



I N T R O D U C T I O N .-

Les mass-média ou l'ensemble des moyens de communication sociale sont d'une importance capitale dans le développement intégré du Rwanda contemporain et celui de demain.

Comme le disait le Ministre Togolais de l'Information, Monsieur Frédéric DERMANE Ali lors de l'ouverture d'un Colloque de journalistes africains francophones et anglophones à Lomé, Capitale Togolaise, en date du 5 mars 1972: " Tel le levain fait monter la pâte, l'information mobilise les masses pour le développement des nations."

En effet, la pensée du vénérable Ministre Togolais rencontre bel et bien le leitmotiv de notre Chef d'Etat, Son Excellence le Général-Major HABYARIMANA Juvénal, lorsqu'il présentait le Programme de son Gouvernement le 15 Janvier 1990, à savoir "LA TRANSPARENCE". Permettez-moi de Le citer en substance: "... Rigueur, Concertation, transparence, solidarité; ces valeurs nous guideront dans tout ce que nous allons faire durant cette Législature; elles orienteront l'action gouvernementale pour qu'elle devienne un véritable succès, pour qu'elle réponde aux attentes fondamentales de nous tous... Rigueur, concertation, transparence et solidarité, seront aussi nos plus sûres références pour cette révolution spirituelle qu'il nous faut pour vaincre les défis existentiels de notre société... La transparence a quelque chose à voir aussi avec l'amélioration des relations entre l'administration et la population, puisque - faut-il le rappeler ? - la seule légitimité est celle qui nous vient du peuple ! C'est cela le sens profond du principe de responsabilité. Députés, membres du Gouvernement, nous sommes responsables devant ceux qui nous ont mandatés. Ce principe de responsabilité oblige les responsables à rendre des comptes!

Ceux qui légitiment le pouvoir quel qu'il soit - économique, politique, culturel, - ont le droit de savoir !

Accepter la transparence, c'est lutter pour l'accès à l'information, pour la liberté d'expression, pour l'établissement de codes de conduites déontologiques!"

Aucun pays du monde, même le plus hautement industrialisé et équipé comme les USA, l'URSS, le Japon, la RFA, la France, La Grande Bretagne... ne peut se passer de l'utilité et de l'impact des moyens de communication sociale sur le développement socio-économique et culturel de leurs populations respectives. Ceci devient encore plus pertinent lorsqu'il s'agit des pays en voie de développement et surtout les plus pauvres de notre planète comme le Rwanda.

I°- L'utilisation rationnelle des moyens de communication sociale.

Il n'est pas essentiel de disposer des moyens de communication sociale dans tout leur ensemble pour être heureux et vivre en toute tranquillité. Si on a la chance de les avoir, il faut tâcher de les exploiter le plus rationnellement possible. Les problèmes se posent plus spécialement dans nos pays jeunes ignorant encore le know-how des ~~gestion~~ mécanismes de gestion.

Nous disions plus haut que les "mass-média" sont un ensemble de techniques de communication que la science et le développement technologiques ont mis à la portée de la créature humaine pour son plein épanouissement.

Nous pouvons citer les plus importants de ces instruments qui sont: la presse écrite (le journal), la radio, la télévision, le cinéma, la photo, l'imprimé, les expositions, les techniques audio-visuelles diverses avec à la fin, un autre domaine très particulier qu'on appelle "Relations publiques" pour les francophones et " public relations ou public affairs" pour les anglophones.

Parlons donc cette fois-ci de l'utilisation rationnelles de ces techniques.

a) La presse écrite:

En effet, la presse écrite est une sorte d'industrie comme tant d'autres. Elle exige assez d'investissement tant matériel qu'humain.

Dans les pays en développement, en l'occurrence le Rwanda, la presse en général connaît de nombreuses difficultés tant humaines que techniques sérieuses: manque de personnel suffisamment qualifié, capitaux insuffisants, matériels limités, difficultés de transport et de diffusion à l'intérieur à cause des routes en mauvais états, le charroi peu nombreux et l'insuffisance de l'alphabétisation de la population qui limite les possibilités de celle-ci d'assimiler et de profiter des avantages de ces nouvelles techniques.

C'est pourquoi, dans cet état de choses, pour le journaliste de nos pays, la tâche ne sera pas facile. Il lui faudra, malgré toutes ces difficultés, transcender son égoïsme et son opinion, pour veiller à une adaptation très judicieuse des nouvelles au mode de pensée et à la culture des différents couches de la population auxquelles il doit s'adresser.

Dans le Rwanda contemporain, j'estime que la tâche du journaliste de la presse écrite devrait essentiellement insister sur les problèmes cruciaux du moment qui constituent un goulot d'étranglement pour notre pays plutôt que de se contenter des événements uniquement politiques et faits divers tels les vols de vaches, les braconniers, un fils qui tue ~~son~~ grand-mère... et éviter une monotonie indigeste dans la présentation des informations. Il faut par exemple exploiter au maximum le principe du mouvement associatif prêché actuellement en milieu rural, chez les paysans agriculteurs-éleveurs, sensibiliser les gens à l'épargne pour faire face aux problèmes constants posés en milieux ruraux notamment ceux relatifs aux frais scolaires, aux mariages, aux cérémonies familiales. Il faut insister sur l'investissement, sensibiliser les institutions bancaires de notre pays, le Gouvernement, les hommes d'affaires par des articles bien élaborés et vivants, organiser des interviews chez tous ceux qui sont intéressés par le développement du pays, tels les chefs des confessions religieuses, les organismes privés, les chefs d'entreprises diverses. Toutes ces personnalités seront fières de faire figurer leurs opinions, leurs sentiments généreux ou non dans un organe de presse gouvernemental ou privé et le public rwandais aura l'occasion de les connaître, les apprécier voire poser des questions constructives à leur égard.

Au Rwanda, à mon avis, les informations ne manquent pas; c'est une question de bonne volonté et d'imagination. Ce n'est pas toujours par les dépêches souvent publiées aussi d'une façon stéréotypées et par les nouvelles souvent ébauchées envoyées par les correspondants de l'ORINFOR qu'on arrivera à donner aux différents publics rwandais les informations qu'il leur faut. Il faut absolument à mon avis revoir tout le système de dispenser les informations au Rwanda, inciter les gens à lire et à aimer la presse locale avec appétit et si possible créer un quotidien avant de s'élancer dans l'aventure de la télévision qui ne sera accessible qu'à une infime minorité de la population habitant la capitale et les centres urbains.

b) La Radio:

La radio chez nous au Rwanda comme dans toutes les nations d'ailleurs, a joué et continue de jouer le rôle de premier plan dans le processus de conscientisation des populations aux idées maîtresses de l'auto-développement. En effet, plus que d'autres moyens de communication sociale, la radio a le privilège de briser facilement les barrières de l'ignorance, de la distance et de l'analphabétisme qui frappe encore plus de 40% de notre population; Ceci pour dire que le message radiodiffusé peut en si peu de temps atteindre aussi bien les populations illettrées que celles instruites.

La radio constitue un instrument n°1 offert à l'Etat pour faire connaître et assimiler les objectifs du Gouvernement et associe toutes les couches de la population aux activités de l'Etat.

Cette activité doit être accompagnée d'une action d'éducation par des émissions spécialisées et des chroniques diverses voire si possible comment organiser les écoutes collectives.

Notre radiodiffusion devait dans un très proche avenir réinstaurer des émissions en Anglais du moins pour la diffusion des informations. Il ne faut pas ici oublier la position géographique du Rwanda qui se trouve guiché à cheval sur l'Afrique Centrale d'expression francophone et l'Afrique Orientale d'expression anglophone. Par le côté francophone nous sommes séparés de l'Océan par 2.200 kms alors que du côté oriental nous sommes séparés seulement de 200 km de l'océan. En plus, toute notre économie et notre espoir de vivre est tourné vers l'Afrique Orientale. Vous ne pouvez donc espérer avoir de relations fructueuses avec la personne avec laquelle vous ne pouvez pas communiquer, dont vous ne pouvez pas comprendre la langue et elle non plus la vôtre. Aussi, ça ne servirait à rien que l'on apprenne l'Anglais dans nos écoles sans pouvoir nous en servir par après dans la vie courante. Je ne comprends pas d'ailleurs pourquoi on en ferait pas une troisième langue officielle du moins pour l'intérêt pratique de l'avenir de notre pays et celui de nos enfants. Autrement ça paraîtrait fort absurde pour un pays de se confiner uniquement sous l'ombrage du français alors que sa survie, de par la réalité des choses, est tournée vers les pays de l'est à l'expression anglophone; tels par exemple le Kenya, la Tanzanie, le Japon, la Chine, le Hong Kong qui sont les principales sources d'approvisionnements pour nos industries, nos commerçants et autres opérateurs économiques. L'appartenance du Rwanda à la Zone d'Echanges Préférentiels regroupant 15 pays d'Afrique de l'Est et Australe, "ZEP", à l'Organisation pour l'Aménagement du Bassin de l'Akagera (OBA) comprenant le Burundi (dont la radiodiffusion publie des émissions en anglais), le Rwanda, la Tanzanie et l'Uganda: tout cela doit mener notre système de radiodiffusion à adopter de nouvelles méthodes. Il faut que tous ces partenaires du Rwanda, qui constituent un objet de fierté d'avenir pour notre pays puissent connaître le Rwanda, puissent suivre ses informations pour de meilleurs échanges et contacts commerciaux efficaces. C'est à la radio nationale de jouer le rôle de catalyseur de ces relations humaines dont notre progéniture pourra cueillir les fruits mûrs.

et  
c) La Télévision:

La télévision dans tous les pays qui ont eu les moyens de s'en procurer est réellement la technique de communication sociale la plus idéale par rapport à la radio car elle ajoute l'image animée au son, d'où sa plus grande efficacité. Pour le Rwanda, la télévision est un rêve qui date des années 1966-1969; mais je crois que cette fois-ci après maints efforts, ce grand rêve pourra être réalisé.

Bien que la télévision soit l'apanage d'une infime minorité de la population, c'est-à-dire la population des grandes cités ou des centres urbains, et ce pour des raisons techniques et budgétaires, on ne saurait pas méconnaître les avantages qu'offre la télévision pour l'information et la formation des peuples.

Evidemment l'exploitation d'une télévision suppose de gros investissements et une gestion rigoureuse du personnel et des équipements. Je ne crois pas qu'au vu de la crise économique que traverse notre pays à l'heure qu'il est, une priorité sera accordée à la télévision au détriment des autres secteurs-clé de notre développement. C'est pourquoi à mon avis, nous devons encore attendre quelques moments pour accueillir sur notre sol cette perle précieuse si longtemps attendue avec impatience.

d) Le cinéma:

Par contre, le cinéma est un moyen de communication fort efficace quoi que assez coûteux; il remplit deux rôles fort importants car il est à la fois auditif et visuel. Mais il est un moyen très lent à cause de sa fabrication qui dure des mois et des mois et requiert de gros moyens financiers. Aussi les moyens de sa diffusion sont coûteux, c'est une grande entreprise industrielle en fait. Un commentaire vivant doit accompagner la projection du film surtout dans les régions éloignées de la capitale: c'est réellement un travail de spécialistes.

Malgré son coût élevé, le cinéma est un instrument précieux d'information et de formation car il éveille les sens de l'homme, de la vue à l'ouïe et pique à la sensibilisation intérieure de l'être humain, provoque en lui des réactions, des bouleversements ou des joies. Sur le plan économique, il constitue une source de revenus très importants. Nous pouvons tirer des leçons du film de Madame Fossey surnommée NYIRAMACIBILI, le film intitulé "LES GORILLES DANS LA BRUME" qui a attiré pas mal de spectateurs dans toutes les salles de projection de cinémas au Rwanda, et qu'en sais-je dans les autres pays !!

Au Rwanda, la réalisation du cinéma est encore à l'état tâtonneux. La première initiative pour la réalisation de films revient à l'Office Rwandais d'Information (ORINFOR). Cet Office a commencé par réaliser des films d'actualité sur les fêtes officielles, des manifestations populaires, des visites officielles des autorités étrangères et les efforts vont bon train malgré le peu de personnel formé à cet effet et la pénurie des appareils.

C'est pourquoi nous pouvons encourager l'Office Rwandais d'Information à aller de l'avant et à entreprendre la projection de films ambulants sur les collines pour sensibiliser les masses laborieuses aux objectifs du développements impulsés par le Mouvement Révolutionnaire National pour le Développement (MRND); promouvoir la bande dessinée sur les sports, les théâtres populaires, les arts et les festivals pour sensibiliser les jeunes qui représentent plus de 50% des forces vives de la nation rwandaise.

e) La photo:

Le rôle de la photo dans notre civilisation contemporaine n'est pas à méconnaître, où le visuel tient une place de taille dans toutes les manifestations humaines. Elle joue entre autre rôle, l'illustration des journaux, des revues, de livres, des brochures, des rapports, des dépliants, ~~publicitaires~~ des pamphlets et joue un support publicitaire par excellence dans la promotion des affaires en particulier et de l'entreprise en général. Elle intervient dans toutes formes de propagande et de sensibilisation de l'opinion publique. C'est un instrument fort efficace offert aux pouvoirs publics ainsi qu'aux chefs d'entreprises pour faire comprendre leurs actions aux différents publics auxquels ils ont à faire.

Si nous prenons quelques exemples notamment la campagne de sensibilisation des populations relative à la vaccination, à la lutte contre les maladies infectieuses tel que le SIDA et autres, la tuberculose, la variole, la fièvre jaune, la lutte contre la malnutrition des nourrissons ou bébés, les méthodes culturales modernes, l'élevage rationnel etc..., la photo illustre que tout autre média et touche aussi bien le cerveau d'un illettré que d'un lettré. Pour la promotion des affaires, une grande affiche garnie d'une grande photo d'un produit peut servir d'un support fort éloquent au cours d'une exposition ou d'une foire.

C'est pourquoi, dans le cadre d'une information et d'une formation permanente de nos populations, il faut encourager voire accentuer l'initiative des autorités publiques de faire faire des affiches par les artistes rwandais, affiches sur certains mobiles des critères de développements que nous voyons placés sur les places publiques et que tout le monde lettré ou non peut en retenir le sens. Il faudrait développer les affiches sur d'autres sujets divers de la vie quotidienne des habitants tels que: éducation sanitaire, l'utilité de l'eau, les avantages du reboisement et de la conservation des sols, la protection de l'environnement... Il faudrait également songer à installer partout des panneaux d'information dans les carrefours des centres urbains ou semi-urbains voire ruraux régulièrement peints ou garnis de photo à la mode en fonction des objectifs de développement à promouvoir.

Dans le même ordre d'idées, nous pouvons regretter avec amertume la décision prise par le Ministère Rwandais des Travaux Publics, de l'Energie et de l'Eau, de supprimer les panneaux publicitaires sur les axes routiers, car ces panneaux sont des moyens d'information par excellence pour nos visiteurs étrangers et ceux de l'intérieur du pays qui viennent à Kigali pour les affaires. En plus, ces panneaux s'ils sont bien installés et qu'ils ne gênent pas la circulation, constituent un ornement pour notre ville. Loin de les encourager uniquement à la capitale, il faudrait étendre leur expansion dans les centres urbains de l'intérieur du Pays.

Si le Ministère en question voudrait exiger des taxes d'abonnement à ce sujet, ce n'est pas à mon avis un problème et il n'y a personne qui se serait refusé à payer une telle taxe car cela va dans son intérêt. La solution ne serait pas de supprimer ce genre de médias, mais plutôt d'établir une réglementation à cet égard. Autrement on serait obligé aussi d'interdire aux gens qui viennent dans le pays et qui, incognito, prennent des photos, en font des cartes postales et les retournent pour les commercialiser ici sans payer aucun sou au Trésor National alors que <sup>c'est</sup> notre patrimoine qui est si ignominieusement exploité au profit de quelques aventuriers.

Toujours, à propos de l'éducation et de la formation permanente, poursuivie par nos Centres IGA et les Centres de Développement et de Formation Permanente (CDFP), je pourrais suggérer que les pouvoirs publics puissent instaurer un système de formation ambulante par des boîtes à images à travers les milieux ruraux. Ces boîtes à images pourraient en même temps servir de tableau noir pour l'alphabétisation des populations.

La boîte à images, est un outil très simple, fabriqué en bois, transportable et pouvant se fabriquer dans n'importe quel atelier de menuiserie.

f) Les imprimés:

Les imprimés entrent aussi dans la famille des moyens de communication sociale. En général, l'imprimé est tout ce qui est reproduit sur du papier n'importe lequel au moyen des machines d'impression de tout calibre: qu'il s'agisse de la méthode topographique ou offset, qu'il s'agisse de machines simples ou d'une rotative, à une ou plusieurs couleurs.

C'est pourquoi, il est recommandé à nos maisons d'édition et d'impression de donner à leurs imprimés un caractère assez digestif pour le lecteur, produire des documents agréables à l'oeil et à la lecture par l'agencement artistique grâce à des photos et dessins bien choisis.

Avec l'évolution moderne des choses, l'imprimerie moderne doit rejeter au diable les méthodes vétustes d'antan, car l'imprimerie n'est plus considérée comme une succession de mots proprement alignés sur le papier. Ca doit être un art. Il faut produire un produit à consommer, et ce produit doit absolument satisfaire aux goûts de ses consommateurs.

g) Les expositions:

Les expositions sont aussi un autre mode moderne de communication, d'expression de la pensée et des sentiments. Elles constituent aussi un moyen d'information par excellence, par des expressions visuelles d'idées, de projets ou de réalisations techniques et artistiques.

Prenez le cas des expositions-ventes qui depuis huit ans déjà font rencontrer sur notre territoire artisans, producteurs et opérateurs économiques de tous genres, éleveurs et consommateurs.

À la dernière exposition commerciale du mois d'août 1989, les locaux du Groupe Scolaire Notre Dame de Citeaux de Kigali étaient inondés de gens de toutes couleurs et les stands regorgeaient de produits à crever les yeux. Sans cette exposition tout ce monde ne se serait pas rencontré là-bà.

Les expositions sont très enrichissantes, qu'elles soient organisées au Rwanda ou ailleurs, car grâce à des aides visuelles variées qui peuvent intervenir dans cette circonstance, telles que les maquettes, les projections, les photos, les panneaux, les banderoles, les sons enregistrés, le visiteur y voit du matériel exposé et pourra se faire expliquer les choses abstraites tels que les bilans, les organisations, le fonctionnement, les données techniques et pourra en tirer profit.

Il faudrait à mon avis, continuer à poursuivre et à étendre dans d'autres centres du pays, ces genres d'exposition qui contribuent non seulement au développement socio-culturel et économique du pays, mais encore permettent à un grand public d'accéder à ce genre d'information et d'accroître la communication entre les hommes.

h) Les audiovisuels divers:

Le domaine des moyens de communication sociale est inépuisable. Ils se distinguent par les publics spécifiques auxquels ils s'adressent et des sujets traités. Nous pouvons citer entre autres: la bande dessinée, la boîte à images, la boîte à idées, l'autocollant, les diapositives, les théâtres, les scènes, etc...

i) Les Relations publiques:

Tout cet arsenal d'outils de communication est coiffé au plus haut niveau par les relations publiques qui constituent la préoccupation majeure des moyens d'information. Les relations publiques, que nous aurons à développer dans les pages suivantes, sont réellement " information et animation mais aussi action".

Dans le domaine de l'administration, les responsables des Etats et des Services ont fait de leur arme que sont les relations publiques, pour maintenir de bonnes relations entre l'administrateur et l'administré, entre le gouvernant et le gouverné, afin d'obtenir que le travail des services publics soit apprécié et épaulé par la population.

Prenons l'exemple d'un accueil souriant et chaleureux dans les locaux administratifs, la réception courtoise et l'orientation gentille envers le citoyen qui se présente dans un service de requête, des relations publiques dans un ministère ou dans une entreprise, l'accueil généreux envers le contribuable, le demandeur dans un tribunal, plutôt que de le bouder ou d'afficher une attitude arrogante et terrorisante à son égard, tout cela constituent un exemple des "relations publiques-action". En fait, les relations publiques visent ont pour mission de chercher tout ce qui peut contribuer à de meilleurs contacts directs avec les citoyens.

Créer de bonnes relations avec le public ne suffit pas à lui seul pour accélérer le processus de développement d'un pays.

Les relations publiques internes parmi le personnel des services publics est aussi indispensable, car dit l'adage latin "Nemo dat quod non habet" (On ne donne pas ce qu'on n'a pas soi-même. C'est dire que les gouvernements doivent d'abord eux-mêmes semer le bon fruit des relations publiques dans leur intérieur, l'intérieur des administrations en informant leur personnel des décisions prises, des grandes tâches et des objectifs assignés à l'administration. C'est ce que le Président HARYARIMANA Juvénal a baptisé " la concertation permanente dans le dialogue" entre gouvernants et gouvernés à tous les échelons de l'administration.

Si absolument, nous souhaitons que des relations publiques existent de façon tangible entre les employés de l'Etat et le public, car celles-ci à l'intérieur-même de l'administration créent un climat humain et harmonieux, un climat qui transcende les particularités régionales, ethniques et autres, nous devons coûte que coûte encourager voire alimenter ce climat pour l'amour de notre Pays car il est indispensable à un travail harmonieux de développement national efficace.

Faisons également aux bonnes relations qui doivent se perpétuer entre l'administration, le peuple et les anciens dirigeants. C'est très triste de constater qu'un unfois qu'un ancien dirigeant a perdu son poste il se voit devenir un objet de moquerie pour le public et une sous-estimation des autorités locales. Si quelqu'un a été par exemple ministre, a été député, préfet, bourgmestre ou un fonctionnaire de l'adminis-

tration publique, au cours de l'exercice de son mandat ou de ses fonctions, celui-ci a réalisé beaucoup de choses pour le développement du pays tout entier, il doit être respecté dans le milieu social qu'il a réintégré et être protégé par les autorités locales contre d'éventuels sentiments ou de manifestations de vengeance de la part d'éventuels rancuniers. Pourquoi pas ne pas l'inventer aux cérémonies officielles s'il fait montre d'un comportement exemplaire de bonne conduite, vis et moeurs !

Cependant l'administration publique à elle seule ne saurait remplir sinon parachever la mission de développement de la nation. D'autres secteurs comme celui de l'entreprise privée sont indispensables à la bonne marche de toute la machine. D'abord les entreprises jouent dans notre pays en particulier comme dans ceux en voie de développement en général, un rôle très important tant sur le plan du progrès économique que sur le plan du perfectionnement professionnel que de la promotion sociale. La création de nouveaux emplois, la réalisation de chiffres d'affaires par des entreprises privées ainsi que des revenus qui en découlent pour le fisc, l'amélioration du standing de vie des employés; tout cela contribuent beaucoup au développement socio-économique de tout le pays.

Pour ces entreprises privées, il leur faudra aussi créer un climat de sympathie et de confiance pour arriver à entretenir de bons rapports avec les populations locales qu'avec les autorités du pays, ce qui leur permettra en quelque sorte de recruter le personnel dont elles auront besoin, et ce conformément aux instructions publiques?

Ce genre de dialogue permanent permettra aux entreprises de comprendre leur rôle et de s'intégrer dans l'effort collectif de construction de la nation. L'information au sein même de l'entreprise doit viser à la vulgarisation des connaissances et des techniques indispensables au progrès matériel et à l'éducation collective. Cette information au sein de l'entreprise doit être à la fois décentralisée et bi-directionnelle, c'est-à-dire qu'elle doit être aussi dirigée vers la masse que vers les responsables qui doivent être instruits des besoins et des réactions de la population.

Pour terminer, je me dois de recourir, à Monsieur J. DE SCHEPPER, mon ancien professeur, de l'Institut Belge d'Information et de Documentation, dans "RELATIONS PUBLIQUES ET DEVELOPPEMENT, Session 1969 qui nous dit ceci:" Dans les pays en développement, rien ne pouvant être accompli sans la coopération de la masse, la pratique des relations publiques peut rendre d'éminents services. Elles sont seules à même de créer un mouvement de connaissance et d'adhésion pour que la volonté existe partout de contribuer au progrès rapide du pays, fût-ce au prix de sacrifices temporaires... nous pouvons enfin conclure que la pratique des relations publiques ne s'improvise pas. Elle requiert des connaissances professionnelles sérieuses, c'est un travail de spécialistes."

#### EN GUISE DE CONCLUSION.

Plus que par le passé, notre Pays le Rwanda doit se pencher davantage sur le développement et l'accentuation des mass-média à tous les niveaux comme il est préoccupé par la construction des routes, des bâtiments administratifs, l'amélioration de l'agriculture et de l'élevage, le développement des industries, l'enseignement, l'alphabétisation, l'assainissement de l'importation, de l'exportation, etc...

On a eu toujours tort, et cela a freiné en quelque sorte le développement psychologique harmonieux de certains de nos secteurs de développement, de considérer les moyens de communication de masse comme auxiliaires de second plan des autres secteurs

de développement national et d'abandonner ceux-ci à la seule initiative des confessions religieuses notamment catholique. C'est pourquoi plus d'un citoyen rwandais rendent un vibrant hommage à l'organe d'information KINYAMATEKA des missions catholiques, car celui-ci a servi d'avant-garde pour la réussite de la Révolution Sociale de 1959 qui a libéré le peuple rwandais du joug féodo-colonial et lui a fait recouvré sa souveraineté.

Nous verrons dans les pages suivantes qu'un vrai connaisseur des moyens de communication de masse les appelle avec raison la 4ème force du pouvoir après l'exécutif, le législatif et le judiciaire.

Donc, loin de reléguer les moyens d'information de masse à l'arrière-plan, il faut les revaloriser comme on a revalorisé les travaux manuels, équiper sérieusement les services chargés de l'information, mettre en place une loi protégeant ce genre de profession et ceux qui l'exercent, pour que ceux-ci deviennent l'instrument du développement du Rwanda contemporain et celui de demain.

Il ne serait pas de mauvais aloi d'exprimer le souhait que les moyens d'information de masse soient inclus dans les programmes de nos écoles, car un citoyen formé et bien informé contribuera plus et efficacement au développement de son pays.

CHAPITRE I.

LES MASS-MEDIA: UNE ARME EFFICACE CONTRE LE SOUS-DEVELOPPEMENT.

En effet, le besoin de communiquer est né avec la présence de la race humaine sur terre. Tout au début, je dirais de notre ère, l'espèce humaine a été ~~elle~~ capable de choisir le plus grand nombre d'informations, de les communiquer par le langage, de les interpréter convenablement et d'en tirer les éléments de décisions. A bien des égards, toute l'histoire de l'humanité se ramène à l'usage qu'elle a su faire de ses informations pour prendre des décisions.

C'est pourquoi FERNAND TERROU, dans "Information" publié dans Que sais-je ? nous affirme pour témoignage ce qui suit: " Depuis qu'il y a des hommes et qu'ils parlent, chacun d'eux a naturellement le besoin de dire aux autres ce qu'il sait et ce qu'il pense, et de savoir ce que savent et pensent les autres".

Avec l'évolution des temps et l'accroissement des civilisations, le développement des mass-média a suivi ce rythme de progrès. C'est pour cette raison que les mass-média ont favorisé le rapprochement des peuples et ont rendu le monde fort étroit. En effet jusqu'à la fin du 19<sup>e</sup> siècle, les nations comme les individus vivaient confinés dans les limites de leur horizon géographique et humain immédiat. Mais avec le début du 20<sup>e</sup> siècle et surtout avec la première guerre mondiale, l'humanité s'est réveillée en sursaut et les hommes ont commencé à prendre conscience d'appartenir à des collectivités de plus en plus larges et de se confondre dans des masses de plus en plus hétérogènes.

Les mass-média sont réellement un besoin social, parce qu'elles expriment le désir de savoir ce qui se passe au tour de soi et ailleurs. Ce besoin de connaissance de ce qui se passe, mène à des réactions psychologiques qui conduisent à des décisions concrètes. Elles constituent donc une arme réelle et efficace contre le sous-développement parce qu'elles réveillent les consciences, par conséquent celles-ci constituent un véritable et indéniable catalyseur du développement.

C'est ainsi qu'aucune information, qu'elle soit vraie ou fausse ne peut passer inaperçue. Quelle qu'elle soit, elle provoque des réactions, bonnes ou mauvaises, elle agit sur les esprits des gens. C'est dans ce sens qu'un certain Monsieur Roger CLAUSE, cité par Hervé BOURGES, a écrit dans " Le Journal et l'Information" ce qui suit: " L'information, qu'elle soit vraie ou fausse, éveille les respects, parce qu'elle prend au moins l'apparence de l'objectivité et de la vérité."

C'est dans ce sens que parfois ce que nous appelons "radio-trottoir" dans les rues et sur les collines trouve beaucoup d'audience dans l'opinion publique.

Les moyens de communication de masse visent le développement et l'épanouissement intégral de l'homme. Car, l'homme en sentant le besoin de communiquer avec les autres, en voulant se libérer de l'isolement et de se débarrasser de toutes sortes d'angoisses dues au refoulement, a trouvé une consolation dans la découverte des moyens de communication sociale.

Grâce aux moyens d'information, les hommes d'aujourd'hui ont su prendre conscience d'eux-mêmes et de leurs personnalités, les peuples ont pu prendre conscience de leur état d'infériorité ou de supériorité par rapport à d'autres et ont pris des décisions de conjuguer leurs efforts pour coopérer et de considérer objectivement leurs interdépendances réciproques pour le bien-être de toute l'humanité.

Dans les pays sous-développés et particulièrement le Rwanda, la pénurie des moyens de communication des masses est grande. Pour avoir ces moyens, cela suppose également les moyens financiers nécessaires pour payer le personnel et les équipements nécessaires; or nous savons tous que ~~xxxxxxxxxxxx~~ la possession de ces moyens financiers constituent le plus grand goulot d'étranglement pour nos pays.

Cependant, le peu de moyens de communication dont disposent nos pays, ont permis à nos peuples et à nos jeunes Etats de se rendre compte et de prendre conscience de leur état d'arriération dans ce domaine.

A ce sujet, Monsieur Jacques Austray, cité par Hervé Bourges, écrit dans "Presse et sous-développement" ce qui suit: "Certaines sociétés dont l'économie est relativement pauvre, inarticulée et souvent dominée par l'étranger sont devenues aujourd'hui conscientes de l'état d'infériorité ou cette situation les plonge. Elles veulent sortir de leur impasse. Mais à quelques exceptions près, n'y réussissent pas." Monsieur Hervé BOURGES quant à lui, poursuit: "Justement parce qu'ils sont sous-développés, les pays non industrialisés se trouvent subordonnés en ce qui concerne l'information en particulier vis-à-vis des pays plus riches, et en conséquence leurs peuples prennent conscience de leur arriération en comparant leur sort à celui des habitants les plus industrialisés, ce qui crée chez eux un véritable sentiment de frustration. Dans leur effort pour rattraper le niveau de vie des peuples industrialisés, les peuples sous-développés cherchent à aligner leurs besoins sur ceux des premiers et la publicité joue un rôle essentiel dans ce processus. La conséquence de cet état de fait est la naissance d'envies artificielles, dangereuses pour le développement des pays non-industrialisés. La propension à consommer de ces mêmes pays se trouve ainsi accentuée alors qu'une saine politique de développement doit réduire la consommation au profit de l'épargne et de l'investissement. La subordination des pays sous-développés aux pays industrialisés dans le domaine de l'information en particulier constitue une forme de domination des seconds sur les premiers comme dans le domaine économique."

Nous pouvons généraliser dans ce domaine ce que Monsieur Alain Birou concluait à la fin d'une étude sur l'Amérique du Sud, c'est ce qu'écrit toujours Hervé BOURGES en ces termes: "Les pays développés de par la puissance même des moyens techniques dont ils disposent exercent une influence sur les pays en voie de développement qui n'est pas seulement d'ordre économique ou technologique, mais aussi psychologique et social. Cette influence peut être directe ou indirecte, volontaire ou inconsciente. Elle est toujours plus ou moins intéressée. Surtout avec les moyens modernes et de masse d'action sur l'opinion, elle s'organise comme un pouvoir d'intervention continue et d'action calculée pour des résultats ou des buts qui ne sont pas toujours reconnus ou avoués, mais qui motivent l'intervention."

Monsieur Hervé BOURGES poursuit, à l'attention des séminaristes: "... Ces quelques premières réflexions nous permettront d'appréhender le problème du sous-développement et de la pénurie des moyens d'information dans le Tiers-Monde. L'Organisation des Nations Unies considère qu'un pays est sous-développé quand le revenu moyen par habitant y est inférieur à 300 dollars USA par an. Cent et un pays ont un revenu inférieur à ce niveau, et celui de seize autres varie entre 300 et 400 dollars USA. A quelques rares exceptions près, les pays de ces deux groupes sont également ceux dans lesquels la pénurie des moyens d'information est la plus grande.

Pour le cas du Rwanda, nous pouvons nous réjouir car de nombreux efforts ont été déployés par le Gouvernement Rwandais pour juguler en quelque sortes les barrières au développement des moyens de communication sociale.

Le problème n°1 auquel se sont attaqués les responsables du pays, c'est l'électrification et les télécommunications. Le Rwanda a fait des efforts innoués pour développer ses infrastructures en électricité, en renforçant les anciennes centrales ~~hydro-électriques~~ hydro-électriques de Ntarka et de Gisenyi par de nouvelles centrales ultramodernes de Mururu à Cyangugu et de Mukungwa à Ruhengeri. La création d'autres centrales du même genre est en cours. Ces centrales hydro-électriques permettent au pays de disposer d'une énergie nécessaire capable de faire fonctionner nos industries et par conséquent favorables à l'épanouissement de l'infrastructure des moyens d'information. Le projet d'électrification rurale est aussi un grand atout pour accélérer le développement psychologique de nos populations qui peuvent écouter la radio sur courant, lire le journal ou autre média, assister au cinéma et aux spectacles divers.

~~En~~ Donc, l'électrification n'est pas seulement un facteur socio-économique de développement, mais elle constitue en outre un véritable support de l'expansion de l'information et de la formation du peuple.

Une autre réalisation digne d'éloges du Gouvernement Rwandais, c'est le développement et l'amélioration de notre infrastructure des télécommunications jusqu'à la téléphonie rurale. Donc, véhiculer l'information au Rwanda est pour le moment sans problème si les responsables de sa diffusion veulent s'y atteler.

Je ne pourrais pas ne pas louer l'état de notre infrastructure routière qui pourra sans doute faciliter le transport et la diffusion des nouvelles.

Il reste donc à restructurer les systèmes de diffusion de l'information et de faciliter l'éclosion toujours progressive des mass-média.

Je pourrai exprimer mon souhait sans peur d'être contrarié, que " le Fonds-HABYARIMANA " puisse prêter main-forte aux journaux naissants et à ceux qui veulent en créer d'autres, venir en aide aux artistes graphistes, photographes, aux écrivains qui veulent s'associer.

Aussi, la promotion de l'information dans notre pays devrait être inscrite sur la liste des projets prioritaires à promouvoir, figurer dans le plan de développement et faire l'objet de demande d'aides comme pour d'autres projets dans le cadre de la coopération bilatérale et multilatérale.

Aussi, il est temps de dissiper la crainte simulé du public rwandais vis-à-vis des moyens d'information et des agents d'information qu'on a parfois l'erreur de confondre avec les autres agents de l'Etat du Service Central des Renseignements. Et cette crainte malheureusement se cache dans les milieux de l'intelligentsia rwandaise surtout des services publics où certains responsables ont horreur à accueillir un journaliste, qu'il soit de la presse privée ou officielle, et ~~ne~~ consentent avec peine à accorder une interview sinon une information sur le projet dont ils tiennent la gestion. Certains <sup>mal intentionnés</sup> voient dans la presse un outil nuisible plutôt que constructif et bienfaisant. Ils considèrent le journalisme comme un métier des gens qui ont échoué ailleurs comme le disait un ~~un~~ spécialiste de l'information G.ROBINET en ces termes, dans "LES CARRIERES DE LA PRESSE ECRITE": " Trop de gens s'imaginant que pour devenir journaliste, il suffit d'avoir échoué ailleurs."

Une autre barrière au développement des moyens d'information au Rwanda est d'ordre psychologique. Il n'existe presque pas de journaux d'opinions proprement dits au Rwanda; les journaux que nous avons sont caractérisés par une monotonie de nouvelles, il n'y a pas de personnalisation dans nos publications même les journaux officiels tels que IMVAHO et LA RELEVÉ reprennent des informations brutes qui ne dégagent ni commentaire ni opinion. Nos journaux sont fades; c'est pourquoi les différents lecteurs ne s'y intéressent pas et préfèrent lire les journaux étrangers plus riches en nouvelles. Aussi parfois nos journaux nous amènent des nouvelles telles qu'elles ont été rapportées à la radio, donc elles sont accueillies sans intérêt ou ne le sont même pas.

Cependant, bien que nos publications restent encore tatouneuses, il y a lieu de leur insuffler un air nouveau en supprimant cette méfiance que certaines autorités ou certaines personnes de l'intelligentsia rwandaise à l'égard de la presse et que la presse rwandaise également puisse revoir ses méthodes de travail pour plaire aux lecteurs et ainsi attirer leur sympathie.

Un autre point concerne la radiodiffusion. Bon nombre d'écouteurs de notre radio reprochent à celle-ci une monotonie de nouvelles dans les journaux parlés, c'est-à-dire qu'une seule nouvelle en l'occurrence une visite peut faire l'objet dans toutes les émissions de la journée voire le lendemain; et à force de répéter continuellement cette information relativement périmée, celle-ci devient indigeste à ceux qui l'écoutent.

Plus d'un reprochent aussi à notre radiodiffusion de donner parfois des informations tronquées alors que chez les pays voisins comme le Burundi, le Zaïre et le Kenya la même information est présentée autrement. Autre chose encore, est que lorsque dans un pays voisin il se passe un événement sensationnel notre radiodiffusion se prive d'en parler et même si elle est décidée à en parler ce n'est qu'à la dernière minute quand les gens n'ont plus besoin d'entendre cette nouvelle puisque d'autres maisons de radiodiffusion l'ont fait passer et que les écouters de Radio-Rwanda l'ont captée ailleurs.

Loin de simuler une certaine prudence, notre radio peut s'isoler et gagner une infime partie de ses écouters et en perdre une plus grande qui sera tournée par exemples aux émissions des autres maisons. Alors que la radiodiffusion doit refléter l'image du pays et vanter les richesses socio-culturelles du peuple, si elle manque une partie de ses écouters, elle n'aura pas rempli la mission lui assignée et elle se sera fait une mauvaise publicité.

Je crois que pour le meilleur avenir de nos médias, il faut sortir du coquillage de la crainte, des qu'en dirait-on et donner une sérieuse personnalisation à nos moyens d'information. L'avenir de nos moyens d'information est l'affaire de tous.

-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-

### CHAPITRE III.

#### LES MASS-MEDIA EN OPERATION AU RWANDA.

Le Rwanda, depuis son accession à l'indépendance le 1er Juillet 1962, a fait preuve d'une bonne volonté pour promouvoir les moyens d'information dans tous les sens. MAIS tous ses efforts étaient surtout anihilés par l'insuffisance des moyens financiers.

#### De 1962 à 1972.

Ici je me permets de reproduire intégralement le texte de la communication de la délégation rwandaise au colloque réunissant des journalistes africains francophones et anglophones tenu à Lomé, Capitale Togolaise, du 5 au 11 mars 1972, organisé sous les auspices de l'Institut de Solidarité Internationale de la Fondation KONRAD ADENAUER, et auquel le Rwanda avait été convié.

#### MASS-MEDIA EN OPERATION AU RWANDA.

##### 1°- Presse écrite:

Il n'y a pas encore de quotidien au Rwanda. Par contre 50 titres comptent parmi les principaux périodiques du Pays. Parmi eux 15 relèvent du milieu religieux, 18 de l'enseignement, et 17 du secteur gouvernemental avec un tirage se classant entre ~~5 et 10~~ 5 et 10 mille exemplaires. Note: Les sujets les mieux couverts dans ces périodiques sont en général les informations générales sur le Rwanda, la religion, la politique, l'économie, la pédagogie et les sciences y compris la médecine et l'agriculture. Il n'existe pas encore des périodiques ou revues exclusives consacrées soit aux Arts, soit à la littérature, soit encore à l'histoire et à la géographie du Rwanda.

##### Présentation:

La forme de présentation de tous ces périodiques, 28 sont imprimées sur les presses locales du pays, alors que les 22 autres sont multigraphiés. La majorité de ces périodiques n'a vu le jour qu'avec ou après l'Indépendance nationale (1er juillet 1962). Actuellement 2 sont bimensuels (Kinyamateka et Imvaho) et 3 mensuels (Rwanda Carrefour d'Afrique, Le Mois, et Urumuli rwa Demokrazi).

##### 2°- Presse filmée:

Le cinéma n'est pas encore très développé au Rwanda. Cela est dû aux problèmes communs presque à tous nos pays sous-développés.

La télévision n'est même pas en projet dans un proche avenir pour deux raisons majeures; d'une part le Rwanda étant un Pays de montagnes, la première raison est d'ordre économique (finances et équipement).

La seconde est celle des cadres formés à cette fin capables de tenir un tel service délicat d'une façon rentable et efficace.

##### 3°- Presse parlée:

a) Radio-Rwanda: Ici l'on peut peut-être dire que le Rwanda a réussi le mieux. En profitant de sa chance peut-être unique en Afrique, de n'avoir qu'une seule langue nationale, le Rwanda a essayé de tout mettre en oeuvre afin de lutter contre le fléau n°1 : le sous-développement "phénomène global qui ne fait qu'affecter tous les aspects de la vie de ses citoyens se ressentant dans toutes les structures, dans tous les organes et dans toutes les fonctions du Rwanda".

b) Université Radiophonique de Gitarama (URG): A côté de la Radio Nationale, une station à caractère privé est installée au Centre du Rwanda, à Gitarama.  
N.B. Station de caractère international: Kinyinya Deutsche Welle, couvrant l'Afrique et l'Amérique.

SOUCI DES RESPONSABLES RWANDAIS.-

Ceci nous explique déjà brièvement le souci des responsables rwandais quant à l'importance et l'utilité des mass-média au Rwanda. Pour ces responsables, en effet, il faut avant tout et par tous les moyens "renforcer les moyens d'information, les contacts des masses en vue de remonter leur enthousiasme, éclairer les doutes, lever les pessimismes, fortifier les convictions, pour toutes les opérations du pays qui conduisent à un développement démocratique et libre." (Le Président de la République Rwandaise, le Docteur Grégoire Kayibanda, le 1er Juillet 1963).

Au Travail.

I° Radio-Rwanda.

A côté de la presse écrite en activité, la Radio Nationale (50 Kwh) fait son devoir d'information et de formation. En plus de ses tâches quotidiennes, d'informer, de distraire et de faire connaître le Rwanda, son peuple, sa culture, etc... elle concentre son activité à l'éducation des masses du peuple. Car tout le monde est du même avis que moi, chaque pays sous-développé "doit pouvoir mesurer son sous-développement et entretenir un niveau de connaissances propres à équiper mentalement l'homme qui lutte contre ce fléau".

C'est ainsi que ses émissions éducatives sont concentrées notamment sur le secteur socio-économique, sans négliger le côté "alphabétisation" ou autres sphères d'activités nationales.

2° Université Radiophonique de Gitarama (URG).

Dès 1963, le gouvernement rwandais tente déjà une expérience qui peut servir d'exemple, je crois, à pas mal d'entre nous. Vous le savez peut-être, le Rwanda est un pays rural (94%) à population nombreuse (4 millions) mais très dispersée sur "mille collines". Mais rappelons-le, il a la chance de n'avoir qu'une seule langue nationale. C'est peut-être cette situation qui l'a fait choisir pour une expérience d'une Université Radiophonique

Objectif: Développer un enseignement primaire audio-visuel, diffuser des programmes d'éducation de base pour les adultes ainsi que des programmes d'enseignement religieux.

Méthodes: Il s'agit de donner aux enfants, en quatre ans, l'essentiel des connaissances nécessaires pour une vie décente et le développement de leur pays.

L'enseignement doit normalement se faire dans la langue du pays, mais comporter aussi l'enseignement de la deuxième langue officielle: le français.

Les enfants sont mis en contact avec des documents qu'ils n'auraient pu voir autrement et dont le contenu pédagogique est considérable (géographie de pays étrangers, documents, possibilités de gros plans, de croquis, de schémas, dessins, etc.).

Pour les adultes, les méthodes audio-visuelles peuvent remplacer l'alphabétisation, mais très vite celle-ci est désirée pour suivre certains programmes concernant le développement économique.

Organisation: La direction ainsi que le secrétariat sont installés au Centre de production de programmes. Avec 18 fonctionnaires chargés de la marche du Centre.

Matériel de production: Deux laboratoires-photo, deux studios insonorisés, équipés de micros et divers appareils de son. Chaque spécialisation dispose d'une bibliothèque. De plus, l'URG possède un ciné-bus pour faire des séances de projection de films sur les collines.

Le Matériel d'utilisation: Chacun des centres audio-visuels est équipé d'un projecteur pour diapositives, d'un magnétophone à cassette et d'un tableau noir.

Les programmes: Ils sont répartis en trois secteurs: l'éducation de base pour adultes, l'enseignement scolaire, l'enseignement religieux.

Le but essentiel de l'URG est d'offrir un enseignement primaire qui doit permettre de conserver le contact avec le milieu rural.

C'est ainsi qu'après l'enseignement primaire les élèves ayant réussi le concours passent au Centre Rural Agricole et de Formation Artisanale (CRAPAG), pour se perfectionner en agriculture, en élevage ainsi qu'en artisanat de l'habitat.

Résultat: L'assiduité est très satisfaisante puisqu'elle atteint 87%. Les élèves apprennent mieux et plus vite que dans les écoles traditionnelles.

N.B. Notons qu'un réseau de correspondants dans tout le territoire national dessert toute la presse écrite ainsi que la presse parlée du pays.

#### EN CONCLUSION

Il faut:

- chercher à aider nos concitoyens à prendre en main leur destin et à utiliser logiquement, scientifiquement les lois naturelles par des informations brutes, commentées et expliquées;
- chercher non seulement à structurer au mieux les moyens officiels d'information mais aussi à promouvoir par des dispositions légales et adéquates, les initiatives privées en matière de publications, particulièrement de quotidiens, de périodiques.
- Cela fait, le droit à l'information qui répond au besoin fondamental de tout homme pourra triompher et le fléau du sous-développement disparaître de plus en plus.

Enfin les sociétés de nos pays dynamiques, disposant pleinement d'elles-mêmes, parce que mieux informées, pourront s'organiser de mieux en mieux pour le meilleur de leur avenir.

Lomé- Togo

La délégation Rwandaise

Dr. Heinz Bühler

M. Melchior GASAMUNYIGA

M. HATEGEKIMANA Sigisbert.

MASS-MEDIA EN OPERATION AU RWANDA

De 1972 à 1989.

A ces titres vus précédemment se sont ajoutés d'autres alors que d'autres ont arrêté leur parution dont notamment les principaux sont " le Coopérateur Trafipro et l'Urumulirwa Demokrasi", et "Rwanda Carrefour d'Afrique" qui a été remplacé par LA RELEVÉ.

I°- Presse écrite:

- Un bulletin Quotidien "ARP" publié par l'Agence Rwandaise de Presse prônée par l'Office Rwandais d'Information (ORINFOR) a vu le jour le 1er Juin 1975.
- Le bimensuel IMVAHO est devenu Hebdomadaire: il est publié par l'ORINFOR
- Le bimensuel KINYAMATEKA des missions catholiques est devenu aussi hebdomadaire.
- Le bimensuel "LA RELEVÉ" publié en français par l'Office Rwandais d'Information a vu la naissance dès le lendemain de l'avènement de la II<sup>e</sup> République.
- D'autres publications telles que : Umukozi, Kora, Kanguka, Dialogue, Stades, Podium, Ferwafa etc... ont vu le jour sous l'avènement de la II<sup>e</sup> République.

Présentation:

Toutes ces publications sont à 90% imprimés vu le nombre d'imprimeries qui s'est sérieusement accru depuis ces dernières années. Du système typo que l'on connaissait avant l'année 1972 on est passé à l'offset qui imprime en une ou plusieurs couleurs selon le choix et le goût.

Voici déjà la liste des imprimeries qu'on enregistre sur notre territoire aujourd'hui:

- Régie de l'Imprimerie Scolaire
- I- Kigali: - Imprimerie Nationale du Rwanda
- Imprimerie de Kigali
- Imprimerie Printerset
- Imprimerie Palotti-Presse
- Imprimerie SIEVA
- Imprimerie Multi-Services
- Imprimerie Evangélique
- Imprimerie IMPLICO
- Imprimerie IMPRIPARWA
- Imprimerie PACAREM
- Imprimerie URWEGO
- Imprimerie SOFIA-PRESSE
- Imprimerie IMPRIKAP

2- GITARAMA:

- Imprimerie de Kabgayi

3- BUTARE:

- Imprimerie BUTYMIA

4- GIKONGORO: néant

5- CYANGUCU : néant

6- KIBUYE : néant

7- GISENYI: Imprimerie du Lac

8- RUHENGERI: néant

9- Byumba : néant

10- KIBUNGO : néant

Nous pouvons être fiers de cette multiplicité d'imprimeries qui témoigne quand même de gros efforts déployés par les opérateurs économiques nationaux qui ont décidé d'investir leurs capitaux dans ce secteur d'activité.

Seulement, outre les pièces de rechange et autres accessoires pour la production de l'information imprimée, le problème n°2 posé au développement de nos mass-média est le papier en général mais plus particulièrement le papier ~~et~~ journal.

Nous pensons que le Gouvernement en l'occurrence le Ministère des Finances pourrait favoriser le développement des mass-média en allégeant des taxes douanières imposées au papier journal et aux accessoires d'imprimerie.

Nous croyons également que l'Office Rwandais d'Information devrait profiter de cette ~~et~~ multiplicité d'imprimerie et de leurs performances pour lancer la publication d'un véritable quotidien avant le démarrage de la télévision qui est plus sophistiquée qu'un quotidien.

En effet le développement des moyens de communication sociale doit être inscrit parmi les priorités étant donné que le Rwanda compte une population nombreuse qui s'élève actuellement à 7.000.000 d'habitants, avec une densité de 265 habitants au Km<sup>2</sup>, la plus forte du Continent. Ensuite le taux d'accroissement est formidable car il se situe autour de 3,7% par an. Pensons également que 95% de notre population vit vivent en milieu rural, tandis que 5% seulement vivent dans les centres urbains, ce qui signifie plus de 300.000 citadins. Notre population est jeune, c'est-à-dire que les personnes âgées de moins de 15 ans constituent la moitié de la population, soit un pourcentage de 45,7%. Tandis que la population active âgée de 15 ans à 64 ans est estimée à 3,6 millions d'âmes, ce qui représente un pourcentage de 51,5%.

Toute cette population constitue une force vive qu'il faut ranimer continuellement. C'est pourquoi, tout en développant les moyens d'information destinés à nos ~~près~~ 300.000 citadins, un accent doit plus particulièrement <sup>être</sup> mis sur les moyens de communication de masse à destination des 95% de notre population qui constituent réellement la vitalité du pays. Une information à destination de cette jeunesse (45,7%), Rwanda de demain et à cette masse de paysans agriculteurs-éleveurs, doit être minutieusement préparée en fonction des objectifs de développement poursuivis par le Gouvernement.

Car, si toute cette masse est sensibilisée aux problèmes de son auto-développement, tous les Rwandais pourraient aspirer à un meilleur avenir, au progrès, à une vie décente par leur engagement, dans l'unité, la paix et l'enthousiasme.

CHAPITRE IV.

LE PROBLEME DE FORMATION D'AGENTS D'INFORMATION AU RWANDA.

Le problème de formation d'agents d'information implique absolument celui du développement des moyens de communication en général. Car ce sont justement ces agents qui contribueront à l'expansion des moyens d'information selon la formation qu'ils auront acquise.

Sous la I<sup>ère</sup> République plusieurs possibilités de formation d'agents d'information étaient offertes au Ministère de l'Information et du Tourisme dans le cadre de la coopération internationale notamment avec la Belgique et la République Fédérale d'Allemagne. L'Institut Belge d'Information et de Documentation (INBEL) à Bruxelles recevait régulièrement chaque année un certain nombre de stagiaires rwandais de la presse écrite, radiodiffusion, qui suivaient également des cours de télévision. Quant à la République Fédérale d'Allemagne qui est un partenaire du Rwanda de longue date, elle accordait des bourses aux stagiaires rwandais pour se spécialiser en techniques de radiodiffusion, en maintenance des équipements. C'est à la République Fédérale qu'on doit l'immeuble de notre Radiodiffusion Nationale, il faut l'en remercier ~~à jamais,~~ beaucoup.

Sous la II<sup>ème</sup> République, outre les séminaires de formation dans le cadre de la Communauté Economique des Pays des Grands Lacs (CEPGL) organisés de temps en temps à Kigali, une autre possibilité de formation de grande envergure a été offerte au Rwanda mais nous ignorons si jusqu'à présent le Rwanda a eu la possibilité d'y répondre favorablement. Il s'agit de l'Institut Supérieur du Journalisme de Yaoundé (ESJY) au Cameroun dont le Rwanda est membre-fondateur.

Pour la plupart du temps notre Ministère du Plan fait la publicité pour les différents instituts supérieurs africains de statistiques, d'ingénierie dans ceci et dans cela, envoie des affiches partout pour recueillir les candidats intéressés, mais on n'a jamais vu une affiche qui parlait de l'Institut Supérieur de Journalisme de Yaoundé. Est-ce à dire qu'au Rwanda il n'y a pas des gens qui seraient intéressés à avoir un titre académique en journalisme ?

D'autres instituts et écoles supérieurs de journalisme existent aussi à Accra (Ghana), à Lagos (Nigeria), Dakar (Sénégal), Yaoundé (Cameroun), Tananarive (Madagascar) et plus près de nous à Nairobi (Kenya) et Kinshasa (Zaire).

Je pense quand même que l'Office Rwandais d'Information en collaboration avec le Ministère de l'Enseignement Primaire et Secondaire, le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, pourraient essayer de trouver les possibilités d'orienter nos jeunes à l'enseignement en techniques d'information dans les pays étrangers et surtout africains et veiller à inclure ces nouvelles techniques dans la grille des programmes de notre enseignement secondaire. Car, le pays ne vivra pas uniquement des agronomes, des médecins, des soldats, des vétérinaires, des statisticiens... il aura intérêt à vivre aussi des techniciens qui éveillent la masse et la conscientisent. Et c'est la masse qui compte en tout premier lieu, la masse populaire est notre Patron comme ne cesse de le répéter notre Président, le Général-Major HARYARIPANA Juvénal. Si la masse populaire n'existait pas, personne parmi les dirigeants n'existerait. Nous sommes tous donc là pour être à son strict service.

Plus d'un affirmant que la soif de formation pour nos agents d'information est insatisfaite. Aussi, il faut briser le mythe tel que tout détenteur d'un titre académique en lettres ou en sciences sociales peut devenir automatiquement un agent d'information, soit de la presse écrite, soit de la presse parlée. Ce sont des sciences différentes quoiqu'elles soient complémentaires. Le métier d'agent d'information est un métier de spécialiste, c'est un art qui s'apprend comme d'autres disciplines. C'est pourquoi, ce métier exige une formation de longue durée et de longue haleine. Certains s'imaginent que, comme nous le dit un spécialiste des techniques d'information, Monsieur G. ROBINET : " Trop de gens s'imaginent que pour devenir journaliste, il suffit d'avoir échoué ailleurs."

Réellement la formation de nos agents d'information devrait être poursuivie sans relâche. Nous le remarquons par exemple quand nous lisons nos journaux de la presse locale; souvent ces derniers accusent un manque de sérieux dans le travail et la confection des articles, la monotonie dans la maquette, les textes sont souvent indigestes parce qu'ils sont trop longs et sans photo. Dans la presse parlée, l'information manque souvent d'objectivité, de commentaire et nous arrive sous forme de reproduction stéréotypée des dépêches brutes. Il manque une réelle personnalisation à tout notre système d'information.

Actuellement, les yeux sont tournés vers le grand rêve: la télévision ! Pas de quotidien, les hebdomadaires et les périodiques existants sont loin de répondre au rôle-même de sensibilisation de la masse par une information éducative sélectionnée, touchant toutes les couches de la population rwandaise. Les problèmes économiques posés à l'échelon mondial n'épargnent pas pour autant le Rwanda, et qu'en deviendra de la télévision qui devra immobiliser pour un certain temps des fonds importants du budget national. Est-ce que notre pays est assez outillé pour répondre aux complexités de la télévision alors que dans plus de 25 ans de son indépendance il n'a même pas pu se doter d'un quotidien.

Quand je dis quotidien ici, je ne voudrais parler de quelques pages ronéotypées (stencillées) de l'Agence Rwandaise de Presse (ARP). D'accord le bulletin quotidien de l'ARP constitue un fragment de dépêches de l'actualité internationale, mais ce sont les informations brutes dépourvues de toute sensibilisation et sans commentaires. Mais, on ne peut pas s'en plaindre, car "faute de grives on mange des merles" dit l'adage français. Mais dans l'espace de 15 ans, il n'est pas compréhensible que le Gouvernement Rwandais n'ait songé au lancement d'un quotidien, alors que par ailleurs priorité a été accordée à la Radio, aux projets agro-pastoraux, à la construction des centres de développement et de formation permanente, à l'animation qui a englouti pas mal de budget. Notez que l'animation est aussi une sorte d'information et de sensibilisation des masses aux idéaux et objectifs du Mouvement Révolutionnaire National pour le Développement, notre unique institution politique, mais <sup>pas</sup> au même titre qu'un quotidien, qui constitue plutôt l'information et la formation de l'élite.

Ici je dois souligner que le développement de l'information ne doit pas être à sens unique, c'est-à-dire tournée uniquement vers la masse; non, elle doit aussi venir de la masse vers l'élite. C'est un courant continu. Comment est-ce que l'élite pourra informer la masse si elle-même est sous-informée ? Par exemple, un économiste, un planificateur, avant de téléguider de son bureau ses principes de redressement économique aux paysans agriculteurs-éleveurs, il devrait avoir fait une étude sérieuse et si possible un sondage d'opinion pour voir quel accueil le milieu paysan va réserver à ses propositions.

L'élément-moteur du développement, qui est le paysan, l'artisan ou tout autre producteur doit être le centre d'intérêt à viser par les moyens d'information, il doit être mobilisé, sensibilisé pour qu'il sache ce qu'il doit faire.

Les moyens d'information constituent réellement un catalyseur indéniable du développement, car même les pays les plus hautement industrialisés ne peuvent pas se passer des bienfaits de l'information.

Le développement de l'information à tous les niveaux doit être considéré comme faisant partie intégrante des autres secteurs prioritaires de développement de la nation. Il doit être l'affaire de tout un ministère et non le devoir d'un simple office.

Pourtant, toute l'Afrique vient de comprendre l'utilité de l'Information en créant dernièrement une Agence Panafricaine d'Information (PANA).

1° Ce que doit viser la formation des agents d'information au Rwanda.

Des Conseils de Monsieur KINHOLE:

Lorsque Monsieur KINHOLE, alors Secrétaire de Cabinet au Ministère Togolais de l'Information, procédait à l'ouverture du Colloque des Journalistes africains tenu à Lomé-Togo (du 5 au 11 Mars 1972), celui-ci affirmait que la presse constituait la 4ème force du pouvoir après l'exécutif, le législatif et le judiciaire. Il a poursuivi en prodiguant de sages conseils et en donnant une ligne de conduite aux journalistes africain, de la façon suivante: " Les moyens de communication sociale vous en disposez dans tous les domaines: que ce soit par la presse-radio-télévisée ou par la presse filmée, vous pouvez démontrer - et personne ne peut vous contredire - que la Presse, après le pouvoir législatif, exécutif et le pouvoir judiciaire, demeure le quatrième pouvoir de par la puissance et l'efficacité de son action, bref de par son impact sur les masses du monde entier.

" C'est écrit dans le journal", " cela a été dit à la Radio", "je l'ai vu à la Télé " Ce sont là ( c'est toujours Monsieur Kinholé qui parle) autant de réflexions qui indiquent et prouvent à quel point les masses font confiance à la Presse et aux moyens d'information en général.

C'est pourquoi, Messieurs les délégués, je me fais le devoir de vous rappeler un point de la déontologie de votre noble profession, à savoir la recherche et la diffusion de la seule vérité, avec bien entendu un usage judicieux de la critique.

Vous comprenez aisément, Messieurs les séminaristes, que dans nos pays en voie de développement, votre mission n'est pas de détruire par des critiques sans fondement, mais de participer efficacement à la construction des nations auxquelles vous appartenez, par des articles formateurs, instructifs et constructifs, susceptibles de contribuer au développement économique, social et culturel de l'homme africain..."

( Extrait du Discours d'ouverture du Colloque des journalistes africains tenu à Lomé-Togo, par Monsieur Léonard Kinholé, Directeur de Cabinet du Ministre de l'Information de la Presse et de la Radiodiffusion, représentant le Ministre Frédéric Dermane Ali, paru dans le quotidien togolais "TOGO-PRESSE" du mardi 7 mars 1972.

afin d'éviter toute contradiction entre l'impulsion gouvernementale et l'attitude des individus ou des groupes sociaux.

- Le journaliste doit donner une information qui intéresse la masse dans sa vie quotidienne, lui montrer les images dans lesquelles elle puisse se reconnaître, concevoir l'information selon les méthodes réalistes, c'est-à-dire qui tiennent compte des réalités humaines du pays, tenir compte du public auquel est adressé l'information.

Parlant plus précisément de la mission du journaliste de nos pays, Monsieur Hervé BOURGES, Directeur de l'Institut Supérieur de Journalisme de Yaoundé (ESIJY) nous précise ce qui suit: " Il est important, primordial même, que ceux-là qui exercent la profession de journaliste en Afrique tiennent le plus largement compte du public auquel ils s'adressent, pour choisir dans les milliers d'informations qui parviennent chaque, les plus significatives: pour savoir les commenter, cela suppose de vastes et solides connaissances générales, la compréhension des grands problèmes contemporains, tant dans la gravité que dans leur diversité, la maîtrise de l'expression qui doit répondre à la volonté de ne pas voir le verbe se substituer à la pensée ni le réflexe à la réflexion. Dans un pays qui doit vaincre les résistances auxquelles se heurtent inéluctablement toute la politique de développement national, l'informateur doit être en mesure d'énoncer les problèmes les plus ardues avec clarté et intelligence, aussi bien à un peuple avide de connaître qu'à un technicien avare de son temps, d'où la nécessité d'avoir des journalistes qui ne soient pas seulement des reporters de la presse écrite, des agences de presse de la radio et de la télévision, mais de véritables agents de développement."

Cependant d'autres spécialistes bien chevronnés en techniques d'information nous apprennent que: " L'information peut être considérée comme une épée à double tranchant suivant qu'on l'exploite d'une façon objective ou subjective. C'est pourquoi l'information peut tantôt susciter des rêves et tantôt créer des déceptions. Disons, par exemple, que les moyens d'information peuvent être utilisés pour stimuler la population, ce qui peut élever le niveau de ses aspirations en ce qui concerne le relèvement de leur standing de vie, mais si on a rien prévu pour élever le niveau de ses aspirations on risque d'avoir favorisé la population à désirer plus qu'elle ne peut obtenir et finalement elle se tournera contre les opérateurs de cette stratégie et ainsi ces aspirations dépasseront rapidement les réalisations et le sentiment de frustration va se généraliser."

Pourtant, à mon humble avis, le journaliste de nos pays jeunes doit se distinguer de son homologue européen. Si le journaliste des pays industrialisés jouit des lois, et des réglementations internationales qui le protègent, ce n'est pas le cas pour le journaliste africain. Le journaliste africain en particulier et celui des pays du Tiers-Monde en général, doit jouer le rôle de formateur permanent. Ce dernier doit voir avec perspicacité jusqu'où peuvent l'amener ses critiques voire ses propositions et tâcher de travailler en liaison étroite avec les gouvernants. Il devra toujours s'aligner au contexte social, politique et humain de son pays. Cependant les journalistes africains ne doivent pas être de simples hauts parleurs mais être conscients de ce qu'ils disent, pour qui ils le disent et de quelle manière ils le disent. Il serait erroné pour un journaliste africain de transposer l'utilisation européenne des moyens d'information en Afrique.

Pour mieux clore ce chapitre, je me permets d'emprunter encore les conseils de Monsieur Hervé BOURGES qui affirme: " Moteur du développement, l'information donne aux peuples la possibilité de participer à l'élaboration des décisions et informer le gouvernement plus authentiquement que ne peuvent le faire des rapports des autorités locales, des réalités de la vie des régions, des aspirations du peuple.

Bien sûr, la manipulation de l'information doit être effectuée avec la plus grande prudence. Mais l'information peut en définitive guider le pouvoir à remplir sa tâche, à surmonter ses contradictions; encore faut-il que le pouvoir lui apporte son concours:

1) en établissant un programme de développement des moyens d'information et en aidant matériellement la presse audio-visuelle et écrite à se développer;

2) en considérant l'information au même titre que l'éducation comme un investissement prioritaire;

3) en organisant la formation des journalistes et du personnel technique;

4) en décentralisant les moyens d'information pour réduire l'écart existant entre les capitales et l'intérieur.

De plus en plus, les gouvernements sont conscients du rôle de l'information quand bien même, la plupart du temps, par crainte ils mettent encore des entraves à son évolution. "

En prêchant d'exemple, Monsieur Abdou Diouf, quand il était encore Premier Ministre du Sénégal, en défendant l'information il déclarait: " Le développement est devenu un problème d'opinion et le journaliste un élément de mobilisation des énergies. On ne saurait mieux situer dans le contexte actuel des choses et du monde, l'information et l'informateur.

est  
L'informateur en effet, devenu la clef du développement dont il éclaire le chemin. Aucun Etat, aucun Gouvernement ne peut de nos jours se passer d'une information complète et exacte pour construire le destin commun des collectivités humaines et de plus en plus grâce au développement des moyens de communication de masse, les populations considèrent le droit à l'information presque au même titre que le droit à la nourriture.

Dès lors le journaliste, qui assure désormais une responsabilité immense dans la formation de l'opinion et l'évolution de celle-ci dans la mobilisation des masses et leur éducation doit cesser de s'imposer comme maître de l'événement pour se mettre au service de l'événement. Car dans le premier cas il crée la nouvelle sensationnelle, la monte en épingle, attire la curiosité des foules et passe pour une vedette; alors que dans le second cas il recherche inlassablement la vérité qu'il présente sous la forme la plus simple et de manière à amener le lecteur à en prendre connaissance de façon utile."

Puisque nous constatons l'ampleur de la vocation du journaliste, nous devons l'aider à accomplir cette noble tâche. C'est pourquoi, à mon avis, <sup>le</sup> gouvernement doit inscrire dans ses programmes d'enseignement la formation permanente des journalistes

polyvalents susceptibles de réinventer, en fonction des nécessités du milieu, le métier d'information et ceux qui sont des agents de développement soucieux de motiver les cadres, de sensibiliser et de former les masses auxquels ils s'adressent.

A nos journalistes, il faudra donc dispenser un enseignement général qui débouchera sur une application professionnelle, lequel enseignement sera donné à partir des réalités africaines d'hier et d'aujourd'hui, et centré sur les problèmes et les actions de développement pour s'élargir à la connaissance du monde contemporain.

Parlant toujours de la formation des agents rwandais d'information, j'aimerais que suggérer que l'actuelle école du Mouvement Révolutionnaire National pour le Développement en construction soit plutôt substitué au Centre National de Formation en Techniques de Communications Sociales où les responsables politiques et administratifs, les agents d'information, les animateurs sociaux pourront se faire recycler pour la promotion du développement national.

#### Les Tâches de l'Information.

Pour terminer ces quelques idées, voyons les tâches classiques qui sont vouées à la technique de l'information.

Les tâches de l'information se situent à trois niveaux différents:

- au niveau du régime;
- au niveau du pouvoir;
- au niveau de l'administration.

1) Au niveau du régime, il s'agit surtout de l'éducation civique de base.

Les méthodes employées sont:

- la campagne d'alphabétisation dont le but est l'éducation des adultes.  
Pour ce faire, des centres d'alphabétisation fonctionnent dans tout le pays.
- la radiodiffusion participe à cette campagne par des émissions spécialisées.

2) Au niveau du pouvoir, il s'agit de faire connaître les réalisations du Gouvernement et ses implications. Cette mission nécessite:

- le concours de la radiodiffusion;
- la presse gouvernementale, journaux muraux (affiches);
- la presse périodique spécialisée des différents ministères ou organismes concourant à la réalisation de ses objectifs.

3) L'information publique vise à vulgariser les objectifs gouvernementaux, à les répéter afin de les faire connaître le plus largement possible.

A cet effet, les autorités administratives, les cadres du Parti (ou autre formation politique), les chefs de services techniques sillonnent les villes et villages pour parler des problèmes de l'heure aux populations. Une fois de plus la radiodiffusion produit des programmes adaptés.

En définitive, cette triple tâche de l'information implique la mobilisation de toutes les ressources humaines : autorités gouvernementales, politiques et religieuses

MODELE A ADAPTER POUR NOS JOURNAUX.

Je suggère ici un modèle que pourraient adapter nos journaux qui est le suivant:

- 1°- Page I : Editorial sur un Sujet National.
- 2°- Les Aspects de chaque Préfecture, Sous-Préfecture, voire des Communes.
- 3°- Page de la Femme ou de la Jeunesse
- 4°- Les Arts et Spectacles
- 5°- La Coopération du Rwanda avec l'étranger
- 6°- Les humours
- 7°- Jeux sur la connaissance du Rwanda, l'Afrique et le Monde ( concours)
- 8°- Faits divers.

CHAPITRE V.-

LA DEONTOLOGIE PROFESSIONNELLE DE JOURNALISTES ET LES CARRIERES PRINCIPALES DANS UN JOURNAL.

Etant donné que le Rwanda ne s'est pas encore doté d'une loi pouvant définir la déontologie de nos agents d'information, je me permets de recourir au code belge qui peut nous servir d'exemple, grâce à une documentation me fournie par l'Institut Belge d'Information et de Documentation (INBEL) à Bruxelles.

Claude Honoré Lejeune dans " Guide de journalisme d'information", nous brosse le Code d'honneur du journaliste en ces termes:

" Un journaliste, digne de ce nom, prend la responsabilité de tous ses écrits, même ceux qu'il ne signe pas.

" Il tient la calomnie, les accusations sans preuve, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge, pour les plus graves fautes professionnelles.

" Il ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel.

" Il n'accepte que des missions compatibles avec sa dignité professionnelle.

" Il s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires, d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information, ou surprendre la bonne foi de quiconque.

"Il ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses inf influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées.

" Il ne signe pas de son nom des articles publicitaires, ne commet aucun plagiat, cite les confrères dont il produit un texte;

" Il ne sollicite pas la place d'un confrère, ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures.

" Il garde le secret professionnel, n'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée, revendique la liberté de publier honnêtement ses informations, tient le scrupule et le souci de la justice pour des règles premières, ne confond pas son rôle avec celui du policier".

LES DELITS DE LA PRESSE ET LEUR REPRESSION.

Qui dit "déontologie" dit "obligations" et aussi "manquement et répression". Dans " Droits et devoirs du journaliste", Messieurs Joseph Demarteau et Léon Duwaerts nous parlent des délits de la presse et de leur répression.

Je les cite: " Par délit de presse, il faut entendre l'infraction aux lois contenues dans l'expression de la pensée par le moyen de la presse. Il n'y a délit de presse que si un délit est commis dans un écrit constituant une manifestation d'opinion et imprimé par un procédé mécanique. En résumé, le journaliste peut avoir affaire, s'il s'agit de répondre d'infractions au Code Pénal, au Tribunal Correctionnel ou à la Cour d'Assises, s'il s'agit d'assumer les responsabilités encourues par un tort causé à autrui, ou de soutenir les réclamations judiciaires de son patron au Tribunal Civil, s'il s'agit de faire valoir ses intérêts matériels contre ce patron, au Tribunal de Commerce.

La doctrine et la jurisprudence considèrent qu'en application de la Constitution, la presse est libre, ajoutent encore Joseph Demarteau et Léon Duwaerts, . Mais sa liberté ne l'autorise pas à une action délictueuse ou dommageable. Les premiers devoirs du journaliste dans l'exercice de sa mission sont donc la circonspection et la modération. Libre devant la loi d'écrire ce qu'il veut, puisque nulle censure ne peut empêcher préventivement la publication d'aucun texte, le journaliste n'en reste pas moins soumis aux lois civiles et pénales. Comme tout citoyen, il peut être appelé à répondre de l'usage qu'il fait de sa liberté. Beaucoup de principes de la morale professionnelle du journaliste sont sanctionnés par les prescriptions légales telles que les cours et tribunaux les ont interprétées. Cependant il s'en faut de beaucoup que la loi et les tribunaux couvrent toutes les règles de la déontologie. La loi ne s'occupe ni directement ni indirectement des règles purement professionnelles, sauf en ce qui concerne le statut des journalistes professionnels. Le Code pénal belge précise très exactement les délits de presse envers l'Etat, envers le Chef de l'Etat, envers les ~~saux~~ souverains et les chefs de gouvernements étrangers, les agents diplomatiques étrangers, le parlement, le gouvernement, et les ~~saux~~ corps constitués. Egalement les délits de presse envers les magistrats, les fonctionnaires, les agents de l'autorité, les officiers ministériels et enfin, envers les particuliers, son journal, les autres journaux et ses confrères.

Voici quelques extraits du Code pénal belge:

Livre I, Art. 66: " Seront punis comme auteurs d'un crime ou d'un délit: ceux qui l'auront exécuté ou qui auront coopéré directement à son exécution.., ceux qui, ~~l'auront exécuté~~ soit par des discours tenus dans des réunions ou dans des lieux publics, soit par des écrits, des imprimés, des images ou emblèmes quelconques, qui auront été affichés, distribués, ou vendus, mis en vente ou exposés aux regards ~~du~~ du public, auront provoqué directement à le commettre, sans préjudice des peines portées par la loi contre les auteurs de provocations à des crimes ou a des délits, même dans le cas où ces provocations n'ont pas été suivies d'effet".

Livre VIII, Art. 443 : " Celui qui a méchamment imputé à une personne un fait précis qui est de nature à porter atteinte à l'honneur de cette personne ou à l'exposer au mépris public, et dont la preuve légale n'est pas rapportée, est coupable de calomnie lorsque la loi admet la preuve du fait imputé, et de diffamation lorsque la loi n'admet pas cette preuve".

Livre VIII, Art. 444 : " Le coupable sera puni d'un emprisonnement de huit jours à un an et d'une amende de vingt-six francs à 200 francs, lorsque les imputations auront été faites : soit par les écrits imprimés ou non, des images ou des emblèmes affichés, distribués ou vendus, mis en vente ou exposés aux regards du public, soit enfin par des écrits non rendus publics, mais adressés ou communiqués à plusieurs personnes".

En vertu d'arrêtés, de décrets et de lois, s'il est parfaitement permis en Belgique de "professer" son opinion comme on l'entend, et de répandre celle-ci par tous les moyens possibles de " persuasion et de conviction", il n'est pas moins interdit:

" d'attaquer méchamment et publiquement la force obligatoire des lois, ou de provoquer directement à y désobéir,

" de calomnier ou injurier les fonctionnaires publics ou les corps dépositaires de l'autorité publique,

" d'attaquer méchamment et publiquement et publiquement, soit l'autorité constitutionnelle du Roi, soit l'inviolabilité de sa personne, soit les droits constitutionnels de sa Dynastie, soit les droits ou l'autorité des Chambres législatives,

" de se rendre coupable d'offense envers la personne des souverains ou chefs des gouvernements étrangers, d'outrager par des écrits affichés distribués ou vendus, les agents diplomatiques accrédités auprès du gouvernement".

Calomnie, diffamation:

En terme de droit, la "calomnie", est une fausse accusation qui atteint quelqu'un dans son honneur et dans sa réputation.

La "diffamation", est l'énonciation d'un fait exact, préjudiciable à l'honneur et à la considération d'un individu.

Toutefois, pour que le journaliste puisse être l'objet de poursuites répressives, il faut que le délit comporte:

- 1)- l'énonciation d'un fait exact ou faux, nuisible à l'honneur ou à la considération d'un citoyen,
- 2) - une désignation suffisamment claire de ce citoyen,
- 3)- l'intention de nuire.

Après Joseph Desarteau et Léon Duwaerts, c'est au tour de Gilberte et Henry Coston de nous dire ce qui se passe en France concernant les délits de presse. Je les cite: " En France, la loi a précisé également de façon exacte, les délits de presse . Les principaux sont: la provocation aux crimes ou délits suivie d'effet, la provocation non suivie d'effet, au crime de meurtre, au pillage ou à l'incendie, aux crimes contre la Sécurité de l'Etat, les cris ou chants séditieux, la provocation de nature à détourner les militaires de leurs devoirs, l'offense au Chef de l'Etat, la publication de fausses nouvelles ayant troublé la paix publique, l'outrage aux bonnes mœurs, la diffamation et l'injure, l'offense et l'outrage envers les chefs d'Etat ou agents diplomatiques étrangers. Sont responsables des délits de presse: le gérant ou l'éditeur; à défaut, l'auteur; à défaut, l'imprimeur, à défaut, les vendeurs, distributeurs ou afficheurs".

### LES CARRIERES ADMINISTRATIVES DE LA PRESSE.

Les principales carrières administratives dans une entreprise de presse sont généralement classées comme suit:

- la direction
- le Rédacteur en Chef
- l'Administration
- le Service de vente mixabannement
- Messageries de presse (entreprises spécialisées dans le transport et la vente de journaux)
- Service des abonnements
- Service de propagande
- Service de Publicité.

#### Le Rédacteur en Chef.

" Le Rédacteur en chef est responsable de la ligne politique du journal.

Si les consignes générales dépendent de la direction, c'est à lui de les appliquer, de les faire observer par ses collaborateurs. Ses fonctions sont particulièrement délicates lors d'événements politiques ou autres de grande importance. Elles exigent une grande expérience et du savoir. Il faut au rédacteur en chef non seulement une solide instruction et une culture générale étendue, mais il doit avoir également des notions de sociologie et d'économie politique, il doit connaître l'histoire et la géographie, connaître les obligations légales d'un journal et la jurisprudence de la presse, posséder une éducation politique suffisante, être servi par une mémoire sûre, du bon sens, de la perspicacité, de l'entrain, des nerfs solides et le goût du travail.."

#### Le Secrétaire de Rédaction.

" Sous les ordres directs du rédacteur en chef se trouve le secrétaire de rédaction dont dépend la création de chacun des numéros du journal. Il est le "bras droit" du rédacteur en chef. Sur lui repose la responsabilité de la "fabrication" du journal ( avec ses adjoints et les typographes). Il travaille en étroite liaison avec le chef des informations et le chef de la publicité, le premier lui fournissant des informations, le second procédant lui-même à la mise en page des annonces et de la publicité recueillies. Tous les textes du journal passent entre ses mains. Il redresse, c'est-à-dire, corrige la copie des collaborateurs malhabiles, taille dans la copie des prolixes. Bien qu'il soit un journaliste qui n'écrit pas, un technicien, le secrétaire de rédaction rédige les titres et les sous-titres et, parfois même, quelques lignes sur un événement de dernière heure.

Comment procède-t-il, une fois venue l'heure de la composition ? Il réunit d'abord les principaux éléments rédactionnels du numéro en cours. Il leur assigne une place sur la maquette qu'il confectionne."

Pour conclure ce chapitre sur la déontologie professionnelle de journaliste et des délits inhérents à cette profession ainsi que des sanctions que le journaliste peut encourrir au cours de l'exercice de ses fonctions, on nous dit qu'il existe trois formes essentielles du pouvoir politique qui doivent sans doute influencer le métier de journaliste.

Ces trois formes du pouvoir sont les suivantes:

- 1) Régime autocratique dans lequel le dirigeant détient un pouvoir personnel absolu; il peut être un président, un roi ou un général.
- 2) Démocratie relative : il s'agit d'un régime où existent des volontés de démocratiser mais où les conditions internes telles que économiques, sociales, culturelles limitent cette ambition.
- 3) La démocratie: il s'agit d'un régime qui a une vieille expérience démocratique et qui respecte les libertés personnelles.

#### CHAPITRE VI.

#### LA RADIODIFFUSION PRIVILEGIEE PAR RAPPORT A LA PRESSE ECRITE DANS LES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT EN GENERAL ET AU RWANDA EN PARTICULIER.

Loin d'être jugée de malencontreuse, une guerre sainte - l'appelle-t-on, entre la presse écrite et la radiodiffusion plane sur les pays en voie de développement.

Auparavant, nous avons constaté que le développement des mass-média se heurtait principalement au problème de l'analphabétisme dont les taux souhaités d'éradication ne sont pas ou sont loin d'être atteints dans les pays en voie de développement et en l'occurrence le Rwanda est classé parmi les 25 pays les plus pauvres du globe et où l'analphabétisme frappe encore près de la moitié de toute la population malgré des efforts gigantesques entrepris de scolarisation et d'alphabétisation dès le lendemain de son indépendance en juillet 1962 à nos jours.

Cependant, nous sommes très optimistes et pouvons espérer qu'avec cette année 1990 baptisée par l'Organisation des Nations Unies dont fait partie le Rwanda depuis son accession à l'indépendance " comme une année de lutte acharnée contre l'analphabétisme dans le monde" contribuera à la réalisation de quelques résultats vraiment tangibles dans notre pays sous l'impulsion du Chef de l'Etat Rwandais, le Général-Major HABYARIMANA Juvénal, qui dans son programme gouvernemental présenté le 15 janvier 1990, a baptisé l'année 1990 comme "une année de lutte pour l'alphabétisation dans le cadre du mouvement associatif des paysans agriculteurs-éleveurs et de la jeunesse".

Malheureusement, les économies précaires de nos pays vivent pour la plupart sous la dépendance des pays les plus équipés, ne leur permettent pas de s'approvisionner assez suffisamment dans tout ce dont ils ont besoin.

Par exemple dans nos pays en développement, les industries du papier sont rares sinon inexistantes. Comment donc pouvoir développer la presse sans papier journal, qui doit venir, comme toutes les marchandises et les différents biens d'équipement doivent venir de l'extérieur ? Et nos dirigeants croyant que les autres secteurs de

de développement tant primaire que secondaire doivent primer sur les autres, vont imposer de lourdes taxes douanières aux articles de papeterie ou les livres, les classant dans la catégorie des articles de luxe et freinent ainsi le développement des moyens de communication sociale sans le savoir. Il en va de même pour les pièces de rechange et les différents produits d'imprimerie, qui par des taxes douanières exorbitantes ne permettront pas le développement du livre et des imprimés dans les pays en voie de développement à cause des factures élevées des imprimeurs et auxquels tout le monde ne peut pas accéder.

Notons que parfois des préférences dans le cadre des échanges commerciaux sont accordées à certains produits "dits de première nécessité" tels que le sel, le sucre, le lait, le pain... mais c'est rare qu'on pense au papier et à tous ces accessoires, alors que c'est un produit qui est consommé quotidiennement comme de la nourriture.

Car, nourrir quelqu'un sans l'informer, le former et l'éduquer, est un réel pas en arrière et les résultats que vous obtiendrez seront précaires et fort limités dans le temps. Il faut voir l'exemple des pays industrialisés: le citoyen de ces pays avant de boire son café ou son thé, avant de se rendre au travail il lit le journal; il suit très attentivement le message radiodiffusé ou télévisé, il achète des livres, des revues, des romans etc... Evidemment celui-ci dispose des moyens financiers de loin plus élevés qu'un citoyen des pays en développement. Mais nous ne devons pas, pour autant restés figés et les mains croisées et pleurer sur notre sort, car les pays industrialisés étaient hier ce que nous sommes aujourd'hui. C'est grâce justement à une prise de conscience des citoyens de ces pays qu'ils ont pu se rendre compte de l'infériorité dans laquelle le sort primitif les plaçait, qu'ils se sont éveillés et se sont consacrés à un travail de longue haleine et vraiment assidu, de recherche et de lutte, qu'ils se sont créés avec les temps, la situation <sup>no</sup> que nous pays sous-développés nous leur envions pour le moment. *de*

Si le citoyen des pays industrialisés ne sait pas se passer de l'information quelle qu'elle soit, c'est parce que si par exemple il lit le journal avec appétit, écoute la radio et regarde la télévision avec intérêt, c'est parce qu'il se sent en lui des sentiments de consolidation, de personnalité, de citoyen responsable car il est tenu à la page des événements du monde, des problèmes posés à son auto-développement et à son épanouissement dans la société dont il fait partie; il se sent auto-édifié, parce que le fait d'être informé, lui permet de chercher à améliorer son niveau de vie et celui des siens, il a la confiance en soi de persévérer et de lutter contre ses ennemis d'aliénation que sont l'ignorance et la pauvreté.

Voulant toujours parler de la carence du papier dans nos pays sous-développés, au Rwanda par exemple, on s'est aperçu avec perspicacité de ce problème en lançant la création d'une industrie du papier appelée "Papeteries du Rwanda", installée à Zaza en Préfecture de Kibungu, à l'est-sud du Pays. Pourtant cette usine qui existe depuis plus d'une décennie n'a jamais prouvé aux yeux du public rwandais, sa capacité de satisfaire du moins à une infime partie le marché de la consommation du papier au Rwanda. On ignore complètement quel genre de papier elle fabrique car on ne la voit jamais faire une publicité quelconque dans les quelques médias précaires de notre pays: pas de calendrier éventuellement, pas même une simple insertion dans le botin officiel des téléphones.

Au juste, il faut quand même louer l'idée de fonder une industrie du papier au Rwanda. Seulement avec les seuls papyrus, notons qu'ils sont d'une quantité immense dans la vallée de la Nyabarongo, ils ne pourront pas dans l'avenir satisfaire aux exigences d'une véritable industrie de production. Encore que la vallée de la Nyabarongo serait plutôt à vocation agricole que la réserve des produits industrielles étant <sup>donné</sup> le peu de terres arables dont dispose le pays et surtout dans ces moments difficiles où l'ambition prise par notre pays pour une auto-suffisance alimentaire a été déjouée par le sort de la nature en dépit des efforts humains et matériels déjà déployés.

Ce n'est pas pour dire qu'il faut abandonner cette bonne initiative déjà concrétisée à Zaza, mais je crois qu'il faudrait trouver d'autres alternatives pour y suppléer pour qu'elle persévère consolidée et au profit d'un grand nombre de consommateurs sur le marché rwandais. Je crois que, les recherches agricoles pourraient arriver à trouver des essences que l'on pourra planter dans des régions froides du pays qui pourraient supplanter le papyrus ou le renforcer. Je pense par exemple aux sapins des pays scandinaves que l'on pourrait planter dans des régions de montagne ou dans des forêts naturelles de Nyungwe et de Gishwati ou sur les hauts sommets de la Préfecture de Kibuye tel qu'en communes Gisovu et Rutsiro. En effet, les sapins des pays scandinaves sont réputés pour donner du bon papier pour tous usages. *USA Plan -*

Parler de la guerre sainte entre la presse écrite et la radiodiffusion ne veut du tout pas dire qu'une haine quelconque est nourrie à l'endroit de la radio; pas du tout. Elles sont toutes les deux indispensables au développement de nos pays. Seulement, il est tout à fait logique et normal que dans une famille tous <sup>les</sup> enfants sont égaux envers leurs parents mais rien n'empêche qu'il y en ait un qui soit plus chéri.

Développer la radiodiffusion vu son impact sur nos masses encore analphabètes pour la très grande proportion c'est bien, mais aussi on ne doit pas perdre de vue le rôle de la presse écrite par excellence sur le développement et l'épanouissement des peuples.

#### CHAPITRE VII.

##### LA VOCATION AFRICAINE DE L'INFORMATION.

L'évolution de la presse en Afrique a connu des hauts et des bas. Elle débute avec les années 1960, date à laquelle bon nombre de pays africains accèdent successivement à l'indépendance et à leur auto-détermination.

Malgré de nombreux efforts qui ont abouti ces dernières années à la création d'une Agence Panafricaine d'Information "appelée l'APANA", l'Afrique reste la région du monde où les moyens d'information sont les plus pauvres.

" On comptait déjà en 1960, rapporte Hervé BOURGES au Colloques des journalistes africains à Lomé-Togo ( 5-II mars 1972), en Afrique environ 220 titres de quotidiens - bulletins photocopiés inclus - d'un tirage de 5 millions pour une population de l'ordre de 250 millions d'habitants, c'est-à-dire supérieure à celle de l'URSS ou des Etats-Unis: ce qui représente 1,2 exemplaires par habitant." Seule l'Afrique du Sud, l'Ile Maurice et Madagascar échappaient à cette règle car ces derniers disposaient d'une presse quotidienne avec une diffusion supérieure à 5 exemplaires pour cent personnes.

Le développement de la presse dans nos pays africains s'est heurté à plusieurs obstacles dont notamment: le revenu moyen très faible par habitant qui rend presque négatif le pouvoir d'achat du journal, la majorité de la population vivant dans la brousse et dans les villages ingérant encore les infrastructures modernes alors que tous les journaux sont publiés dans les capitales ou dans les grands centres urbains uniquement peuplés par une élite qui ne représente qu'un infime pourcentage de toute la population du pays.

Aussi, le colonisateur a freiné en quelque sorte le développement des moyens de communication sur notre continent en nous apportant deux langues étrangères: le français qui est parlé dans 21 pays et l'anglais parlé dans 18 pays.

Un autre problème qui a handicapé le développement des mass-média en Afrique, est que les structures politiques mises en place dans nos jeunes Etats après l'indépendance étaient neuves et fragiles et que le manque de solidarité de certains régimes et la notoire absence de confiance entre journalistes et gouvernements africains ont rendu fort précaires l'existence et le développement des journaux. Par contre, certains spécialistes en techniques d'information affirment que la presse a connu un développement supérieur dans les pays anglophones par rapport aux pays francophones, et ç a se voit.

#### Les conditions d'évolution de la presse africaine.

Pour que l'évolution de la presse africaine soit réalisée, plusieurs conditions sont nécessaires. Il s'agit notamment:

- les journalistes africains doivent connaître le public africain;
- il doit connaître les besoins de l'Afrique;
- il doit savoir ce qu'attend d'un journal ce public neuf, récemment alphabétisé, ouvert à peine aux problèmes économiques, sociaux et politiques;

#### Les facteurs externes

Parmi les facteurs indispensables qui freinent le développement de la presse africaine, nous pouvons citer les principaux qui sont les suivants:

- la dispersion de la clientèle répartie sur une grande surface;
- le niveau d'alphabétisation très bas;
- la faiblesse du pouvoir d'achat à cause d'un revenu insuffisant;
- seuls les salariés peuvent acheter un journal, or ils représentent moins de 5% de toute la population;
- la publicité dont la plupart des hommes d'affaires ne comprennent pas l'importance et suite à l'étroitesse du marché pour les produits qui peuvent en bénéficier et surtout par la faiblesse des tirages alors que le taux d'écoute de la radio atteint ou dépasse 50%, alors que l'audience du journal n'atteint pas 5%, les annonceurs se tournent d'abord vers la radio.
- L'attitude des gouvernements par une méfiance instinctive à l'égard de la presse, limitant son audience et empêchant par conséquent son développement.

#### Les facteurs internes.

Il existe des facteurs internes qui empêchent le développement de la presse dont les principaux sont les suivants:

- archaïsme dans la gestion;
- la vétusté du matériel d'impression;
- le travail fourni est de très mauvaise qualité;
- les retards dans la fabrication;

- la mauvaise organisation de la rédaction résultant de la formation insuffisante des journalistes;
- le manque d'un personnel hautement qualifié pour l'administration d'un journal;
- les problèmes de gestion s'accompagnent du manque de capitaux africains privés, qui sont presque rares dans ce domaine, car les africains privés sont surtout très réticents à investir dans une activité qui apparemment n'apporte pas une rentabilité immédiate.

En effet, l'évolution de la presse en Afrique comme au Rwanda doit s'inscrire dans dans le grand ensemble du développement.

A ce sujet, Hervé BOURGES nous précise: " Bien sûr il ne manque pas de personnes bien intentionnées ou mal renseignées pour hausser les épaules et prétendre que l'information n'a que de lointains et vagues rapports avec les impératifs du développement; elles situent l'information dans le domaine des dépenses strictement improductives et l'apparentent volontiers aux Beaux-Arts. Elles ne voient pas que le développement des moyens d'information doit être considéré comme un élément essentiel des investissements, formant partie intégrante de tout programme général de portée économique, sociale et culturelle."

Poursuivant, Hervé BOURGES ajoute: " Cette fausse appréhension du problème provient d'une conception étroite du rôle de la presse, le but de l'information n'étant pas seulement de renseigner ou de distraire, mais d'assumer l'éducation permanente des masses, de leur donner prise sur les réalités qui les entourent, de les mobiliser, en toute conscience, au tour des objectifs nationaux. Ce rôle de formation des moyens de diffusion, non négligeable dans les pays avancés, prend une importance capitale dans les pays en voie de développement; en effet, toute transformation collective des mentalités et des attitudes se place dans la dépendance des organes d'information. C'est ce qu'exprimait il y a quelques années U-Thant, Secrétaire Général de l'ONU, dans un message à la réunion d'experts sur le développement des moyens d'information qui s'est tenue au siège de l'UNESCO en 1962 à Paris. Monsieur U-Thant affirmait (Hervé BOURGES le cite): " Il faut en Afrique mobiliser toutes les ressources nationales et internationales; l'une des plus importantes réside dans l'esprit et la volonté de l'homme, et pour mobiliser cette ressource capitale, il n'est pas de moyen plus puissant que ceux dont la mission est d'informer."

Et pour conclure ce chapitre, je me permets de recourir encor à Hervé BOURGES, qui est réellement un véritable expert international des problèmes posés au développement de l'information. Il affirme ceci: " Le développement des moyens d'information ne fait-il pas partie intégrante de la transformation d'une économie primitive en économie moderne, et de celle-ci en économie ultra-moderne ? Plus encore, les moyens d'information sont, au centre même de ce processus de transformation, des multiplicateurs et des amplificateurs de l'influence des dirigeants et des éducateurs; ils accélèrent ainsi la réalisation de tout programme de développement économique et social. S'il fallait recourir à une comparaison pour situer les journalistes dans un pays en voie de développement, ce n'est pas aux artistes qu'il faudrait les assimiler, mais aux ingénieurs, aux bâtisseurs dont ils amplifient l'action et à qui ils donnent prise sur les masses. En ce sens on peut dire que l'information fait vraiment partie de l'infrastructure d'un pays moderne au même titre que les routes et les écoles."

CHAPITRE VIII.-

LES RELATIONS PUBLIQUES ET LEURS POSSIBILITES D'APPLICATION AU PROFIT DE L'ECONOMIE ET DE L'ADMINISTRATION RWANDAISE.

Un autre moyen fort efficace de communication de masses est ce que les spécialistes appellent "relations publiques" pour les gens d'expression francophone, "public relations et public affairs" pour les gens d'expression anglaise ou américaine.

Avant de passer, au développement de ce chapitre, voyons d'abord les différentes définitions que l'on s'accorde à donner à cette nouvelle technique de communication entre les hommes telles qu'elles ont été rassemblées par Monsieur J. DESCHÉPPER, mon ancien professeur, alors Conseiller Adjoint à l'Institut Belge d'Information et de Documentation (IBBEL), Service des Stages, Session 1969.

Je cite J. DESCHÉPPER : " CES RELATIONS PUBLIQUES DIFFICILES A DEFINIR "

" L'ennui n'est pas que les mots-"Public Relations"- soient dépourvus de signification; la difficulté est qu'ils signifient trop de choses différentes" (Stephen Fitzgerald).

Définitions rassemblées par J. DESCHÉPPER.

I. Définitions officielles.

a) International Public Relations Association (IPRA)

" Les R.P. sont une activité de direction de caractère permanent et organisé, par laquelle une entreprise ou un organisme privé ou public cherche à obtenir et maintenir la compréhension, la sympathie et le concours de ceux à qui elle a ou peut avoir à faire; dans ce but, elle devra analyser l'état de l'opinion à son égard, y adapter autant que possible son comportement et par la pratique d'une large information, obtenir une coopération plus efficace qui tienne effectivement compte des intérêts communs".

b) Centre Européen des Relations Publiques (CERP)

" Les relations publiques sont une manière de se comporter, une façon d'informer, de communiquer en vue d'établir et de maintenir des relations confiantes (fondées sur la connaissance) et la compréhension réciproques) à l'intérieur d'un groupe et entre ce groupe, considéré comme une personne morale exerçant des fonctions et des activités, et les différents publics concernés par ces fonctions ou activités ( Lucien Matrat)".

c) Centre Belge des Relations Publiques (CBRP)

" Par relations publiques, il faut entendre la politique systématique d'un individu ou d'une organisation, publique ou privée, et sa mise en oeuvre pour entretenir et améliorer ses relations avec ses différents publics, en vue de faire naître une meilleure compréhension de son activité et susciter autour d'elle un esprit de confiance et de sympathie."

d) Association Française des Relations Publiques (A.F.R.P.)

" On appelle relations publiques les activités déployées par un groupe en vue d'établir et maintenir de bonnes relations entre les membres du groupe et entre le groupe et les différents secteurs de l'opinion publique".

e) Institute of Public Relations ( I.P.R.) Grande-Bretagne.

" Les relations publiques sont un effort délibéré, programmé, et permanent en vue d'établir et de maintenir une compréhension mutuelle entre un organisme et ses publics".

e) Société Suisse de relations publiques

" L'ensemble des efforts conscients et continus en vue d'apporter et de maintenir la compréhension et la confiance réciproques dans le public, grâce à des contacts dans tous les milieux".

2. Définitions de dictionnaires.

a) Dictionnaire Larousse ( en 10 volumes):

Les relations publiques, expression désignant un ensemble d'activités professionnelles dont l'objet est d'informer l'opinion sur les réalisations de collectivités de tous types (tant du secteur public que privé), de manière à :

- promouvoir la notoriété de cette collectivité

- susciter un élément de sympathie en sa faveur à l'extérieur,

- favoriser de bonnes relations à l'intérieur.

b) Dictionnaire américain de sociologie.

Les relations publiques sont l'ensemble des théories et des techniques utilisées pour ajuster les relations d'un sujet (individu, groupe, société) avec ses semblables.

3. Définitions d'auteurs divers:

a. Etats-Unis:

" Les Public Relations constituent une activité de direction.

Elles observent et analysent l'attitude du public, elles rendent la politique ou le comportement d'une personne ou d'une organisation conforme à l'intérêt général.

Elles appliquent un programme d'action afin d'obtenir la compréhension et la sympathie régissantes du public. " (Standard Public Relations Handbook).

" Les relations publiques traduisent une politique permanente par laquelle une direction d'entreprise essaie d'obtenir plus de sympathie de la part de ces employés et clients, de la part du public en général".

" Elles constituent une activité de direction: elles observent et analysent l'attitude du public, rendent la politique ou le comportement d'une personne ou d'une organisation conformes à l'intérêt général. " (Standard Oil)

" Les public relations sont une fonction des dirigeants d'une entreprise, d'un organisme ou d'une institution: elles consistent, après avoir sondé l'opinion publique et identifié la politique commerciale avec l'intérêt public, à exécuter un programme d'action continu et progressiste, destiné à certains groupes sociaux; elles cherchent à créer, développer ou maintenir du "good will", de la compréhension et de l'aide." (Glenn et Jenny Griswold)

" Les Public Relations sont une philosophie et une méthode ( de comportement) devant le jugement de l'opinion publique." (Baldwin et Mayer)

" Les Public Relations sont simplement l'art de faire que les gens aient envie de faire des affaires avec vous." (Robert R. Updgraff)

J. DESCHÉPPE continue à nous parler des relations publiques, de leur naissance et de leur évolution.

De peur de commettre une quelconque erreur par l'interprétation personnelle de ses idées, je préfère le citer intégralement.

Quelques Mots sur la naissance et l'évolution des Relations Publiques.

" Les relations publiques constituent un domaine neuf, c'est-à-dire que l'ensemble des techniques actuellement désignées et sous le vocable de "Relations Publiques" a été considéré comme une doctrine il y a relativement peu de temps. Mais sur le plan pratique les gens ont toujours fait des relations publiques, sans peut-être s'en rendre compte, ou tout au moins sans qu'une épithète y soit attachée.

" On veut voir dans l'ouvrage de Jules César ( La Guerre des Gaules ) une oeuvre annonciatrice de nos modernes doctrines relationnistes. Plus près de notre époque, Louis XIV est considéré comme ayant souvent recouru aux procédés que les spécialistes des relations publiques préconisent. Mais c'est seulement au début de ce siècle que le journaliste Ivy LEE, créa le premier cabinet moderne de relations publiques à New-York, en 1906.

" Les activités de ce bureau furent considérées comme un métier nouveau à l'époque. M. Ivy LEE se proposait de réhabiliter dans le public américain quelques grands personnages qui à l'époque étaient véritablement menacés par le courroux populaire.

On se rappelle sans doute la vive hostilité du grand public, dirigée à l'époque contre le big-business, dont les représentants les mieux connus pour nous sont ROCKFELLER et FORD. La popularité dont jouissent actuellement ces deux noms n'a pas toujours été incontestée. Le sang a dû couler; John ROCKFELLER, pour réduire les grévistes, avait dû faire tirer sur eux. Mais là n'était pas précisément la bonne méthode pour reconquérir la sympathie du public. Il fallait employer d'autres armes, et LEE eut le génie de proposer des armes de tout autre nature.

" Pour concilier les grandes entreprises ainsi menacées, avec ce public qui devenait de plus en plus hostile, il préconisa tout simplement de faire connaître les dessous de l'industrie et du commerce et en même temps la mise sur pied des fondations philanthropiques. Le résultat fut spectaculaire, et actuellement des hommes comme ROCKFELLER, jadis si peu populaire, sont considérés comme des bienfaiteurs de l'humanité.

" On peut dire que le rôle des relations publiques, ou plutôt l'esprit des relations publiques, contribua beaucoup à résorber la grande crise de 1933, quand il a fallu expliquer aux ouvriers la diminution brutale de leur salaire. Au préalable, il s'est avéré nécessaire de jeter des ponts entre le personnel et les chefs d'entreprises, et de transformer de fond en comble les rapports existant entre patrons et ouvriers.

" Sans doute la figure souriante de ROOSEVELT n'aurait pas suffi à elle seule à résoudre cette crise économique, qui a failli effondrer tout le système américain; mais ses tactiques, toutes basées sur la doctrine des relations publiques, peuvent revendiquer une bonne part dans l'heureuse conclusion de ce combat.

" Depuis la dernière guerre le développement des relations publiques a été constant. Presque toutes les grandes entreprises industrielles et commerciales possèdent un département important de relations publiques.

" Il faut toutefois signaler que dans les pays à économie planifiée, on refuse de parler de relations publiques, qui sont considérées comme un réflexe de défense de l'entreprise libre dans un système capitaliste.

" Mais que sont au juste les relations publiques ? La définition la plus ancienne nous la devons à SALLERON : " Les relations publiques, dit-il, sont au départ, l'ensemble des moyens utilisés par les entreprises pour créer un climat de confiance dans le personnel dans le milieu avec lequel il est généralement en rapport, en vue de soutenir une activité et d'en favoriser le développement. A l'arrivée, elles sont l'ensemble harmonieux des relations sociales, nées de l'activité économique dans un climat de vérité et de liberté".

" La première partie de cette définition donne une impression qui tend à justifier l'accusation de ceux qui veulent voir dans les relations publiques une forme d'esquisse d'une propagande et d'une publicité.

" Le passage "soutenir une activité et en favoriser le développement" peut porter à douter sur le but réel des relations publiques, mais ce n'est là qu'une impression, et elle est fautive. Si on continue à analyser la définition, l'équivoque est tout de suite dissipée par les mots de vérité et loyauté, qui caractérisent réellement les relations publiques. Ces deux mots donnent tout de suite aux relations publiques un tout autre caractère, qui les rend sympathiques, et qui les différencie totalement de la publicité et de la propagande. Evidemment ces domaines sont très mitoyens, ce qui rend floue la ligne de démarcation qui sépare ces activités. Mais si on accorde un examen quelque peu attentif à leur comportement, on en saisit aisément la différence".

Différence entre la publicité et la propagande d'une part et les relations publiques d'autre part. ( J. Deschepper )

" La publicité et les relations publiques doivent être considérées comme deux sœurs ennemies. Si l'action de la publicité n'est pas visiblement gênée par les relations publiques, il en va tout autrement pour ~~elles~~ ces dernières, qui, continuellement sont victimes de la confusion résultant de l'insuffisance d'information sur les relations publiques, entretenue par ceux qui s'entêtent à ne pas vouloir distinguer les deux domaines; pourtant la différence est réelle.

" La publicité, elle, ne s'embarasse pas de scrupules; elle est tapageuse, elle recherche et emploie à satiété l'in vraisemblable, elle exagère et simplifie sans vergogne; il suffit de lire les slogans publicitaires pour se rendre compte du langage de la publicité.

" On accuse aussi les relations publiques de n'être rien d'autre qu'une forme de l'action psychologique, laquelle, comme on le sait, est cette espèce de conditionnement d'âmes, qui les manigance et les rend tellement maléables qu'elles n'ont plus la liberté de voir autrement l'image que de la façon voulue par le présentateur.

" Le principe même des relations publiques s'oppose aux mystères et aux astuces qui entourent les manœuvres d'une propagande: son souci de loyauté et de véracité l'éloigne tout autant de l'indépendance de la publicité. Une excellente image des relations publiques nous est proposée par un relationniste français, qui les compare à une " Maison de Verre", ce qui exclut toute supercherie. Le but réel et avoué des relations publiques c'est de créer pour l'organisme, la société ou le pays, une bonne renommée; l'action des relations publiques n'est pas seulement louable, mais elle répond à une nécessité.

" L'opposition, le refus de recevoir ou de communiquer est une formule de pis aller, qu'on ne prend qu'en désespoir de cause, faute d'avoir obtenu des relations harmonieuses.

" Les relations publiques répondent donc à ce désir naturel d'entretenir de bons rapports avec son entourage ou ses clients, et tout travail nécessite une bonne ambiance pour être réalisé dans des conditions optima. Ainsi l'Etat, quel qu'il soit, en raison des rapports qu'il a avec un public nombreux et varié, doit s'ingénier à s'entourer de sympathie. La doctrine des relations publiques constitue le meilleur catalyseur en l'occurrence.

" Les pays neufs sont jusqu'ici mal connus, à peine ont-ils des liens avec leur ancienne métropole, et éventuellement avec des pays qui ont partagé avec eux le même régime colonial; il faut donc absolument combler cette lacune, marquer la personnalité naissante, faire valoir le nouveau visage que prennent ces pays, et ce dans un rayon le plus large possible, car on n'aime et on n'estime que ce que l'on connaît."

#### Quelques applications des relations publiques dans l'Etat. (J. Deschepper)

##### Pour - L'Etat et les citoyens.

" Le contact des citoyens avec l'administration suscite généralement peu d'enthousiasme pour plusieurs raisons: on attend, on remplit des formulaires... tout cela irrite. Ces attentes sont souvent, hélas, inévitables, mais elles deviennent exaspérantes quand les fonctionnaires servent mal leurs clients. Il y a donc lieu de rendre ce contact le moins désagréable possible et une double éducation s'impose.

- D'abord les fonctionnaires: il faut donner des instructions qui dictent clairement le comportement qu'ils doivent avoir vis-à-vis des personnes qui les contactent; il ne faut plus compter uniquement sur les bonnes dispositions qui peuvent animer certains fonctionnaires, naturellement dotés d'un tempérament accueillant. Le gouvernement doit prendre les devants, et à cette fin donner les directives expresses, et - pourquoi pas - faire éditer une brochure qui décrit les règles élémentaires concernant le comportement des fonctionnaires envers le public.

" Il faut absolument, et ce dans l'intérêt de tout le monde, que se transforme l'idée communément ancrée dans la mentalité populaire qui fait considérer l'administration comme une institution à vocation purement correctionnelle, dont les principales productions consistent en force rapports officiels, et fixations de montants de taxes. Le fonctionnaire doit apprendre à perdre cet air caricatural, faussement supérieur et figé, qui a fait de lui presque un épouvantail aux yeux de l'homme du village."

Pou revenir à cette crise économique américaine, avec les relations publiques, il a fallu pouvoir expliquer aux ouvriers la diminution brutale de leurs paiements. Il fallait jeter des ponts entre le personnel et les chefs d'entreprise, transformer de toutes pièces les relations humaines en les fondant sur les explications franches et loyales, sur une information complète, sur des communications constantes.

Le Président Roosevelt lui-même, lors de la crise économique en 1930, a été l'apôtre des relations publiques pour imposer le sourire, la gentillesse, la camaraderie dans les rapports entre les individus et les classes sociales; il dut lutter contre la plus grande partie des possédants qui, une fois le premier affolement passé ne comprenaient pas que leur égoïsme était une attitude de suicide, ~~mais~~ conclut le Président Roosevelt.

Les " public relations " ont actuellement partout dans le monde suscité un grand intérêt tant dans les milieux d'affaires que dans les milieux publics. C'est une nouvelle philosophie universelle qui doit contribuer à l'épanouissement des hommes et au développement du monde.

A l'exemple des pays, qui après les années 1945, ont été ~~en~~ à l'avant-garde, pour dire de véritables forgerons des relations publiques, tels Les Etats-Unis (1940), le Canada (1946) la Hollande (1946), l'Angleterre (1948), la Norvège (1949), l'Italie, la Belgique, la Suède et la Finlande (1950), l'Allemagne (1958), l'Amérique Centrale, l'Amérique du Sud, l'Australie, le Japon, la Nouvelle-Zélande et l'Afrique du Sud ( de 1950 à 1955 ), les autres pays ont suivi petit à petit et les responsables des entreprises et des Etats ont su mettre à leur profit le secret des relations publiques. Le fait de l'influence des relations publiques sur le développement des peuples est très significatif, car tout le monde constate qu'au vu de ces différentes dates successives de l'adoption des relations publiques par ces pays ci-haut cités, ces Etats qui ont ~~sur~~ à temps usé des relations publiques, ils se classent tous dans la catégorie des pays hautement industrialisés.

C'est ainsi que dans tous ces pays ci-haut cités et ceux qui les ont suivis, on a mobilisé tous les moyens d'information pour expliquer aux groupes sociaux sous les différents ordres, en informant très objectivement, très honnêtement le public, en lui indiquant les raisons sur lesquelles le gouvernement a été amené à prendre des décisions sur ceci ou cela et chercher dans ce sens à faire approuver, à susciter et à maintenir des dispositions favorables à l'égard des gouvernements, à faire sympathiser avec eux l'immense masse du peuple.

D'autres spécialistes nous enseignent, comme le Pasteur Miller de Harvard aux USA qui nous affirme que " les "public relations" sont un réflexe de défense de l'entreprise libre dans un système capitaliste: elles visent à humaniser les entreprises, c'est-à-dire à les faire agir, non plus comme des entités anonymes, mais en êtres humains dans tous leurs rapports avec d'autres êtres humains."

Par exemple, aux Etats-Unis où la pratique des relations publiques est devenue comme une coutume des plus légendaires, on avoue que chaque département de l'administration publique, toutes les municipalités, toutes les universités ont un service de "public relations."

Depuis 1945, les relations publiques n'ont cessé de se développer et d'embrasser toutes les branches de la vie socio-économique et culturelle de chaque pays.

Les relations publiques se distinguent par excellence des autres moyens d'information.

Selon M. L. DEVAUX, président de la Société des Pétroles SHELL BERRE, lorsqu'il ouvrait les conférences consacrées à l'éthique des Relations Publiques, du 6-7 Avril 1959, une nouvelle définition des relations publiques serait celle-ci: " En France, sa signification devrait plutôt être recherchée dans une perspective hautement moralisatrice, dans le sens d'une information universelle, générale et nécessaire, qui s'imposerait à tous afin de rétablir la vérité, là où l'erreur et le mensonge s'insinuent".

Tandis que le fondateur des relations publiques, l'ancien journaliste Ivy Lee, affirme en substance que les entreprises comme toute organisation ne pourrait pas subsister que si elle explique au public et en premier lieu à leur personnel, quels sont leurs rôles et leur utilité dans la communauté locale, régionale ou nationale.

a) Les relations publiques diffèrent de la publicité effectivement.

Précédemment quand je citais J. Deschepper, nous avons rencontré une expression selon laquelle " la publicité et relations publiques se présentaient comme deux soeurs ennemies". Même si deux soeurs sont ennemies, elles sont pourtant unies par une commune consanguinité; ceci pour dire quand même, que ces deux moyens de communication <sup>ne</sup> divergent pas totalement selon les qualificatifs ou les épithètes que peuvent leur prêter certains spécialistes.

A la différence des relations publiques, la publicité a purement une vocation commerciale. H. VERDIER ( in La publicité P.U.F. ) nous définit la publicité commerciale en affirmant: " La publicité commerciale est l'ensemble des techniques à effet collectif utilisées au profit d'une entreprise ou d'un groupement d'entreprises ~~afin~~ afin d'acquies, développer ou maintenir une clientèle".

Pourtant, d'une certaine façon, les relations publiques peuvent jouer le rôle d'une publicité clandestine selon l'usage qu'on en fait et suivant les buts envisagés par celui qui s'en sert, par exemple le mode de radiodiffusion ou journalistique tendancieux.

Logiquement il existe une différence réelle entre les relations publiques et la publicité. Les relations publiques tiennent quant à elles, à l'exactitude de l'information pendant que la publicité ment, exagère en présentant la vérité d'une manière orientée, plaisante et enrobante. Tandis que le message de relations publiques se distingue d'un message publicitaire, car celles-ci donnent une information authentique; alors que la publicité tend à déformer, embellir voire supérioriser la marque; ~~mais~~ mais les relations publiques, quant à elles, montrent l'entreprise sous son vrai visage.

b) Les relations publiques diffèrent aussi de la propagande.

Certains spécialistes avouent avec raison que " les relations publiques et la publicité se confondent souvent au niveau de l'entreprise commerciale"; tandis que la propagande et relations publiques se recoupent dans le cas des services publics.

La propagande vise un système purement idéologique, politique ou religieux où la persuasion se fait par contrainte brutale et l'endocritement des esprits attisés par la soif de "catéchiser, fanatiser et évangéliser" les esprits.

Contrairement à la propagande, les relations publiques visent, quant à elles, à présenter, informer ou d'offrir librement une documentation sans insistance aucune. Henri VERDIER que nous avons vu plus haut, nous donne un exemple très frappant à ce sujet, de la manière suivante: "Telle Eglise des USA, fera des 'public relations' pour se faire connaître et gagner la sympathie de la communauté où elle vit; mais si elle cherche à convertir, à enlever des fidèles aux Eglises rivales, elle fait de la propagande".

Les méfaits de la propagande c'est qu'elle implique la force et l'autorité, et impose avec parfois de la brutalité.

#### 5°- Application des relations publiques dans une entreprise donnée.

Les relations internes dans l'entreprise est la meilleure des choses qui rendent la vie agréable, la cohabitation harmonieuse, dans un établissement qu'il soit public ou privé.

- Les relationnistes les plus chevronnés nous citent des exemples concrets: - cet homme avait été recruté anonymement, et depuis cinq ans qu'il travaille pour cette société, il n'a jamais vu ni entendu son "patron", ni le directeur du personnel, ni aucun des membres de la direction générale, ni du conseil d'administration de l'entreprise... A travers et par-delà, ce simple fait divers, une leçon se dégage, utile à méditer par les chefs d'entreprises: c'est qu'il y a une obligation absolue, dès que l'administration d'une entreprise dépasse le cadre du simple artisanat, de rester en liaison directe et étroite avec son personnel, si nombreux soit-il. Cette nécessité, les plus grandes entreprises ont fini par la saisir, et de là est née l'idée des relations publiques, internes.

Ces relations publiques internes s'opèrent à trois niveaux de l'administration de l'entreprise, à savoir:

- Les relations publiques avec les actionnaires;
- Les relations publiques avec les fournisseurs;
- Les relations publiques avec le personnel.

Pour ce qui concerne, les relations publiques avec le personnel, il faut procéder à une distinction suivante:

- les cadres supérieurs de l'entreprise;
- les agents de maîtrise ou chefs de services;
- des employés de bureaux ou de chantiers;
- des simples ouvriers.

Aussi, il note que toute cette série de catégorisation n'implique pas des sentiments de discrimination ni de marginalisation ~~entre eux~~ parmi le personnel, mais les relations publiques viseront à cimenter un trait d'union entre ces différents groupes et auront toujours ce noble idéal de chercher, de trouver et de consacrer un contact permanent avec le personnel, sans tomber, bien sûr, dans le paternalisme d'antan.

Voici quelques exemples sur l'application des relations publiques internes:

- conférences d'information;
- présentation de films;
- réunions de groupes;
- séminaires;
- journal d'entreprise .

Mais les principes sont les mêmes à l'égard des fournisseurs ou les actionnaires: c'est toujours la compréhension, la coopération qui doivent guider les relations publiques.

Bref, avec des relations publiques, on arrive à créer une tentative d'amélioration des communications entre les hommes et on réussit ainsi à cimenter une atmosphère de travail où la confiance et la sympathie remplacent progressivement la crainte, le ruse, l'intrigue et la haine.

À côté des relations publiques internes dans l'entreprise, nous ne pouvons passer outre les relations publiques à l'extérieur même de l'entreprise. Ces dernières s'adressent essentiellement au grand public et visent une très grande partie de la clientèle.

Les moyens disponibles pour mettre en pratique ce genre de relations publiques sont les suivants:

- visites d'usines de mêmes activités;
- voyages à l'étranger ;
- expositions-vents et itinérantes;
- les concours;
- les présentations de films;
- les communiqués aux journaux et aux revues;
- les publications de prestige;
- édition de bilans destinés aux actionnaires.

L'encouragement à la science, aux arts, et aux sports entre aussi dans le domaine des relations publiques.

Aussi il faut mettre une distinction entre les relations publiques internes comme le bulletin intérieur annonçant les nouvelles qui intéressent seulement les membres de l'entreprise et les relations publiques externes comme la luxueuse revue destinée à mettre en valeur le lin, le chocolat, la Primus, la Mützig ou la Guinness.

Nous rappelons que nous avons vu précédemment que les relations publiques peuvent s'étendre aux rapports entre Etats.

Bref, on peut résumer la philosophie des Relations Publiques en ces termes:

- bien qu'on reproche à la publicité de "vendre du vent", les relationnistes se contentent de défendre leur doctrine comme quoi: aucun acte de vente n'intervient - elles constituent une façon d'appréhender le monde - une sagesse de la réalité, visent un domaine public et à former l'esprit.

Les relations publiques contribuent en fait à créer un climat de coopération, car il ne peut rien se construire de valable sans cette chaleur humaine que le groupe politique, commercial ou administratif connaît si rarement.

D'un côté l'application scrupuleuse de celles-ci arrive à créer une bonne ambiance qui réussit à décupler l'énergie des hommes qui conduit à des progrès foudroyants de la productivité dans les milieux sociaux où les contacts francs et honnêtes ont été engagés avec les ouvriers, la population, les employés voire les cadres.

C'est pourquoi, gouverner c'est prévenir. Les relations publiques préparent par définition-même, l'avenir. Elles ne sont pas soucieuses d'une rentabilité immédiate, ni d'une productivité statistiquement améliorée par rapport à hier: elles se veulent dirigées vers demain.

Mais la communication n'est jamais à sens unique, elle implique toujours action et réaction. C'est pourquoi dans l'exercice des relations publiques dans les entreprises, le contact humain sera privilégié dans la direction collégiale qui se substituera au commandement dictatorial: partout on éliminera le favoritisme, on adoptera des tableaux de concordance entre grades, titres, salaires et ancienneté. Ainsi donc, l'information permettra donc de rendre publiques les intentions, de dégager clairement où va l'entreprise, de montrer à chacun ce qu'est la collectivité au travail en permettant à tous de participer à un effort commun, d'être solidaire d'une même ambiance de *good-will*, de bonne volonté, dans un grand élan collectif.

Parlant toujours des relations publiques dans une entreprise donnée, on ne pourrait pas oublier l'efficacité d'un journal d'entreprise que l'on appelle le "house organ" selon l'expression américaine. Ce genre de journaux visent bien entendu, le bien faire des entreprises et le faire savoir ensuite. La rédaction d'un tel journal doit se doter d'un service de documentation qui doit procéder à la collection des numéros de ce journal d'entreprise qui sera le témoignage le meilleur sur l'activité passée d'une telle entreprise.

Il existe aussi d'autres genres de publications pour la promotion des relations publiques internes de l'entreprise.

Il s'agit des publications de prestige dans l'entreprise. Leur publication est dénuée de tout caractère de périodicité: il s'agit par exemple d'un bilan bien confectionné, un numéro spécial à l'occasion de l'anniversaire de l'entreprise, un catalogue et autres. &c

Ce genre de publications vise à faire connaître l'entreprise sous son meilleur jour. C'est pourquoi ces publications se doivent d'être luxueuses et, leur objet étant également d'informer, de posséder un contenu présentant un minimum d'intérêt.

Ces publications de prestige sont adressées à un public rarement déterminé et n'est jamais restrictif; ces publications sont généralement estimées pour être lues par tout le monde.

Le public auquel sont adressées de telles publications est divisé en catégories diverses:

1) le tout-venant qui n'entretient aucune relation avec l'entreprise et qui peut même ne jamais en avoir entendu parler: c'est le public qui rencontre de telles brochures dans les salles d'attente des usines, des médecins, des agences de voyages;

2) les clients ou les futurs-clients;

- 3) les actionnaires qui sont les destinataires principaux des bilans, souvent très luxueux édités par les grandes sociétés;
- 4) les journalistes qui doivent en tirer des renseignements;
- 5) les techniciens divers.

Ces publications sont souvent garnies d'images, les chiffres et les textes embellis pour l'information financière surtout pour intéresser les actionnaires qui veulent suivre avec un vif intérêt l'activité de l'entreprise avec laquelle ils sont liés par un contrat d'association.

3°- Le Secret d'Etat et l'information dans les services publics  
ou dans les organismes para-étatiques doit céder la place à  
la transparence.

L'image traditionnelle du fonctionnaire, écrivent Jean Chamsely et Denis Huisman ( dans Relations Publiques - Que Sais-je ? n°966, édition 1967), apparaît trop souvent comme celle du redoutable "rond-de-cuir" retranché derrière des règlements draconiens, soupçonneux, tâtillon, indiscret, pointant un index vengeur, vers un administré perpétuellement en défaut: car il n'a pas rempli le formulaire adéquat, ou il a oublié la pièce principale de son dossier, ou il a outrepassé les délais qui lui étaient impartis...

Le Président de la République Rwandaise n'a cessé de montrer son souci de lutter contre ce fléau en prêchant la cohérence, la rigueur, la concertation et la transparence qui doivent caractériser l'administration rwandaise à tous les échelons.

Le Président Rwandais, Le Général-Major HABYARIMANA Juvénal, l'a répété à tout le peuple rwandais le 15 Janvier 1990, lorsqu'il présentait le programme de son Gouvernement en disant ( je le cite): " Accepter la transparence, c'est lutter pour l'accès à l'information, pour la liberté d'expression, pour l'établissement de codes de conduites déontologiques.

" Lutter en faveur de la transparence, c'est lutter aussi en faveur de la cohérence, en faveur de la participation, en faveur de la coresponsabilité; c'est se battre pour la simplification des procédures et des formalités; c'est déclarer la guerre aux tracasseries administratives; c'est éliminer toute discrimination; c'est combattre les féodalités de toute sorte, c'est ne pas se cacher derrière le prétexte du "Secret d'Etat" pour faire n'importe quoi, à son propre profit.

" Etre pour la transparence, poursuit le Chef de l'Etat Rwandais, est accepter que chacun est comptable de ce qu'il fait devant ceux qu'il doit servir, devant ceux qui lui permettent d'oeuvrer dans l'administration, dans le Gouvernement ! C'est faire jouer à chaque acteur, à chaque institution son véritable rôle dans notre démocratie, comme le prévoit d'ailleurs explicitement notre Constitution.

" Vivre la transparence, c'est travailler dans un contexte d'ouverture, c'est oeuvrer dans une ambiance décloisonnée où sont bannis à jamais favoritisme, intrigues de personnes, où sont démystifiés tous pouvoirs et relations "occultes".

" La transparence est ainsi ennemie du détournement de l'intérêt public au profit d'intérêts personnels, ennemie de cette confusion pernicieuse voulant que les patrimoines familiaux soient mêlés au service public jusqu'à ne plus pouvoir les distinguer. Il est plus que temps que tous les responsables comprennent que l'effort demandé de se consacrer au service du bien commun doit recevoir son impulsion à partir d'en haut."

Le Président HABYARIMANA Juvénal dans son souci toujours de mettre en pratique la doctrine des relations publiques, ajoute (je le cite):

" La nouvelle législature veillera au respect le plus scrupuleux de la solidarité gouvernementale ! Solidarité implique aussi que les responsables à n'importe quel échelon doivent assumer ce qu'ils disent, ce qu'ils font, et ne pas en faire endosser la responsabilité aux subalternes !

" Il y a cependant, Militantes et Militants, un autre aspect dans le concept de solidarité, telle que nous aimerions la comprendre: c'est que devant la gravité de certains problèmes que notre pays affronte, seule une approche fondée sur la solidarité nationale pourra nous garantir de les résoudre !

" Le maintien de l'entité organique, culturelle et sociale de notre société exige que chacun de ses membres en soit partie prenante - et partie dormante - pour qu'elle ait un sens pour lui, pour qu'elle garde son sens pour lui, pour que chacun puisse garder sa foi en elle.

" Nous devons lutter pour que dans notre société ne se fasse une scission, un type d'exclusion, avec ses conséquences de souffrances morales insupportables et de bouleversements socio-politiques potentiellement tragiques.

" La lutte pour notre progrès doit faire espérer à chacun l'accès à un minimum vital décent, l'accès à l'espoir d'un mieux-être, que la société est censée lui proposer.

" C'est cette préoccupation de ne pas aboutir à un décrochage social et moral qui nous forcera à tout mettre en oeuvre pour que notre société reste entière, intégrée, unie, capable de proposer à chacun de ses membres un avenir rassurant !

" De progrès véritable il ne pourrait y en avoir, si certains s'en croyaient éliminés d'avance.

" Voilà pourquoi le principe de solidarité devra inspirer activement la nouvelle législature: nous devons trouver des solutions, des approches que nous ne saurions identifier, que nous ne saurions élaborer ni pratiquer, si nous ne nous laissons pas guider par ce concept de solidarité qui seul pourra nous montrer le chemin, qui seul pourra nous indiquer comment faire pour que le progrès du Rwanda, soit un progrès partagé par tous.

" Cette nouvelle pratique de la solidarité aura d'abord quelque chose à faire avec un certain civisme !

" En effet, la notion de solidarité se rapporte d'abord à la façon dont on accomplit son travail, à la façon dont on s'acquitte de ses devoirs à l'égard de l'Etat, à l'égard de la collectivité !

l'orienter ? Il faut aussi, et la conscience et la dignité, et la solidarité se mesure ainsi à l'ardeur avec laquelle on s'acquitte de ses impôts, des droits et taxes à payer à la collectivité, mais aussi à l'ardeur avec laquelle on veille à les percevoir; elle se mesure à l'ardeur avec laquelle on combat les gaspillages et les abus, on gère nos rares devises et s'attaque aux surfacturations, mais aussi à la conviction avec laquelle on évite de profiter de l'Etat, de la société, avec laquelle on s'abstient de tricher, de tromper l'Etat." ( extrait du Discours prononcé par le Président de la République Rwandaise à l'occasion de la présentation du programme gouvernemental pour le mandat 1989-1994, à Kigali le 15 Janvier 1989, p.13-14-15-16).

On accuse le Secret'Etat d'avoir des caractéristiques suivantes: la routine, la prudence et le calcul. Ces trois éléments consistent par exemple à ne pas informer le public de certains postes administratifs en rapport avec ce dernier, à éviter de livrer les noms des différents chefs de service à la grande masse de leurs administrés, ce qui peut nuire aux bonnes relations qui doivent normalement exister entre les gouvernants et leurs gouvernés et ainsi handicaper le développement harmonieux du pays.

En effet, l'établissement de contacts fructueux entre le public et les fonctionnaires compétents des différents services de l'administration est d'une nécessité absolue pour plusieurs raisons. C'est pourquoi, au Rwanda on s'est déjà aperçu de l'importance que revêt ce climat d'entente et le Mouvement Révolutionnaire National pour le Développement (M.R.N.D.) a fait de sa pierre angulaire de son action, la concertation à tous les échelons de l'administration avec les masses populaires qui doivent être régulièrement informés des objectifs gouvernementaux pour qu'elles puissent elles-mêmes contribuer au développement national en connaissance de cause.

Par exemple, la population a besoin de se procurer des textes administratifs, de recourir à une information quelconque spécialisée et elle ignore sur quelle porte frapper, parce que la personne qui est chargée de l'orienter l'accueille avec dédain, ou cherche à se faire payer des pour-boires, ou bien le titre du service est écrit uniquement en français alors que pour la plupart du public ne connaît que la langue nationale le Kinyarwanda.

Chez nous au Rwanda, l'on s'étonne que l'administration privilégie le français au détriment du Kinyarwanda qui est la première langue officielle et accessible à la majorité du public que l'administration est appelée à servir en premier lieu.

C'est pourquoi, il serait recommandable que dans les hôpitaux, les dispensaires, et dans les établissements publics que les indications soient écrites dans les deux langues officielles et que les ministères et autres bâtiments administratifs puissent porter des écriteaux; car souvent, la population ne sait pas distinguer par exemples les immeubles abritant les cours et tribunaux surtout lorsqu'ils cohabitent, distinguer un ministère d'une banque ou distinguer les ministères eux-mêmes.

Aussi, il faudra revaloriser la fonction d'huissier ou de planton qui doit guider la population dans les ministères. Certains croient qu'un huissier ou un planton doit être nécessairement un rebot, quelqu'un qui a fait à peine l'école primaire alors que le service d'accueil doit être exercé par quelqu'un qui doit avoir un certain bagage de connaissances élémentaires voire capable de comprendre et de parler les deux langues officielles du pays: le kinyarwanda et le français. Comment voulez-vous qu'il puisse communiquer avec un visiteur dont il ne comprend pas la langue, comment pourra-t-il

Le Gouvernement Rwandais a aussitôt pris conscience de ce grand malaise généralisé dans les milieux d'affaires et le Président Rwandais le Général-Major HABYARIMANA Juvénal a pris l'initiative de calmer les esprits et concrétise sa réelle volonté de rallumer le feu des relations publiques entre l'administration publique et tous les opérateurs économiques du Rwanda.

C'est pourquoi, le 13 Mai 1988, le Président Rwandais a invité tous les opérateurs économiques du Rwanda, à un dialogue franc pour examiner ensemble les problèmes qui se posent et de formuler des solutions éventuelles.

Au cours de ce meeting historique dans les annales du Rwanda, plus particulièrement centré sur la promotion des affaires au Rwanda (business promotion), le Président HABYARIMANA Juvénal a prononcé un important discours, repris dans le Bulletin Quotidien de l'Agence Rwandaise de Presse le 14 Mai 1988.

Permettez-moi, de citer intégralement, ce discours du Président de la République Rwandaise qui constitue une concrétisation la plus sincère de l'application des relations publiques qui doit caractériser ce contact humain entre l'Etat et tous les autres secteurs qui œuvrent au développement de la nation toute entière.

Écoutez le Président HABYARIMANA Juvénal:

Mesdames et Messieurs les opérateurs économiques,  
Militantes et Militants,

" C'est un grand plaisir pour moi de me trouver parmi vous. J'ai gardé, en effet, un excellent souvenir de nos précédentes rencontres, il y a quelques années, et qui avaient permis, je crois, de rendre un peu <sup>plus</sup> transparent le contexte dans lequel œuvrent les opérateurs économiques importants que vous êtes. Elles avaient aussi ces rencontres - permis d'améliorer la compréhension réciproque entre l'administration et ceux au service desquels elle doit fonctionner.

" Nos rencontres d'aujourd'hui ont lieu dans un contexte économique difficile, déprimé par l'impact de la crise économique internationale, véritable garrot pour nos économies africaines. Mais elles ont aussi lieu dans un contexte où les intentions du Gouvernement semblent mal interprétées, mal traduites dans la réalité par certains opérateurs économiques eux-mêmes, parfois malveillants, avides du gain immédiat, gain gagné sans peine et par des malhonnêtetés de toutes sortes.

" Mais, hélas, les intentions du Gouvernement sont aussi mal interprétées par certains responsables de l'administration publique et politique de notre pays, provoquant ainsi une part d'incertitude supplémentaire pour les opérateurs honnêtes.

" Dans cette première rencontre, car il y en aura d'autres, j'insisterai pour commencer sur les défaillances de notre administration, pour clarifier, d'une manière sans équivoque, les malentendus éventuels qui auraient pu s'installer et qui risqueraient de compromettre le bon climat devant régner entre les opérateurs économiques et l'administration.

" Les deux prochaines rencontres insisteront à leur tour sur ce que le Gouvernement attend des opérateurs économiques. Il s'agira aussi de définir, de re-définir, le cas échéant, avec précision, et au su de tout le monde, quelles sont véritablement les attributions d'un certain nombre d'instances administratives et rappeler quel

quel devrait être leur rôle véritable pour la promotion de l'économie nationale.

" Il s'agira surtout de renouer avec le dialogue entre l'administration et le monde des affaires, afin d'identifier les problèmes qui pourraient entraver le bon fonctionnement des activités économiques, afin d'explorer les solutions possibles, pour que, suite à ces rencontres, nous puissions tous être rassurés que tout sera mis en place, que tout sera mis en place pour assurer aux secteurs économiques, dont vous avez la charge, un environnement transparent et encourageant - et cela dans le meilleur intérêt de tout le monde, le vôtre et celui de notre économie dans son ensemble !

" Sur un autre plan, nos rencontres s'intègrent, évidemment, dans cet effort majeur de pédagogie, de légitimation, d'auto-évaluation, effort entrepris depuis un certain temps, et qui répond à cette interpellation existentielle que constitue le 25ème anniversaire de l'indépendance politique de notre pays.

" Cet effort majeur d'analyse critique - je tiens à le redire - devra nous assurer que nous continuons notre chemin vers un autodéveloppement réussi et nous guider dans nos orientations politiques, dans notre conception d'un progrès juste et bien conçu de notre société, afin que toutes les forces vives de notre pays puissent y contribuer aussi harmonieusement et aussi efficacement que possible, conscientes de ce que le fruit de leurs efforts sera bénéfique pour elles et le pays dans son ensemble.

" Le carrefour auquel nous nous trouvons aujourd'hui et auquel les échéances politiques de cette année donnent une signification accrue, le carrefour auquel est arrivé le Rwanda est décisif, pour notre pays, s'il désire garder la certitude que les acquis lui resteront acquis, s'il désire ne pas se tromper sur la voie qu'il devra suivre pour s'assurer un avenir ouvert à tous, ouvert à tous les Rwandais, et pas seulement à certains, abusant parfois de leurs privilèges et de leurs responsabilités, un avenir ouvert aussi à tous ceux qui travaillent dans notre pays, qui tablent sur la réussite de notre pays, et dont les efforts contribuent au bien-être accru de tous.

" Aujourd'hui donc, a lieu la première des trois rencontres prévues avec le monde dit des affaires. Ont été invités à cette rencontre d'aujourd'hui les industriels, les importateurs et les exportateurs, les établissements publics et mixtes à caractère productif, les transitaires et agences en douane, les sociétés d'assurances, les sociétés de transport, les imprimeries, les entreprises du bâtiment et des travaux publics, et tous ceux qui exercent des professions libérales.

" Avec votre permission, Mesdames et Messieurs, Militantes et Militants,

j'aimerais commencer cette première réunion par un certain nombre de réflexions que m'inspire la situation actuelle.

" Et pour cette première réunion, je me limiterai à un petit nombre de thèmes seulement, et cela pour deux raisons:

- la première raison: c'est que nos prochaines rencontres me donneront l'occasion d'approfondir, le cas échéant, certains autres domaines, d'en aborder d'autres, et ou de préciser certains éléments, suite à nos débats; il n'est donc pas nécessaire ni utile de vouloir tout dire aujourd'hui;

" -la deuxième raison; c'est pour vous laisser suffisamment de temps pour vous permettre de nous dire ce que vous pensez de la situation, les problèmes que vous rencontrez tous les jours, les préoccupations qui sont les vôtres, les solutions ou les suggestions que vous pourriez nous faire afin de mieux assainir le climat et de nous préparer un avenir rassurant !

" Pour ma part, je m'attacherai, dans mon exposé, à clarifier un certain nombre de choses, c'est-à-dire, les orientations politiques parfaitement transparentes dans les domaines qui nous préoccupent aujourd'hui. Je me suis rendu compte, comme je l'ai déjà dit, que certains membres de l'administration publique - et pas toujours des moindres - ont réussi à les déformer, à les interpréter dans le dessein évident de les rendre conformes à leurs intérêts personnels, n'ayant pas toujours à faire avec l'intérêt général de notre pays, mais à la défense desquels certains de ces responsables semblent consacrer le plus clair de leur temps.

" Je m'emploierai donc aujourd'hui, avec toute la force de conviction dont je serai capable, je m'emploierai à dissiper, une fois pour toutes, le malaise qui semble vouloir s'installer au sein du monde des affaires de notre pays.

" Je m'emploierai aussi, avec la même force de conviction à démontrer que les perspectives pour tous nos opérateurs économiques pourraient être très prometteuses, si l'imagination, si la coresponsabilité, la transparence, l'engagement de chacun étaient de la partie, mais aussi et surtout si nous réussissons à éliminer ce qui ne va pas de part et d'autre.

" Mesdames, Messieurs, Militantes et Militants,

Bien évidemment, pour toute activité économique, il faut une vision, il faut des principes, il faut un cadre juridique permettant de s'orienter, permettant à chacun de connaître ses droits et ses devoirs.

" Les principes de notre politique économique, la vision qui est celle de notre autodéveloppement, n'ont pas changé; ils se sont affinés, nous les avons approfondis. Ce que nous appelons " le libéralisme planifié" reste notre philosophie en matière de politique économique. Et celle-ci " accorde une place éminente aux principes de la libre entreprise et de l'épanouissement des initiatives privées, dans un contexte favorable aux intérêts nationaux bien compris du Rwanda. C'est pour cela que notre politique en la matière a toujours consisté et consistera fondamentalement à encourager le secteur privé et à veiller à ce qu'il puisse se développer toujours plus".

" Voilà ce que j'ai dit le 5 juillet 1984, et cela, je l'avais d'ailleurs dit auparavant, et je l'ai redit depuis; je le dis encore aujourd'hui.

" Cette vision des choses est conforme aux principes de notre Mouvement, stipulant l'épanouissement de l'initiative privée, grâce à une vision ouverte du mieux-être de toutes celles et de tous ceux qui cherchent à gagner leur vie par leur travail, par leur contribution à l'avancement de notre société, ce qui, en retour, est le meilleur moyen aussi pour chacun de toujours progresser davantage.

" Notre vision stratégique est assortie d'un pragmatisme prudent, et quotidien."

" En effet, notre stratégie économique repose sur deux jambes : privée et publique. Il faut que les deux jambes puissent être en état de marcher; il faut qu'elles puissent avancer, progresser, pour le bénéfice bien compris de notre pays; il faut qu'elles se complètent et qu'elles jouent chacune le rôle qui est le sien".

Cela je le disais le 5 juillet 1984.

" Nous pourrions même y ajouter:

- le réexamen du code des douanes, ainsi que les textes d'application y relatés, réexamen devant compléter la révision tarifaire;
- nous pourrions y ajouter aussi l'inventorisation;
- simple inventorisation de tous les textes législatifs, touchant au domaine du commerce et à certaines activités connexes, dans le but d'identifier rapidement tous les textes devant être modifiés.

" Ainsi, Mesdames et Messieurs, Militantes et Militants, la présente législature vous aura tout de même prouvé que nos responsables des secteurs économiques, malgré quelques défaillances inévitables auront démontré un certain dévouement à leurs tâches.

" Il s'agit, au fond, de la dignité et de la crédibilité du Rwanda. C'est ce que tant de responsables semblent oublier parfois, lorsqu'ils poursuivent d'autres intérêts que ceux que leurs fonctions et leurs positions exigeraient, s'ils se consacraient entièrement à la cause publique et au développement de notre pays.

" Sympathisantes et sympathisants,

Militantes et Militants,

Avant même que la crise économique ne frappe nos économies, en prévision précé-  
sément des difficultés à venir, mais aussi en vue d'une gestion toujours plus rigoureuse de notre économie, permettant de canaliser toujours mieux nos efforts vers le seul but qui compte: le développement de tout notre pays, avant même la crise actuelle qui nous frappe avec une sévérité incroyable, le Gouvernement rwandais a commencé par réunir les éléments qui devraient lui permettre de maîtriser, dans l'intérêt de tous, deux domaines, deux domaines parmi tant d'autres, deux domaines particulièrement sensibles, particulièrement décisifs pour l'avenir économique de notre pays:

Il s'agit de - la gestion de nos importations, et la promotion des exportations.

" En effet, notre avenir économique, le degré de confiance qu'il saura nous inspirer, "dépend, en très grande partie, même d'une manière décisive, de la façon dont nous maîtrisons nos relations économiques avec l'extérieur, c'est-à-dire, de la façon dont nous les soumettons à la logique de nos besoins et de nos intérêts nationaux?"

" La gestion souple mais efficace de nos importations, associant les secteurs principaux concernés, est l'un des instruments essentiels en vue de cet objectif.

En effet, si nos importations continuaient à croître à un rythme effréné qu'elles ont connu ces dernières années, sans que nos recettes d'exportation puissent soutenir le même rythme et sans compter l'incidence croissante du remboursement en devises, de l'endettement extérieur de notre économie et que nous constatons dans ce domaine des situations alarmantes, des déséquilibres inquiétants, et que nous continuions à payer, en devises, une proportion importante de notre facture d'importations, simplement à cause de surfacturations souvent souvent extraordinaires de beaucoup de nos importations, bien ! Militantes et Militants, Sympathisants, non seulement notre économie s'approcherait vite de la banqueroute, mais nous scierions nous-mêmes la branche sur laquelle sont installés nos opérateurs économiques, tous nos opérateurs économiques!

" Quant à l'ouverture de certaines branches de l'économie nationale aux opérateurs nationaux, ce que certains appellent " la rwandisation", en particulier dans le domaine des importations, seul domaine en fait où la présence des hommes d'affaires rwandais n'est pas encore prépondérante, le commerce de détail et le commerce de demi-gros leur étant même exclusivement réservé, - le système de préréflection permettra là aussi d'introduire au fur et à mesure des possibilités une approche rassurante en vue de cet objectif et qui ne menace personne.

" Personne ne met en question cet objectif de la rwandisation. Le Manifeste du MRND dit: " Le Rwanda doit compter avant tout sur ses propres forces et sur les propres efforts de ses citoyens pour son développement". Le Gouvernement ne peut donc nullement mettre en question le principe d'une présence accrue d'hommes d'affaires nationaux dans ce secteur des importations, et nous devons même progressivement lancer nos jeunes dans les opérations économiques. Mais le Gouvernement s'est toujours opposé et s'opposera toujours à l'adoption de politiques ou de méthodes destinées à "déclarer la guerre" aux opérateurs économiques étrangers, à les décourager de leurs activités légitimes, en leur donnant l'impression de vouloir nous approprier de leurs affaires - comme des voleurs - l'impression de vouloir les éliminer, les chasser pour prendre leurs places, simplement parce que ce sont des étrangers. Non, Militantes et Militants, cela, non!

" Je tiens aujourd'hui, solennellement, à réitérer, d'une manière claire, et sans appel, la position du Gouvernement rwandais à ce sujet. Le Mouvement Révolutionnaire National pour le Développement affirme, et je cite ce manifeste: " Pour compléter l'effort des nationaux, le MRND est pour la participation sans réserve ni exclusive des étrangers aux activités de développement".

" Autant l'aspiration des hommes d'affaires rwandais d'intervenir toujours plus dans la vie économique de leur pays est légitime, comme est légitime aussi pour un pays et un Gouvernement de voir leurs nationaux prendre progressivement en charge la gestion de leur économie, autant il serait anti-MRND, il serait même suicidaire, que cette prise en charge progressive soit synonyme d'élimination et illégale et irrégulière de certains opérateurs économiques de notre pays, sur la base de leur nationalité ou de la couleur de leur peau !

" Le Rwanda a toujours eu besoin de ces opérateurs économiques expatriés, il en aura toujours besoin. Non seulement parce qu'ils nous apportent des connaissances, souvent des techniques, leurs ressources d'innovation et d'organisation, mais aussi parce leur apport concret a contribué et contribuera toujours, grandement, à la construction de notre économie. Aujourd'hui que notre économie a connu tant de progrès et qu'une relève nationale a pu être organisée avec succès, bien entendu, l'apport et la fonction des hommes d'affaires et des commerçants étrangers répondront à des besoins nouveaux.

" Aujourd'hui, plus que jamais, notre pays a besoin d'expertises venant de dehors, apportant des connaissances, apportant un savoir faire nouveau, une référence d'excellence. Aujourd'hui, plus que jamais l'homme d'affaires rwandais doit montrer qu'il est capable d'affronter la concurrence, qu'il est capable d'occuper des positions de responsabilité, d'occuper une place importante dans

le concert de l'économie nationale que ce soit dans l'importation, que ce soit dans l'industrie, et qu'il est capable de tout cela grâce à ses efforts propres et que, s'il dévient des portions importantes, c'est parce qu'il les a gagnées de haute lutte, sur la base de ses compétences et de ses efforts quotidiens.

" La présence, et la concurrence saine, d'hommes d'affaires étrangers, d'importateurs non-rwandaïes, constituent alors pour lui un défi d'excellence, une incitation de faire aussi bien, ou peut-être mieux ! Et pour cela il faut que les conditions de concurrence soient les mêmes pour tous sans discrimination aucune de part et d'autre.

" Militantes et Militants, Sympathisantes et Sympathisants,

Nous saluons donc aujourd'hui tous les agents économiques étrangers qui sont installés ou qui veulent s'installer dans notre pays pour y travailler, qu'il s'agisse d'investisseurs apportant leurs capitaux et leurs technologies, qu'il s'agisse d'assistants techniques valables, désirant continuer à travailler dans notre pays, parce qu'ils ont découvert des ressources à exploiter et auxquelles nous n'avions encore pensé, qu'il s'agisse de professionnels, nous permettant de bénéficier de leurs connaissances et de leur expérience.

Tous, oui, nous apportent quelque chose, leur savoir faire, leur engagement. Nous devons en être reconnaissants. Et globalement, sans aucun doute, c'est notre pays, le Rwanda, qui en aura gagné le plus.

" Ma position est donc claire et je demande à tous mes collaborateurs de tous bords et de tous les niveaux de la mettre en exécution afin que cesse immédiatement cette campagne sournoise que certains esprits distraits, inoccupés ou malveillants, semblent vouloir entretenir contre l'intérêt bien compris de notre pays.

" Le Gouvernement soutient sans réserve les agents économiques étrangers installés au Rwanda, et qui jouent le jeu du Rwanda.

" Je suis sûr que les hommes d'affaires rwandaïes, ayant conquis une place solide, par exemple dans le secteur des importations, grâce à leurs efforts et je suis sûr que cela n'a pas toujours été facile sont, au fond, fiers d'avoir gagné leur pari par leurs propres forces, rendant ainsi hommage à ceux qui occupaient le terrain avant eux. Fiers d'avoir pu prouver qu'à égalité de conditions de concurrence, et, dans un contexte de plus en plus transparent, espérons-le, ils peuvent aussi réussir; et de toute façon, leur fierté doit être plus sincère, plus digne, plus profonde, que si quelqu'un avait enlevé à un expatrié son commerce et le leur aurait refilé!

" Le Rwanda s'est toujours battu, militantes et militants, le Rwanda s'est toujours battu pour donner de lui-même l'image d'un pays libéral, l'image d'un pays accueillant, ouvert, l'image d'un Etat de droit où les droits de chacun qui y vit sont parfaitement respectés. Nous ne permettrons jamais que cette image soit ternie.

" Je demande donc instamment que tout ce qui risque de ternir cette image soit absolument aboli des pratiques de nos administrations, que les politiques du Gouvernement ne soient pas perverties pour servir de bas intérêts ou de ceux des hommes-lige ou de "prête-noms"; - que dans la procédure d'octroi des licences d'importations des licences ne soient plus refusées à des hommes d'affaires étrangers, sous le prétexte que le produit importé ne répond plus aux besoins nationaux alors que le réel but est de décourager ces hommes d'affaires de leurs activités économiques, leur créer

des ennuis au point qu'ils préfèrent "céder leur commerce" et s'en aller ailleurs, devant l'horizon bouché qui est devenu le leur.

" Finalement, une fois que certaines de ces affaires ont été reprises, ou que des licences sont brutalement interdites à des commerçants qui n'ont point démerité, voilà que des licences seraient été redonnées à ceux qui ont repris les affaires, ou accordées arbitrairement à d'autres sans explications visibles.

" Militantes et Militants, Sympathisantes et Sympathisants,

Pour que notre politique d'importation devienne un véritable succès, pour en faire un succès, tous ensemble, pour que le poids de la crise soit réparti équitablement parmi tout le monde, pour qu'il y ait véritable coresponsabilité en la matière, comme une espèce de symbiose entre les acteurs économiques et l'administration, seule garantie que nous réussirons, il faut très rapidement mettre en place deux choses essentielles: la constitution d'un cadre institutionnel solide par la mise sur pied d'une Commission de la gestion des importations, pouvant être un groupe de travail; par exemple, du C.I.C. en matière de politique économique, une commission qui serait ouverte aussi aux représentants des opérateurs économiques, via la C.C.I.R. par exemple et l'Association des banques, et qui fonctionnera comme la référence en matière de gestion des importations, de politique des licences, en toute transparence, afin que cette co-responsabilité devienne quelque chose de concret, quelque chose de vivant.

La deuxième chose à mettre en place, c'est l'amélioration de la gestion en tant que telle, grâce à la publication, comme demandé depuis un an déjà, d'un rapport trimestriel sur la situation de notre politique d'importation, mentionnant l'essentiel des éléments permettant de juger de la validité et du progrès de la gestion de nos importations comme l'évolution du coût d'approvisionnement, la spécialisation progressive des opérateurs, l'incidence sur l'avancement de l'import-substitution de la production nationale, la régularité de l'approvisionnement du pays, et tous autres éléments qui pourraient contribuer, à intervalles réguliers, à mieux faire connaître ce domaine, y compris, pourquoi pas, la publication régulière de l'état du volume des licences accordées et honorées. Et ainsi nous disposerions un jour d'instruments d'information utiles, car indispensables aux responsables de l'économie nationale.

" Pour que nous soyons tous rassurés, opérateurs et Gouvernement, que ces instructions ne restent pas lettre morte, le Ministère des Finances et de l'Economie mettra en exécution d'ici six mois ces deux recommandations, c'est-à-dire la création de la commission de la gestion des importations-rapport trimestriel sur la situation de notre politique d'importation. La révision de la loi du 14 juillet 1964 faisant évidemment partie de ces mesures, car il faudra déterminer, une fois pour toutes, avec précision, le partage des tâches, quant à la gestion économique, entre le Ministère des Finances et de l'Economie, et la Banque Nationale du Rwanda, partage devant répondre aux exigences d'une gestion limpide et inattaquable, en accord avec les besoins d'aujourd'hui.

" Le Gouvernement sera ainsi en mesure, Militantes et Militants, de prouver au monde des affaires que ses intentions sont sérieuses, et que l'administration est là pour travailler en faveur et non contre les intérêts bien compris du monde des affaires.

" Et nous réussirons ensemble si toute l'administration comprend que le dialogue, comprend qu'une attitude objective face au public, que la co-responsabilité vécue

exportables, mais donc l'importation s'était faite sans exonération de droits d'entrée, ni de l'ICHA, peuvent s'élever à 100% quand le produit fini est ré-exporté; il est bien évident qu'un produit transformé, exportable, peut contenir des éléments importés à l'état semi-fini, mais ces éléments sont taxés comme des produits destinés à la consommation nationale immédiate, alors qu'ils sont ré-exportés, après avoir permis d'augmenter la valeur ajoutée globale du produit exporté. Tout cela est, me semble-t-il, incompréhensible !

" Alors quand j'entends ce genre de choses, ce type de plaintes de la part de nos opérateurs économiques, je me demande vraiment pourquoi ces aspects essentiels échappent à l'attention de notre administration et pourquoi elle semble hésiter à y remédier, rapidement, efficacement et avec enthousiasme ? !

" Ne sait-elle pas, cette administration, que tout cela contribue à la croissance économique, à la création de pouvoir d'achat, et d'emplois, et à procurer à notre économie ces précieuses devises qui sont notre goulot d'étranglement le plus terrible ?

" D'autres choses me restent incompréhensibles: voilà qu'il y a des exportateurs qui prennent les risques importants pour exporter vers des marchés qui rapportent beaucoup de devises, des haricots verts, par exemple, ce qui permet à beaucoup de paysans, à des coopératives d'avoir des revenus tout de même significatifs et voilà que ces hommes courageux doivent se battre pour que leurs haricots trouvent un avion pour l'Europe pendant qu'AIR R.ANDA part vide, alors qu'il y avait 15 T de haricots à l'aéroport devant être expédiés d'urgence. Mais l'on se cache derrière des formalités stériles, derrière des attitudes d'une irresponsabilité inqualifiable. Tout cela est simplement du scandale dont devraient se soucier davantage nos responsables du transport aérien.

" Nous travaillons tous pour notre pays; c'est l'intérêt de notre pays qui prime, c'est lui qui compte dans notre travail, c'est le seul intérêt du pays que nous devons viser.

" Il s'agira par tous les moyens d'encourager nos opérateurs économiques à saisir les potentialités remarquables que représentent les marchés d'exportation. Il faudra faire preuve d'ingéniosité, il faudra avoir le sens de l'innovation.

" Le domaine des ré-exportations, par exemple, mériterait une attention toute particulière. Certains de nos opérateurs économiques en ont déjà découvert les promesses. Comme notre Code des Douanes prévoit déjà plusieurs modalités qu'il faudra explorer sans tarder; et qui vont des procédures import-export à l'entreposage sous douanes les impôts dits fictifs, et les entrepôts réels, pouvant servir à la réexportation, il ne manque en principe plus que les procédures d'application, pour que nos opérateurs puissent en tirer de suite tous les avantages. Mais ces procédures d'application les verrons-nous encore cette année ?

" Sans doute faudra-t-il recevoir aussi certaines des pratiques courantes dans divers domaines: l'assurance, les banques, les transports, le transit; en particulier la révision du système de crédit à l'exportation devra avoir lieu rapidement, pour

que le financement à l'exportation englobe toutes les phases nécessaires à la réussite de la promotion des exportations.

" Pour que la promotion de nos exportations réussisse, et que ce secteur vital acquière toute l'importance qui devra être la sienne au-delà de nos produits traditionnels comme le café, le thé, le pyrèthre, l'étain, il faudra que tous les acteurs, toutes les institutions concernées s'y joignent, il faudra que les opérateurs, l'administration, les transitaires, les transporteurs, les assurances se donnent la main, animés par cet esprit de co-résponsabilité, pour qu'ensemble ce domaine devienne un domaine d'excellence sur l'échiquier économique de notre pays.

" Pour cela, il faudra, pour commencer, que l'administration trace, en coordination avec les opérateurs économiques, trace les objectifs d'exportation à réaliser et qu'elle réunisse les conditions pour leur réalisation. Il faudra donc commencer par travailler sur des objectifs précis, et non sur des vœux pieux, des objectifs précis que les opérateurs s'engagent à respecter et à réaliser.

" Une préoccupation m'a-t-il semblé, hanter les esprits de certains promoteurs; c'est la lutte contre les monopoles.

" Notre Constitution interdit les monopoles. Mais dans le cas, cependant, qui préoccupe certains de nos promoteurs potentiels, on semble considérer comme un monopole la protection accordée à des projets pendant leur phase de lancement et de consolidation ! Je ne partage pas du tout cette façon de voir les choses !

" Si un promoteur risque son argent pour un projet important, il a droit à être protégé contre toute concurrence déloyale. Il a droit à ce que son projet ne soit pas boycotté. Il faut que l'administration lui assure les conditions de sécurité, c'est-à-dire les protections nécessaires, pour qu'un entrepreneur se lance dans une aventure industrielle, dont il espère qu'elle finira bien, mais qui peut prendre de longues années pour devenir définitivement rentable.

" Il serait donc abusif, à mon avis, de qualifier ces périodes de protection de monopole ! Il faudra naturellement que l'administration veille à ce que ce qui est présenté comme projet industriel ne reste pas une affaire purement commerciale, mais qu'elle devienne réellement une entreprise industrielle. Pour cela, l'administration dispose des moyens pour donner au promoteur l'assurance de pouvoir devenir industriel, l'un de ces moyens, c'est justement la protection bien maniée.

" Mais là où le bât blesse, c'est que ce n'est que quand un projet industriel "marche", que lorsqu'il a prouvé sa viabilité, que subitement, beaucoup de "promoteurs" nouveaux veulent se lancer dans la même brèche. Ce goût de l'imitation n'est pas la meilleure preuve du sérieux d'un futur promoteur. S'il ne s'agit que d'imiter, que de vouloir faire la même chose, puisque l'on pense faire beaucoup d'argent sera grand risque - puisque quelqu'un d'autre a pris le risque de le démontrer - alors - ce serait vraiment trop facile. Nous pensons qu'un promoteur, quel qu'il soit, a le droit d'être protégé contre la concurrence immédiate, fondée sur l'imitation de son propre projet par d'autres et cela aussi longtemps que toutes les phases de son projet ne sont pas terminées, et qu'il n'a pas acquis une viabilité suffisamment solide pour voler de ses propres ailes.

" N'y a-t-il pas beaucoup d'autres projets d'investissements possibles qui pourraient et devraient retenir l'attention de nos futurs promoteurs industriels ? Pourquoi alors ne faire qu'imiter les autres ? Pourquoi ne pas se lancer dans quelque chose de nouveau, un projet industriel nouveau. Et là je suis sûr que ceux qui orientent aujourd'hui contre ce soi-disant monopole seraient probablement les premiers à s'insurger si l'administration ne les protégeait pas et permettait à ceux qui à leur tour voudraient les imiter de s'installer sauvagement, au mépris du bon sens. En vérité, le problème n'est pas un problème de personnes - tel promoteur ou tel autre. Au fond c'est un problème qui est du seul ressort d'une politique d'industrialisation bien orchestrée.

" C'est l'agro-industrie qui, bien entendu, devrait être le fer de lance de notre industrialisation. J'en ai déjà longuement parlé, à tant de reprises, qu'il n'est plus nécessaire de revenir aujourd'hui là-dessus.

" Aujourd'hui, je me borne à constater, que malgré toutes les injonctions, la direction générale de l'industrie n'a pas encore été en mesure, malgré tous les éléments dont elle disposait de mettre cette approche en place - une approche que j'estimais il y a plusieurs années déjà comme pouvant être considérée comme extrêmement prometteuse; là-dessus je me suis également expliqué et longuement.

" Mais voilà ! Voilà que les choses n'avancent pas, probablement parce que le type d'approche préconisée ne rapportait ni primes, ni voitures, ni autres avantages et qu'il fallait travailler soi-même plutôt que de confier le tout à des experts étrangers.

" Je ne peux cependant et sans fierté, je vous l'avoue, je ne peux que conclure à l'échec de la mission confiée à ce ministère dans ce domaine. Peut-être devons-nous là aussi solliciter une assistance étrangère.

" Mais ce qu'il y a de réjouissant - c'est que tant de promoteurs essaient par tous les moyens, par leurs forces et par leur débrouillardise, de faire quelque chose d'utile, de se lancer dans des activités de transformation. Et s'ils réussissent, c'est souvent malgré l'administration.

" N'est-ce pas depuis des années que nous parlons de l'assouplissement des tracasseries administratives ? N'est-ce pas depuis des années que nous attendons de la part de ce ministère des pas concrets dans ce sens ? N'est-ce pas depuis des années, et de plus en plus, que des promoteurs bien intentionnés nous quittent, découragés à jamais par les démarches administratives, et d'autres s'installent dans des régions périphériques au RWANDA, parce que des contradictions dans l'attitude des autorités administratives les auraient convaincus que le RWANDA n'est pas la place idéale pour leur investissement.

" Les tracasseries administratives, l'inefficacité, cette centralisation à outrance des pouvoirs au sein des services publics peut, et doit, être à l'origine de bien des malentendus avec les opérateurs économiques.

" Il y a donc nombre de problèmes qu'il faudra enfin résoudre. Et j'avais espéré que le Ministère de l'Industrie et de l'Artisanat était en mesure de les résoudre.

" D'autre part, il faut bien reconnaître que nos promoteurs ne sont pas toujours innocents si leurs dossiers n'avancent pas, surtout auprès des Banques. J'ai, il n'y a pas longtemps, j'ai eu l'occasion d'attirer l'attention des responsables bancaires, sur les déficiences criantes de certains des services qu'ils sont censés rendre aux promoteurs et les responsables de ces banques m'ont assuré déjà que des progrès rapides devraient être enregistrés sur ce plan.

" Aujourd'hui, c'est aux promoteurs actuels et potentiels que je m'adresse, en leur disant qu'il faut qu'ils fassent tout pour être sérieux ! Sérieux dans leurs intentions, sérieux dans leurs démarches ! Je sais bien que des promoteurs sérieux il y en a. Et ceux-là on ne les entend pas trop souvent, sauf quand l'administration distraite, leur crée des obstacles nouveaux.

" Mais il n'y a pas que des promoteurs sérieux: avoir une idée, avoir une bonne intention de " faire quelque chose " ne suffit pas. Et même si un dossier a été soumis au financement auprès d'une institution bancaire, il faut le suivre. Si la banque vous demande des informations supplémentaires, eh bien, il faut les fournir rapidement.

" On m'a cité les tribulations habituelles d'un promoteur: un promoteur envoie un dossier de demande de financement à une banque. Celle-ci examine le dit dossier et répond au promoteur huit mois plus tard pour lui demander un supplément d'information. Le promoteur répond 3 mois plus tard en se croyant envoyer tout ce qui était demandé, 2 mois plus tard, la Banque répond que parmi les pièces envoyées en manquait une qu'elle avait oublié de réclamer, 3 mois plus tard, le promoteur envoie une nouvelle lettre attirant l'attention de la banque sur le fait que la pièce envoyée avait été incluse dans le premier dossier. Trois mois plus tard, la banque répond qu'il est bien possible que la dite pièce se trouvait dans le dossier initial, mais qu'elle a dû se perdre. Nouvelle réponse du promoteur, nouvelle lettre de la Banque, etc...

" Ainsi, les années passent, sans que le dossier avance. En attendant, d'autres promoteurs se présentent, avec d'autres données. En attendant, les données du premier projet ont changé, et la banque demande une réactualisation de l'étude, etc.. Et l'on tourne en rond.

" Dans l'exemple choisi et dont on m'assure qu'il est tout à fait courant comme scénario habituel, nous avons un promoteur qui avait pris la peine de répondre. D'autres, nombreux ne se donnent même pas la peine de répondre, mais sont rapides pour mettre les retards sur le dos des banques !

" Tout cela n'est pas sérieux. Comme il n'est pas sérieux non plus de considérer un crédit obtenu comme un cadeau dont on pourrait faire ce que l'on aurait envie de faire: payer les arriérés d'impôts, acheter des voitures, n'ayant rien à faire avec le projet, faire des voyages, acheter des participations...

" Il faudrait que les banques renforcent les contrôles sur l'utilisation des crédits et ne déboursent, le cas échéant, les tranches de crédit, que sur pièce justificative de l'achat.

" Il faudra vraiment faire, de part et d'autre, faire un effort important sur ce plan, dans l'intérêt de tout le monde et dans l'intérêt de l'économie nationale.

" Militantes et Militants, Sympathisantes et Sympathisants,

Je me demande, et je sou mets la question à votre attention, si les procédures actuelles d'inscription, d'enregistrement, d'approbation des projets industriels par les instances ministérielles sont la meilleure façon de promouvoir des projets industriels. Pourquoi faudrait-il qu'un fonctionnaire se prononce, et après de longs mois, sur une étude soumise par un promoteur, alors que le promoteur risque son argent, à lui, pour son projet justement sur la base de l'étude qu'il a faite ?

" L'intervention de l'administration ne devrait-elle pas se borner à enregistrer le projet, après avoir vérifié un certain nombre de critères, période de protection période de protection pour un projet similaire en cours, par exemple - mais pourquoi vouloir se substituer à la responsabilité de lui qui risque son propre argent, du moment où le projet répond à certains critères, faciles à vérifier ? J'é mets ici simplement des réflexions à haute voix.

" Il y a là à mon sens une inutile complication ajoutant aux tracasseries déjà bien connues. Il n' y a pas longtemps que j'ai proposé que l'administration se charge elle-même des procédures administratives et épargne au promoteur tous ces désagréments. Peut-être que, si les fonctionnaires doivent subir eux-mêmes tous les embêtements qu'ils imposent aux autres, ils trouveront plus facilement les voies et moyens de réduire la paperasse et les tracasseries si stériles, ce qui leur permettrait, à ces fonctionnaires, de consacrer plus de temps à dispenser de l'information utile aux promoteurs, de penser à certaines contradictions dans leur façon de traiter les domaines, d'introduire des dispositions leur permettant de réduire considérablement certains des problèmes absorbant tellement de temps.

" Par exemple, ils auraient pu penser à introduire une limite de la validité des autorisations accordées pour qu'il n' y ait pas de ces promoteurs déterrants des autorisations accordées il y a dix, il y a vingt ans mais que les promoteurs n'ont pas honorés pendant pendant ces mêmes années et qu'ils voudraient peut-être honorer aujourd'hui avant que la concurrence ne s'installe. Ce n'est pas sérieux, tout cela. Il faut que les mentalités changent et que le Ministère se montre à la hauteur de la situation.

" Il y aurait encore bien des choses à dire au sujet de l'industrialisation, notamment la façon de préparer les filières industrielles et les projets qui pourraient en découler. Il y aurait surtout beaucoup de choses à dire sur l'industrialisation rurale et décentralisée. Et aussi sur la façon de concevoir une véritable promotion industrielle et artisanale.

" Militantes et Militants,  
Sympathisantes, Sympathisants,

Un dernier mot sur certains problèmes concernant les transports, avant que je ne conclue mon exposé.

Le domaine des transports m'apparaît comme l'un des domaines les moins maîtrisés de notre économie.

" Non seulement nous attendons depuis longtemps le projet de loi devant régir les transports au Rwanda, mais presque tous les jours nous constatons des problèmes nouveaux dénotant un lent, mais évident dérapage de la situation.

" Parmi ces problèmes nouveaux qui préoccupent nos opérateurs, qui préoccupent aussi le Gouvernement, mentionnons:

- la discrimination croissante entre les compagnies de transport et l'absence de capacité de l'administration de faire respecter le jeu légal;
- mentionnons l'immatriculation croissante par des sociétés de droits rwandais de leurs camions à l'étranger, ce qui entraîne une fuite de devises et crée des échappatoires au fisc;
- mentionnons l'interférence d'instances non autorisées dans l'attribution des camions pour le transport de leurs marchandises;
- mentionnons aussi l'exacerbation des pratiques discriminatoires entre les prix et autres éléments appliqués aux divers opérateurs selon leur influence politique préten- due.

" Je suis sûr que des discussions qui vont suivre, d'autres injustices, d'autres aberrations, d'autres problèmes surgiront et auxquels il faut trouver des solutions.

" Militantes et Militants,  
Sympathisantes, Sympathisants,

Dans mes réflexions, j'ai été amené, à plusieurs reprises, à mettre en cause la responsabilité de l'administration. J'ai fait cela, croyez-moi, non pas pour le plaisir d'accuser tel ou tel responsable, en tant que tel, mais j'ai tenu à faire le constat de la situation tel qu'il m'apparaît.

" Je n'ai pas été sans savoir le climat d'inquiétude, de colère, de découragement qui a été créé, au delà de la difficile conjoncture économique, qui a été créé par des agissements coupables de certains responsables.

" Au cours de cette première réunion j'ai été amené à mettre en question certains comportements de l'administration que je ne peux admettre. J'aurai le temps, je vous l'ai déjà dit durant les deux autres réunions, j'aurai le temps de dire des choses, au sujet de certains comportements de certains opérateurs économiques, comportements qui sont aussi répréhensibles.

" Citons en simplement deux aujourd'hui:

D'abord la corruption qui par plusieurs est considérée comme le moyen le plus normal du monde d'obtenir ce que l'on veut bien obtenir, qu'il s'agisse de licences d'importation, qu'il s'agisse de l'accès des dossiers industriels que l'on aimerait copier, qu'il s'agisse de la suppression du dossier fiscal, et de bien d'autres choses encore !

" Pour y répondre, un plan d'action générale est en cours de préparation; et ses effets ne pourront pas ne pas se faire sentir: je sais que l'opinion est répandue que des menaces sont proférées mais que des mesures ne sont pas prises. Je pense que déjà, le nombre d'agents véreux éjectés de l'administration va croissant. Et j'aimerais vous dire que la même rigueur s'appliquera aux éléments corrupteurs pouvant se trouver en dehors de l'administration.

" L'une des approches stratégiques consistera à rendre le fonctionnement de l'administration de plus en plus transparent.

" L'insistance que j'ai mise sur les critères de co-responsabilité et de transparence était fondé, en partie, au-delà de leur valeur intrinsèque majeure pour l'élaboration et la réalisation de toute politique, était fondé sur ce souci de mettre en place de plus en plus un contexte rendant les manœuvres de plus en plus difficiles, l'opacité de certains procédés étant fort propice à la conclusion d'affaires obscures.

" Ainsi, s'il s'avérait par exemple, que dans certaines parties de l'administration il y ait comme une résistance à cet effort de rendre les choses plus transparentes, les transactions plus claires, les plus grands soupçons pourraient alors être permis quant à la motivation de cette résistance à la transparence...

" Le deuxième comportement:

J'ai mis un accent important dans mon exposé sur la présence utile; la présence constructive et stimulatrice de nos opérateurs économiques étrangers, vivant dans notre pays, s'y étant peut-être même installés depuis longtemps.

" En mettant un accent particulier sur cette constante immuable de la politique et de l'attitude du Rwanda à l'égard de nos amis expatriés oeuvrant dans notre pays, j'avais bien entendu en tête la toute grande majorité d'eux travaillant pour notre pays, investissant dans notre économie.

Ils sont effectivement la toute grande majorité. Et nous leur savons gré.

" Il y a hélas une petite minorité dont la contribution à l'investissement national n'est guère visible. Nous aimerions, nous aimerions vraiment que leur participation devienne plus visible, dans leur intérêt, et dans l'intérêt de notre économie.

" Militantes et Militants,

Sympathisantes, Sympathisants,

J'é en viens maintenant à la conclusion de mes réflexions introductives, réflexions et prises de position qui auront, j'en suis sûr, ont contribué à dissiper ces malentendus déplorables qui étaient sur le point de s'installer. Cela, c'est-à-dire dire avoir réussi à vous redonner courage et confiance en l'avenir du Rwanda, c'était mon plus grand souci !

" Un mot pour finir au sujet de la Chambre de Commerce et de l'Industrie !

Le Gouvernement, en fournissant son appui pour la CCIR, version II, n'avait nullement l'intention de créer une autre instance de réflexions, ni un autre ministère. Non, le Gouvernement n'a pas besoin ni de philosophie, ni d'autres gens qui le caressent dans le sens du poil, si vous ne permettez l'expression.

" Ce dont le Gouvernement, ce dont l'administration a besoin, c'est une structure de dialogue, de concertation qui lui permette de se trouver en face d'un partenaire, représentant le monde des opérateurs économiques, un partenaire sérieux, ayant à l'esprit l'intérêt national, tel qu'il le définit en fonction de ses engagements, et avec lequel l'administration pourrait discuter sérieusement.

" Pour "gérer" la co-responsabilité, il faut un cadre institutionnel approprié. Je pense que ce cadre pourrait justement et devrait être la CCIR. Le Gouvernement vient de lui conférer une parcelle et des crédits pour un nouveau bâtiment; Le Gouvernement a aussi fait de sorte qu'un appui important de formation, fourni par la coopération internationale, soit intégré au sein de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Rwanda, afin que les opérateurs économiques y aient accès directement à ces ressources intéressantes au sein d'une institution qu'ils devraient pouvoir considérer comme la leur.

" Pour prouver à nouveau l'importance qu'il attache à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Rwanda comme organe du monde des affaires, le Gouvernement serait prêt, à condition que la CCIR le gère convenablement, il serait prêt à s'employer à ce que le nouveau projet de promotion industrielle, projet entièrement reformulé pour qu'il rende réellement service aux promoteurs, soit sorti du Ministère de l'Industrie et de l'Artisanat et rattaché directement à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Rwanda, afin que ceux qui devraient en tirer profit aient quelque chose à dire, mais aussi pour que les promoteurs n'aient plus de raison de ne pas solliciter appui et conseils pour leurs projets.

" Mais pour que la CCIR devienne vraiment l'affaire du monde des opérateurs économiques, il faut que les opérateurs s'y engagent à fond. S'il faut reformuler des textes - qu'ils concernent l'organisation, qu'ils concernent le financement, la gestion ou un autre aspect, eh bien ! Il faudra faire les réformes qui s'imposent. Le Gouvernement ne demande pas mieux que de savoir ce qu'il peut faire pour que la CCIR, devienne vraiment, le forum par excellence de nos opérateurs économiques.

" Militantes et Militants, Sympathisantes, Sympathisants, je me suis exprimé en toute liberté et avec toute la franchise possible. Je vous invite, à mon tour, d'être aussi directs et aussi francs dans vos interventions, pour qu'un véritable dialogue puisse s'instaurer.

" Il ne me reste qu'à vous remercier, et très sincèrement de l'attention avec laquelle vous avez bien voulu suivre cet exposé introductif.

" Je vous remercie ".

( Kigali, le 13 Mai 1988, par le Président de la République Rwandaise et Président Fondateur du N.R.N.D., le Général-Major HABYARIMANA Juvénal).

-o-o-o-o-o-o-

Avec le discours si magistral que le Président HABYARIMANA Juvénal a adressé à tous les opérateurs économiques du Rwanda pour dissiper des malentendus qui semblent planer entre les milieux d'affaires et l'administration, celui-ci constitue un véritable témoignage de la concrétisation des relations publiques que l'Etat doit entretenir avec ses citoyens.

Comme les Présidents Abraham Lincoln et Roosevelt aux moments des grandes crises, sociales ou économiques ont pris le devant pour approcher la population pour lui expliquer la vraie situation des choses, le Président HABYARIMANA Juvénal a pris, à maintes reprises, son bâton de pèlerin et de Guide, pour expliquer à son peuple les mobiles majeurs de son Action Politique entreprise depuis le 5 Juillet 1973. Il a donné comme directive, comme mot d'ordre, le dialogue et la concertation, à tous les niveaux, entre dirigeants et dirigés (vice versa), entre l'administration publique et le secteur privé pour la construction harmonieuse de la nation toute entière, dans un système de démocratie-responsable.

Donc la rencontre du Président Rwandais avec les représentants de tous les milieux d'affaires rwandais, n'est pas la toute première initiative, c'est une parmi tant d'autres tant au niveau des hommes d'affaires, des différents membres de l'administration qu'au niveau de la population soit dans les préfectures ou les communes.

Pour ce qui nous concerne ici, après le discours du Chef de l'Etat Rwandais, des débats animés par un véritable dialogue mêlé de franchise et de transparence, ont été ouverts et poursuivis dans une atmosphère de communication humaine très sincère.

Le Président a prié sinon enjoint à l'administration de lever tous les éléments pouvant engendrer des malentendus ou malaises entre celle-ci et les milieux d'affaires, et a demandé à la même administration d'étudier la situation pas des plus aisées créée par le système de la patente introduit dans le pays et de remédier aux mauvaises conséquences que son application stricte pourrait entraîner; l'idée était telle que si on peut supprimer la patente complètement, ou l'ajuster, ou la maintenir et l'atténuer.

Restant dans ce cadre des relations publiques, nous poursuivons en relevant quelques autres irrégularités qui constituent des barrières au développement aisé des relations publiques au sein de nos administrations en partant bien entendu sur les idées motrices exprimées par le Président HABYARIMANA Juvénal dans discours vu plus haut.

Parmi les administrations qui n'ont rien à vendre, nous avons jeté un coup d'oeil sur le Ministère des Finances qui, en France comme au Rwanda, est accusé de pas mal d'irrégularités constantes dans ses relations quotidiennes avec le public.

Dans le discours du Président HABYARIMANA J, et dans ce même ordre d'idées, la Chambre de Commerce et d'Industrie du Rwanda, a été évoquée comme un organe qui doit jouer le rôle de trait d'union entre les opérateurs économiques et les différents organes de l'Administration. C'est elle en effet, qui doit allumer et ralumer continuellement le feu de ce chaleureux contact et humain qui doit exister entre l'administration et le monde du secteur économique pour la promotion intégrale du développement national.

Véritablement le rôle assigné à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Rwanda est très éminent et digne d'éloges. C'est pourquoi, elle devrait s'attacher, plus que par

d'un gendarme voire d'un huissier civil, dans les corridors ou sous les rayons d'un soleil caniculant parce que rien n'a été ni prévu ni aménagé pour l'accueil de ces pauvres gens: pas de bancs, pas de tables, rien qui peut les aider à soulager leur tristesse pendant qu'ils attendent le soir aux heures de fermeture de bureaux un agent ou un officier du Ministère Public qui viendra leur dire: partez, revenez la semaine prochaine, le mois prochain parce que le dossier n'est pas encore instruit, il n'y a pas de quittanciers pour percevoir les frais, pas de formulaires, celui qui a votre dossier n'est pas là ... et que sais-je encore ! Est-ce que toutes ces attitudes, ces comportements à l'égard du public, sont-ils dûs au manque des moyens financiers, comme c'est devenu le slogan du siècle dans la plupart des pays en voie de développement. Je trouve, à mon avis, que seul le bon sens, la bonne volonté, la co-responsabilité et la transparence constitueraient un vrai remède à ce genres de maux qui peuvent dans l'avenir et avec le temps, envenimer les bonnes relations qui doivent exister entre l'Etat et son peuple.

Les exemples sont encore à citer. Certains agents responsables du service d'accueil dans les services publics qu'on appelle "plantons, huissiers, agents de sécurité", sont parfois sans formation élémentaire: ils sont parfois placés à ces postes à titre de complaisance et par sentiments familiaux et s'acquittent assez relativement de leurs fonctions. Ces agents, parfois illettrés ou mal éduqués, ignorent très généralement les mécanismes les plus élémentaires d'un service d'accueil et souvent on les verra, de par leur complexe, boudier le public ou l'orienter mal.

On a vu ou l'on verra plus d'un huissier dans un tribunal ou dans une autre cour quelque, boudier avec menace et tracasseries diverses, une vieille, un vieux, qui venant du village lointain, ne connaît pas les horaires des requêtes, des procédures d'introduction en instance, d'interjection en appel, etc... Dans les hôpitaux, les centres de santé, des maternités, on verra mille agents médicaux qui boudent un malade, une mère enceinte prête pour l'accouchement, qui refoulent un gravement-blessé ou qui partent

parlent aux malades très souffrants avec un ton arrogant et moqueur, dénué de tout sentiment humain. A la Commune c'est le même scénario: un policier ne craindra pas de taper sur les gens venus librement à la commune pour remplir leurs obligations pendant qu'ils sont alignés devant le bureau du Bourgmestre, du Comptable, du percepteur ou du Secrétariat. Dans l'amigo l'on est frappé, bousculé brutalement par un gendarme, alors qu'il ignore le motif de votre arrestation: pas de pitié pour le <sup>un</sup> vieillard, une femme, un paysan, un fonctionnaire, un commerçant... alors que les circonstances de votre arrestations n'ont pas encore été déterminées par l'Officier du Ministère Public qui a établi le mandat de votre arrestation.

Je ne crois pas que le fait qu'on a été arrêté et amené dans l'amigo ne doit pas nécessairement signifier que la personne arrêtée doit devenir la proie des menaces et des malversations des agents de l'ordre. Une personne arrêtée, reste une personne humaine respectable au même titre d'égalité que ses congénères, et tant qu'<sup>elle</sup> ne fait pas montre de sentiments ou de gestes nuisibles à la société, pourquoi doit-elle à son tour être malmenée alors qu'on ignore encore le contexte de son infraction ?

Je pense à mon avis qu'il ne faut pas chercher la pratique des relations publiques entre l'Etat et le public ailleurs que dans les activités quotidiennes qui mettent les services administratifs et le public en contact régulier. Et l'Etat, ce n'est pas le Président de la République seulement, les ministres seulement... C'est l'ensemble de nous tous.

Pour conclure, nous allons prendre le cas de la France tel qu'évoqué dans le Bulletin de Liaison et d'Information de l'Administration Centrale des Finances, qui nous donne un exemple très frappant de ce que peut être l'effort d'une administration pour améliorer ses relations publiques avec le public, dans le cadre des relations publiques internes. Ceci est rapporté dans Que sais-je ? n°966, édition 1967 in " Le Point des Connaissances Actuelles", de la façon suivante: " Le Centre de Renseignements Fiscaux de Paris se flatte d'avoir réussi à apaiser tous les visiteurs mécontents qui lui ont rendu visite. Ici une statistique - conçue par des Services des Finances eux-mêmes - nous précise que, sur 271 cas analysés, 257 sont parties "très satisfaites", 14 "assez satisfaites" (sic) et " indifférents, assez mécontents, très mécontents" = 0 . Le bulletin conclut que l'arrivée d'un contribuable particulièrement indisposé est toujours considéré avec le plus vif intérêt. L'agent qui le reçoit se sent animé d'un véritable esprit de compétition. Patience, sang-froid, présence d'esprit, stabilité souriante, connaissance profonde de la législation; toutes ces qualités qu'il développe sans intérêt dans son activité journalière entrent en jeu, lui permettant de dominer la situation et d'amener le contribuable le plus mal disposé à reconnaître quelques qualités à l'administration".

2) Les administrations qui ont des services à rendre.

Selon M. Rodin, que nous avons vu précédemment, l'information dans ce genre d'administration, comprend quatre types:

a) une information de renseignement qui est constituée par une série de renseignements mis à la disposition des visiteurs dans le hall ou la salle de réception d'un ministère ou d'une grande entreprise.

b) l'information-orientation : on informe pour orienter dans le même sens que "information de renseignement".

c) l'information-diffusion: c'est l'information par la radio, la télévision et la presse qui est diffusée par un attaché de presse dans chaque ministère, ou dans une entreprise de grande envergure.

d) public-relations: c'est la voie de l'information la plus élaborée peut-être où l'application du véritable service de "public relations" répond au désir que peut avoir l'administration de se faire bien considérer de l'opinion publique.

Dans cette voie, l'opinion publique rwandaise a accueilli avec entière satisfaction l'institution dans quelques ministères un service de relationniste, d'attaché de presse, et d'auditeur des requêtes . La Présidence de la République a aussi créé en son sein ces genres de postes. Ces services, s'ils sont bien coordonnés et gérés, s'ils <sup>peuvent</sup> pourront s'acquitter de leur véritable mission, ils pourront rendre d'immenses services dans le rapprochement toujours croissant entre les gouvernants et gouvernés qui doivent œuvrer tous à la défense de la cause commune: le développement intégral du peuple rwandais.

Il serait également recommandable que chaque ministère, organisme d'utilité publiques voire les communes et même les entreprises privées fassent éditer des brochures voire des pamphlets à l'intention du public, brochures ou pamphlets comprenant les attributions et les objectifs, les réalisations du Ministère, des projets, des monographies des communes pour la meilleure orientation des investissements, plutôt que de présenter de gros rapports sur du papier ronéotypés que souvent les responsables ont du mal à lire et inaccessible à la grande majorité de la population qui est la première concernée pour promouvoir le développement du pays.

3) Les administrations qui ont des services à vendre:

En effet, le troisième type d'administration, d'après le spécialiste Bodin, ce sont les administrations qui ont des services à vendre.

Dans ces administrations, la publicité a joué un grand rôle et a ouvert la voie à une réelle pratique des relations publiques.

Pour ce qui concerne le Rwanda, nous pouvons comparer ce genre d'administration à l'ELECTROGAZ, La Direction Générale des Télécommunications, l'Office des Cultures Industrielles du Rwanda, l'ONATRACOM, l'Office du Thé, La Laiterie du Rwanda, l'ISAR, etc... En effet, ces genres d'administration qui ont un si nombreux public à servir et avec lequel ils sont obligés d'être en contacts réguliers et permanents, devraient adopter une attitude d'esprit voisine du grand commerce.

Fourtant, nos administrations ci-haut citées pensent rarement à la publicité et n'ont pas de postes réservés aux relationnistes ni aux marketistes.

Je ne vois par exemple, une administration comme celle de l'Office du Café, une culture industrielle exportable dont le Rwanda dépend à 60% pour son approvisionnement en devises, ne fait jamais apparaître une annonce ou, soit dans un périodique local ou dans un magazine de caractère international pour la promotion du marché extérieur pour notre café. Prenons l'exemple sur le Kenya et la Tanzanie qui consacrent d'immenses budgets de publicité pour la promotion de leur café, leurs ananas, etc... A quoi sert de sensibiliser les paysans à produire si vous ne pouvez pas écouler leur production ? C'est le même cas pour l'Office du Thé !

D'autres administrations comme celles d'ELECTROGAZ et des TELECOMMUNICATIONS, au lieu d'<sup>G</sup>entraîner de bonnes relations avec leurs clients en leur expliquant les causes de leurs défaillances techniques, soit par la radiodiffusion ou par d'autres médias locaux, brandissent l'arme, soit de la fermeture de l'eau et du courant, soit de la coupure du téléphone, soit parfois par des surfacturations incontrôlées et incontrédisables. <sub>p</sub> par les clients auxquels elles ont été adressées.

Nos administrations de ce genre, qui sont réellement des entreprises de productions devraient changer d'attitudes, de méthodes pour se mettre à la page des temps modernes que nous vivons; il faut abandonner ces vetustes méthodes du laisser-aller et du laisser-faire qui dit: tout ira de soi (- bizijyana;;; nta kibazo..) C'est pourquoi le Président a toujours décrié avec amertume, son inquiétude sur ces administrations qui sont toujours caractérisées par des banqueroutes dans la gestion du patrimoine national alors qu'elles ont fait de gros investissements matériels, financiers et humains.

Ces genres d'administration, devraient adopter une attitude d'esprit voisine de celle des autres entreprises commerciales : faire la publicité à tous les niveaux, promouvoir les relations publiques par tous les médias possibles, créer des services des relationnistes et marketistes à la place de ceux du contentieux, car si les relations publiques étaient instaurées et bien dirigées, il n'y aurait pas de contentieux ~~expressément~~ / 85

4) Quelques exemples de possibilités d'application des relations publiques dans les entreprises rwandaises:

a) Les sociétés d'assurances et des banques:

Généralement les sociétés d'assurances et les banques dans n'importe quel pays et dans n'importe quel continent ont à faire à un très grand public de diverses catégories. C'est pourquoi ces dernières feront preuve, plus que d'autres entreprises, d'un souci majeur d'application des relations publiques internes au sein d'elles-mêmes et de relations externes avec un public très nombreux qu'elles sont appelées à servir à tout moment.

C'est pour cela que ces sociétés doivent s'efforcer de mettre en œuvre une campagne psychologique de grande envergure où la publicité doit avoir sans doute un rôle à jouer, mais où les relations publiques peuvent manoeuvrer avec suffisamment de doigté sans occasionner de grosses dépenses.

Ainsi s'efforceront-elles à viser la revalorisation de l'agent d'assurances ou des banques un personnage bien formé vis-à-vis du public; c'est essentiellement la publicité qui se chargera de le présenter comme un personnage accueillant et sympathique, une sorte d'ange gardien - comme on dit - du foyer qui vient annoncer de bonnes nouvelles après les mauvaises (... votre papa est mort, mais il avait pensé à contacter une grosse-assurance-vie...)

En général les sociétés d'assurances doivent dispenser une information à leurs clients conçue de la façon suivante:

- information sur la prévention d'accidents : accidents pouvant être causés par l'éblouissement, le risque de sommeil, attention à l'ivresse, respect des limitations de vitesse, etc...

Cette information sera dispensée au moyen des feuilles d'information adressées aux journaux pour publication, des affiches murales, des contacts directs avec les journalistes spécialisés, déjeuners et conférences de presse, contacts de liaison avec les services publics, des communiqués radiodiffusés, messages télévisés, des brochures d'information, des extraits de presse et arguments destinés aux agents d'assurances.

b) Les groupements professionnels:

Au Rwanda, le système de groupements professionnels n' a pas encore pris racines, mais avec le temps on peut espérer que la Centrale des Travailleurs Rwandais, bien qu'encore très jeune, pourra y arriver. Le Mouvement Associatif chez les agriculteurs-éleveurs, artisans, prôné par les autorités gouvernementales rwandaises pourra un jour arriver à des performances aussi dans ce sens.

En tout état de cause, les groupements professionnels doivent aussi entretenir des relations permanentes avec les Pouvoirs Publics pour mener à bien leur action.

Tirons l'expérience de ce proverbe français qui dit: " Bonne renommée vaut mieux que ceinture dorée..".

c) Les techniques de communications en général:

Dans l'entreprise rwandaise, la pratique des relations publiques désigne en même temps une politique et l'instrument de cette politique. En tant qu'instrument, elles viseront à créer un contact permanent, en tant que politique elles viseront à ce que ce contact permanent soit réussi.

Un contact parfait doit posséder un certain nombre <sup>de</sup> qualités:

- être reçu avec le maximum de facilité;
- être ressenti avec le maximum de puissance (plaire);
- s'adresser aussi bien à l'intelligence qu'à la sensibilité;
- s'adapter à des publics très différents;
- être dosable dans son intensité;
- être susceptible d'une organisation dans le temps et dans l'espace.

Le premier geste des relations publiques au stade extrêmement primitif c'est la parole. Dans les temps modernes et contemporains, la parole continue à jouer son rôle de premier plan dans la pratiques des relations humaines. C'est un moyen de communication par excellence, pour organiser des conférences et des séminaires pour la promotion de la politique d'entreprise, mais dans les temps contemporains elle doit se doubler d'un document écrit car les écrits restent tandis que les paroles s'envolent dit-on !

- Les techniques de l'accueil:

Dans le cadre des relations publiques internes au sein d'une entreprise, l'accueil d'un nouvel arrivant est un problème tout à fait élémentaire.

" Bonne ou mauvaise, la première impression reçue par l'employé laissera des traces indélébiles: une maladresse, une certaine indifférence, risquent de l'empêcher à tout jamais d'être en harmonie avec le bureau, l'atelier, l'usine qui l'emploient ", nous enseigne Rodin.

Revenant au rôle important de la parole dans l'application des relations publiques, les techniques de l'accueil sont avant tout orales : l'entretien avec le chef d'entreprise, le directeur de la société ou le chef du personnel ...

Pour donner quelques conseils d'accueil à un nouvel engagé dans l'entreprise, cet entretien avec le chef d'entreprise, le directeur ou le chef du personnel doit vise essentiellement à faire comprendre au nouvel engagé qu'il est utile à l'entreprise, qu'il a besoin de l'entreprise comme celle-ci ne peut pas se passer de ses services. Cet entretien consistera également à lui faire l'historique de l'entreprise qui va l'employer et lui montrer le rôle qu'il va jouer pour contribuer efficacement au développement et à l'avancement de celle-ci; ensuite on devra lui faire un aperçu de ses droits et de ses devoirs dans l'entreprise en lui explicitant les avantages inhérents à ses fonctions tels le salaire, les primes, les heures supplémentaires, les jours de congés statutaires et de circonstances tels que les mariages, les naissances, les décès et d'autres avantages tels que les clubs sportifs et de loisirs, des cercles culturels que l'entreprise a mis à sa disposition. Après, on lui fera visiter l'usine et lui donner des explications sur le fonctionnement et la coordination des différents services.

Aussi, l'on pourrait conseiller à nos entreprises naissantes d'élaborer des brochures ou des pamphlets sur l'historique et les activités de celle-ci auxquels les nouveaux engagés pourront se référer.

Dans cet ordre d'idées, l'expérience montre que dans certains pays, de multiples entreprises ont instauré " les boîtes à idées " où chacun peut déposer toutes ses suggestions permettant d'améliorer l'organisation de l'entreprise ou son matériel. A l'exemple de ces pays, quelques peu de chefs d'entreprise dans notre pays comme la Société Nationale d'Assurances du Rwanda " SONARWA ", ont instauré ce genre de boîtes à idées; initiative qu'il faudrait encourager à se répandre dans toutes nos entreprises. Ailleurs où l'idée d'instaurer la boîte à idées n'a pas encore vu le jour, ce sont les comités de cellules spécialisées instaurés par le Mouvement Révolutionnaire National pour le Développement (MRND), seule institution politique du pays, dans chaque entreprise, et la branche de la Centrale des Travailleurs Rwandais (Syndicat National) qui assument ce rôle.

Outre ces techniques de promotion des relations publiques au sein des entreprises, d'autres facteurs sont aussi possibles. Nous pouvons dire entre autres que, l'organisation de cocktails, conférences, repas et visites destinés à la presse ou aux autorités publics et différents clients potentiels peuvent contribuer grandement au développement des relations publiques dans les entreprises. Des séminaires, des colloques et voyages d'information peuvent aussi servir d'instruments probants pour les chefs des entreprises à promouvoir leurs affaires et à élargir l'horizon de sa politique auprès des fournisseurs locaux et étrangers.

- L'importance du rôle de relationniste dans l'entreprise:

Les chefs du service d'information (SIC) constituent le plus sûr critère de qualification pour l'organisme qui les emploie. Ainsi, tant un accueil chaleureux, constituera le plus sûr moyen de promotion des ventes ou le meilleur ambassadeur de l'administration, tant un accueil sec, désagréable voire brutal fermera définitivement de nombreux postes à ceux qui en seront victimes. Une telle clientèle potentielle considérable se trouve ainsi rejetée d'emblée faute d'une technique d'accueil appropriée, nous enseignent les spécialistes dans cette matière.

C'est pourquoi, par exemple, l'art de téléphoner, la fonction de standardiste ou de réceptionniste ne doit pas être considéré de bas étage, mais plutôt devrait faire partie des cours dispensés aux agents du secrétariat de direction par le Ministère de la Fonction Publique et de la Formation Professionnelle à Nurembe ou à Nuhima.

- Les moyens graphiques et la technique rédactionnelle dans l'entreprise:

Avec ce sujet, nous allons essentiellement nous baser sur les principaux domaines de la communication écrite qui devra viser à forcer la sympathie totale de ceux auxquels elle s'adresse. C'est pourquoi nous allons nous base plus spécialement sur la façon de rédiger une correspondance d'affaires, ce qui est aussi un domaine très important dans le développement des entreprises rwandaises.

Pour formuler quelques recommandations sinon les conseils pour la confection d'une bonne correspondance, des critères suivants sont indispensables:

- d'abord choisir les titres de son correspondant : c'est-à-dire qu'il faut le situer, le localiser.

- Les relations publiques enseignent à cet égard les 5 "C": ce sont cinq épithètes qui s'appliquent à la correspondance idéale qui doit être en effet:

1- courtoise

2- claire

3- complète

4- correcte

5- concise.

Écoutons les conseils des grands spécialistes de relations publiques à ce sujet/.

André Boulle nous affirme: " Il serait souhaitable d'avoir devant soi la photo du destinataire et à tout le moins de se rappeler au moment opportun s'il est client, ou fournisseur, artisan ou ingénieur, patron ou employé, riche ou pauvre, jeune ou vieux, de bonne humeur ou grognon, susceptible ou bon enfant, etc...

" Bien plus, même la lettre contentieuse, la lettre de réclamation, la lettre de recouvrement ou la mise en demeure, devra être soignée et rédigée dans un style particulièrement alléchant ou accrocheur.

" La méthode des relations publiques nous fournit un procédé mnémotechnique désormais classique: le processus "AIDA", qui veut dire: attirer l'attention (A), susciter l'intérêt (I), provoquer le désir (D), faire passer à l'action (A). "AIDA". - Bref, le ton devra toujours être " celui de la coopération et non de la méfiance". Voici, lancé le maître-mot des relations publiques : la confiance, cette coopération qui repose sur une sympathie préalable entre les hommes, conclut André Boulle "

Encore un conseil plus frappant de Gilbert Casbron : " La discussion est une arme blanche; la lettre une arme à feu; elle blesse à distance. Il faut prendre conscience de la nécessité de rendre une lettre agréable, sympathique, chaleureuse, plaisante... Si l'on réussit à rédiger sa correspondance en conformité avec l'idéal des relations publiques, on peut être sûr d'atteindre son but qui est de gagner à sa cause son correspondant sans jamais le blesser ni le choquer du tout..."

#### - Relations entre la lettre d'affaire et le communiqué:

Le communiqué est aussi un autre moyen dont peut se servir l'entreprise pour promouvoir sinon soutenir ses relations publiques avec tous ceux auxquels elle a à faire.

Le communiqué peut se donner sur deux formes; au premier niveau il s'agira d'un communiqué documentaire de pure information, d'une stricte objectivité, par exemple une offre d'emploi; - au second stade le communiqué aura un caractère persuasif et cherchera véritablement à convaincre, presque à convertir le lecteur, par exemple un communiqué relatif à la promotion de vente des services et des produits.

En tous les cas, le communiqué devra être idéal; c'est-à-dire qu'il sera celui qui visera à plaire le lecteur, ~~l'auditeur~~ ou l'auditeur, le charmer, le séduire au point qu'il soit plus que convaincu désormais de la validité du message; mais qu'il devienne lui-même l'ardent propagandiste, le zélé prosélyte de la vérité qu'il vient de recueillir. Evidemment, il faut distinguer le communiqué visent les relations publiques et le placard publicitaire qui possède son style propre.

En général, il y a une relation fort étroite entre la correspondance d'affaires et le communiqué de l'entreprise : les deux visent un même but, qui est celui de la coopération, de l'amabilité, du sourire et du charme.

- Les bienfaits de l'information industrielle:

L'obligation d'informer pour les entreprises est tout à fait indéniable, ne fût-ce que pour le perfectionnement de leurs performances et les en faire accéder le public soit des consommateurs ou des fournisseurs.

Le fondateur de l'information industrielle en France, Marcel Blenstein-Blanchet écrit déjà en 1960, dans " L'information Industrielle, Publication de Publicis, Paris " ce qui suit: " Au savoir-faire des chefs d'entreprises l'information industrielle a apporté les méthodes du faire-savoir ".

" Et en concluant, Marcel Blenstein Blanchet affirme: ce ne sera pas l'un des moindres mérites des actions d'information industrielle que d'avoir fait comprendre que les intérêts et les objectifs de l'entreprise sont nécessairement liés aux intérêts et au niveau de vie de la nation."

Bien sûr, l'action des relations publiques au service de la productivité est importante, mais il faudra éviter que le communiqué d'information industrielle risque de verser dans la propagande ou dans la persuasion clandestine.

5)- L'utilisation des moyens audio-visuels pour la promotion des entreprises en général:

L'expérimentation des moyens audio-visuels, au service de l'éducation des masses, a commencé d'abord au Rwanda à Gitarama, au centre du pays, par ce qu'on a appelé "Université Radiophonique de Gitarama" dans années 1960, projet qui était prôné, dirigé et géré par les Soeurs Dominicaines de France au Rwanda, en tête la Révérende Soeur Marie Odette, sous la supervision du Révérend Père Pichard de Paris. Elle était assistée par des techniciens Rwandais dont Monsieur RUDAHUSHA Jean-Bosco qui est allé se perfectionner en France à cet effet.

Les résultats atteints dans ce domaine et surtout la multiplication, à travers le pays des centres d'éducation par les techniques audio-visuelles, ont été fort satisfaisants et le Gouvernement Rwandais n'a fait qu'encourager cette heureuse initiative en accordant beaucoup de terrains pour la construction des écoles de ce genre.

En plus cette expérimentation s'est poursuivie à un très haut niveau à Butare, au sud du pays, siège de l'Université Nationale du Rwanda. C'est précisément à l'Institut Pédagogique National du Rwanda qui, a donné naissance à l'actuelle branche de l'Université Nationale de Nyakinama (Ruhengeri) que cette expérience a été tentée sous la conduite d'un Technicien Rwandais qui avait été aussi formé à Amiens en France, du nom de HAKIZIMANA Athanase assisté de son homologue GATABAZI et un expert Français. Cette expérimentation a débuté avec les années 1970 et a fini par aboutir à la création d'une Faculté des Sciences de l'Education au sein de l'Université Nationale du Rwanda actuellement en opération à Nyakinama, seconde branche de l'Université Nationale du Rwanda.

Abandonnant le côté de l'éducation, nous pouvons maintenant aborder le domaine de l'application des techniques audio-visuelles dans le cadre des relations publiques dans nos entreprises.

Parmi les moyens audio-visuels à développer dans le secteur économique et plus précisément au sein des entreprises, le film occupe une place de premier choix, car il constitue un moyen de communication par excellence : il est à la fois un instrument de l'économie et en même temps joue le rôle de plaisir, lequel instrument est mis tant au service des entreprises que celui de l'administration.

Dans le cadre des relations publiques, le film remplit une mission de fascination. Car, en effet, si le film peut exercer une certaine supériorité sur les autres moyens de communication utilisés en relations publiques, c'est qu'il n'est pas un simple mode de communication ni le sec support d'une information.

"Le film c'est la vie" nous disent Jean Chamely et Denis Huisman et qui poursuivent en disant: " Ou plutôt c'est la récréation complète de la vie, de l'univers, tant du monde intérieur que du monde extérieur, c'est-à-dire la synthèse d'un cadre matériel, (technique, politique, administratif, économique etc..., en bref, le film englobe à la fois l'image physique, économique, sentimentale, intellectuelle, morale, esthétique etc..) qui vivent dedans.

" Jean Chamely et Denis Huisman continuent: le film offre un mécanisme de fascination, qui est cette faculté de capter presque irrésistiblement l'attention, cet immense pouvoir quasi-magique de suggestion, voire de persuasion qu'il renferme... C'est cette possibilité de personnalisation, d'humanisation, disons même de "spectacularisation" qui confère au film-message relations publiques, quel qu'en soit l'objet, une telle puissance, une telle efficacité. Tous les problèmes de relations publiques peuvent être ainsi résolus par le film.

" Les barrières qui isolent les hommes, le producteur du consommateur, le patron de ses employés, l'administration des citoyens, l'industriel de son sous-traitant, l'utilisateur ou le savant des techniciens chargés de la fabrication ou de l'entretien d'un matériel, le Conseil d'Administration des actionnaires actuels ou éventuels, le directeur commercial de ses vendeurs, le vendeur du client présent ou futur en France (pourquoi pas au Rwanda!) ou dans les pays les plus lointains, le nouvel employé de ses dirigeants ou de ses collègues, un groupe d'un autre groupe ou de l'opinion publique toute entière, tous ces murs peuvent être supprimés grâce au film de relations publiques".

Grâce au film, bien que trop coûteux, il est facile à un chef d'entreprise, d'amener son usine dans le bureau ou dans le salon de quelqu'un que d'amener quelqu'un dans son usine.

Etant donné l'efficacité du film, plusieurs problèmes peuvent être résolus. Parmi ceux-ci, on pourrait citer les principaux: problèmes de formation, perfectionnement et recrutement du personnel, problèmes commerciaux, financiers, sociaux

ou d'organisation, relatifs à des biens d'équipement, à des biens de consommation ou à des services, activité politique, administrative, éducative, économique, sociale, technique, problèmes concrets ou abstraits, la promotion d'un produit ou d'une idée, le film de relations publiques peut tout.

Même si les faits démontrent tous les jours que si affiche, presse et radio constituant les supports naturels de la publicité, cinéma et télévision sont les instruments parfaits, donc obligatoires sinon recommandables, des relations publiques.

#### 6) Les relations publiques en action.

Si nous voulons aborder le domaine de l'application des relations publiques, c'est-à-dire les relations publiques en action, et surtout pour conclure ce long chapitre, nous allons stigmatiser le véritable rôle de l'agent chargé d'assumer une telle charge qu'on appelle "relationniste". Que signifie réellement la profession de relationniste ?

Disons tout simplement que le poste de relationniste peut être remplacé, où il n'a pas encore été créé, par un membre de la direction du personnel pour des relations intérieures, ou de la direction commerciale, pour les relations extérieures.

En outre, le recrutement des agents appelés à exercer le métier de relationniste des questions sociales pour les relations publiques internes soit parmi les journalistes pour les relations publiques externes.

Aussi le poste de relationniste peut-être assumé par un attaché de presse ou un conseiller interne. En fait, qui dit "attaché de presse", dit relationniste. Qu'il soit dans un service public, une entreprise privée ou dans une agence de publicité, l'attaché de presse se charge normalement de l'ensemble des rapports avec les supports de l'information. Il se caractérise, bien entendu, par un accueil facile et cordial, prêt à rendre service, il doit être doué d'imagination et d'esprit associatif.

Dans le secteur de l'entreprise, l'attaché de presse ou "public relations", accueille et pilote les journalistes au cours de toutes les manifestations intéressant l'entreprise telles que : visites des usines, inauguration, conférences, déjeuners de presse et arrangements et préparation des interviews-reportages avec les chefs d'entreprises et directeurs de sociétés.

C'est pourquoi, celui-ci doit être toujours documenté et spécialement il devra, dans son service d'archives, disposer d'une documentation de fond et appropriée qui portera notamment: historique de la société, biographie des dirigeants, description du matériel et des réalisations de la société, statistiques complètes, documents généraux sur les problèmes concernant la société ( par exemple découper dans la presse les articles traitant du transport, du pétrole, des articles plastiques, etc... et les conserver dans un service d'archives pour servir de référence éventuellement).

Pour conclure et mettre un point sur les i, concernant " les relations publiques si difficiles à définir, les spécialistes les plus érudits se posent la présente question: " Où commencent, où finissent les relations publiques ? Il semble bien difficile de le dire." Moi, je répondrai que c'est une affaire de tous les jours

CHAPITRE IX.

RESSEMBLANCE ENTRE " Les PUBLIC RELATIONS " ET " LES PUBLIC AFFAIRS ".

Nous avons pu nous rendre compte dans les pages précédentes que les relations publiques s'adressent principalement au secteur de l'industrie, des syndicats, des services publics et de tous les groupements et d'organisations.

Les relations publiques ont été orientées longtemps principalement vers la communication, mais actuellement il s'avère évident que la communication est devenue plutôt un moyen de relations publiques, car il est évident que les décisions affectant la politique de l'entreprise doivent être arrêtées avant que la mise en oeuvre des communications ne commence.

Par exemple si une entreprise envisage de modifier ses prix, tous les éléments qui peuvent influencer cette décision seront mis en jeu, c'est-à-dire aussi bien le prix de revient, les aspects juridiques, le niveau de la concurrence, les réactions des commerçants et des consommateurs, sont soigneusement analysés et pesés.

Actuellement aucune entreprise n'oserait prendre une décision sans se soucier des réactions du public en général, du monde du travail et des pouvoirs publics.

Si telle entreprise se décide à modifier ses prix, elle doit faire connaître au public les mobiles de cette décision, ce qui impliquera donc le recours à la communication.

Aussi, les relations publiques entre les entreprises et les sphères gouvernementales et les administrations publiques sont devenues actuellement une nécessité car les entreprises fonctionnent avec l'accord tacite de l'opinion publique et ceux qui représentent cette opinion publique dans les sphères gouvernementales surtout les élus du peuple peuvent mettre en jeu son activité s'ils lui retirent leur confiance.

C'est pourquoi, dans ce contexte il existe des relations publiques avec les pouvoirs publics qu'on appelle, aussi bien dans les pays francophones qu'anglophones, " government relations", tandis qu'aux Etats-Unis, on les appelle " public affairs".

Evidemment, il n'y a pas en principe une différence entre ces deux principes, car tous s'adressent au même public.

En effet, les relations publiques (public relations) ont pour objectif de susciter l'attitude favorable du public à l'égard d'une entreprise ou d'un groupe et cela par un effort continu dans le temps.

Tandis que les relations avec les pouvoirs publics (public affairs) ont pour but d'obtenir des résultats encore plus rapides dans l'intérêt-même de l'entreprise ou du groupe, de susciter une attitude favorable des sphères gouvernementales à l'égard de l'entreprise ou du groupe. Ces relations s'adressent spécialement aux légiférateurs et administrateurs.

Si les relations publiques s'occupent généralement d'éclairer l'opinion des groupes sociaux, les "public affairs" quant à elles, sont concernées plus spécialement par des représentants de la communauté qui remplissent une fonction officielle.

C'est donc pour expliquer que les "public affairs" sont des relations publiques comme nous l'avons vu précédemment, mais s'adressent à un groupe restreint et déterminé de la société. C'est un ensemble de bons comportements que les entreprises doivent constamment nourrir à l'égard des autorités publiques pour le bon et meilleur aboutissement de leurs activités.

Dans les deux cas, les deux systèmes utilisent les mêmes moyens tels que la recherche, les graphiques, envoi de documentation et en faisant connaître au public les arguments qui servent à combattre pour telle ou telle autre cause dans le développement de l'entreprise.

Disons que les deux activités "public relations" et "public affairs" se rejoignent dans un effort commun lorsque les programmes d'application des relations publiques sont établis en vue d'obtenir la confiance et le soutien du public dans la poursuite d'objectifs d'ordre législatif ou d'autres objectifs de même nature.

Même si les deux systèmes se ressemblent pour plus d'une raison, certains spécialistes nous apprennent qu'une petite nuance existe en affirmant que les praticiens de ces deux systèmes se distinguent un tout petit peu. Par exemple ils nous disent que les cadres chargés des relations publiques dans les entreprises sont généralement spécialisés dans la pratique de la communication, alors que ceux qui s'occupent des "public affairs" - qu'on peut appeler chez nous conseillers techniques - ont le plus souvent une expérience juridique et une longue fréquentation des milieux politiques.

La pratique des "public affairs", ou l'établissement des rapports avec les pouvoirs publics est devenue si urgente qu'elle est en application dans les grandes sociétés américaines. C'est pour cela que certaines grandes sociétés américaines ont créé des services dits "public affairs" dans les rouages de leur administration, ou les chefs d'entreprises ont créé des comités des "public affairs", se composant de conseillers juridiques, d'attachés de presse ou de relations publiques. Cela a donné comme résultat à ce que l'on appelle actuellement aux Etats-Unis "la période actuelle de confiance entre le monde des affaires et eux " les gros bonnets" de Washington, c'est-à-dire les hommes de l'administration."

Écoutons le conseil de John W. Hill à ce sujet: "... C'est très joli de dire - comme certains le font - que les entreprises doivent se mêler de leurs seules affaires et ne comprendre aucune responsabilité sociale. Bien entendu, pour toute entreprise, il s'agit d'abord de faire des bénéfices. Tout le monde le sait. Mais une entreprise doit aussi survivre et si, en tant que personne morale, elle ne se conduit pas en bon citoyen, ce sera à ses risques et périls".

C'est la raison pour laquelle, l'entreprise devra recruter un personnel de cadre très compétent et imbu d'une large culture générale et surtout dans les domaines des relations publiques et des public affairs. Ces cadres devront en fait participer aux décisions de la politique générale de l'entreprise et auront parfois des responsabilités de direction.

La nécessité de ses cadres est fort évidente. Car plus une entreprise est grande, plus elle aura plusieurs problèmes à résoudre qui nécessitent la présence des cadres compétents dans tous les domaines. Les relations avec les actionnaires, les employés, les rapports avec les pouvoirs publics à tous les niveaux et l'action de la société sur l'ensemble de l'économie d'un pays qui s'accroît à un rythme accéléré: tout cela exige la présence de plusieurs têtes bien coordonnées.

C'est pourquoi, par exemple devant une concurrence accrue l'entreprise devra faire appel au plein concours des relations publiques pour déblayer tous les terrains qui les concerne afin que la publicité loyale, la commercialisation des produits et la promotion des ventes puissent jouer pleinement leur rôle dans leurs propres domaines.

Dans les temps contemporains l'explosion des moyens de communication accentuée le développement des moyens de transport et des télécommunications a unifié le monde en supprimant les barrières de la distance et en rapprochant les peuples trop lointains.

L'automatisation de la production actuellement va sans doute influencer la pratique des relations publiques. Tout en ne provoquant pas de chômage généralisé, elle entraînera tout de même un déséquilibre de l'emploi. Elle supprimera ou diminuera la demande de main d'œuvre non qualifiée et peu instruite. C'est pourquoi les relations publiques s'attacheront à expliquer les mobiles de tous ces changements et et l'industrie s'attachera à trouver les moyens d'empêcher la montée en flèche des prix de revient malgré les complexités de la conjoncture économique mondiale du moment qui celui des générations actuelles.

Au Rwanda, il faut noter que nos industries et entreprises naissantes de toutes sortes, connaîtront dans un proche avenir une multitude de problèmes nouveaux face au rythme accéléré de notre développement tel que la croissance démographique très galopante pour un petit territoire comme le nôtre qui souffre d'enclavement, qui élargiront le champ d'action des relations publiques.

Il est évident que pour pratiquer les relations publiques dans la perspective de nos entreprises actuelles et celles à créer dans les années à venir, la pratique des relations publiques devra adapter de nouvelles techniques et de nouvelles méthodes. C'est pourquoi l'entreprise privée visera à ce que les relations publiques l'aide à faire aujourd'hui les bénéfices qui se justifient également sur le plan humain et social et l'aidant à survivre demain et après demain.

L'industrie devra viser à gagner la compréhension et le soutien de l'opinion publique. C'est pourquoi dans les programmes d'application des relations publiques on mettra l'accent sur l'éducation et la conquête de la masse des différents consommateurs englobant des publics déterminés, tels des groupes d'âge, des citadins, des ruraux, des personnels d'entreprises, des personnages politiques, des fonctionnaires des administrations publiques. Ce sera au responsables des relations publiques d'utiliser des techniques de publicité appropriées à chaque public déterminé.

En effet, l'éthique de la profession de relationniste est très complexe au vu de toutes idées exprimées dans les pages précédentes.

Je voudrais à mon tour recommander que, plus que dans le passé, que la pratique des relations publiques à tous les niveaux devrait préoccuper nos dirigeants responsables de l'Instruction publique, c'est-à-dire le Ministère de l'Enseignement Primaire et Secondaire, le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique ainsi que le Ministère de la Fonction Publique, et il faudrait, à mon avis, en faire une discipline académique.

Même que cette discipline est complexe, elle comprendrait trois éléments fondamentaux : la politique arrêtée par l'entreprise, les mesures d'application qui en découlent, et enfin l'information qui sert à faire comprendre, à défendre cette politique et cette action.

Nous pouvons espérer que notre Université Nationale et certaines écoles secondaires et supérieures, pourront créer des options, sections voire une faculté de l'Information et des Relations Publiques. Malheureusement c'est un problème qui semble relativement difficile à résoudre car les relations publiques sont une activité qui englobe bien des domaines et qui ne se prête guère à une discipline académique déterminée. Pourtant la solution de ce problème exige un ensemble harmonieux de plusieurs disciplines.

Cependant, plus d'un affirmant que la formation en information et relations publiques viserait le niveau de licence et pourquoi pas de doctorat. Des cadres formés dans cette disciplines, on choisirait les diplomates, les administrateurs comme les préfets, sous-préfet et bourgmestres et directeurs de sociétés, des agents de management, etc...

À ce sujet, le spécialiste américain John W. Hill nous suggère ce qui suit : " Ces programmes devraient être solidement construits sur la base des "sciences du comportement", y compris la sociologie et la psychologie, et, en outre, l'économie politique, l'histoire, la gestion des entreprises et l'administration de la chose publique". Et pourquoi ne serait-il pas possible au Rwanda de créer un institut supérieur des Relations Publiques et de Gestion des Entreprises pour la formation des cadres appelés à travailler dans le secteur public ~~public~~ et privé.

Pour conclure, je dois affirmer sans crainte de me tromper, que l'application des relations publiques, est l'émanation-même de notre conception de la démocratie-responsable que le Chef de l'Etat Rwandais, Son Excellence le Général-Major HABYARIMANA Juvénal, a instauré comme berceau et pierre angulaire de son action cimentée dans trois pierres d'or : l'unité, la paix et le développement.

Qu'on le veuille ou non, dans tous systèmes politico-économiques, l'opinion publique a, et continuera d'avoir, le dernier mot, comme le Président Abraham Lincoln disait qu'avec l'opinion publique, tout peut réussir et sans opinion publique rien ne peut aboutir. J'ajoute que, plus l'opinion publique sera éclairée et bien informée, plus ses appréciations seront saines vis-à-vis de l'administration publique et du secteur privé et le développement le développement intégral de l'homme sera atteint dans l'harmonie et la sérénité.

CHAPITRE X.

L'HISTOIRE ET L'ÉVOLUTION DE L'INFORMATION DANS LES PAYS OCCIDENTAUX.

En effet, l'information est une affaire universelle.

Bien que l'Afrique soit en retard dans le domaine de l'information par rapport aux autres Continents, par contre en Occident son évolution et son développement ont connu un très grand succès.

Les spécialistes en matière d'information s'accordent tous à affirmer qu'en Occident, l'information a cessé d'être un luxe destinée à quelques catégories de personnes privilégiées et a créé le goût du mieux-être en faisant comprendre aux hommes qu'ils n'étaient pas isolés et a par là suscité un sentiment d'égalité en permettant aux riches comme aux moins nantis de voir en même temps la même image, d'avoir la même vision du monde.

La révolution technologique qui a créé une information rapide audio-visuelle a dépassé les frontières du monde des nantis.

" L'information n'est plus un objet de luxe, affirme Hervé Bourges, mais une nécessité vitale et le droit à l'information est une revendication fondamentale de tous les peuples quel que soit leur niveau de vie ".

1°- Quelques réflexions sur les notions de l'information et des moyens d'information telles que conçues en Occident.

En effet, ces réflexions se concentreront au tour des idées rassemblées et exprimées par Fernand Terrou, Professeur à l'Institut d'études politiques de l'Université de Paris, Directeur de l'Institut Français de Presse, publiées dans " Presses Universitaires de France, 108 Boulevard Saint-Germain, Paris et repris dans "Que sais-je ? Troisième édition refondue en 1966.

Écoutons bien, Fernand TERROU qui s'exprime en ces termes: "... Le terme d'information a connu une singulière fortune. Du langage courant, où il évoque à la fois l'acte de recueillir et celui de donner des renseignements, en passant par le langage judiciaire, où il désigne la procédure de recherche et de constatation d'une infraction, il s'est haussé au langage scientifique et le plus apparemment précis qui soit puisqu'il a servi à qualifier l'une des théories de la cybernétique (traitement de l'information), puis a fourni le dérivé qui la désigne (l'informatique)... Ce sens originnaire, et son dérivé, expliquent et justifient l'emploi du terme d'information pour désigner les grandes techniques de diffusion et la liberté ou les activités sociales fondamentales dont ces techniques sont ou peuvent être les instruments principaux..."

En effet, l'information et les moyens d'information prennent leurs racines dans la naissance de la liberté d'expression.

C'est pourquoi, Fernand Terrou poursuit: " À l'origine, le "besoin pressant de dire et d'avoir dit son opinion" (Hegel) se traduisait par une terminologie variée et flottante. La nécessité d'un terme général évoquant à la fois ce besoin et les moyens propres à satisfaire est apparue lorsque l'aspiration à la liberté d'expression, étouffée par les pouvoirs religieux et civils, a pris le caractère d'une idée force et que, parallèlement, les progrès techniques ont donné à l'homme, pour l'exercice de cette liberté, des moyens d'une étonnante puissance. Suivant un phénomène quasi général, le moyen l'a emporté sur le but.

" Lorsque la découverte et le développement de l'imprimerie eurent donné la diffusion des pensées et des connaissances un bouleversant essor, c'est à l'imprimerie que furent empruntés les termes définissant sous son aspect le plus général, la liberté d'expression. Cela apparaît d'abord dans le premier grand plaidoyer en faveur de la liberté d'expression lancé en 1644 par Milton et qui s'intitule : "Discours en faveur de la liberté de l'impression". La machine à imprimer elle-même, la presse GUTENBERG, servira ensuite à désigner cette liberté fondamentale. Jacourt, dans son article de l'Encyclopédie (lèse-majesté, liberté et presse), Lord Mansfield en 1784, puis en 1788 Mirabeau dans son célèbre discours sur la liberté de la presse, très libre commentaire de l'appel de Milton, enfin, la même année, Malesherbes dans son "Mémoire sur la liberté de la presse", consacreront la formule. C'est pour la liberté de la presse ainsi entendue que l'on se battra en France, tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle, jusqu'à la Loi fondamentale du 29 Juillet 1861 dite " sur la liberté de la presse " et qui réglemente sous ce titre tous les moyens de publication alors connus.

" L'extraordinaire développement de la presse imprimée, devenue à partir du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle le véhicule principal des opinions et des nouvelles, justifiera la terminologie.

" Mais, au XX<sup>e</sup> siècle, les découvertes scientifiques, les perfectionnements techniques vont donner à l'image, puis à la parole, et enfin à leur combinaison, une amplification déjà au moins égale à celle donnée à l'écriture par la machine à imprimer.

" Sans doute, englobera-t-on d'abord, dans ce terme de presse, l'usage des nouvelles techniques, dans la mesure où cet usage s'apparente à celui de la presse imprimée. On dira, on dit encore: la presse parlée ou le journal parlé et la presse filmée.

" Mais de plus en plus le terme "presse" semblera insuffisant. Le rôle de la radio et du film, plus encore peut-être celui de la télévision, pour la diffusion des idées et des éléments de connaissance, débordent le secteur du Radio-Journal, du journal télévisé ou des actualités cinématographiques. Il apparaîtra que la radio, par ses émissions de variétés ou de culture, le cinéma par ses films de divertissement, où s'expriment souvent de la façon la plus libre et la plus pénétrante, les différents modes de vie, contribuent à former l'opinion et à déterminer le comportement de l'homme dans des conditions analogues à celles de la presse imprimée, qui ne désigne pas d'ailleurs seulement les journaux politiques ou d'information générale.

" Malgré la variété de leur condition (provoquée à la fois par les particularités techniques, les différences d'origine et de développement, accentuée par les luttes engagées pour s'en rendre maître), malgré la diversité de leurs modes d'action, les grandes techniques de diffusion, la presse imprimée, la radiodiffusion, le cinéma, ont un même objet qui se présente sous un double aspect. Elles sont les organes principaux des relations sociales - relations multipliées et diversifiées sans cesse par la complexité croissante des besoins sociaux jusque et y compris la "fringale de distraction éprouvée par les hommes" (Aldous Huxley).

" Elles se caractérisent par un élément matériel commun, le coût sans cesse croissant de la production. Elles appellent ainsi la recherche d'une conciliation toujours précaire entre leur objet et les impératifs économiques ou les pressions des pouvoirs. Pour faciliter l'unité de conception qu'implique leur objet commun, pour rendre compte du phénomène social que, prises dans leur ensemble, elles constituent,

il est indispensable de les englober dans une notion commune exprimée par une commune désignation. La nécessité s'impose donc d'un nouveau terme, qui évoque non seulement la presse imprimée, mais l'ensemble des grandes techniques de diffusion et les problèmes de principe que soulèvent, sur le plan social, leur condition et leur emploi.

" On a hésité longtemps, l'on hésite encore en France pour le choix de ce terme. Dans l'embaras, on se contente parfois d'emprunter les termes de la formule américaine " media of mass communication".

" Le décret du Concile de Vatican II de 1963 " appelle moyens de communication sociale pour désigner les instruments de transmission en affirmant : ce n'est pas seulement <sup>par</sup> la presse, la radiodiffusion et le film que se répandent les idées et les nouvelles. Les conversations et les correspondances particulières exercent une action importante pour la détermination des opinions et des comportements, non seulement dans la vie privée, mais aussi dans la vie sociale... Ainsi l'information collective désigne l'action et les modalités de la diffusion dans le public, sous les formes les plus appropriées, des éléments de connaissance et de jugement ou de l'opinion.

" Les moyens d'information sont les techniques spécialement conçues et aménagées en tout ou partie pour assumer la diffusion de l'information ainsi définie. Celle-ci, certes, peut utiliser tous les instruments de transmission des signes, mots, sons et images. Elle peut revêtir les formes les plus variées de messages: les discours publics, les ouvrages dramatiques voire les chansons dont nous submerge la florissante industrie du disque, peuvent créer ou accentuer un courant d'opinion. Et une étude à part doit être consacrée au livre redevenu l'un des principaux véhicules de l'information collective..."

## 2°- L'évolution de l'Information et ses facteurs.

La naissance de l'information prend ses origines même dans l'existence de l'homme sur terre. Depuis que l'espèce humaine est sur cette planète, l'homme, de par sa conscience et son intelligence qui le distingue par rapport aux autres créatures animées, a senti le besoin de dire aux autres ce qu'il sait, ce qu'il pense et de connaître ce savent et pensent les autres.

Pour le Rwanda comme pour les autres pays, dans les temps primitifs, l'information concernait par exemple les déplacements du gibier, puis ceux de l'ennemi ou tout autre envahisseur, des travaux forcés ou des activités cérémoniales des familles telles les noces, les fiançailles, les mariages, les funérailles etc...

Pour le Rwanda ancien, quelques rudiments des mass-media existaient et existe encore de nos jours dans tel ou autre endroit du pays. Pour une information, les anciens rwandais utilisaient et utilisent encore des signalisations à vue ou signaux sur hauteur telles par exemple une feuille de banier ~~par~~ hissée sur un stick de bois pour signifier que là on vend de la bière de banane ou de sorgho, une clôture en signe d'interdiction; des instruments sonores tels que le tambour, la corne cerf étaient communément utilisés pour convoquer les gens aux réunions, aux travaux forcés, pour annoncer la guerre et rassembler les troupes guerrières.

Dans les pays occidentaux plus développés, on a connu aussi ce genre de média dans les temps primitifs, avant d'arriver aux messages écrits et à leur perfectionnement que nous connaissons à l'heure actuelle.

Dans ces pays, dès le X<sup>e</sup> siècle de notre ère, les pigeons voyageurs étaient employés dans les pays musulmans pour la transmission des messages tandis que chez les Romains l'âge du cheval a constitué une réelle messagerie de transmission des informations.

Dans l'histoire du message écrit, et plus particulièrement du journal, un grand hommage doit être rendu aux ancêtres chinois qui ont découvert, dit-on, et écrit Fernand TERROU, " bien avant Gutenberg l'imprimerie et à qui l'on doit le papier et l'encre, puis les Acta diurna des Romains, lointains parents des journaux muraux de nos jours..."

Au XIII<sup>e</sup> siècle, le développement de l'information s'accroît si bien qu'en Occident à cette époque apparaît ce qu'on appelle des "nouvelles", constituées par des feuilles manuscrites contenant des informations souvent dirigées au profit des grands de l'époque tels les riches marchands, les banquiers... Un tel développement se fit sentir en Italie sous le titre de "Avisi" et en Allemagne sous le titre de "Zeitungen".

Au XV<sup>e</sup> siècle, la découverte de l'imprimerie va donner au commerce naissant de l'information, un essor fort retentissant dans l'Europe Occidentale, mais la production des livres, longue et coûteuse, ne sera pas des plus souhaitables.

Cependant, l'évolution de l'histoire et des mentalités a favorisé la montée progressive <sup>de l'information</sup> portant notamment sur les grands événements politiques tels les menaces d'invasion, les grandes découvertes maritimes, les guerres d'Italie, et par le vaste remuement d'idées et les conflits suscités par la Renaissance et la Réforme religieuse.

Le XV<sup>e</sup> siècle, connu, en effet, la naissance des feuilles volantes imprimées portant sur les nouvelles et propagandes politiques ainsi que les faits divers. C'est ainsi que, plus précisément, l'année 1493 connaît la parution d'une prolifération des premiers périodiques imprimés.

L'industrie naissante de l'imprimerie va engendrer un grand développement de la presse renforcée par l'amélioration des transports et l'organisation du service postal qui va déboucher sur une réelle parution de la presse périodique surtout au début du XVII<sup>e</sup> siècle.

Ainsi, en 1609 naît à Strasbourg, l'une des premières gazettes hebdomadaires. De même le 30 Mai 1631, la France connaît la naissance d'un des premiers grands périodiques français, du nom de " La Gazette de Théophraste Renaudot", le seul qui a pu réussir.

Dans la première moitié du XVII<sup>e</sup> siècle, des organes périodiques sont créés un peu partout en Europe; en Angleterre ( A Current of General News en 1622), en Allemagne, Hollande, Italie et Espagne.

Dans tous les cas, on reconnaît aux maîtres de postes et aux imprimeurs, d'avoir été les grands promoteurs de la presse périodique.

La France est parmi les grands champions de la presse dans le monde. C'est ainsi qu'elle connut le 1er Janvier 1777 le premier Quotidien Français intitulé " Le Journal de Paris" qui parle de tout, sauf de politique.

Le régime politique français de l'époque n'a pas manqué d'être secoué par l'innovation ~~inaxupritis~~ les esprits apportée par la presse. C'est pourquoi la France a été depuis longtemps préoccupée par l'organisation de la presse en instituant des autorisations, des privilèges voire la censure à l'endroit de la presse par divers textes légaux tels les ordonnances, les édits, les arrêts voire des lettres, patentes, etc... qui s'appliquaient à tous les imprimés, périodiques ou non. Les imprimeurs et libraires seront soumis à une organisation comparable à celle des syndicats ou corporations.

C'est ainsi que le Règlement de 1725 portant " Code de la Librairie et de l'Imprimerie de Paris " étendu à tout le Royaume en 1744 va peser sur tous les imprimés et ceux qui les éditent. Par exemple, écrit Fernand Terrou : " Une ordonnance de 1754 punit de mort l'auteur de tout écrit tendant à émouvoir les esprits". Toutes les autorités dont les compétences se chevauchent interviennent: du Parlement au directeur de la librairie avec ses censeurs surtout en 1778 à la veille de la Révolution. On saisit ou emprisonne (Diderot passe 100 jours au donjon de Vincennes), on envoie aux galères, on pend. Le pouvoir ne se contente pas, de punir et de protéger; il organise son information..."

Mais malgré cette attitude intransigente du pouvoir ou du régime, la presse va quand même faire bon train. Ainsi à partir de 1750, le pouvoir va connaître un certain affaiblissement à cause des progrès, des lumières, des idées, les rivalités des clans vont créer une tolérance de fait. C'est ainsi que quelque peu la liberté de presse commençait à avoir la lumière notamment par le " Mémoire sur la Liberté de la Presse" de Malesherbes, directeur de la librairie.

Les périodiques, sauf les clandestins, évitent de parler de politique, mais elle transparait dans les polémiques littéraires, religieuses et surtout philosophiques. Ici, nous rendons un grand hommage en évoquant avec fierté les noms des philosophes comme Diderot, Jean-Jacques Rousseau et Voltaire qui ont été à l'avant-garde de la liberté de la presse durant les moments pré-révolutionnaires français, qui sont même arrivés à s'attaquer à certains organes de presse favorables au régime français qui était à l'époque considéré comme suranné.

On peut aisément affirmer que le courant de la philosophie politique qui s'est développé ~~enxixmxxjuzax~~ considérablement en France jusqu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle va contribuer à renforcer la liberté de la presse et lui a donné le fondement solide nécessaire pour que plus tard elle devienne une idée force.

Les Etats-Unis d'Amérique ont pris, après la France, le deuxième rang dans l'instauration de la liberté de presse également. C'est ainsi qu'aux Etats-Unis mêmes comme dans les colonies américaines, la liberté de la presse a été solennellement inscrite, comme nous l'écrit Fernand Terrou " comme un droit naturel de l'individu, dans des textes fondamentaux."

A la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, aux Etats-Unis, plus précisément à Boston, était apparu le premier organe mensuel dont on ne précise pas malheureusement le titre.

Cependant, après la révolution américaine de 1776, on insistera particulièrement sur la liberté de la presse.

A ce sujet, Fernand Terrou nous rapporte: "La liberté de la presse, énoncée l'article 12 de la Déclaration des Droits de l'Etat de Virginie de 1776, est l'un des remparts les plus puissants de la liberté et que seuls les gouvernements despotiques peuvent entraver".

Par contre, la Constitution des Etats-Unis 1787 ne mentionnait pas la liberté de la Presse; c'est pourquoi celle-ci sera la cause du premier amendement qui sera apporté à celle-ci en 1791 qui est le suivant: "Le Congrès ne fera aucune loi restreignant la liberté de parole ou de la presse".

Ensuite le feu de ce courant salvateur va embraser à tout vitesse d'autres pays européens à partir de l'Angleterre, notamment en Allemagne, en Italie, en Hollande et en Espagne.

Nous pouvons sans doute conclure qu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et au début du XIX<sup>e</sup> siècle, c'est-à-dire entre 1770 et 1814, la presse d'information a donné une impulsion nouvelle aux hommes qui ont pris conscience de leur état de frustration, et son essor gigantesque a suscité la naissance et la prolifération des mouvements révolutionnaires de part d'autres des gens qui voulaient se libérer des jougs de tous genres; entre autres la guerre d'indépendance des Etats-Unis et la guerre contre la France Révolutionnaire et impériale.

Les exemples concrets de cette performance sautent aux yeux du plus aveugle. Car, déjà la presse favorisée par les découvertes techniques ne pouvait pas manquer à sa mission noble de catalyseur des idées nouvelles. Ainsi, l'Allemand du nom de KOENIG invente la presse mécanique qui sera utilisée pour la première fois en Angleterre le 28 novembre 1814 dans l'Imprimerie du TIMES. L'année 1803 connut la naissance de la première machine servant à fabriquer le papier. Ainsi au début du XIX<sup>e</sup> siècle la presse anglaise va ~~marqu~~acquérir un réel développement supérieur par rapport à celui connu jusqu'alors dans les autres pays européens.

#### De 1815 à 1914. : ~~ESSOR ET APOGÉE DE LA~~

Cette période, à l'avis de véritables connaisseurs, constituera pour la presse un temps d'essor et son apogée.

Il est évident qu'au cours de cette période, la presse va connaître, une transformation spectaculaire suite aux découvertes techniques dont l'accroissement ira de l'avant sans cesse. En effet, les nouvelles techniques d'impression vont aussi absolument favoriser des tirages rapides abondants et offriront aux clients une amélioration constante de la présentation.

Evoquons quelques exemples concrets. En 1867, Hippolyte Maroni invente la presse à 4 cylindres, c'est-à-dire une machine rotative, dont le premier type permettra d'imprimer 25 fois plus vite que les machines antérieurement utilisées, nous rapporte également Fernand Terrou.

A partir de 1886, à Baltimore, Mergenthaler, invente la linotype qui, assurera pour la composition un rendement sans commune mesure avec celui des opérations à la main antérieures, nous écrit encore Fernand Terrou. On commence à fabriquer le papier de la pâte de bois, ce qui procurera du papier moins cher.

En 1824, NIEPCE invente la photographie et ouvre ainsi la voie à la photogravure, à la similligravure, donne ainsi naissance à la presse illustrée et aux journaux de divertissements.

Après suivra l'invention du télégraphe, puis des différents types de télécommunications qui vont contribuer si efficacement au développement de la presse, par la transmission des nouvelles dans des conditions de rapidité et de sécurité autrefois inconnues.

Entre 1830 et 1870, c'est la naissance des grandes agences d'information mondiales telles que : HAVAS en France, REUTERS en Angleterre, WOLF en Allemagne, ASSOCIATED PRESS aux Etats-Unis.

A côté du réseau télégraphique qui va connaître un développement continu pour aboutir à l'usage du téléphone et qui facilitera ainsi la transmission rapide de l'information, d'un autre côté l'amélioration des routes après 1830, l'utilisation du chemin de fer dès 1840; leur développement en France et en Angleterre, pays pionniers, entre 1840 et 1880, vont donner à la presse de ces pays les moyens d'une rapide distribution.

Cette situation heureuse sera favorable à la création de nouvelles entreprises de messagerie de presse. Aussi, la soif de lecture s'accroîtra et le nombre de lecteurs va augmenter dans cesse. Plusieurs facteurs s'y ajoutent: accroissement des villes et de la population en général, les progrès croissant dans la sensibilisation et dans la vulgarisation de l'enseignement primaire - qui sera obligatoire en France comme en Angleterre - d'abord, puis dans d'autres pays européens.

" Pour terminer, l'avènement de la démocratie politique, l'extension jusqu'au suffrage universel du nombre des électeurs provoquent un intérêt croissant, pour la presse imprimée, de l'ensemble des citoyens qui constituent désormais l'opinion publique... Enfin, le développement économique et les transformations sociales contribuent à l'extension de la presse, à la diversité croissante de ses formes et de ses fonctions. Démocratie politique d'une part, économie capitaliste de l'autre, devaient, en même temps qu'elles transformaient la société, assurer le développement de la presse", conclut Fernand Terrou.

Aussi grâce à l'industrialisation survenue dans les pays occidentaux, la publication du journal va tendre de plus en plus à revêtir un caractère d'une vraie activité industrielle et de commerce.

C'est pourquoi, certains pays d'Europe comme la France, l'Angleterre, les Etats-Unis, l'Allemagne, la Suisse, la Belgique qui avaient instauré chez eux la liberté de publication et la liberté d'entreprise seront les tous premiers à préciser et à déterminer le statut de la presse. C'est ainsi que la presse va jouer un grand rôle voire primordial dans les luttes politiques des années de 1814 à 1881.

Le statut de la presse ou le statut de l'information a été mis en place sans difficulté dans ces pays de la première heure. Si bien que presque toutes les Constitutions ou Loi Fondamentale du XIX<sup>e</sup> siècle font une large place à la liberté de la presse notamment celle du Brésil en 1824, de Belgique en 1831, d'Espagne en 1845, de Sardaigne, de Suisse et d'Autriche en 1867.

#### De 1914 à nos jours.

La liberté de la presse n'a fait qu'élargir son plan d'action sur le développement de tous les peuples du monde, tant développé que celui en voie de développement. La presse écrite, la radio, le cinéma et la télévision connaissent un développement gigantesque, quantitatif suite à l'évolution de plusieurs structures tant économique que socio-culturelles et politiques. Des agences de presses, des messageries, des imprimeries se sont multipliées rapidement pour offrir à l'information le rôle qui lui revient de catalyseur du progrès des peuples et des nations.

Voulant préciser, les fonctions et les doctrines de l'information dans le monde contemporain, Fernand Terrou, affirme: " les fonctions de l'information sont les emplois sociaux des moyens d'information, tandis que les doctrines sont, les conceptions sur la liberté et le rôle de l'information". Les fonctions sont diverses, ajoute Fernand Terrou, car elles englobent le côté politique, social, culturel, économique et commercial. A ces fonctions diverses et nombreuses, s'ajoute celui de divertissement et de l'éducation qui a pris une importance fort considérable avec notamment le développement des moyens audio-visuels. Car en effet, la radio-télévision a connu un développement fort spectaculaire de 1956 à nos jours où le nombre de des postes récepteurs de radio et de télévisions est passé à des chiffres vraiment inouïs dans la plupart des pays du monde à l'exception du nôtre qui n' a pas encore installé une station de télévision chez lui.

Des agences mondiales chargées de recueillir et de distribuer les nouvelles à travers toute la planète ont renforcé voire accentué leurs performances techniques en quantité et en qualité. Citons les agences mondiales qui sont les P.D. de la distribution des informations à travers le monde. Il s'agit de: Associated Press des Etats-Unis, United Press International des Etats-Unis également, Reuter de la Grande Bretagne, Agence France Presse ( héritière de l'agence HAVAS,) ~~et~~ DPA (Deutsch Press Agentur) de la République Fédérale d'Allemagne et Agence TASS ( Telegraphische Agentstvo Sovetskavo Soyuzu) de l'Union des Républiques Socialistes Soviétiques (URSS).

Dans le même ordre d'idées, plusieurs pays dont le nôtre le Rwanda, se sont dotés d'agences nationales bien structurées, au service de la promotion de l'information à distribuer aux organes de presse internes.

Parallèlement à la télévision, le cinéma a connu également dans la plupart des pays, un pas vraiment gigantesque. Bien que le cinéma soit une entreprise de spectacle, une industrie génératrice de importants revenus, il constitue avant tout un moyen d'information par excellence. Moyen d'information, il ne l'est pas seulement par le journal filmé - ce qui serait peu de choses - ou les films dits documentaires, mais aussi par la partie principale de la production qui se veut de divertissement ou d'art . Les américains, constatait Lord Newton, emploient le cinéma pour faire

une publicité gigantesque sur leur pays, sur eux-mêmes, sur leurs idées, sur leurs produits ", écrit Fernand Terrou.

Parlant du statut de la publication ou de son contenu et le droit d'auteur, Fernand Terrou nous prévient sur le contenu de la publication et les procédés imaginés pour assurer le respect de ses limites nous affirme : " Il n'est logiquement permis: Aucune société, si imprégnée qu'elle soit de libéralisme, ne peut tolérer la divulgation de faits ou l'expression publique d'opinions portant atteinte à des valeurs fondamentales ou lésant ses membres sans nécessité d'intérêt général.

" Il existe, poursuit-il, deux systèmes. Le premier dit répressif, comporte la détermination précise des cas de responsabilités et l'attribution à des juridictions indépendantes du pouvoir de prononcer à posteriori des réparations ou des sanctions. Le second dit préventif ou administratif, comporte un contrôle plus ou moins discrétionnaire et en général préalable du contenu de la publication par le pouvoir politique. Mais aucun de ces deux systèmes n'est appliqué de façon absolue, conclut Fernand Terrou.

#### CONCLUSION.

- Les moyens d'information et surtout les moyens audio-visuels favorisent le progrès intellectuel, moral, socio-économique de l'humanité.
  - Tout le monde doit lutter pour la valorisation et la revalorisation des moyens d'information dans le monde contemporain et celui de demain.
  - Il est recommandable d'instaurer une loi sur la presse et le statut du personnel de l'Information au Rwanda.
  - L'information devrait jouir d'un statut juridique international conformément à l'article 19 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme du 10 Décembre 1948 de l'Organisation des Nations Unies.
  - L'importance de l'information dans l'épanouissement des individus sur le plan culturel, technique, commercial et industriel et dans la promotion de la coopération internationale.
  - Il faut toujours encourager le développement des télécommunications et des autres moyens de communication pour permettre à l'information de jouer son rôle international de rapprochement des peuples et ainsi vaincre les barrières de l'isolement.
  - Le statut de l'information devrait revêtir un caractère international.
  - Il faut soutenir la publicité qui permet à plus de 50 % aux journaux de vivre et contribue à sans cesse à leur nette amélioration par l'adoption de nouveaux formats et des illustrations alléchantes. Car la publicité est l'incitation à l'acte élémentaire d'achat.
- Je cite à ce sujet Fernand Terrou qui affirme: " La publicité a montré l'efficacité de la conjonction des techniques mécaniques de diffusion et des techniques psychologiques ou psychanalytiques de persuasion; elle a fourni à la société industrielle ou technicienne ses structures psychologiques et ses images motrices".
- L'information de l'Etat devra viser l'éducation, la planification économique, la promotion sociale et politique et l'action diplomatique.
- Là où est la télévision est déjà installée, elle donne désormais aux dirigeants politiques qui peuvent et savent la manier, une influence prépondérante sur l'opinion publique dans leurs relations avec la masse de leurs peuples.

- Il faudrait dissiper la préoccupation de certains dirigeants, de s'intéresser plus particulièrement au contrôle des sources de l'information ou de l'information elle-même sans se soucier des fonctions sociales que celles-ci sont appelées à jouer pour le mieux-être social, moral, économique et politique pour l'intérêt majeur de leurs citoyens.

Avec Fernand Ferrou, avec lequel j'ai presque commencé ma recherche, qu'il me <sup>soit</sup> permis de terminer par ses phrases reprises dans "Que Sais-Je ?", édition 1968 et qu'il a tirée lui-même de " Jacques DOMUENIEU de VABRES, in Les Valeurs Philosophiques et le Droit Moderne, 1948 ".

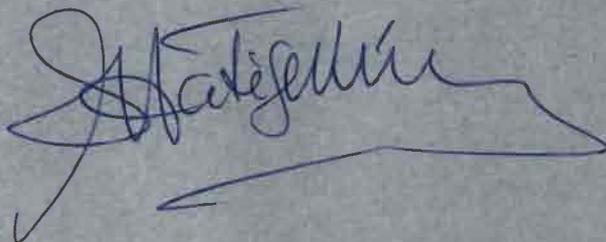
" Ainsi les moyens d'information pourront-ils contribuer à l'établissement de la vraie démocratie, celle qui " entend, grâce à un cadre politique de libre discussion et à des formules souples d'organisation collective, garantir à la fois l'équilibre mobile des forces sociales et le plein emploi de toutes les valeurs humaines", celle qui a pour " objectif immédiat... moins la liberté qui transcende toutes les formules politiques que la paix sans laquelle aucune ne peut réussir et qui donne à chaque liberté individuelle son infrastructure nécessaire".

FIN.

Kigali, le 28 Février 1990

HATEGEKIMANA Sigisbert

ancien journaliste de la presse écrite  
et agent privé de publicité.



BIOGRAPHIE CONSULTÉE.

- Recueil des cours de stage, Session 1968-1969 de l'Institut Belge d'Information et de Documentation (INBEL)- Bruxelles/Belgique
- Livre " Information " Que Sais-Je ? " n° 1000, édition 1968, Paris par Fernand Terrou
- Livre " Les Relations Publiques " n° 966, édition 1967, Paris, par Jean Chamely et Denis Huisman.
- Livre " L'Opinion Publique " Que Sais-Je ?
- Livre " Précis de Journalisme", édition 1966, par Philippe Gaillard
- Memento Rwandais ( Guide Commercial et Industriel du Rwanda), édition 1988/1989
- Brochure "Discours-Programme du Président de la République" en date du 15.01.1990
- Livre " Guide de l'Investisseur " édition 1988 par le Ministère Rwandais des Finances et de l'Economie.
- Recueil " Rapport sur le Colloque des Journalistes Africain tenu à Lomé-Togo du 5-II Mars 1972, par l'Institut de la Solidarité International de la FONDATION KONRAD ADENAUER ( Institut für Internationale Solidarität der Konrad Adenauer Stiftung).
- TOGO PRESSE, Quotidien Togolais du 5-13 Mars 1972
- Notes personnelles de stage sur les techniques de communication sociales, INBEL, Bruxelles/Belgique, Session 1968-1969.

-o-o-o-o-o-o-o-o-o-o-o-o-o-o-o-