

PARTENAIRES MEDIA

Naturellement, les médias peuvent faire parvenir le message de la série de Congrès Mondiaux de la Jeunesse (CMJ) à beaucoup plus de gens que n'importe lequel de nos participants pourrait même l'espérer. Ainsi, depuis le premier Congrès, nous avons établi un partenariat fort et constructif avec les jeunes professionnels des médias et avec leurs organisations. Pour le premier Congrès à Hawaï (1999), nous avons forgé un partenariat avec le journal d'Honolulu qui a écrit une vingtaine d'articles, dont, lors de la dernière journée, une page double écrite, éditée et conçue par les jeunes journalistes participant au Congrès. Au Maroc (2002), de nombreux journaux ont fait de même et en Écosse (2005), le Glasgow Herald a fait paraître une douzaine d'articles sur le troisième CMJ.

Les partenaires média ne viennent pas seulement des pays organisateurs. Nous sommes heureux d'accueillir les partenaires média de partout dans le monde où il y a des jeunes qui font des choses incroyables pour contribuer à l'effort d'éradication de la pauvreté et où des journalistes et des chefs d'antenne de télévision sont assez courageux pour raconter leurs histoires. Des études montrent que 80% des reportages concernant les jeunes dans les médias présentent la «jeunesse» d'un point de vue négatif. Nous sommes conscients que la plupart des médias ne sont pas conscients de cela et souhaiteraient informer leur lectorat et leurs téléspectateurs avec d'articles et des reportages plus positifs à propos de ce que font les jeunes. Le CMJ peut offrir aux médias un grand nombre d'idées de reportage sur les projets que font les jeunes dans leur communauté. Nous pouvons évidemment mettre les médias en contact avec ces jeunes et leurs obtenir des photos, des entrevues, etc.

Qu'entendons-nous par partenaires média:

Il peut s'agir de journaux, de chaînes radio ou TV, de compagnies de journaux en ligne, de groupes ou d'agence de presse qui sont prêts à présenter les jeunes sous un angle positif et qui ne les voient pas comme de simples citoyens en attente, mais comme des personnes qui peuvent dès maintenant contribuer de manière constructive au développement de leur communauté, de leur pays ou même de l'ensemble de la planète. Les partenaires média du Congrès doivent être prêts à aller à l'encontre de la vision négative traditionnellement véhiculée à propos des jeunes et souhaiter relater des histoires qui présentent la jeunesse «comme une ressource et non comme un problème...»

Essentiellement, nos partenaires média seront prêts à faire une place dans leur média afin d'explorer la question suivante: qu'est-ce que peut faire 51% de la population mondiale qui a moins de 25 ans pour contribuer à l'effort d'éradication de la pauvreté. De la même manière qu'il y a 30 ans, quelques médias dans le Monde avaient considéré positivement le rôle que les femmes pouvaient jouer. Nous accueillons aussi comme partenaires les journalistes indépendants qui sont intéressés par le développement mené par les jeunes. Enfin, nous cherchons aussi des partenariats avec des syndicats de journalistes et des associations de presse.

Ce qu'ils ne sont pas:

Nous ne demandons pas à nos partenaires média d'être des pantins ou des promoteurs aveugles et naïf du DMJ. Nous souhaitons tout simplement qu'ils s'y intéressent et qu'ils couvrent les projets des jeunes avec le même regard critique qu'ils exercent face aux autres sujets que leur métier les amène à couvrir.

Ce que PCI peut offrir à ses partenaires:

- **Reconnaissance:** PCI associera les Partenaires Média à cet événement international majeur pour les jeunes en plaçant le nom et le logo du partenaire sur le site Internet (avec un lien), dans le livre qui découlera du Congrès, et sur le matériel promotionnel du Congrès. À l'exposition du Congrès, les Partenaires Média seront reconnus aux côtés des projets qu'ils auront supportés;
- **Proposition de participants:** Dans la sélection des participants du Congrès, PCI accordera une attention spéciale aux candidats qui présenteront une lettre de recommandation d'un Partenaire Média.
- **Participation dans l'orientation de la série des Congrès:** Chaque Partenaire Média sera invité à prendre part à l'orientation de la série des CMJ. Ils seront tenus informés de son évolution et seront invités à nous faire parvenir leurs suggestions et commentaires en prévision des prochaines éditions. Certains pourraient même être conviés aux réunions du Comité consultatif international sur la série des CMJ.

Ce que Peace Child attends de ses partenaires:

- **Rédiger** une lettre appuyant l'initiative du CMJ et de ces buts.
- **Promouvoir le congrès:** avec un ou des articles expliquant les objectifs du Congrès. Le secrétariat du CMJ vous fera parvenir, les communiqués de presse, des coupures de presses, des articles, des photos, des vidéos pour vous faciliter la tâche.
- **Stimuler les candidatures de jeunes journalistes prometteurs** concernés par les enjeux du développement. Nous souhaitons que nos Partenaires média encouragent de jeunes journalistes talentueux à déposer leur candidature pour participer au Congrès.
- **Financer, adopter et suivre un ou plusieurs projets d'action:** comme avec tous les autres partenaires, nous invitons tous nos Partenaires média à sélectionner un ou plusieurs projets locaux de développement mené par des jeunes, à les supporter et à les financer. De jeunes journalistes pourraient alors couvrir ces projets durant ses différentes étapes, ainsi que les commentaires de la communauté locale. Vous pourriez ainsi lier le travail de jeunes engagés dans le développement et celui de jeunes journalistes.
- **Financer les coûts de transport de la délégation:** Les Partenaires média sont invités à financer les coûts du voyage à Québec des candidats sélectionnés qui auront travaillé sur des projets supportés par le partenaire, ainsi que celui des jeunes journalistes sélectionnés dont la candidature aurait été appuyée par le partenaire.
- **Envoyer un journaliste:** nous invitons aussi nos Partenaires média à envoyer un journaliste pour couvrir le Congrès et tout ce qui s'y passera.
- **Faire de la place pour une ou plusieurs pages créées par des jeunes** à propos du Congrès et des projets de développement menés par des jeunes dans le monde. L'idée serait de mettre les jeunes journalistes des Partenaires médias à contribution pour mener la création de ces pages en y ajoutant les dessins et les photos des autres jeunes participants et journalistes du monde entier.
- **POUR LES CANADIENS - Accueillir un projet d'action locale:** Si vous êtes dans la province de Québec et à moins de 250 km de la Ville de Québec, il y aura près de 50 projets d'action locaux sur lesquels les participants vont travailler. Si vous êtes un journal local couvrant une région aux alentours de Québec, essayer de trouver au sein de votre communauté locale un organisme ou un projet pouvant accueillir une quinzaine de jeunes pour 2 ou 3 jours. Cela sera très important pour le Congrès. Contactez christian.robaille@wyc2008.qc.ca pour plus de détails.
- **POUR LES CANADIENS - Accueillir un Projet d'Action Post-Congrès:** si vous êtes en dehors de l'agglomération de la Ville de Québec, ou si vous êtes d'une autre province

canadienne, essayer de trouver au sein de votre communauté une opportunité pour accueillir un projet d'action local. Il s'agit de projets qui seront réalisés en partenariat entre de jeunes participants au Congrès et des organismes et de jeunes de la communauté en question. Nous sommes à la recherche de propositions de la part de différentes communautés ou de différents organismes pour ce genre de projets, mais ils pourront évidemment bénéficier à cette communauté, à l'environnement local ou aux écoles ou aux institutions locales. Les projets d'action Post-Congrès sont importants pour faire du Congrès de Québec un véritable événement pancanadien et ainsi permettre à des jeunes qui auront traversé le Monde pour venir au Congrès de découvrir davantage de ce vaste pays diversifié!