

Au Canada, comme dans la plupart des pays industrialisés, les ONG ont eu de la difficulté à maintenir et à plus forte raison à accroître l'appui du public pour la coopération internationale. Après la guerre froide, le débat sur l'unité nationale et la fragmentation générale des domaines d'intérêt public, les questions mondiales ne revêtent plus l'importance première qu'elles pouvaient avoir parmi la population.

Un récent groupe de travail d'ONG, composé de spécialistes du marketing social et des médias ainsi que de l'éducation au développement, a conclu que les ONG devaient remplacer leur modèle d'interaction avec le public basé sur la « conversion » par un modèle d'« engagement »⁹. Cette recommandation revêt beaucoup d'importance en ce qui concerne la façon dont les ONG envisagent leurs communications avec le public puisqu'elle suppose un dialogue « dans les deux sens » au sujet des préoccupations publiques. Les citoyens, se sentant de plus en plus aliénés par un processus d'élaboration des politiques d'intérêt public dominé par les « experts », « veulent échanger des idées, faire eux-mêmes des liens et tirer leurs propres conclusions. Ils veulent contribuer à l'examen des questions qui influent sur leur vie et aider à effectuer les compromis nécessaires pour aboutir à des décisions »¹⁰.

Les ONG s'interrogent non seulement sur la manière d'appliquer des approches basées sur « l'engagement public » mais aussi sur la façon de les lier à leurs nouveaux dialogues sur les politiques et à leurs programmes de défense d'une cause. Comme des recherches récentes révèlent que le public veut faire appel à « son instinct pour l'établissement de liens »¹¹, l'élaboration d'un programme d'action exhaustif constitue un bon point de départ.

⁹ Voir *La citoyenneté mondiale : une nouvelle perspective*, CCCI, août 1996. Dans son rapport, le groupe de travail a également laissé entendre que le milieu des ONG devait travailler plus efficacement comme « secteur » pour faire appuyer le DHD, que la notion de « citoyenneté mondiale » pouvait être utilisée comme principe d'organisation des relations entre les ONG et le public, que ces dernières devaient s'employer de plus en plus à jeter des ponts pour intégrer les relations entre le public canadien, les partenaires du Sud et les ONG et qu'elles devaient aussi adopter rapidement une culture qui attache de la valeur à la diversité.

¹⁰ Voir « Public Engagement + Meaningful Chaos », qui est une source de documents disponibles au site du groupe de nouvelles « ccic.policy.issues » sur Web.Net.

¹¹ Voir The Harwood Group, *Meaningful Chaos*.