

## Search for Common Ground – La République Démocratique du Congo Points Clés de la Cartographie des Médias

Une étude des Médias en RDC

La Radio: Une station publique nationale (RTNC) et 355 stations de radio privées : 167 stations non commerciales, 107 stations commerciales et 77 stations religieuses, en plus de 4 stations internationales qui diffusent aux lieux discrets dans le pays, et la radio Okapi (MONUC/ Hirondele Fondation) qui diffuse dans le pays entier.

La Télévision: 51 stations à Kinshasa, 70 aux provinces

La Presse: 10 journaux hebdomadaires et 15 périodiques à Kinshasa

Search for Common Ground (SFCG) est une organisation non gouvernementale (ONG) internationale dont la mission est de transformer la manière de gérer les conflits, et passer de la confrontation vers la coopération. SFCG travaille en République Démocratique du Congo depuis 2001, tout d'abord pour soutenir le Dialogue Intercongolais. SFCG a aussi développé sa capacité opérationnelle pour englober la production et la formation médiatique. Les médias remplissent plusieurs fonctions, y compris le fournissement des renseignements, la représentation des divers groupes sociaux, le contrôle et la surveillance et aussi l'approvisionnement d'un forum où les citoyens peuvent se faire entendre et où la société civile aura l'occasion de participer. Les médias d'information jouent un rôle vital en facilitant les interactions entre les autorités différentes et la société civile : des relations qui sont la base de la démocratie. Par conséquent, le SFCG a lancé un outil qui vise à renforcer ces liens et à encourager la réflexion et la discussion ouverte des expériences positives aussi bien que des difficultés.

### CADRE DE L'EVALUATION

Avec l'appui du gouvernement finlandais, Search for Common Ground a commandé une étude des interactions entre les médias, le gouvernement et la société civile en République Démocratique du Congo. Cet outil évalue la situation sur terrain par rapport à un modèle idéal d'interaction pour l'implantation d'une démocratie robuste et identifie des domaines de dysfonctionnement; de plus, il apporte des exemples de bonnes pratiques. Chaque partie de cet outil s'accompagne des exercices pour aider les groupes focaux qui s'engagent aux discussions. Trois questions que cet outil aborde sont les suivantes :

- Comment l'information est mise à la disposition du public?
- Comment est-ce que le public reçoit et comprend cette information?
- Quelle qualité et quantité d'information sont requises pour assurer la participation et l'engagement complet du public ?

## POINTS CLES

---

1. **La radio est la source de préférence pour les renseignements en RDC.** Dans beaucoup de lieux, elle constitue le seul média à la portée des masses, et, en général, elle est également celle à laquelle les gens ont le plus de confiance. Cependant, elle est rarement citée comme un moyen par le biais duquel les membres du public peuvent se faire entendre et ça concerne aussi la société civile.

2. Malgré la pluralité des médias nationaux et locaux qu'on trouve dans le pays, le peuple congolais, et surtout les femmes et ceux qui sont moins instruits, **ne se sentent pas assez bien informés** sur les grands enjeux qui portent sur la reconstruction et, d'ailleurs, s'estiment **déconnectés de la vie démocratique du pays.**

Les répondants de l'enquête s'avéraient très critiques du défaut d'information sur la décentralisation, la gestion de ressources naturelles et la bonne gouvernance. Plus que la moitié de gens interviewés, surtout ceux qui n'avaient pas eu beaucoup de formation, ont dit qu'ils ne savent pas comment se faire entendre auprès des autorités et 70% de plus étaient convaincus que leurs représentatives locales ne tenaient pas compte de leurs opinions. Le peuple congolais estime que les moyens principaux de participer démocratiquement sont dans le cadre des élections et de « la liberté d'expression », qui sont des manifestations de la « démocratie directe », au lieu de par le biais de la participation collective qui se déroule autour des partis politiques et des organisations locales.

3. Ce phénomène est du aux **relations dysfonctionnelles entre les médias, le gouvernement et la société civile.**

*“Les journalistes considèrent leur travail comme une série de services rendues à ceux qui les payent, et pas comme communication entre le gouvernement et le public.”*

**-Chef de la Ministère de la Communication et des Médias**

Le gouvernement et les intérêts politiques dominant les médias, ce qui aboutit à ce que l'information publique n'est plus qu'un mécanisme pour véhiculer la propagande et les médias servent comme des outils pour exercer le pouvoir politique. Le public perçoit la société civile et les médias, tous les deux, comme des menaces à l'autorité au lieu de les considérer comme une voie pour instaurer un dialogue démocratique.

Les journalistes évitent de publier des articles critiques dans la crainte de subir un acte de vengeance soit légal soit violent, et ne croient que ni la loi, ni la judiciaire, ni l'exécutif ni les associations qui défendent la liberté d'expression les protègent suffisamment. De plus, les leaders parmi les médias ont dit qu'ils considèrent comme des « tabous » des sujets comme la défense, la sécurité nationale, les services d'intelligence, les autorités de haut niveau, la vie privée du président, l'exploitation minière, l'exécution des prisonniers politiques, et les stratégies militaires aux Kivus.

L'émergence des stations radiophoniques communautaires dans les diverses provinces compense en quelque sorte la lacune de l'information publique et, d'ailleurs fournit un plateau pour la formation commune et les actualités locales, mais la plupart de ces stations souffrent de la manque de ressources. En général, ce défaut de ressources a des conséquences sur la qualité du reportage médiatique. Par exemple, les investigations approfondies sont rares puisque souvent il n'y a ni de transport disponible ni de moyen d'accéder à l'internet. D'ailleurs, la structure informelle de la communauté et des médias commerciaux privés, tous les deux, rendent difficile le travail de planifier des investigations futures et celles qui sont déjà en cours. Des normes basiques du journalisme professionnel, comme la vérification des données, ne sont pas très souvent observées étant donné que plusieurs diffuseurs de média, surtout les stations radiophoniques rurales, n'ont pas les moyens pour embaucher des candidats qualifiés. Dans tout cas, le public estime que la formation offerte dans les collèges de journalisme est trop théorique.

Les médias ne font pas beaucoup pour déterminer ce que le public pense et désire. Par contre, ils estiment que leur rôle est de « sensibiliser » le public et de livrer des informations selon une approche du sommet au bas. Les médias considèrent aussi que la société civile manque d'organisation et ils se méfient d'elle aussi bien que le gouvernement, en dépit de la focalisation de la société civile sur la formation et la sensibilisation au lieu de l'activisme militant. De son côté, la société civile a tendance d'utiliser des médias pour véhiculer des messages spécifiques, au lieu de se servir du dialogue ouvert et de la participation.

## RECOMMANDATIONS

---

### *Pour les médias*

1. **Tisser des liens avec la société civile** en travaillant sur terrain, en cherchant d'une manière systématique des associations de la société civile qualifiées d'apporter des informations sur les sujets principaux des actualités, fournissant des occasions au public de téléphoner et de poser des questions, et démontrant une volonté de recevoir des données pertinentes et d'adapter le contenu selon ce qu'on reçoit.
2. **Accorder la priorité à la fourniture des renseignements compréhensibles et accessibles, qui ne se tiennent pas à l'écart de critiques**, basées sur des investigations profondes, revérifiées, et faites par des organisations au lieu des initiatives du propagande personnel.
3. **Favoriser des informations positives et proactives**, qui visent à résoudre des problèmes et à attirer l'attention du public aux occasions de participer, par exemple, par le biais des démonstrations et des réunions.
4. **Renforcer les associations journalistiques** qui pourraient se constituer comme un réseau important au sein de la société civile et faciliter du contact régulier entre les journalistes, les activistes et le public général, en plus de questionner les pratiques médiatiques dominants imposés par les propriétaires médiatiques qui opèrent sur la base des relations entre clients et protecteurs.
5. **Nouer des partenariats entre les médias nationaux et locaux** pour aider les stations petites qui manquent des ressources à exploiter leur situation tant que des canaux de l'expression démocratique.

### *Pour les institutions publiques*

1. Développer la communication et les services d'information
2. Produire des matériaux (par exemple, des rapports annuels) qui fournissent des informations sur leur travail et augmenter leur visibilité.

### ***Pour la société civile***

1. Utiliser des outils de communication simples et appropriés (par exemple, des brochures et des résumés des projets) pour aider les journalistes à comprendre les objectifs et le travail de chaque association et à adopter des outils stratégiques comme des logos, des slogans et des projets de communication pour chaque événement.
2. Produire une version publique des rapports d'activité annuels pour rendre plus visible le travail effectué.
3. Empêcher le public d'accepter la médiocrité comme courante en encourageant un sentiment de la responsabilité qui incite les gens à demander des renseignements de qualité et à faciliter la surveillance par exemple en créant des associations des consommateurs du média.

## **LA METHODOLOGIE D'EVALUATION**

---

La Société Experts a effectué une étude en interviewant 864 personnes, y compris des groupes à peu près de 30 hommes et femmes qui provenaient de 26 régions (divisés en groupes par tranche d'âge avec un groupe pour ceux ayant moins de 35 ans et un groupe pour ceux ayant plus de 40 ans), en plus de 12 interviews profonds avec des personnages clés de l'administration, des médias et de la société civile dans chaque lieu. Ce processus a été suivi par une série d'interviews qualitatives avec 46 leaders d'opinion à Kinshasa: 15 du secteur médiatique, 12 représentant les autorités publiques et 19 provenant de la société civile.

---

*Ce document s'agit d'un résumé d'une Cartographie des Médias faite en septembre 2008 en RDC. Pour obtenir un exemplaire complet de ce rapport, veuillez contacter Frances Fortune à [ffortune@sfcg.org](mailto:ffortune@sfcg.org).*

*SFCG est reconnaissant  
du soutien du partenaire suivant:*

