

C3. Collaboration stratégique : à quel moment, pour quelle raison et de quelle manière peut-elle être facteur de changement ?

La collaboration stratégique consiste à apprendre à connaître les organisations et les personnes avant d'avoir besoin de leurs services, la manière dont les autres travaillent ensemble et planifient leur collaboration ainsi que la façon dont celle-ci se déroulera. Les médias disposent d'un large éventail de moyens pour travailler avec d'autres parties prenantes sur la question de la redevabilité budgétaire dans le domaine de la santé en vue de réaliser la CSU.

- **Quand** : inventoriez les actions actuellement menées par les OSC, les ONG nationales et internationales, les parlementaires ainsi que par d'autres organisations ou particuliers sur Internet et dans les médias ; définissez les acteurs clés et les personnes à qui vous devez vous adresser.
- **Pourquoi** : la collaboration peut être un moyen pour les médias de se renseigner et de vérifier des informations, mais aussi de trouver des conseillers spécialisés, des contributeurs et un public pertinents et fiables pour l'élaboration et la production de programmes. Elle peut également faciliter la planification d'activités conjointes, telles que l'enregistrement de témoignages au sein de la communauté.
- **Comment** : la collaboration entre les médias et des acteurs extérieurs aux médias peut garantir une approche plus globale de la redevabilité budgétaire dans le domaine de la santé, étant donné que chaque secteur apprendra à comprendre la manière dont les activités de l'autre peuvent favoriser le changement. En outre, le fait de coopérer permet de garantir la cohérence et la confiance dans l'exactitude des informations, d'éviter toute confusion et de normaliser de nouvelles pratiques, tant pour les médias et les acteurs extérieurs aux médias, que pour le public.