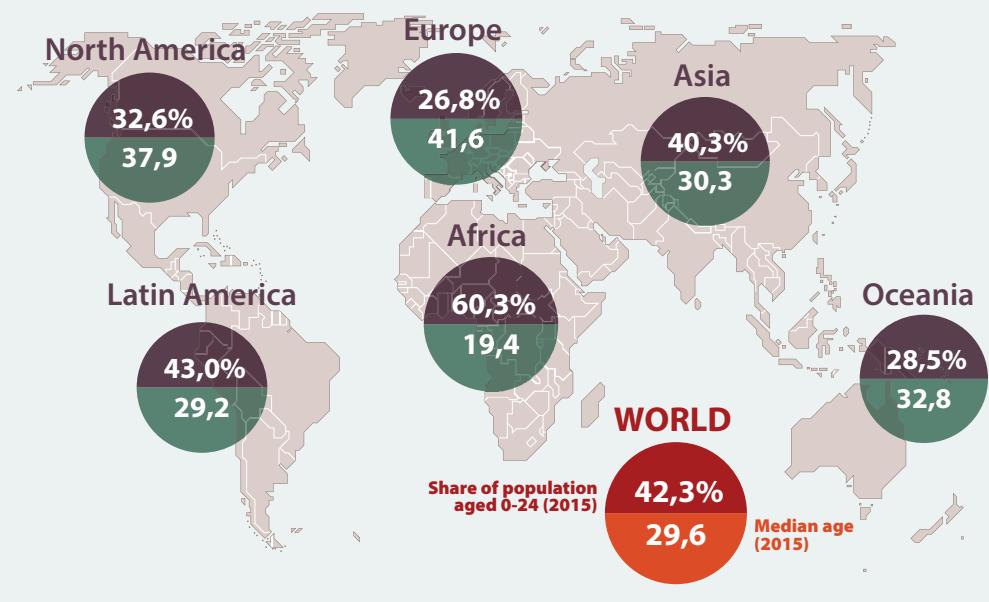
## UN Security Council Resolution 2250: an international framework to engage young people in the building of peaceful societies

Unanimously adopted by the United Nations Security Council on December 9, 2015, resolution 2250 states "that a large youth population presents a unique demographic dividend that can contribute to lasting peace and economic prosperity if inclusive policies are in place." The resolution defines young people as "persons of the age of 18-29 years old". It considers them not primarily as perpetrators of violence or victims: they "should actively be engaged in shaping lasting peace" and "reconciliation."

Resolution 2250 is sponsored by Jordan and was voted at a time when the number of internal conflicts involving young people enlisted in radicalized groups was increasing: North Mali, Central African Republic, Libya, Syria, Iraq, the 2015 attacks in Paris... It was part of an international framework being developed at the time, which aimed to include young people in building peaceful societies: the UN Guiding Principles on Young People's Participation in Peacebuilding (April 2014), the Amman Declaration on Youth, Peace and Security (May 2015). Its four parts - Participation, Protection, Prevention, Partnerships – "urge" states to foster youth participation in institutions as well as to economically and institutionally encourage their multiple initiatives for peace. The resolution emphasizes the need to develop a "culture of peace" for youth through education, but it remains silent on the role the media could play in it.

Text of the resolution available at: <http://unoy.org>

## A world of youth

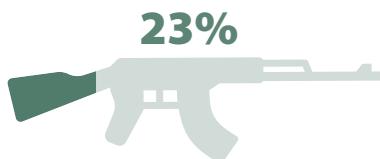


## Big Data



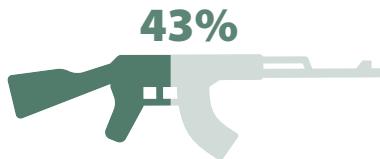
Malagasy children aged 7 to 13 learn how to code, September 2016, Antananarivo © Rijasolo / AFP

### Security



of young people aged 15-29 in the world live in an area plagued by armed conflict or organized crime

(Source: Institute for Economics and Peace, 2016)



of homicide victims in the world are young men aged 10-29

(Source: World Health Organization, 2015)

### Political representation



**1,9%**

of members of national parliaments in 2015 were young people aged under 30



**43,6%**

of 18-29 year olds took part in elections worldwide between 2010 and 2014



**59,1%**

General participation in elections worldwide between 2010 and 2014

### Economy



Worldwide unemployment rate of under 25 year olds



Worldwide unemployment rate



of 15-29 year olds work in the informal economy worldwide



of the active population works in the informal economy worldwide

(Source : OIT, 2017-2018)

### Media



**70,6%**

of 15-24 year olds use the Internet



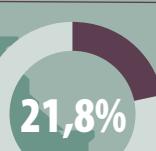
**48,0%**

of the worldwide population uses the Internet

(Source: International Telecommunication Union, 2017)



of young Africans aged 15-24 use the Internet



of the African population uses Internet

(Source: International Telecommunication Union, 2017)



**57%** of the 2.2 billion Facebook users worldwide are 18-34 year olds



**60%** of the 800 million Instagram users worldwide are 18-34 year olds

(Source: Global Digital Report 2018)

## Our experience

### A MEDIA LANDSCAPE THAT TAKES YOUTH INTO ACCOUNT HITS A GREATER AUDIENCE

© Fondation Hirondelle



**Michel Beuret, Fondation Hirondelle's Head of Editorial Content, explains the special attention the Foundation pays to new generations.**

#### Why is Fondation Hirondelle specifically thinking about how to target young people?

**Michel Beuret:** Fondation Hirondelle often works in societies where young people represent the largest share of the population, such as in sub-Saharan Africa: depending on the country, 65% to 80% of the population is aged 35 or under. Young people therefore not only represent the future, but are also very much part of these countries' present. However, despite their demographic weight, their representation in the media is very weak or non-existent.

International institutions tend to look at different age groups: the under-25s, the under-30s... This objectifies the youth, but it also tends to represent them as problematic categories of the overall population: statistically, a large share of these age groups is likely to be poorly trained, looking for work, tempted to emigrate, tempted to join



Studio Tamani reporter interviewing an inhabitant of Bamako © Sébastien Rieussec / Fondation Hirondelle

rebel or radical movements... We try to complete this view by including other points of view into our analysis. The discussions we have with sociologists, the reports of our media on their respective fields, scientific surveys on our various audiences ... all of this led us to reassess the concept of "generations": rather than focussing on age groups, our analysis looks at categories of people who have had remarkable experiences at a comparable age and who recognize themselves in these experiences. Thus, there was the African independence generation, more recently an active generation played a role in the Arab Spring or in the fall of President Blaise Compaore in Burkina Faso. Another generation is currently very involved in citizen movements in the Democratic Republic of Congo.

#### How does Fondation Hirondelle reach the "younger generations"?

We try to understand them first. What are their concerns? What interests them? What are their problems? The answers depend, of course, on whether these young people live in cities or rural areas. They also depend on their level of education. This allows us to understand them better, but we want our editorial content to be inclusive: allow all our audiences to "understand through information and dialogue", by produ-

#### ***Putting the younger generations in the spotlight in our media is a way to include them in society***

cing news and debate programs broadcast by a network of local media partners, in each country and in the 4 or 5 main locally spoken languages.

Studio Yafa, our new project in Burkina Faso, produces specific programs dedicated to the younger generations: these are radio capsules that, within our generic programs, offer tailored editorial and sound concepts. A fatal work accident in a gold mine, for example, will be covered in a factual way by many radio stations. Studio Yafa will get back to the event the following day, by approaching it from an angle that will capture the interest of younger members of the audience - recalling that a large part of the victims working on the site were minors, even though the constitution of Burkina Faso formally prohibits employment of under-15 year olds. In addition to being broadcast on the local radio, these capsules are used on social networks: Facebook, Twitter and popular mobile applications like Whatsapp, depending on the degree of connectivity in the countries concerned...

We make sure to include young people in our newsrooms: the vast majority of journalists in our media are under 35 years old. We tend to work in exclusive societies, which in turn maintain tensions between different categories of people. Putting the younger generations in the spotlight in our newsrooms and in our programs, talking to them about what concerns them, allowing them to talk freely on air... these are all ways to include them in society. This is how we can release tensions and help societies overcome the challenges they face. ■

## Eyewitness

# THE INTERNET HAS ALLOWED YOUNG AFRICANS TO CHALLENGE THEIR GOVERNMENTS

French NGO **Internet Without Borders**, created in 2008, defends human rights online: access to information, freedom of expression, privacy. Executive Director **Julie Owono**, 32, takes stock of a decade of privileged use of this media by younger generations.

**What role can the Internet play in crisis contexts, especially for youth?**

**Julie Owono:** A vital role. The latest report of the International Telecommunication Union<sup>(1)</sup>, a UN agency based in Geneva, indicates that young people aged 15-24 use 1.5 times more Internet than the average population. Africa, the youngest continent with a median age of barely 20, was until recently the most politically frozen continent. In the 2010 decade, we found a correlation between the Internet penetration rate and the political changes initiated by young people. The Arab Spring began in 2011 in Tunisia and Egypt, in the northern, more connected part of the continent. The online political protests then took hold of Burkina Faso in 2014, followed by countries where the Internet took longer to arrive, such as DR Congo from 2015-2016. Young African diaspora, very present on the web, has amplified this agitation online. With its new possibilities of expression, the Internet has allowed young Africans everywhere to challenge or even to overthrow their governments.

**Only a minority of Africans have Internet access today, especially in crisis-ridden countries. What role can the online media play compared to media such as radio and TV, which are used by more than 90% of the population?**

Africa is certainly the least connected continent, with an Internet penetration rate of 21.8% against 48.0% on average worldwide. This situation is due more to a lack of political will than to a lack of means: jeopardized by the use of the Internet, many African governments choose not to use their public power to reduce the access costs, which sometimes exceed 10% of a monthly minimum, or not to encourage the installation of cell towers in rural areas. Because



Julie Owono © DR

they understood that unlike traditional media, the Internet is difficult to control or censor: it allows a priori access to infinite information.

**What are the guarantees of pluralistic access to online information, especially for younger generations?**

When it first appeared in the mid-1990s, the Internet revolutionised access to information, thanks to three guarantees: that it would remain an open space, where it would be possible to issue and receive information from anywhere in the world (Internet «without borders», hence the name of our association); that it would remain an area of rights and freedom, including expression and privacy; that users could access all information equally (the famous "Net neutrality"). It is because these three criteria were not respected that the Internet has now become fertile ground for surveillance, dissemination of false information and violent messages: the appropriation of the Internet by some Internet service providers or oligopolistic applications has fuelled the dissemination of paid messages answering to an economic, ideological or political interest. The younger generations must demand compliance with these safeguards so that the Internet, which has been taken over by multinationals and governments, can once again be an area of freedom. ■

**Fondation Hirondelle** is a Swiss non-profit organization which provides information to populations faced with crisis, empowering them in their daily lives and as citizens. Through our work, millions of people in war-affected countries, post-conflict areas, humanitarian crisis and societies in democratic transition have access to media that speak to them and give them a voice.

## Impressum

### Mediation

Biannual publication  
of Fondation Hirondelle

Managing Editor:  
Caroline Vuillemin

Design and editing:  
Nicolas Boissez  
Benjamin Bibas / la fabrique documentaire

Graphic design:  
Marek Zielinski

Translation:  
Julia Crawford

Avenue du Temple 19C  
1012 Lausanne, Suisse

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

Crédit Suisse AG  
IBAN :  
CH05 0483 5041 8522 8100 5

**S'INFORMER POUR COMPRENDRE, DIALOGUER POUR S'ENTENDRE**



## Pour une jeunesse informée et active

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

**Caroline Vuillemin**  
Directrice générale

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

## CRÉER DU DIALOGUE ENTRE GÉNÉRATIONS

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

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

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

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

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

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

## Entretien

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



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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Dans le monde entier, nous avons observé un phénomène similaire : alors qu'ils ne se reconnaissent généralement pas dans l'image que les médias traditionnels diffusent d'eux, les jeunes ont perçu le pouvoir des nouveaux médias en tant qu'outil organisationnel qu'ils peuvent façonner, et à partir desquels ils peuvent jouer de leur influence pour apporter des changements positifs. Sur le net, ils peuvent créer leurs propres médias pour impliquer d'autres personnes dans la promotion de la paix. Alors qu'ils perdent confiance dans la démocratie représentative, le cyberspace leur donne une chance de changer le monde : ils peuvent s'y exprimer et même agir directement, se connecter avec d'autres jeunes du monde entier, enfin faire basculer leur horizon de leur communauté locale à la planète entière. Ils le font souvent en utilisant des méthodes créatives, dont diverses formes d'arts populaires (vidéo, musique, hip hop...) pour envahir joyeusement l'espace politique.

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

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

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

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

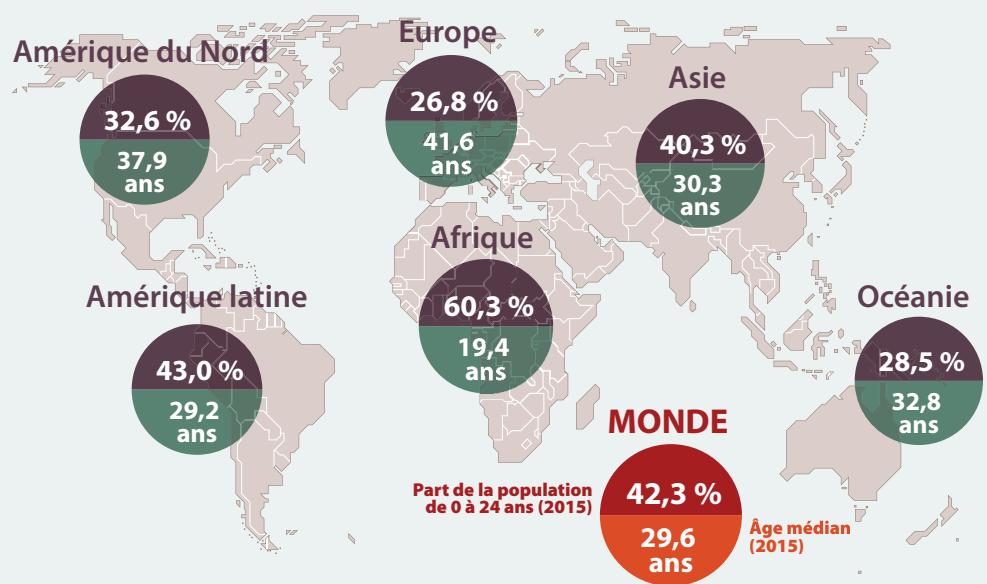
## Résolution 2250 du Conseil de sécurité de l'ONU : un cadre international pour inclure les jeunes dans la construction de sociétés apaisées

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

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

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

## Un monde jeune



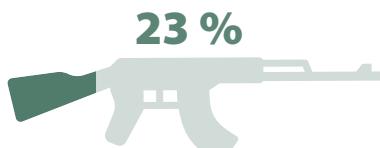
(Source : Division Population de l'ONU)

## En chiffres

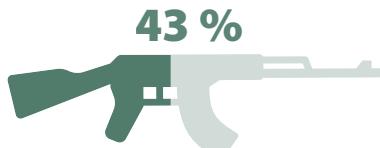


Des jeunes Malgaches de 7 à 13 ans apprennent à coder, septembre 2016, Antananarivo © Rijasolo / AFP

### Sécurité



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



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

### Représentation politique



**1,9 %**

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



**43,6 %**

Participation des jeunes 18-29 ans aux élections dans le monde entre 2010 et 2014  
(Source : « Les Absents de la paix », ONU/UNFPA-PBSO, juillet 2018)



**59,1 %**

Participation générale aux élections dans le monde entre 2010 et 2014

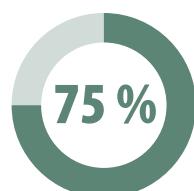
### Economie



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



Taux de chômage à l'échelle mondiale



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



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

(Source : OIT, 2017-2018)

### Médias



**70,6 %**

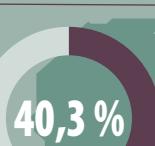
Proportion des jeunes 15-24 ans utilisant Internet



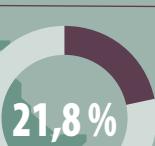
**48,0 %**

Proportion de la population mondiale utilisant Internet

(Source : Union internationale des télécommunications, 2017)



Proportion des jeunes Africains 15-24 ans utilisant Internet



Proportion de la population africaine utilisant Internet

(Source : Union internationale des télécommunications, 2017)



**57 %** Part des 18-34 ans

parmi les 2,2 milliards d'utilisateurs Facebook dans le monde



**60 %** Part des 18-34 ans

parmi les 800 millions d'utilisateurs Instagram dans le monde

(Source : Global Digital Report 2018)

## Notre expérience

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

© Fondation Hirondelle



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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



## Témoignage

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

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

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

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

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

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



Julie Owono © DR

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

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

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

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

## Impressum

### Médiation

Semestriel publié par la Fondation Hirondelle

Directrice de la publication : Caroline Vuillemin

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

Conception graphique :  
Marek Zielinski

Avenue du Temple 19C  
1012 Lausanne, Suisse

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

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