

## Search for Common Ground - Côte d'Ivoire Points Clés Cartographie des Médias, Octobre 2008

Search for Common Ground (SFCG) est une Organisation Non Gouvernementale (ONG) internationale implantée dans 17 pays qui a pour mission de transformer la manière de gérer les conflits, et passer de la confrontation vers la coopération.

En Côte d'Ivoire depuis 2005, SFCG base l'essentiel de son travail sur la production d'émissions radiophoniques depuis son studio de production "Talking Drum Studio" et travaille avec 22 stations de radio locales, y compris ONUCI FM, la station de radio des Nations Unies, qui offre une couverture nationale.

Le DSRP doit être mis en œuvre et observé grâce à la participation de la société civile et des citoyens dans une perspective de bonne gouvernance.

Source:  
[http://  
povlibraryworldbank.org/  
files/CIV\\_IPRSP\\_French.pdf](http://povlibraryworldbank.org/files/CIV_IPRSP_French.pdf)

SFCG contribue à la consolidation d'un processus de paix durable en Côte d'Ivoire en facilitant le dialogue entre le gouvernement, les citoyens, et la société. Dans un contexte de sortie de crise, il est essentiel d'avoir une information de qualité en circulation pour encourager la participation citoyenne et améliorer la communication sur les réformes politiques en cours.

### CADRE D'EVALUATION

Avec l'appui financier du Gouvernement finlandais, SFCG a réalisé une cartographie du secteur des médias en Côte d'Ivoire, qui analyse l'information produite et distribuée sur le Document de la Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP). L'objectif étant de mieux comprendre comment la société civile, la population et le gouvernement communiquent sur les politiques essentielles à la création et au maintien d'une société pacifique et équitable et au sujet du DSRP.

Les questions principales de cette étude sont les suivantes :

1. Quel type d'information est distribué sur les politiques essentielles à la création et au maintien d'une société pacifique et équitable et sur le DSRP en particulier ?
2. Que consomment les ivoiriens ?
3. Quel type d'information est disponible ?
4. Qui a accès à quel type d'information ?
5. Comment les Ivoiriens ont-ils accès à l'information et quel usage en font-ils ?

La recherche porte sur tous les médias: radio, presse écrite et la télévision. Une méthode de recherche qualitative a été utilisée pour comprendre la façon dont les citoyens reçoivent de l'information sur les initiatives gouvernementales, et ce qu'ils savent au sujet du DSRP.

Dans l'ensemble, cette étude a constaté qu'il existe peu d'information et de débat public sur le DSRP, et que les médias ne sont pas

« Nous n'avons jamais entendus parler de cette stratégie de réduction de la pauvreté, lors de sa signature peut-être. Mais il n'y en a jamais été question par après. ».

Entretien le 16 juin -  
membres du GEPCI.



considérés comme un partenaire ou une plate-forme de dialogue pour les réformes gouvernementales.

## POINT CLES

### 1. Quelles sont les informations disponibles et diffusées sur les grandes réformes de la politique et principalement le DSRP?

#### Méthodologie

L'étude a été réalisée en juin 2008 sur base d'une méthode de recherche qualitative, qui inclue:

- 24, entretiens individuels à Abidjan au cours de la période du 13-22 juin.
- Deux groupes de discussion avec 33 personnes au total.
- La recherche et l'analyse de publications et de rapports existants.

Bien que le DPRS fasse référence à la nécessité d'impliquer les médias et d'accroître la participation de la population afin de promouvoir la bonne gouvernance et réduire la pauvreté, il est dépourvu d'une stratégie de communication encourageant la population, le gouvernement et les médias à dialoguer. De ce fait les professionnels des médias à Abidjan ont entendu parler du DSRP mais n'en connaissent ni les détails ni les modalités de mise en oeuvre. Le public reçoit très peu d'information sur cette stratégie nationale ainsi que pour les autres réformes gouvernementales.

### 2. Que consomment les ivoiriens ?

#### *La presse*

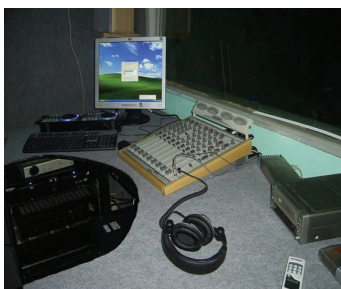
En raison d'un faible système de distribution et d'un niveau élevé d'analphabétisme dans les zones rurales, les journaux sont lus dans les villes par des leaders d'opinion et la classe moyenne. La presse est produite en français. La crise économique a créé un nouveau type de consommateur: « Les titrologues », sont des lecteurs qui parcourent les titres de la presse sans l'acheter. De ce fait les patrons de presse ont tendance à privilégier des titres qui font sensation et à négliger le journalisme d'investigation.

#### *La radio*

La radio est le média le plus populaire en Côte d'Ivoire. Les radios nationales et locales sont présentes dans tout le pays et diffusent en français et en dialectes. Les radios communautaires sont nombreuses et perçues comme une source d'information crédible par les auditeurs. Conscient de ce fait, le ministère de la communication et les bailleurs de fonds internationaux soutiennent des projets visant à améliorer leur gestion et la qualité de leur production.

#### *La télévision*

La télévision est moins bien établie dans le pays que la radio. Il n'y a pas de télévision privée. Ceci pourrait changer avec la libéralisation du marché audiovisuel, qui est en cours de discussion. En revanche, les chaînes de télévision par satellite sont de plus en plus populaires dans les zones urbaines.



Le Studio de la Voix du Zanzan (Bondoukou), après l'installation des nouveaux équipements.

### 3. Quelles sont les informations disponibles?

Les participants aux groupes de discussion ont exprimé leur doute sur la qualité de la production médiatique et leur manque de confiance pour les médias en général, à l'exception de certaines stations de radio

locales. Ils ont convenu, toutefois, qu'il existe dans le pays un journalisme de qualité et qu'un journal : *Fraternité Matin*, est toujours une référence à Abidjan. Les lecteurs le distinguent du reste de la presse pour ses informations pratiques et la qualité de son journalisme.

La presse est liée à des partis politiques et possède peu d'indépendance éditoriale. Elle tend à se concentrer sur les tensions entre groupes politiques, et couvre des sujets de manière superficielle.

Les radios avec une couverture nationale sont:

- La Nationale (Government)
- Radio Côte d'Ivoire (Government)
- ONUCI FM (UN)

Les radios et les chaînes de télévision nationales offrent du divertissement et de l'information. Elles sont proches du gouvernement, ce qui ne leur permet pas de couvrir l'actualité de manière indépendante. Elles produisent rarement des articles d'opinion, des reportages d'investigation ou des critiques constructives sur l'action du gouvernement.

Les stations de radio privées non commerciales couvrent l'actualité et les activités locales. Elles sont fiables et offrent à leurs auditeurs la possibilité de contribuer et de participer à leurs productions.

La liberté d'expression et le travail des journalistes n'étant plus menacés par la censure gouvernementale, ce sont d'autres outils de dissuasion qui sont utilisés tel que les sanctions financières. L'accès aux conférences de presse est ouvert à tous les journalistes, mais il reste difficile et dangereux de faire un reportage sur les carences du gouvernement.

#### 4. Qui a accès à différents niveaux d'informations?

Le flux d'information va principalement dans un sens: du gouvernement vers la population. Ceci entrave la communication des besoins de la population vers le gouvernement, et dissuade les ivoiriens de participer aux discussions éventuelles sur les réformes politiques et les stratégies nationales de développement telles que le DSRP. Les participants aux groupes de discussion se décrivent comme des «récepteurs passifs » de l'information, à l'exception d'un petit nombre d'utilisateurs d'Internet.

Certaines radios locales diffusent une sélection d'articles produits par les radios nationales. Cela encourage le flux d'information verticale et horizontale, entre les habitants de la même localité.

#### 5. Comment les Ivoiriens ont-ils accès à l'information et quel usage en font-ils ?

Bien que les ivoiriens soient informés par le biais des médias ils le sont également grâce aux moyens de communication traditionnels, tels que les contes, le théâtre, et la chanson, ainsi que la discussion entre collègues, amis ou parents.

Les personnes interrogées à Abidjan consomment également les



Interview d'un jeune Ivoirien sur l'élection présidentielle à Abidjan par un journaliste SFCG/TDS.

médias internationaux qui offrent une variété d'opinions et une programmation supérieure. À Abidjan, les gens préfèrent le divertissement à l'actualité et écoutent principalement des radios commerciales privées et achètent Gbich!, un journal d'actualité humoristique, ou Top Visage, un magazine de mode.

Les radios locales non commerciales semblent être plus populaires dans les zones rurales. Par leur approche participative elles sont plus proches de leur public et jouent un rôle important dans le développement de la communauté.

## CONCLUSION

« (Ces radios) demeurent le seul véhicule d'information des masses populaires. Car elles ont l'avantage, là où la télévision est absente, d'atteindre les habitants du pays rural dans les langues qu'ils comprennent le mieux. »  
Isabelle Massip, Ambassadeur du Canada *In Fraternité* *Matin*, 5 juin 2007

- Le gouvernement a élaboré des outils pour permettre une meilleure communication entre les représentants politiques et les citoyens, mais peu est fait dans le cadre de ces initiatives pour atteindre l'ensemble de la population, ou pour encourager le débat public et la participation par le biais d'une stratégie de communication efficace.
- Une information complète dans les médias sur le DSRP fait défaut et peu d'effort semble avoir été fait par les médias pour engager un débat public constructif, ou donner l'accès à de l'informations sur le DSRP et d'autres initiatives de l'Etat.
- Les radios privées non commerciales sont de véritables outils pour le développement des communautés locales. Elles produisent des émissions sur des sujets d'intérêt général comme la pauvreté. Elles ont cependant tendance à se concentrer sur la problématique sans la connecter à la politique du gouvernement et au DSRP.
- Les médias et le gouvernement ne se considèrent pas comme des partenaires et des interlocuteurs potentiels dans le développement de la nation. Ils s'opposent et semblent exclure les bienfaits d'une collaboration sur des sujets comme la réduction de la pauvreté. Une telle démarche ne viendrait pas compromettre leur intégrité, au contraire, elle la renforcerait.

*Ce document présente un résumé de la cartographie du secteur des médias préparé pour le Gouvernement finlandais et SFCG. Pour recevoir une copie du rapport, veuillez contacter Doreen Chi, Program Associate SFCG Afrique, [dchi@sfcg.org](mailto:dchi@sfcg.org)*

*SFCG remercie les partenaires suivants:*

