



**STRATEGIE MEDIATIQUE  
DE L'ORGANSATION DE LA  
COOPERATION ISLAMIQUE**

**11<sup>ème</sup> CONFERENCE ISLAMIQUE DES  
MIINSTRES DE L'INFORMATION**

**(sessions des nouveaux médias face au terrorisme et à l'islamophobie)**

**DJEDDAH – ROYAUME D'ARABIE SAOUDITE**

**21 décembre 2016**

# STRATEGIE MEDIATIQUE DE L'ORGANISATION DE LA COOPERATION ISLAMIQUE

## Préambule :

Il est grand temps et fort urgent que l'Organisation de la Coopération Islamique (OCI) se dote d'une stratégie médiatique globale et moderne, qui soit orientée vers le monde islamique et l'Occident, et qui englobe des programmes d'exécution claires et des campagnes énergiques destinés à relater une image authentique, équitable et objective de l'Islam, et à exposer les causes et les questions liées aux musulmans.

Le Programme d'action OCI-2025, adopté par la 13<sup>ème</sup> Conférence islamique au Sommet, tenue à Istanbul, en République de Turquie, les 14-15 avril 2016, est venu confirmer l'efficacité des moyens d'information audiovisuels et des réseaux sociaux dans la diffusion de l'information et dans le façonnement de l'opinion publique. De même qu'elle a souligné que de bonnes causes n'ont pas trouvé de sympathisants faute de soutien médiatique fort. À cet égard, le Programme d'action décennal a indiqué que le Secrétariat général de l'Organisation de la Coopération Islamique avait entrepris en coopération avec les institutions concernées à la mise en place d'une stratégie médiatique détaillée pour une communication efficace avec le public et une exploitation optimale des médias pour promouvoir les buts et objectifs de l'Organisation. Par conséquent, ledit Programme a appelé les États membres à investir dans le développement des infrastructures de l'information dans leurs pays et dans la revitalisation des institutions médiatiques de l'OCI pour promouvoir la solidarité et l'unité, et favoriser l'action islamique commune dans tous les domaines.

Partant de ce credo, la stratégie médiatique, dont la conception a été assurée par le Département de l'information en coordination avec les différents départements du Secrétariat général et les divers organes de l'OCI, se veut en parfaite harmonie avec la politique globale de l'Organisation, et dépend de sa mise en œuvre des partenariats conclus par l'Organisation avec les médias locaux dans les États membres, ainsi qu'avec les divers moyens d'information régionaux et internationaux, en plus des programmes conçus au sein du Secrétariat et des projets mis en œuvre par les institutions concernées relevant de l'OCI.

Aussi, cette stratégie médiatique aidera-t-elle à transmettre efficacement les messages du monde islamique, de manière cohérente, au public cible, ce qui empêcherait toute réaction ponctuelle face aux développements des situations.

## **Premièrement : Termes de référence**

Cette stratégie médiatique se fonde sur les documents et les références suivants :

1. Charte de l'Organisation de la Coopération Islamique ;
2. Programme d'action OCI-2025 ;
3. Communiqué final de la 13<sup>ème</sup> Conférence islamique au Sommet (Istanbul, 14-15 avril 2016) ;
4. Accords institutionnels conclus par l'Organisation de la Coopération Islamique avec les instances et organismes internationaux et régionaux ;
5. Accords de partenariat médiatique conclus par le Département de l'information avec les institutions médiatiques.

## **Deuxièmement : Objectifs généraux**

L'Organisation de la Coopération Islamique vise à travers la mise en œuvre des dispositions de cette stratégie médiatique à atteindre les objectifs suivants :

1. Relever le niveau de visibilité de la cause palestinienne et de légitimité de recouvrement des droits du peuple palestinien, et dénoncer les violations des forces d'occupation israéliennes, dans l'ensemble des médias, y compris les réseaux sociaux, et à travers le lancement de campagnes thématiques sur la Palestine et Al-Qods Al-Charif, aux plans local et régional, et à l'échelle du monde islamique et de l'Occident.
2. Faire connaître les causes de la Oummah islamique dans tous les domaines.
3. Conforter la présence médiatique de l'Organisation, sa crédibilité et sa transparence, fournir l'information au grand public, et propager les valeurs et objectifs communs.
4. L'OCI œuvre en partenariat avec ses institutions compétentes à booster le développement dans les États membres et à les soutenir afin de leur permettre d'atteindre leurs objectifs nationaux.
5. Relater au monde l'image authentique des préceptes sublimes de la religion islamique.
6. Sensibiliser davantage le monde islamique et multiplier les campagnes pour consacrer la modération dans les programmes d'enseignement et dans la vie publique.

7. Contrer les campagnes hostiles à l'islam et aux musulmans, qui sont mises en évidence par les divers médias internationaux occidentaux, et qui tendent à répandre l'islamophobie, dans le dessein d'entacher la véritable image de l'Islam.
8. Encourager la conclusion d'accords entre l'OCI et les États membres, et entre les États membres afin de tirer parti des expériences partagées dans le secteur de l'information.
9. Renforcer la communication médiatique entre l'Organisation et les moyens d'information dans les États membres, y compris la signature d'accords avec les agences de presse, les chaînes de télévision et les institutions médiatiques et de recherche.
10. Sensibiliser les États membres au bien commun que constituent les projets et programmes de l'OCI afin d'obtenir le plus de soutien possible.
11. Instaurer une coopération entre le Secrétariat général de l'OCI, ses organes subsidiaires et ses institutions spécialisées et affiliées, afin de coordonner et d'unifier les efforts pour transmettre des messages normalisés au service des causes de l'Organisation.
12. Maintenir une certaine présence de l'Organisation et en renforcer le rôle dans les affaires régionales et internationales.
13. Œuvrer à promouvoir les échanges commerciaux et touristiques entre les États membres, et à attirer les investissements étrangers dans les États membres.
14. Encourager l'investissement dans les ressources humaines exerçant dans le secteur de l'information au sein des États membres, en vue de perfectionner leurs compétences et d'en améliorer le rendement professionnel.
15. Promouvoir l'action islamique commune dans le domaine des médias.
16. Offrir aux organisations de la société civile, aux jeunes et aux femmes, ainsi qu'aux représentants des communautés musulmanes dans les pays non membres de l'OCI l'opportunité d'échanger les expertises et les expériences sur les problèmes et questions qui les concernent, et sur les moyens de garantir la vie en commun et en sécurité au sein de leurs sociétés et dans leurs pays.
17. Coopérer avec les universités et centres de recherche dans les États membres pour tirer profit de leurs expériences et de leurs recherches sur les questions qui préoccupent le monde islamique.

### **Troisièmement : Public cible**

Cette stratégie médiatique vise deux types de publics :

1. Le public des États membres : Il est question de l'informer davantage sur l'OCI, ses objectifs, ses programmes et ses projets afin de consacrer la solidarité islamique entre les États membres et leurs populations.
2. Le public de l'Occident et des autres pays non-membres de l'OCI : la stratégie œuvrera à rectifier l'image biaisée qu'il a de l'islam et de ses symboles, et à lui faire connaître l'Organisation et ses projets et programmes qui visent à assurer la coexistence pacifique et la compréhension entre les peuples et les religions.

### **Quatrièmement : Principaux partenaires**

1. Le Département de l'information du Secrétariat de l'Organisation de la Coopération Islamique, en tant que partie initiatrice du projet de stratégie médiatique, et responsable du suivi de la mise en œuvre de ses dispositions, en coordination avec tous les partenaires.
2. Le Secrétariat général (Le département des affaires de la Palestine et d'Al-Qods Al-Charif, le département des affaires politiques, le département des affaires économiques, le département des Sciences et de la technologie, le département des affaires humanitaires, le département des affaires culturelles, sociales et de la famille, le centre pour le dialogue, la paix et la compréhension).
3. Les organismes et les commissions d'information de l'Organisation (Agence de presse islamique internationale ; Union des radios islamiques ; Chaîne satellitaire de l'OCI ; Conférence islamique des ministres de l'Information ; Comité permanent pour l'information et les affaires culturelles (COMIAC) ; Forum des autorités de régulation de l'audiovisuel des Etats membres de l'OCI ; et Forum médiatique de l'OCI).
4. Les organes concernés par la mise en œuvre des programmes et projets médiatiques, en coordination avec le Secrétariat général (Banque Islamique de Développement ; Organisation islamique pour l'éducation, les sciences et la culture ; Centre de recherches statistiques, économiques et sociales et de Formation pour les pays islamiques ; Centre de recherche pour l'Histoire, l'Art et la Culture islamique ; Centre Islamique pour le Développement du Commerce ; Académie internationale du Fiqh islamique et Fonds de solidarité islamique).
5. Les ministères de l'information et de la communication, et les établissements d'information nationaux dans les États membres.

### **Cinquièmement : Projets à mettre en œuvre**

1. Appuyer le parachèvement de la restructuration de l'Agence de presse islamique internationale et de l'Union des radios islamiques, et soutenir le Comité permanent de l'OCI pour l'information et des affaires culturelles (COMIAC) et son bureau de coordination à Dakar.
2. Assurer le suivi de la mise en œuvre des résolutions et projets adoptés lors du Sommet islamique, du Conseil des ministres des Affaires étrangères, de la Conférence des ministres de l'Information, de la réunion du COMIAC et du Forum médiatique consacré à l'Afrique).
3. Célébrer l'anniversaire de l'Organisation de la Coopération Islamique (25 septembre) à travers l'organisation de conférences de presse, de tables rondes interactives, de forums et d'activités culturelles, afin de renforcer le message et la vision de l'Organisation ; ces événements devant se tenir dans l'un des bureaux de l'OCI à l'étranger.
4. Instituer des prix et des récompenses pour les médias qui se distinguent dans la mise en évidence de la présence médiatique de l'OCI et de ses programmes et projets, à l'échelle nationale, régionale et internationale.
5. Œuvrer au lancement de projets et d'initiatives non conventionnelles et en dehors du fonds destinés à polariser les jeunes.
6. Œuvrer à la mise en place d'un réseau d'intellectuels, afin de les soutenir et de les amener à rédiger et à publier des articles sur l'Organisation dans les grands médias occidentaux.
7. Prendre connaissance des stratégies médiatiques des partisans de l'islamophobie dans l'Occident ou de celles adoptées par les terroristes, ainsi que de leurs discours, méthodes, outils et moyens, afin de déterminer des stratégies médiatiques de riposte appropriées.
8. Organiser le festival annuel des films cinématographiques des États membres.
9. Multiplier la production de documentaires sur l'OCI.
10. Développer le magazine de l'Organisation et créer un site web interactif de l'OCI sur le réseau Internet.
11. Préparer un plan de formation pour les agents du Secrétariat général et les spécialistes de l'information au sein des organes de l'Organisation.

12. Produire une série d'ouvrages et de publications spécialisés.
13. Créer un mécanisme pour le lancement de campagnes médiatiques via les moyens d'information conventionnels et sur les réseaux sociaux et l'Internet.
14. Parachever la création de la chaîne satellitaire de l'Organisation de la Coopération Islamique, afin d'en faire une passerelle de rapprochement entre les Etats membres et les communautés musulmanes dans les domaines économique, touristique, culturel, social, scientifique et technologique.
15. Tenir des forums et des conférences avec la participation des établissements d'information et des organisations non-gouvernementales sur le phénomène de l'islamophobie et les moyens d'y faire face dans une perspective de défense des droits de l'homme.
16. Préparer des reportages annuels spécialisés sur l'importance de la lutte contre l'islamophobie, en collaboration avec les médias.
17. Préparer des documentaires, des films et des séries d'animation sur les valeurs et l'éthique islamique, en partenariat avec de prestigieuses institutions de presse.
18. Renforcer la coopération médiatique avec les grandes agences de presse internationales.
19. Organiser des réunions et des ateliers de travail pour développer une terminologie commune et convenue, et adopter un langage unifié dans le traitement de certaines questions, telles que l'islamophobie, le terrorisme, Daech, le discours de la haine, les droits de l'homme, la liberté d'expression et la liberté de presse, etc.
20. Coordonner avec les médias relevant de l'Organisation, tels que le Forum des autorités de régulation de l'audiovisuel des Etats membres de l'OCI (IBRAF), pour servir d'observatoire de l'Organisation dans le domaine des médias audiovisuels.

#### **Sixièmement : Mécanisme de mise en œuvre**

1. Œuvrer à l'organisation d'interviews journalistiques et à l'intensification de la présence sur les réseaux sociaux, outre l'accueil de séminaires et d'ateliers, et l'interaction avec les médias à travers un bulletin d'information périodique.
2. Organiser des forums et des ateliers médiatiques au sein des États membres de l'Organisation.
3. Former les agents exerçant dans le domaine de l'information au sein de l'Organisation de coopération islamique et de ses différents organes.

4. Œuvrer à l'organisation de visites de travail à l'intention des journalistes occidentaux au siège du Secrétariat général de l'OCI pour leur faire connaître l'Organisation, ses objectifs, ses activités, ses réalisations et ses projets futurs, afin de les amener à rédiger des articles à leur sujet dans les médias occidentaux.
5. Engager les préparatifs pour la tenue de forums d'information dans certaines régions du monde islamique, suite au succès remporté par la première expérience, à savoir le Forum médiatique consacré au Continent africain, qui a été accueilli par le Royaume du Maroc, dans la ville de Marrakech, du 17 au 19 décembre 2015.
6. Conclure des accords entre l'OCI et les Etats membres pour l'organisation de programmes de formation et de visites réciproques au profit des journalistes.
7. Elargir la base de données pour englober tous les partenaires de la stratégie médiatique et partant atteindre le plus grand nombre de personnes possible.
8. Préparer des dossiers d'information sur certaines questions et les diffuser pour les médias dans les pays membres et en Occident, tout en mettant en évidence les positions de l'Organisation à leur sujet.
9. Coopérer avec les médias dans les Etats membres et en Occident pour l'organisation d'interviews avec les hauts fonctionnaires de l'Organisation de la Coopération Islamique, ainsi qu'avec des personnalités influentes et réputées dans le domaine de l'art et du sport, sur des questions spécifiques, tout en œuvrant à passer les messages de l'Organisation à travers elles.
10. Conclure davantage d'accords entre le Secrétariat général, représenté par le Département de l'information, et les agences de presse internationales et les agences de relations publiques.

## **VII) Mécanisme de coordination avec les organes de l'OCI et les Etats membres :**

1. La stratégie médiatique de l'Organisation de la Coopération Islamique s'appuie sur un mécanisme de coordination entre l'Organisation et ses organes, tendant à instaurer un processus d'action unifié, qui soit déterminé en consultation et en coordination avec les institutions de l'OCI, afin que les messages médiatiques liés au Secrétariat général de l'Organisation et à ses divers organes soient diffusés de manière unifiés et en parfaite symbiose avec la politique générale de l'OCI. Parmi ces mécanismes :
2. Les ministères de l'information ou les organes équivalents dans les États membres devraient désigner un agent de liaison chargé de la coordination



médiatique afin qu'il œuvre de concert avec l'équipe médiatique du Secrétariat général de l'Organisation à la diffusion des informations liées à l'Organisation, à ses activités et à ses programmes dans les États membres.

3. Offrir aux agents de liaison chargés de la coordination médiatique au niveau des ministères de l'information la possibilité d'intervenir sur un sujet particulier intéressant l'Organisation, à l'instar de la question de la Palestine, de l'islamophobie, du dialogue culturel, des minorités musulmanes, des questions liées à la femme, à l'enfant et à leurs droits, avec les partenaires et les parties prenantes, afin d'échanger les vues, et ce en marge des réunions préparatoires des conférences sectorielles.

### **VIII) Cadre temporel :**

Cette stratégie médiatique entrera en vigueur après approbation par la Conférence islamique des ministres de l'Information et le Conseil des ministres des Affaires étrangères, et s'étendra jusqu'en 2025. Elle pourra être mise à jour et révisée à la demande de la Conférence islamique des ministres de l'information.