

Étude **quantitative et qualitative** des médias au Mali et de leur impact sur le processus de paix

Sommaire

Chapitre 1: Étude quantitative du paysage médiatique au Mali

1-01 - Toplines	3 - 6
1-02 - Contexte	7 - 13
1-03 - Méthodologie	14 - 15
1-04 - Caractéristiques du public malien	16 - 18
1-05 - Equipement et usages	19 - 21
1-06 - Lecture de la presse	22 - 23
1-07 - Internet	24 - 26
1-08 - Médias traditionnels : Radio et TV	27 - 34
1-09 - Radio	35 - 45
1-10 - Télévision	46 - 51
1-11 - Usages et attitudes vis-à-vis des contenus médiatiques	52 - 55
1-12 - Traitement du processus de paix dans les médias	56 - 61

Chapitre 2: Étude qualitative: L'impact des médias sur la perception du processus de paix au Mali

2-01 - Objectifs et méthodologie de l'étude	61 - 64
2-02 - Préambule sur le contexte de réception d'une information sur le processus de paix au Mali	65 - 68
2-03 - L'information sur le processus de paix au Mali	69 - 84
2-04 - Les caractéristiques du traitement médiatique du processus de paix et son impact sur la perception des publics	85 - 132
2-05 - Les pistes d'optimisation du traitement médiatique	133 - 151
2-06 - Conclusions et recommandations	152 - 162
2-07 - Annexe	163 - 170



1-01

Toplines



Contexte

Contexte politique et sécuritaire

Si les difficultés politiques s'amoncellent sur l'ensemble du territoire malien, l'instabilité sécuritaire dans laquelle s'enfoncent les parties centrale et septentrionale du pays a de facto des conséquences sur les modes de vie et donc les attentes du public vis-à-vis de leurs médias.

Contexte médiatique

Le Mali jouit d'une certaine diversité en matière de médias, même si le pluralisme est relativement récent (années 90). La radio est le média historique et, dans certaines zones reculées du pays, le seul média aisément accessible.

Contexte sociodémographique

Une forte proportion des Maliens est pauvre et peu, voire aucunement, instruite. Cela favorise les médias « parlés » tels que la radio ou la télévision, d'autant que la tradition malienne est orale. L'équipement du foyer permet un accès assez aisé aux deux médias audiovisuels traditionnels. Les médias « écrits », Internet et surtout la presse, sont réservés à une minorité.

Usages généraux des médias **radio et TV**

Lors d'un jour moyen, l'audience de la TV est plus forte que celle de la radio. Comme cela s'observe dans la plupart des régions du monde, la radio est la plus écoutée le matin et la TV le soir. Comme souvent sur le continent, la radio s'écoute plutôt seul alors que la TV se regarde le plus souvent en famille. Le comportement général vis-à-vis de ces deux médias diffère essentiellement en fonction de l'âge, les plus jeunes étant bien plus attirés par la télévision que les plus âgés.

Audience de la radio

Le paysage radiophonique diffère d'une zone à l'autre, mais il est toujours dominé par les radios maliennes locales et l'ORTM y tient généralement une place de choix. Deux comportements-type sont identifiables chez le public malien : une écoute régulière, étirée sur de longues périodes dans la journée ou une écoute « par rendez-vous », où la relation entre l'auditeur et la station ne se cristallise que dans une, voire deux, émission(s) quotidienne(s).

Audience de la TV

Seules 3 chaînes, dont deux publiques (ORTM et chaîne 2), couvrent l'ensemble du territoire malien. L'audience TV est essentiellement concentrée dans les deux rendez-vous d'information de la première chaîne nationale publique : les journaux de 13 heures et surtout de 20 heures.

Contenus

Le public malien ne place pas forcément l'actualité internationale parmi ce qui l'attire le plus sur les médias, et la politique fait presque repoussoir. Les Maliens sont en revanche favorables à ce qu'une plus grande part d'antenne soit consacrée à l'actualité locale, surtout en dehors de Bamako.

Relation du public aux médias

Les Maliens considèrent que les médias leur donnent la possibilité de s'exprimer, mais que cette possibilité se résume aux appels lors d'émissions. Plus d'interviews du public ou d'émissions ouvertes trouveraient donc un écho très favorable. Pour s'informer les Maliens font confiance à leurs médias, et principalement aux radios locales.

Le processus de paix dans les médias

Le public se tourne avant tout vers les radios privées pour s'informer sur le processus de paix car ce sont elles dont le discours leur est le plus accessible. Or, ce processus aux applications et aux évolutions complexes provoquent en tout premier lieu un fort besoin de compréhension. La population reconnaît de façon mitigée que les médias maliens les ont, jusqu'alors, aidés à comprendre ce processus.

Les Maliens y voient donc un sujet d'avenir important, dans lequel les médias auront un rôle plus grand à jouer, qu'il s'agisse d'informer mais également de donner la possibilité de s'exprimer à ce sujet.

- Les conditions de vie influencent fortement les attentes vis-à-vis des médias. Il est donc nécessaire d'appréhender le Mali selon trois ensembles : sud, centre et nord.
- Il est utile de s'appuyer essentiellement sur les médias « parlés » pour gagner en portée et en efficacité. Les médias « écrits » peuvent être utiles pour des actions envers des publics ciblés.
- La télévision est un vecteur intéressant pour toucher et intéresser les jeunes.
- La radio permet de toucher le plus grand monde, mais l'approche de ce média ne peut être faite que localement, étant donné le morcellement des paysages radiophoniques et la primauté des stations locales.
- Le premier besoin pour ce qui est du processus de paix est un besoin de compréhension, l'accent devant être mis sur des programmes de vulgarisation et d'information accessibles.
- Laisser le public s'exprimer sur les ondes à ce sujet permettrait à chacun de mieux s'approprier le processus de paix.



1-02

Contexte



Contexte politique et sécuritaire

Processus de paix au mali

Depuis 2012, le Mali connaît un conflit armé, résurgence de conflits séculaires, ayant débuté au Nord et impliquant divers groupes autonomistes, voire indépendantistes, auxquels sont venus se greffer des cellules djihadistes. La signature d'un accord de paix à Alger en juin 2015 entre l'Etat malien, certains groupes loyalistes (« la plateforme ») et certains groupes autonomistes (Coordination des Mouvements de l'Azawad, CMA), n'a pas d'effets concrets sur le terrain un an après.



Les parties prenantes

Les groupes parties prenantes du processus de paix doivent être appréhendés dans leur acception la plus large, chacun ayant une influence plus ou moins directe sur la mise en oeuvre de ce processus. Leur forme et leurs caractéristiques varient fortement : groupes armés ou non armés, groupes structurés ou non, groupes à caractère ethnique ou non, groupes loyalistes ou non, etc.



Contexte politique et sécuritaire

* = Ou groupes d'opposition au gouvernement non autonomistes

Groupes loyalistes		Groupes neutres*		Groupes non loyalistes
Partis politiques				
Rassemblement pour le Mali (RPM)			URD	
Yelesma			Parena	
Sadi			ADP Maliba	
				
Groupes politiques non organisés en partis				
Soufis du Mali			Coordination des associations peules	
Collectif des Ressortissants du Nord			Partisans d'Amadou Toumani Touré	
			Haut Conseil Islamique	
				
Forces armées « officielles »				
Forces Armées Maliennes (FAM)			MINUSMA	
			Opération Barkhane	
				

* = Ou groupes d'opposition au gouvernement non autonomistes

Groupes loyalistes

Groupes neutres*

Groupes non loyalistes

Groupes d'auto-défense non affiliés

Milices Bambara de Tenenkou



Dewral Pulaaku (Peuls nomades)



Congrès pour la Justice dans l'Azawad (Touaregs Kel Ansar)



ANSIPRJ (Peuls sédentaires)



Groupes armés signataires des accords d'Alger

P
l
a
t
e
f
o
r
m
e

Gatia (Touaregs Imghad)



CM-FPR (Peuls sédentaires)



Mouvement Arabe de l'Azawad (MAA) – Branche loyaliste



Mouvement Populaire pour le Salut de l'Azawad (MPSA) (Arabes)



Front Populaire de l'Azawad (FPA) (Touaregs)



Mouvement pour la Défense de la Patrie (MDP) (Peuls)



MNLA (Touaregs Ifoghas & autres)



HCUA (Touaregs Ifoghas)



Mouvement Arabe de l'Azawad (MAA) – Branche rebelle



Coalition du Peuple pour l'Azawad (CPA) (Touaregs)



CM-FPR 2 (Peuls)



Mouvement pour le Salut de l'Azawad (MSA) (Touaregs de Menaka)



C
M
A

Groupes djihadistes

El Mourabitoune (section AQMI)



El Mourabitoune (section EI)



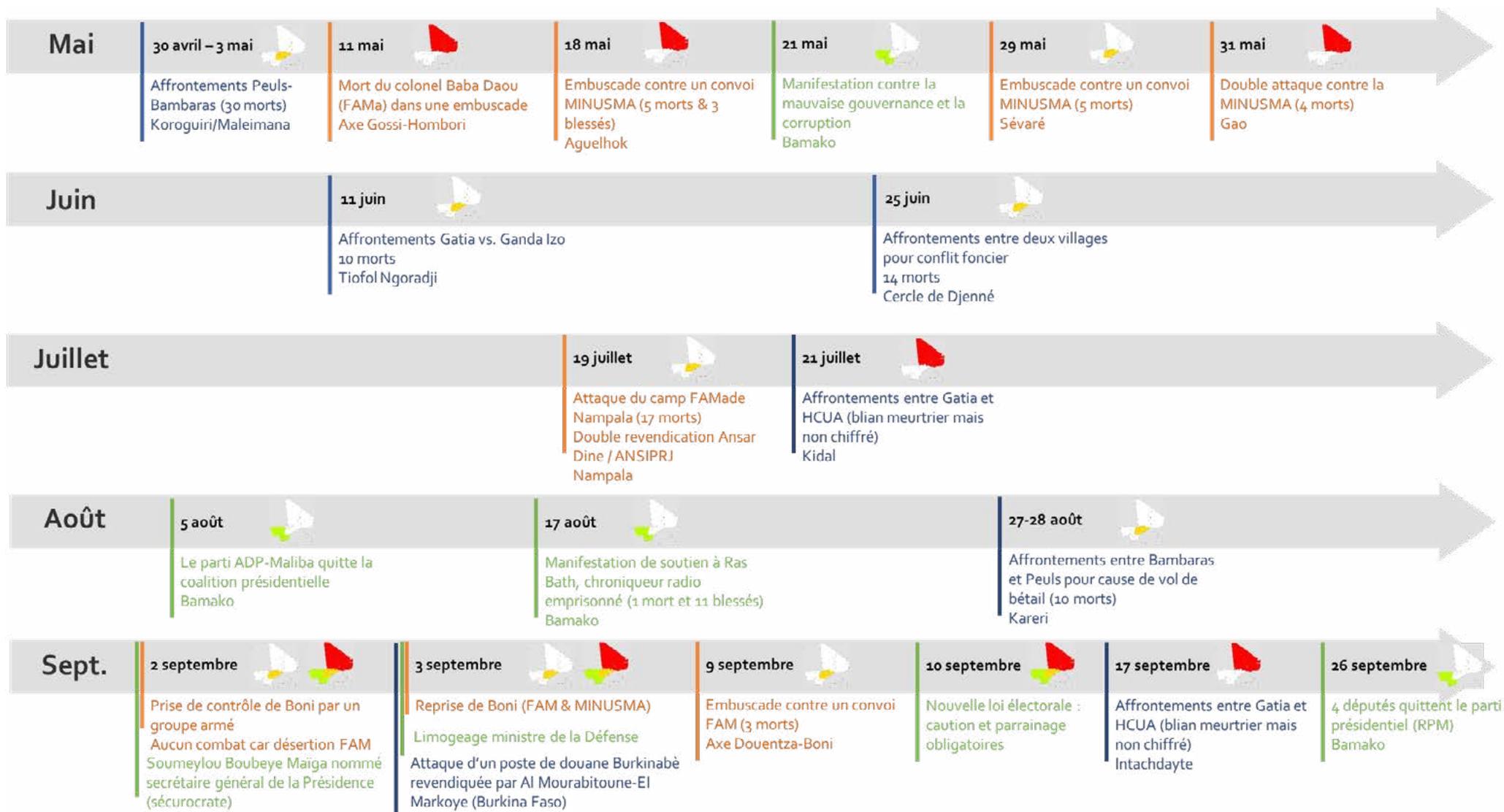
Katiba Macina (Peuls)



Ansar Dine (Touaregs)



Evènements ayant eu lieu entre mai et septembre 2016

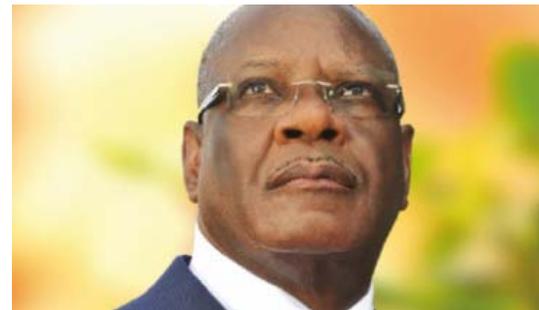


Contexte politique et sécuritaire

Plusieurs constats sont à faire :

- La situation sécuritaire est plus instable que jamais, le contrôle des territoires au-delà des provinces du sud par les FAM étant hypothétique.
- La situation politique elle-même semble également échapper au parti présidentiel, des alliés importants du président ayant fait défection (notamment Aliou Diallo, principale source de financement de la campagne d'Ibrahim Boubacar Keita à la présidentielle)
- Les factions armées dans le centre et le nord du pays se multiplient selon trois axes :
 - ◊ Groupe ethnique et clanique
 - ◊ Mode de vie (sédentaire vs. nomade)
 - ◊ Opportunisme politique et affairiste (contrôle d'un territoire et des flux les parcourant)
- Il est à craindre, comme en 2012, que, le chaos régnant dans le Nord et le Centre du pays, les groupes djihadistes reprennent l'importance perdue depuis l'intervention française et la mise en action de la MINUSMA.
- La crise tend vers une inéluctable internationalisation (Burkina Faso, Niger, voire Mauritanie et Côte d'Ivoire – sans parler de la Libye).

Une telle situation ne peut être sans conséquences sur les modes de vie, et donc les **attentes** des populations. Les différences fondamentales de contexte sécuritaire entre le sud, d'une part, et le centre et le nord d'autre part, creusent un **fossé majeur entre ces deux parties du pays**. Cette situation de fait doit impérativement être prise en compte dans l'élaboration d'une stratégie efficace.



Contexte médiatique

Presse écrite & Internet

Le Mali, pays de **tradition orale** où le taux d'illettrisme est important, n'offre pas un contexte très favorable au médias écrits. Néanmoins, plusieurs journaux quotidiens, hebdomadaires ou mensuels co-existent. L'accès à Internet s'étend peu à peu au-delà des capitales régionales, grâce notamment à des partenariats avec des radios rurales. Les Maliens ayant un usage régulier de l'un ou l'autre de ces médias représentent une petite minorité de la population.



Radio

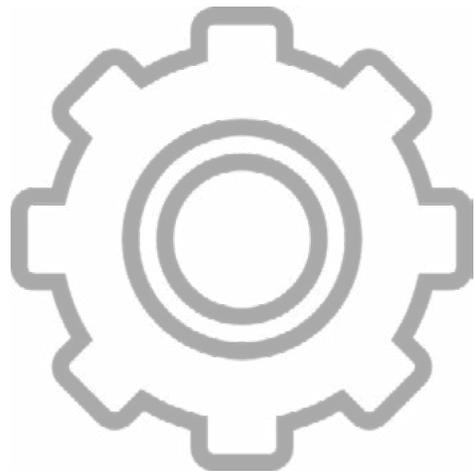
Il existe environ 150 radios privées, associatives ou communautaires accessible sur la bande FM au Mali. Les radios libres se sont développées depuis 1991, mais leur situation économique est précaire. Les enjeux de formation des professionnels qui y opèrent et de qualité de diffusion restent un défi quotidien. La constitution en réseau des médias libres au Mali (URTEL – radios et TV) est le marqueur d'une certaine volonté de coordination du secteur, et prend corps dans la couverture conjointe de certains événements. Une initiative telle que Studio Tamani, menée par la Fondation Hirondelle en partenariat avec l'URTEL, peut constituer un élément moteur dans la production de contenu d'information de qualité.



Télévision

Techniquement moins accessible que la radio, notamment en zones rurales, mais bien plus que la presse écrite et Internet, la TV est un medium de plus en plus apprécié par les Maliens ; notamment chez les jeunes générations urbaines. Le pouvoir d'attraction qu'elle exerce sur les populations est réel. Seules l'ORTM, la chaîne publique, et TV5 Monde sont accessibles sur l'ensemble du territoire sans équipement satellitaire coûteux.





1-03

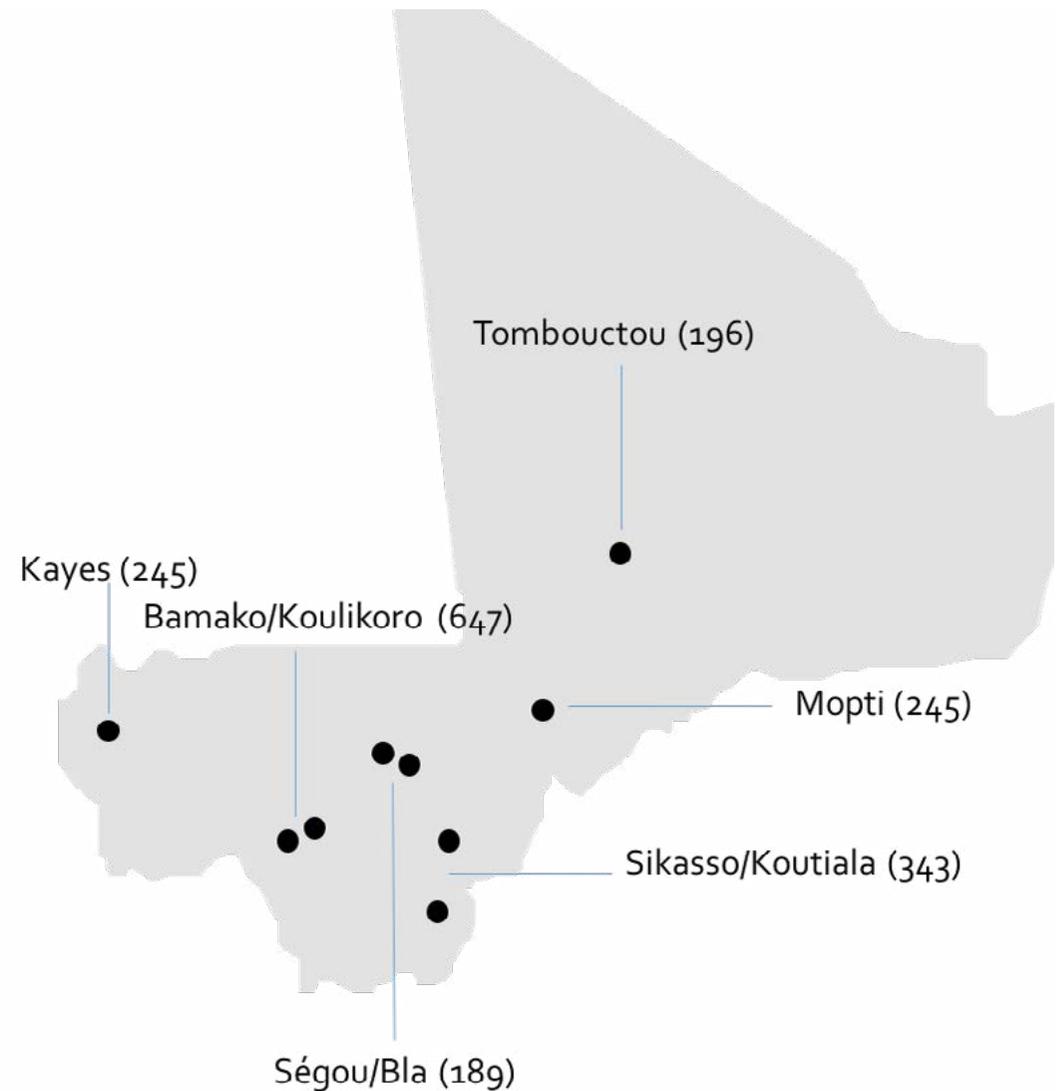
Methodologie

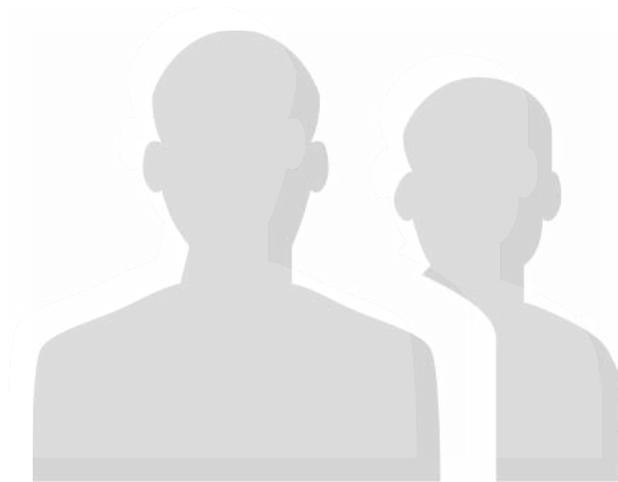


Méthodologie & échantillon

Phase de cadrage **étude Quantitative**

-  **Dates du terrain** : Du mardi 23 au lundi 29 aout 2016
-  **Univers de référence** : Population du Mali de 9 ans et +
-  **Échantillon** : N = 1 865 individus
-  **Méthode d'échantillonnage** : Méthode des quotas de :
 - Sexe
 - Age
 - Niveau d'instruction
 - Avec répartition raisonnée selon l'importance des différents quartiers.
-  **Administration des questionnaires** : En face-à-face au domicile de l'interviewé, une seule interview par foyer.



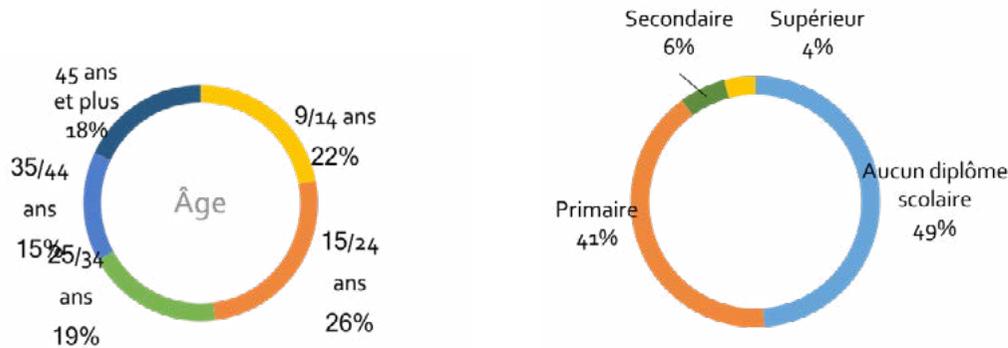


1-04

Caracteristiques du Public Malien



Une population jeune et très peu instruite

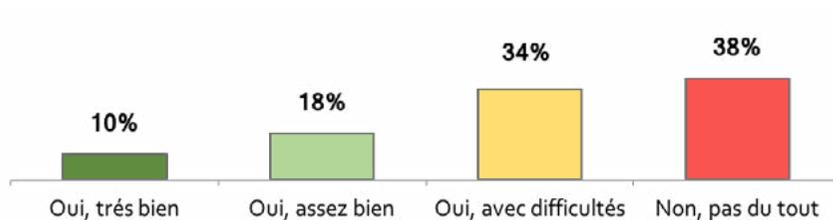


Près de la moitié (48%) des 9 ans et plus ont moins de 25 ans. Près de la moitié (48%) des 9 ans et plus n'ont jamais été scolarisés et 1 Malien de 9 ans et plus sur 10 a été au-delà de l'école primaire.

Une compréhension inégale du français dans les médias

Estimez-vous comprendre suffisamment le français pour écouter et comprendre les émissions de radio et de télévision diffusées en français ?

Base = maliens de 9 ans et plus (1865 individus)



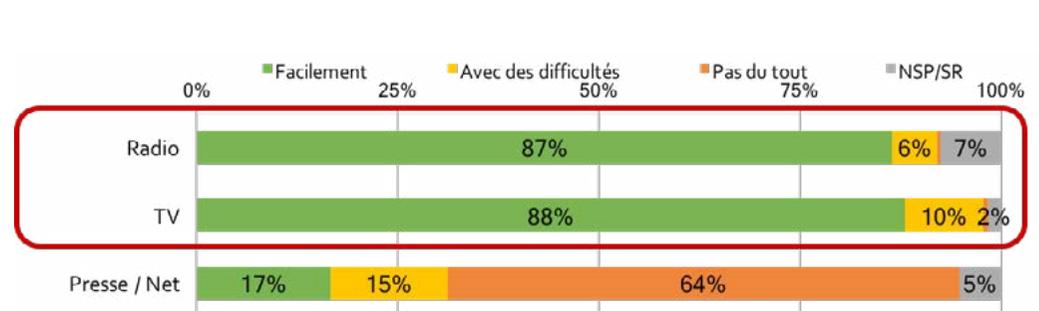
Seulement un Malien sur 10 se sent très à l'aise à l'écoute d'une émission en français.

Les médias « parlés » mieux compris

D'une manière générale, quand vous écoutez la radio, avez-vous le sentiment de comprendre facilement, avec difficulté ou pas du tout ce qui est diffusé ? Et quand vous regardez la télévision ?

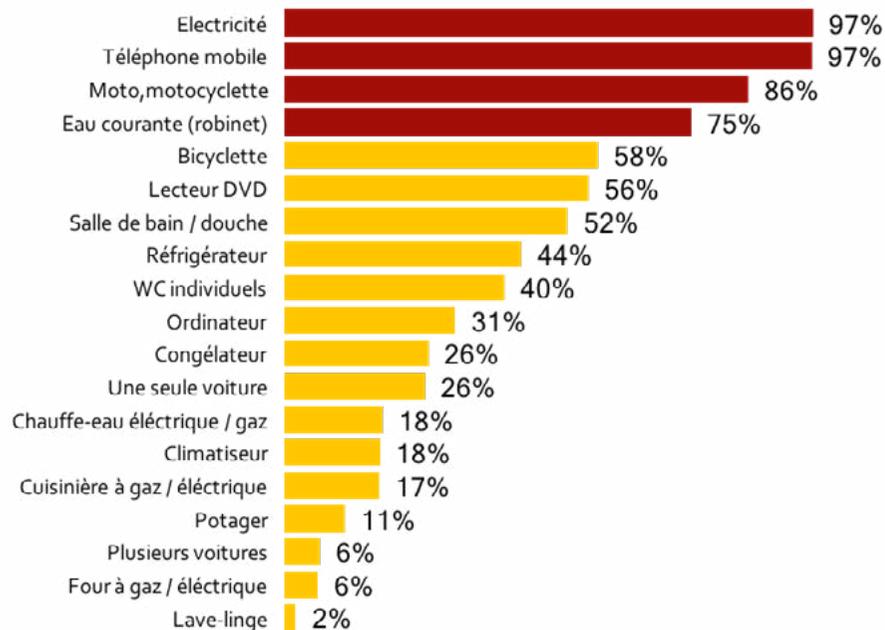
Et quand vous lisez la presse ou les sites Internet ?

Base = maliens de 9 ans et plus (1865 individus)



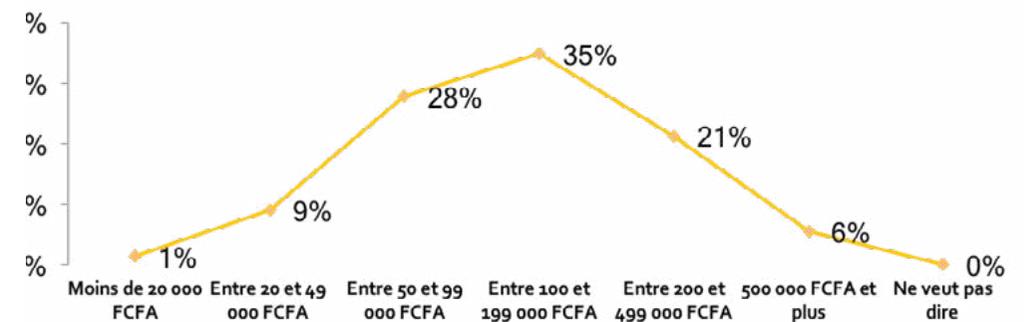
Une population pauvre mais disposant de téléphones mobiles

Possession au sein du foyer

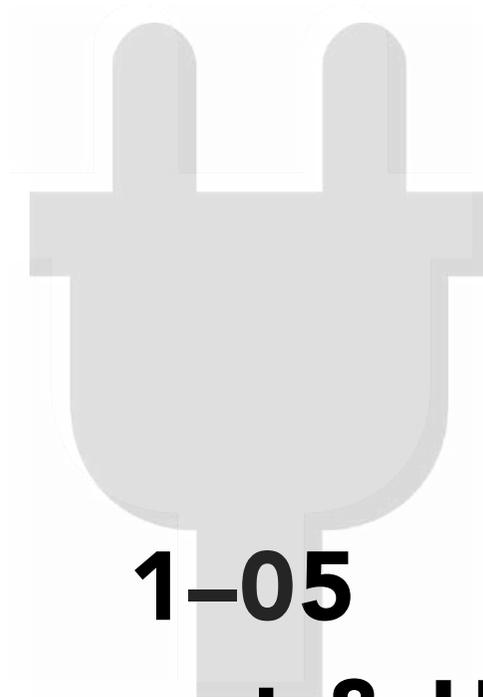


La quasi-totalité des répondants ont accès à l'électricité au sein de leur foyer et possède un téléphone mobile !

Revenus du foyer (déclaratif)



Malgré leur faibles revenus, les Maliens sont fortement équipés en téléphone mobile et la disponibilité de l'électricité rend les médias accessibles, ne serait-ce via la radio.



1-05

Equipement & Usages



Des médias radio et TV accessibles au domicile



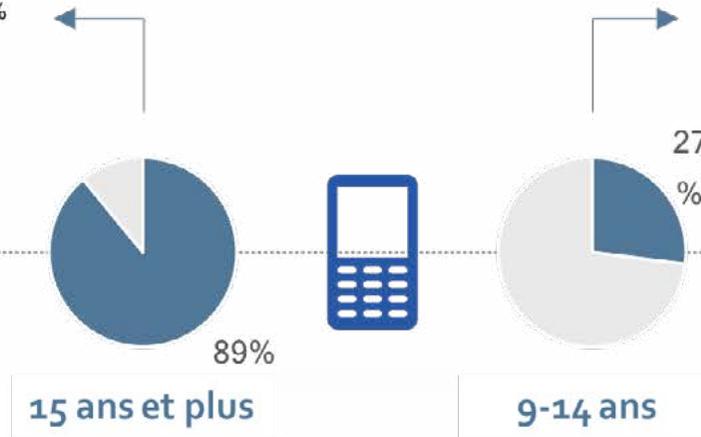
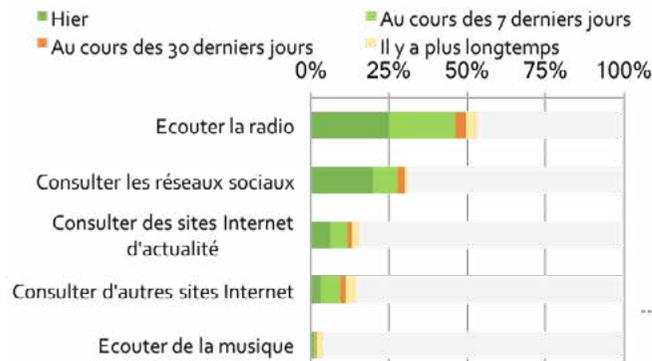
95% des foyers disposent d'au moins **un** poste de radio en état de marche, et **16%** en possèdent au moins **trois**.

94% des foyers disposent d'au moins **un** poste de TV en état de marche, et **46%** en possèdent au moins **deux**. De plus, **81%** des foyers reçoivent **au moins une chaîne TV internationale à leur domicile** – il est probable que la diffusion de TV5 Monde en mode hertzien y prenne une grande part.

Le téléphone mobile, objet du quotidien et vecteur médiatique

Mis à part aujourd'hui, quand avez-vous pour la dernière fois utilisé votre téléphone mobile pour...

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)

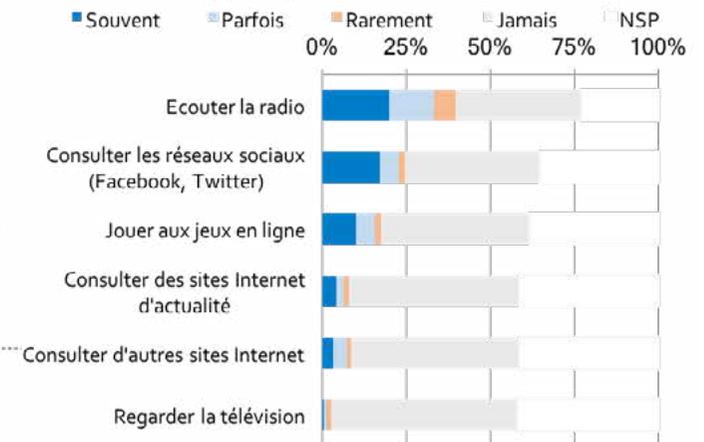


La moitié des Maliens de 15 ans et plus utilisent régulièrement leur mobile pour écouter la radio. **Les autres usages** se développent avec l'avènement du smartphone et des réseaux de nouvelle génération.

89% des Maliens de 15 ans et plus possèdent leur propre téléphone mobile, et **27%** des 9-14 ans.

Utilisez-vous ce téléphone mobile pour les choses suivantes ?

Base = maliens de 9-14 ans (402 individus)



Quelque soit la génération d'utilisateurs, l'utilisation du téléphone mobile pour accéder aux **contenus médiatiques** se développe.

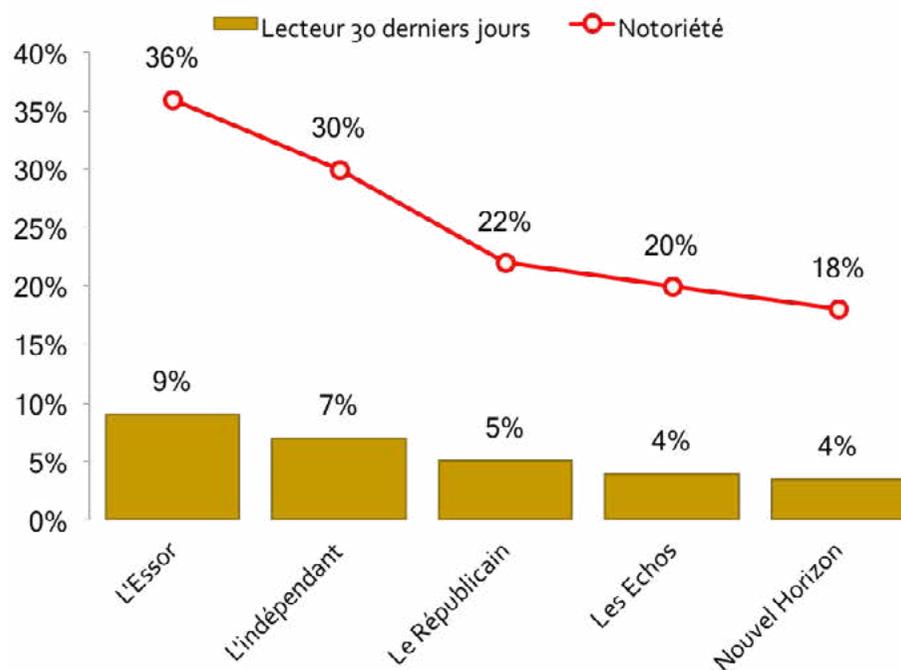


1-06

Lecture de la Presse



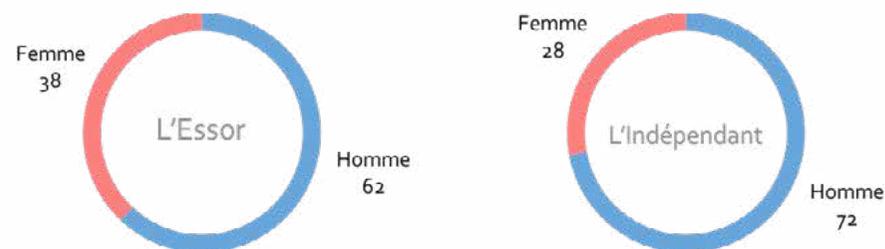
Un **medium touchant** un public limité et spécifique



Seulement 4 Maliens de 9 ans et plus sur 10 (39%) sont en mesure de citer le nom d'un titre de presse.

L'Essor et l'Indépendant sont les titres les plus connus et les plus lus. Un tiers des Maliens de 9 ans et plus les connaissent (respectivement 36% et 30%) et moins d'1 sur 10 ont lu un des deux titres au cours des 30 derniers jours (respectivement 9% et 7%).

Leur lectorat est très majoritairement **masculin**.

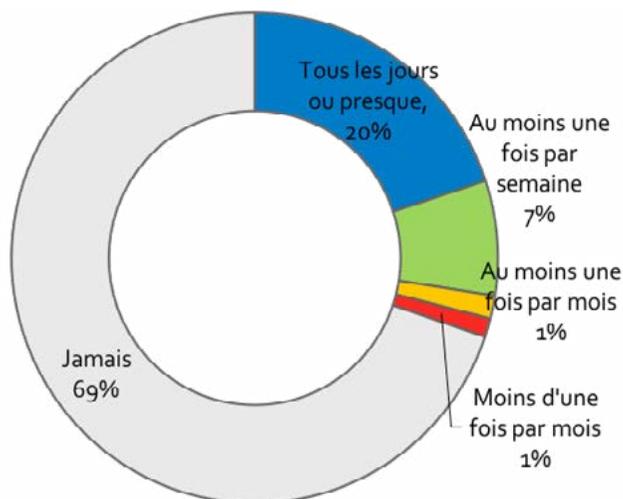




1-07 Internet

Des internautes minoritaires mais **actifs**

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



Fréquence usage Internet

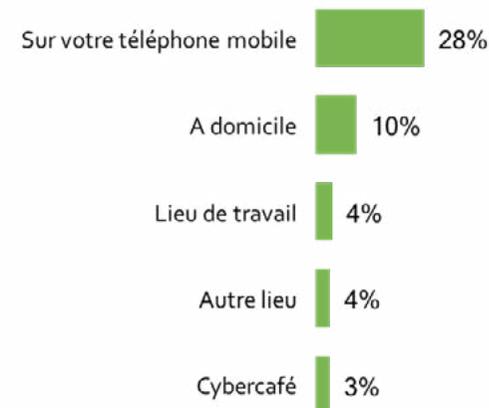
Moins du tiers (29%) des Maliens de 15 ans et plus **utilisent** Internet. Mais plus du quart (27%) l'utilise **au moins une fois par semaine**.

Une **faible minorité** d'internautes (respectivement 6% et 7%) utilisent le Web pour écouter la radio ou regarder la TV.

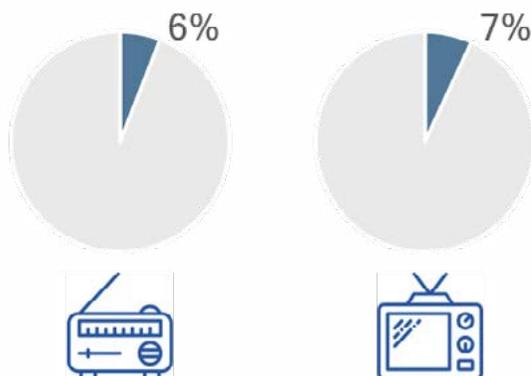
Lieux de connexion

Vous connectez-vous à Internet ...

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



Base = UTILISATEUR INTERNET (519 individus)

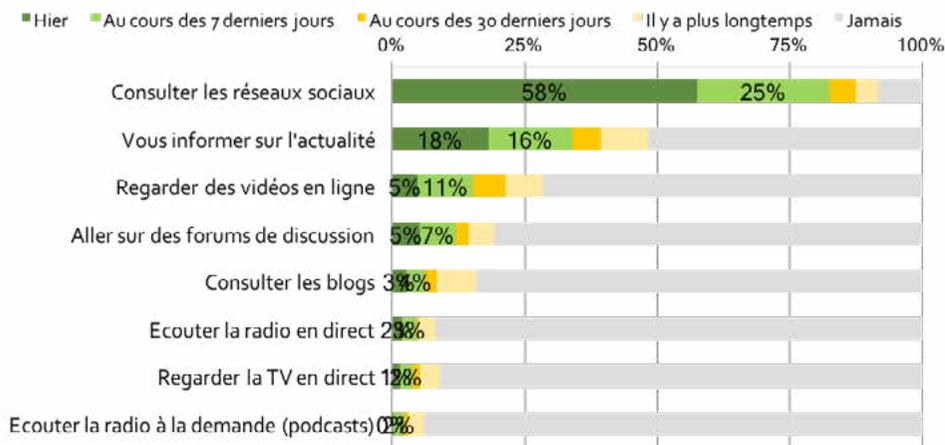


Le coût des équipements et les infrastructures télécoms favorisent la connexion via le **mobile**, premier « lieu » de connexion, loin devant le domicile et même le cybercafé, incontournable il y a quelques années. L'utilisation d'un outil aux **caractéristiques spécifiques** tels que le téléphone mobile pour se connecter à Internet a nécessairement des conséquences sur l'usage qu'il est fait de ce medium.

Une utilisation d'internet qui se concentre sur les réseaux sociaux

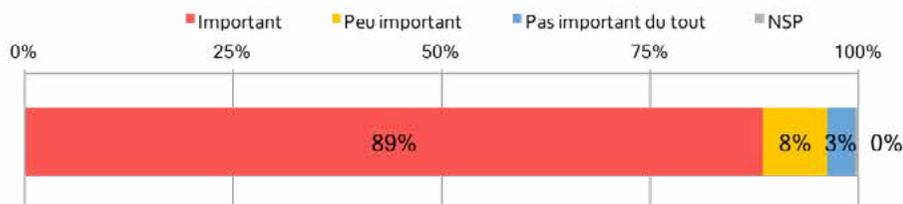
Mis à part aujourd'hui, quand avez-vous utilisé Internet pour la dernière fois pour...

Base = UTILISATEUR INTERNET 15 ans et plus (419 individus)



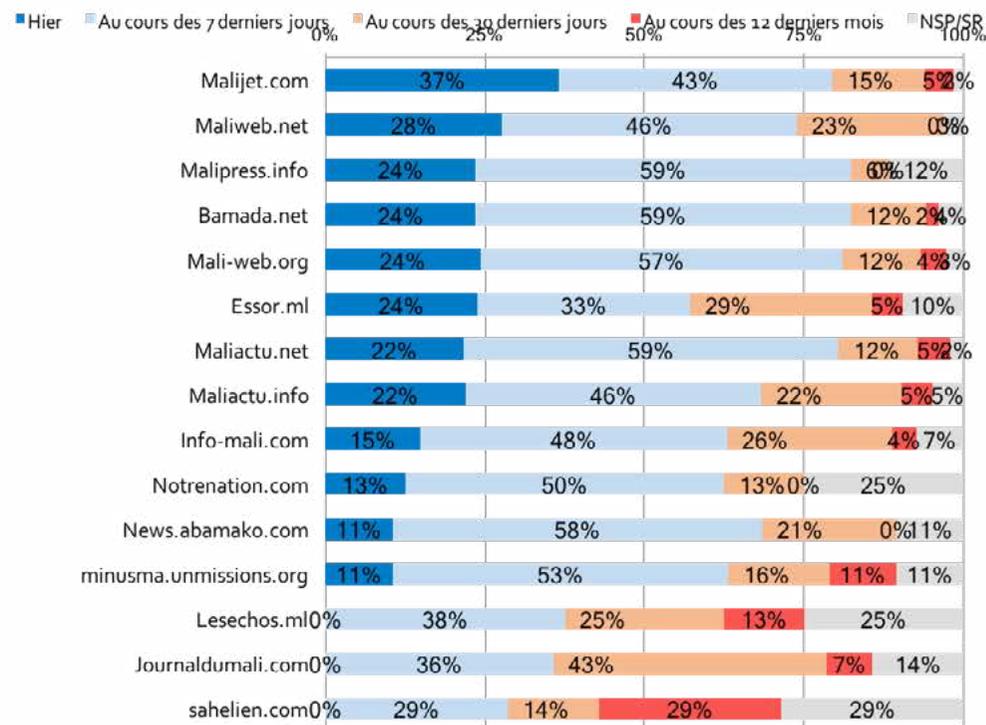
Pour vous est-ce important, peu important ou pas important du tout que les medias sociaux parlent du processus de paix ?

Base = UTILISATEUR INTERNET 15 ans et plus (419 individus)



Vous venez de me dire que vous avez consulté [Nom du site] Quand l'avez-vous consulté pour la dernière fois ?

Base = UTILISATEUR INTERNET 15 ans et plus (419 individus)



L'utilisation d'Internet est essentiellement consacré à l'usage des réseaux sociaux. A ce titre, les internautes estiment que ces derniers sont un vecteur d'information important quant au processus de paix. Loin derrière les réseaux sociaux, Internet est aussi utilisé pour s'informer sur l'actualité. Le site malien d'actualités réunissant le plus de visiteurs quotidiens est Malijet.com. Au global, une petite dizaine de sites dispose d'un auditoire régulier.

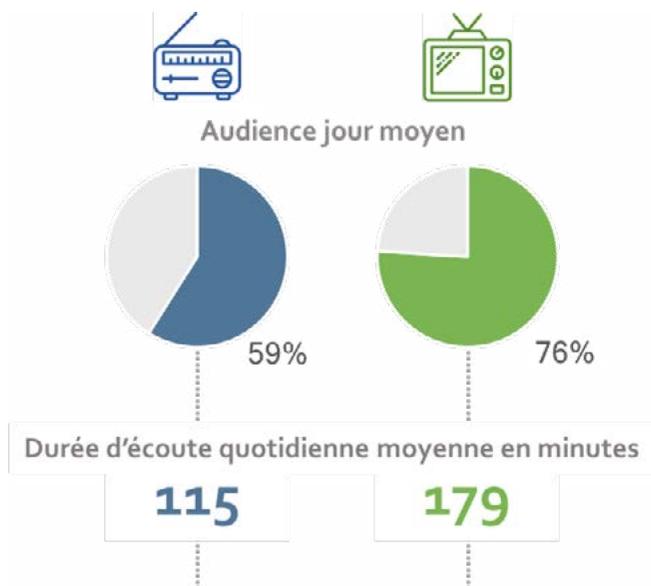


1-08

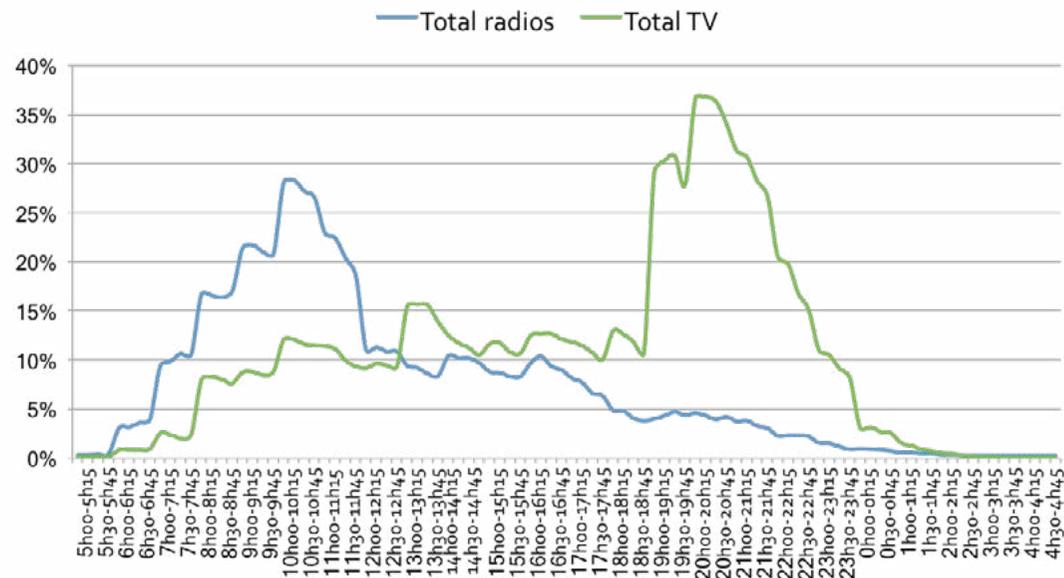
Medias Traditionnels: Radio et TV



Une certaine prédominance de la télévision



Lors d'une journée « type », **59%** des Maliens de 9 ans et plus écoutent la radio durant un peu moins de 2 heures (**115 minutes**) et **76%** regardent la TV durant presque 3 heures (**179 minutes**) en moyenne.



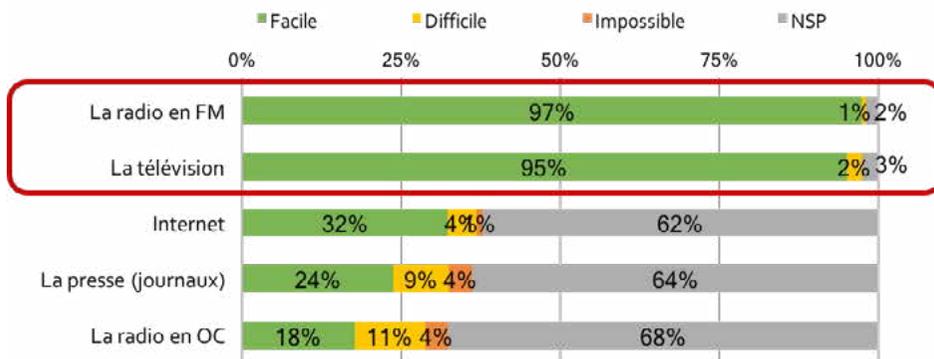
Au cours d'une journée-type, le comportement des Maliens de 9 ans et plus est semblable à ce que l'on peut observer dans la plupart des pays : prédominance de la radio le matin, écoutes faibles dans l'après-midi et forte audience de la TV le soir.

Des médias à portée de tous avec des conditions d'écoute différentes

Accessibilité aux médias

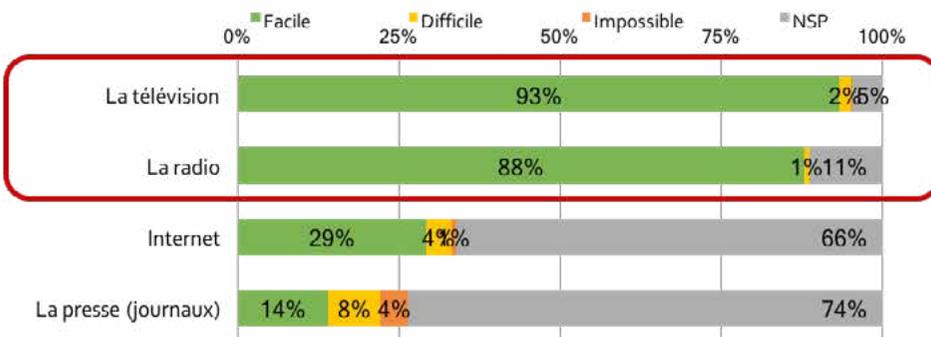
Selon vous, dans la zone où vous résidez, estimez-vous qu'il est facile, difficile ou impossible d'avoir accès aux médias suivants :

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



Selon vous, dans la zone où vous habitez, estimez-vous qu'il est facile, difficile ou impossible d'avoir accès aux médias suivants :

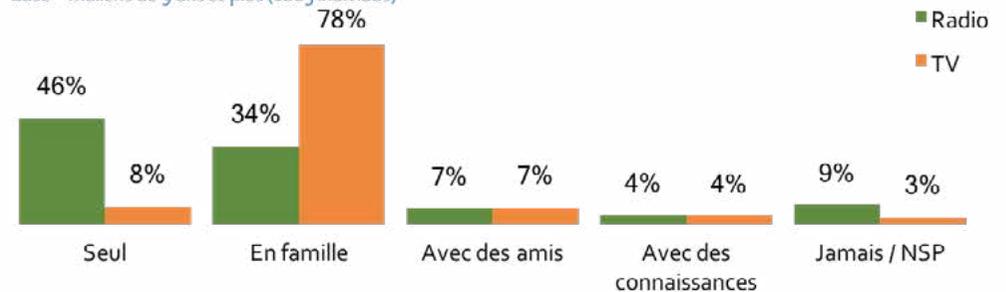
Base = maliens de 9-14 ans (402 individus)



Mode de consommation des médias

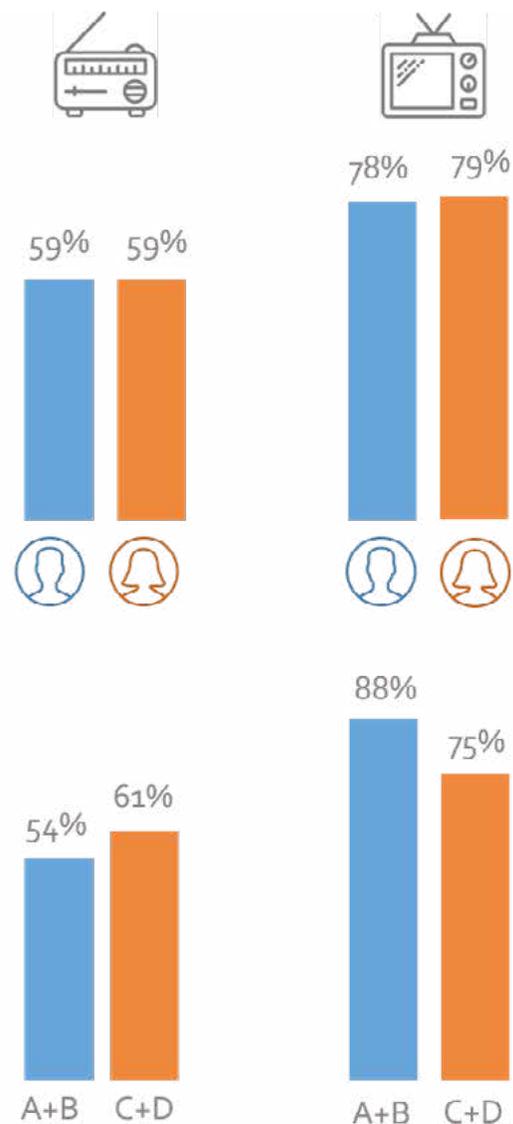
Quand vous écoutez la radio, est-ce le plus souvent seul, en famille, avec des amis ou des connaissances ? Et quand vous regardez la télévision, est-ce le plus souvent... ?

Base = maliens de 9 ans et plus (1865 individus)



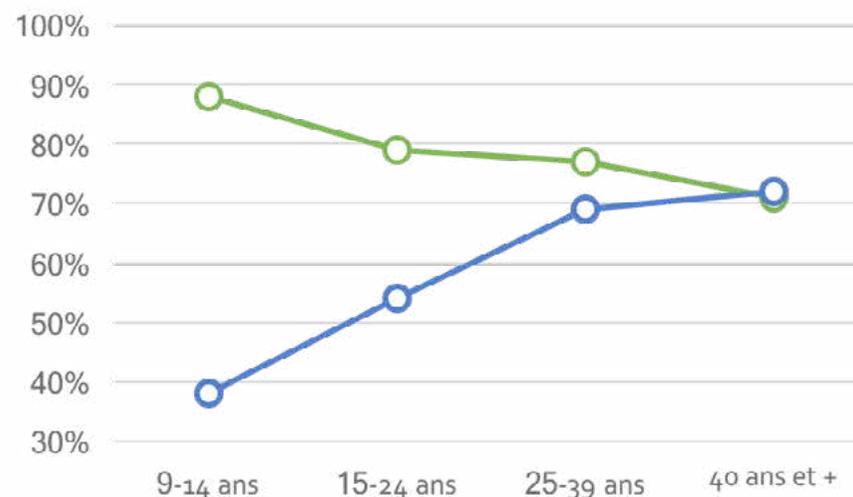
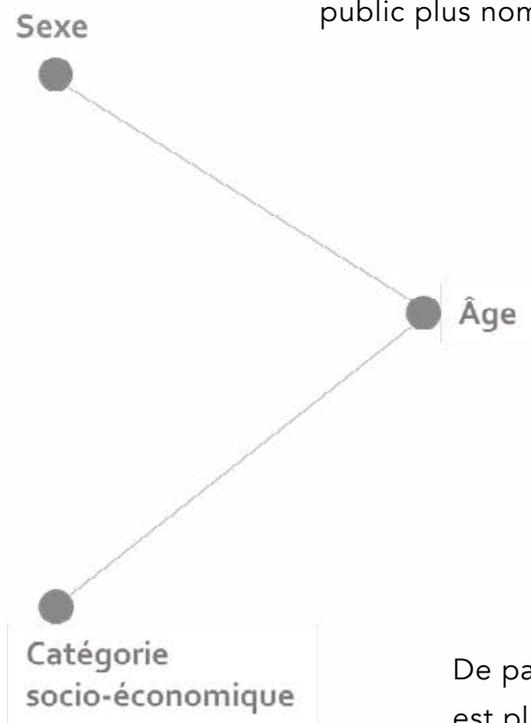
Les médias TV et radio sont considérés comme nettement plus **accessibles** qu'Internet ou la presse, qu'il s'agisse des plus jeunes ou non. Près de la moitié (46%) des Maliens et 9 ans et plus écoutent le plus souvent la radio **seuls**. Inversement, et de façon plus marquée, la TV est le plus souvent regardée en **famille** (près de 8 Maliens sur 10). Les conséquences sur les **choix du programme** suivi sont à prendre en considération.

Deux publics aux caractéristiques différentes



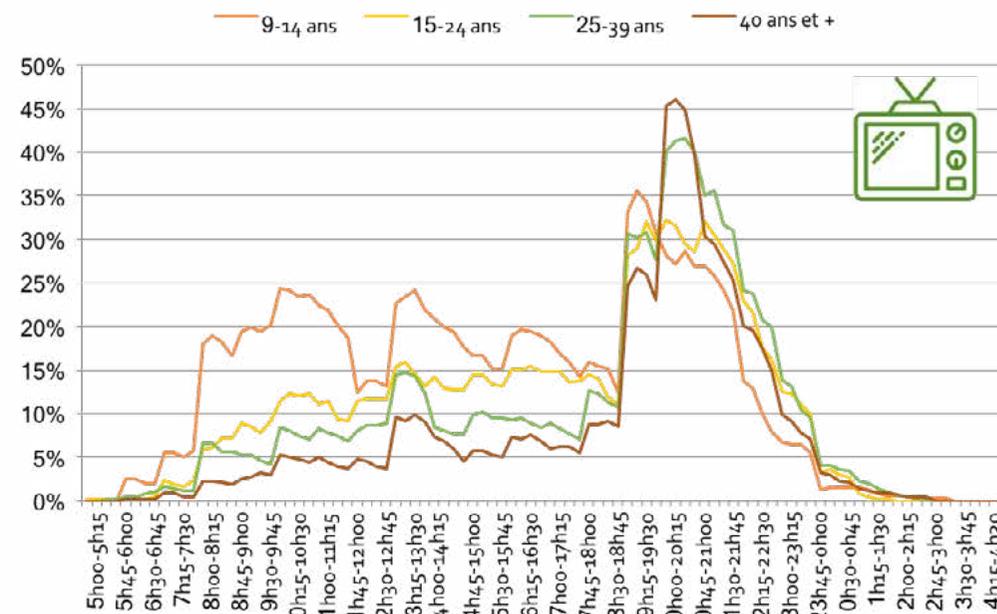
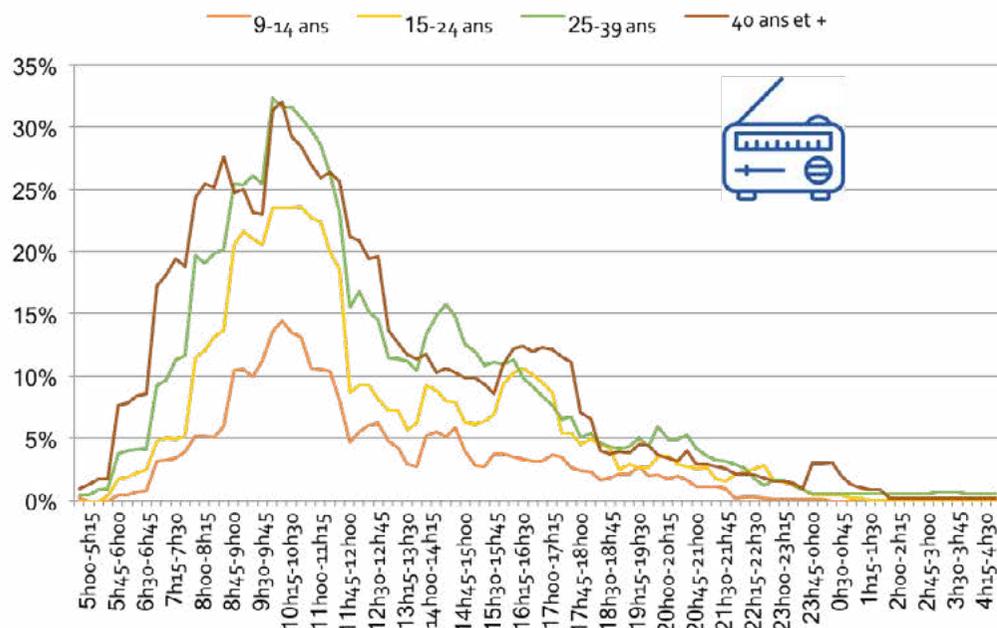
Les habitudes face aux médias audiovisuels diffèrent peu selon le **sexe**.

En revanche, les publics ont une appétence fort diverse envers la radio et la TV selon leur **âge** : la **radio** est un média beaucoup plus couramment écouté chez les personnes **mûres** que chez les jeunes. Le public de la **TV** est plus homogène, mais suit une tendance inverse à celle de la radio : avec un Sexe public plus nombreux chez les **jeunes**.



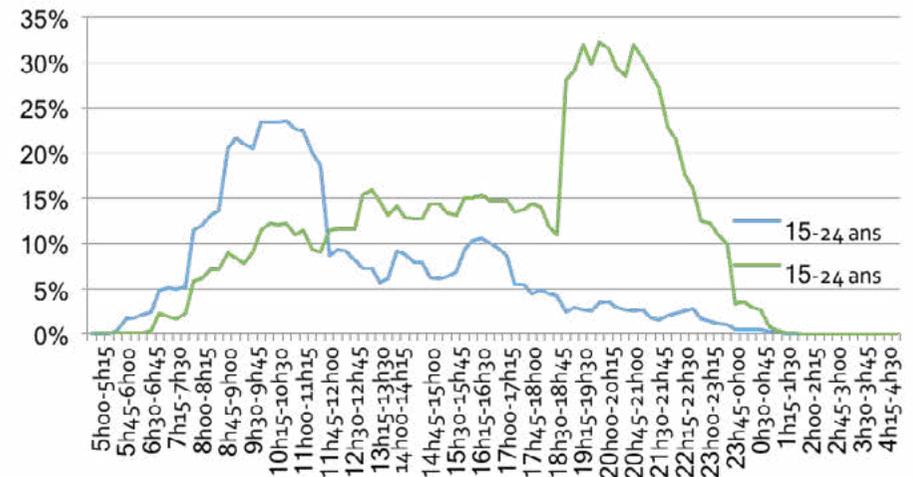
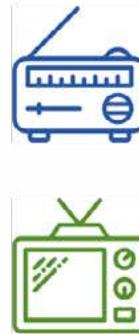
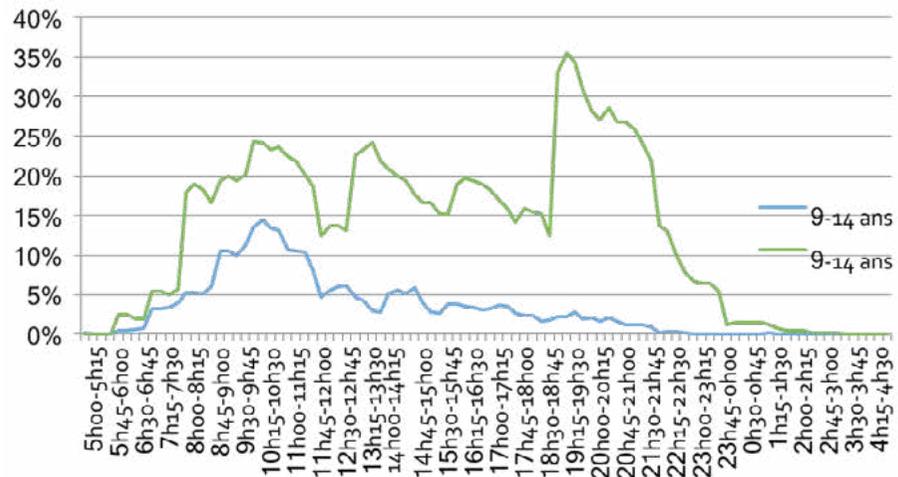
De par son coût (équipement et électricité), la TV est plus suivie par les catégories socio-économiques moyennes et aisées que par les moins bien lotis.

Un comportement très spécifique chez les plus jeunes

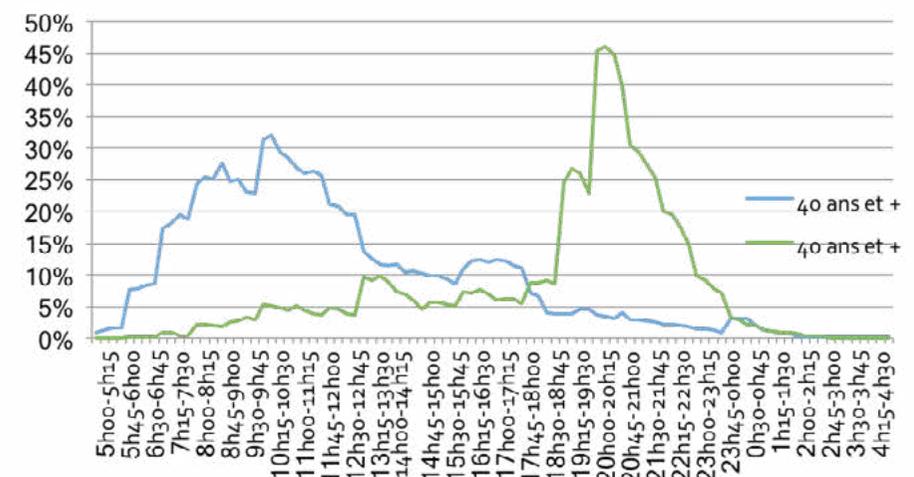
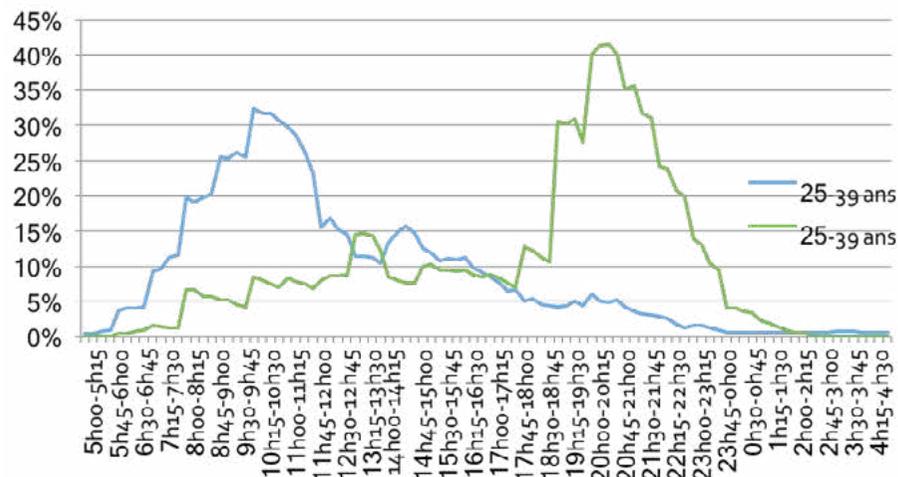


Les comportements vis-à-vis de la radio sont relativement homogènes tout au long de la journée, même si les 9-14 ans se caractérisent par une audience significativement plus faible, quel que soit le moment. Le constat est identique pour la TV, les 9-14 ayant un comportement différent de leurs aînés dans la journée, où les audiences sont élevées dès le matin. A noter également : le pic d'audience TV du soir est moins marqué chez les 15-24 ans que chez leurs aînés.

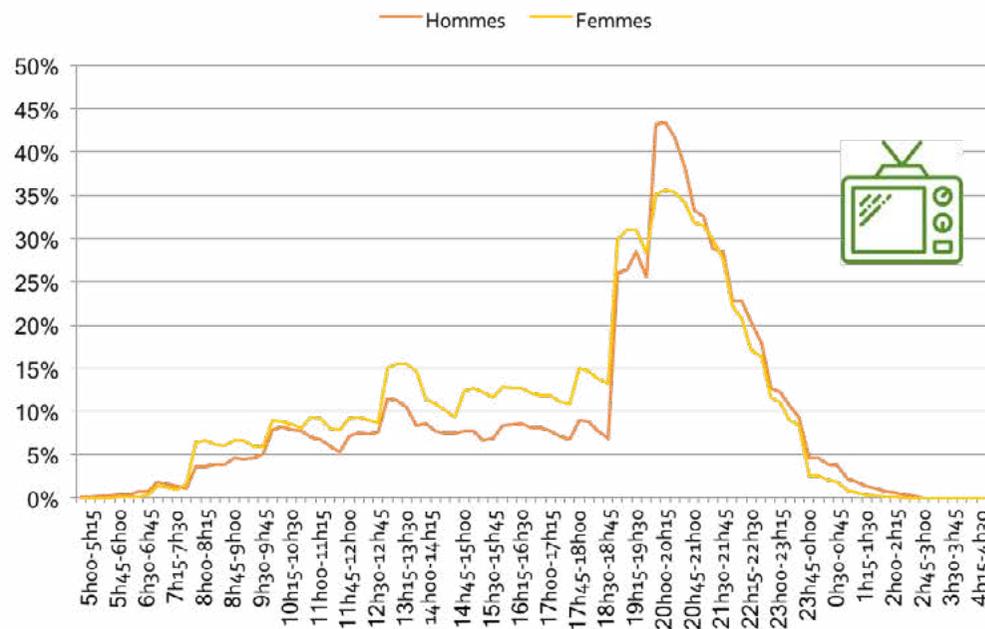
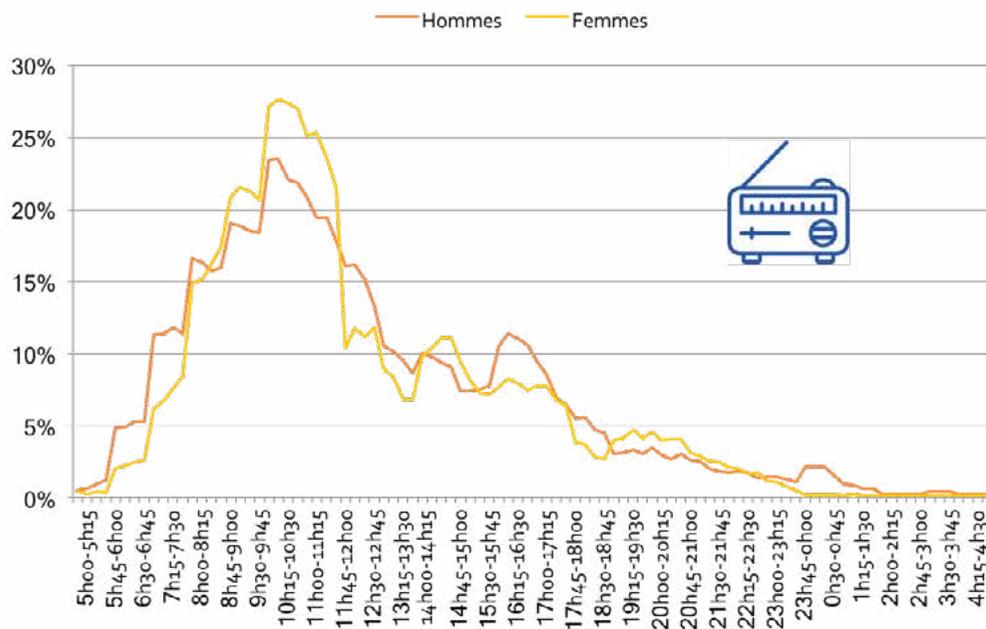
Un point de basculement de la radio à la TV variable selon l'âge



Le point de basculement est le moment de la journée où l'audience globale de la TV supplante celle de la radio. Il est net que plus l'on avance en âge, plus ce moment est tardif. L'audience de la radio chez les 9-14 ans est significativement inférieure à celle de la TV quelle que soit le moment de la journée.

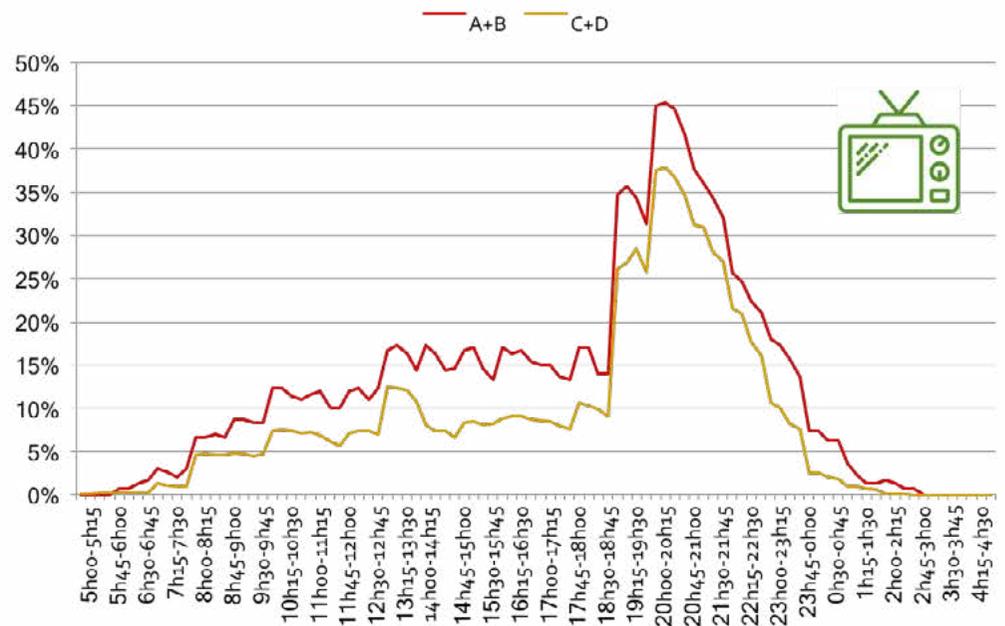
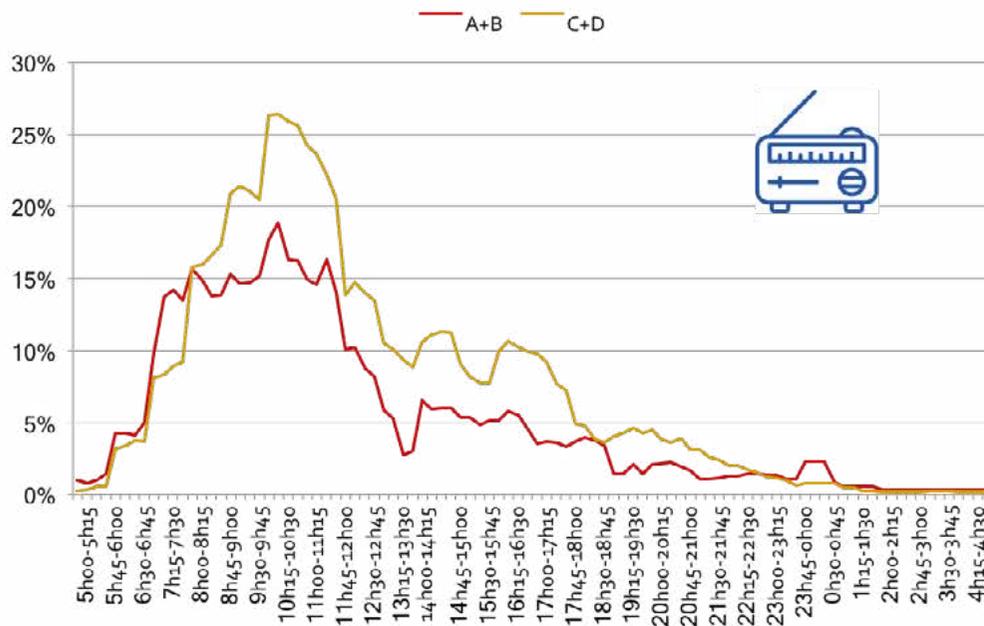


Peu d'incidence du sexe sur les usages radio et TV



Les comportements d'audience tout au long de la journée, qu'il s'agisse de la radio ou de la TV, sont très comparables.

Des menues différences d'usages selon la catégorie socioéconomique



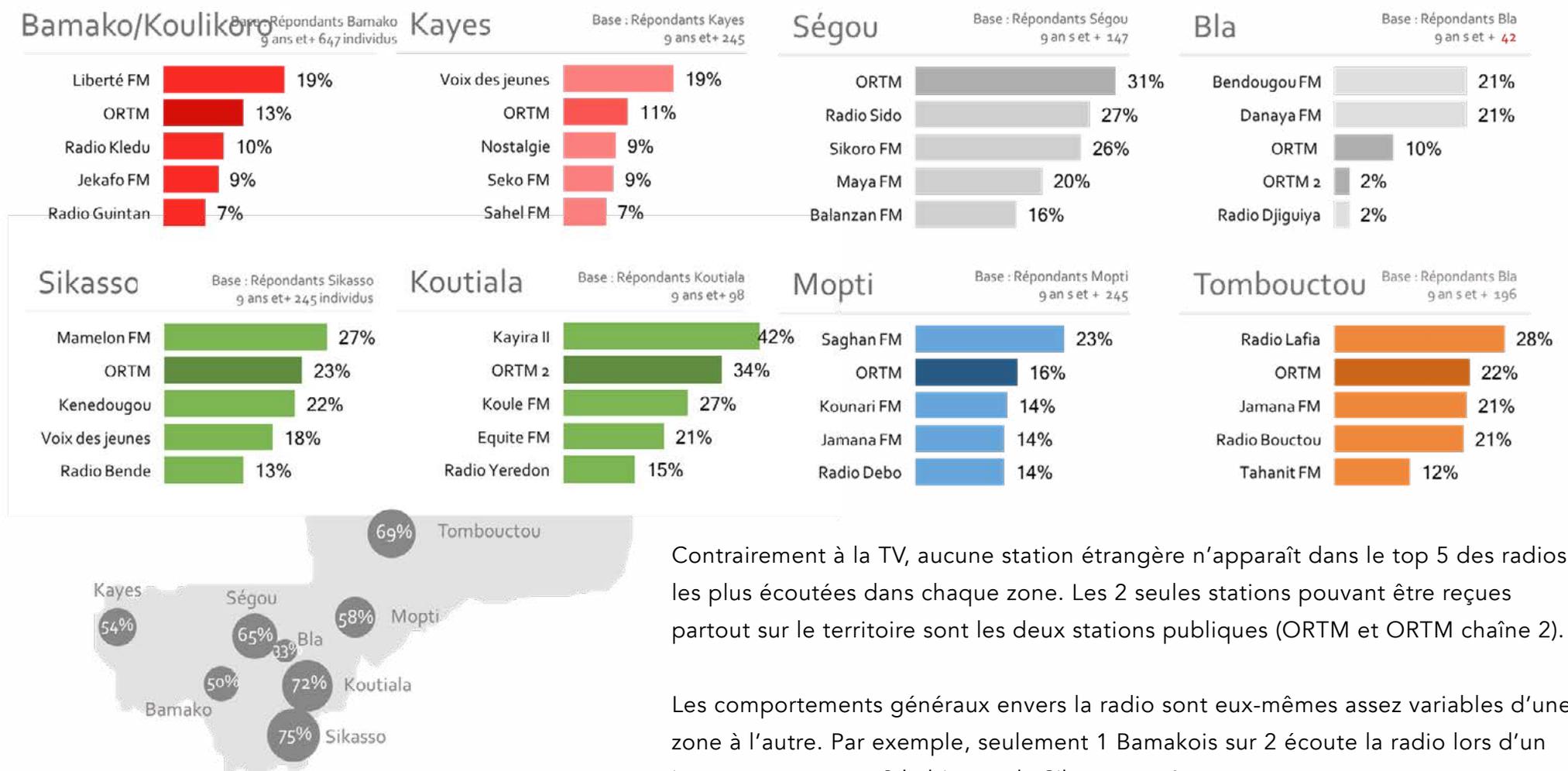
Tout comme pour le sexe, les Maliens, quelle que soit leur niveau de vie, ont des comportements d'audience relativement comparables face à la radio et à la TV tout au long de la journée. A noter néanmoins : un pic d'audience plus marqué chez les moins favorisés en milieu de matinée.



1-09 Radio

Des paysages radiophoniques régionaux fort différents

Base = Maliens de 9 ans et plus

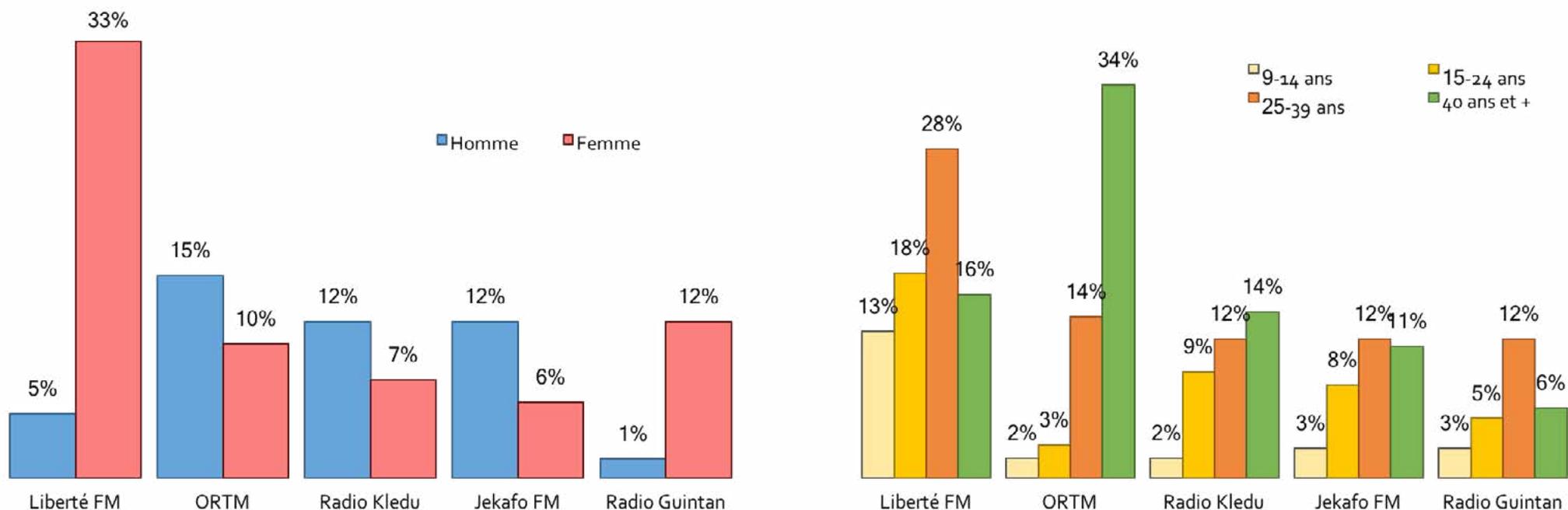


Contrairement à la TV, aucune station étrangère n'apparaît dans le top 5 des radios les plus écoutées dans chaque zone. Les 2 seules stations pouvant être reçues partout sur le territoire sont les deux stations publiques (ORTM et ORTM chaîne 2).

Les comportements généraux envers la radio sont eux-mêmes assez variables d'une zone à l'autre. Par exemple, seulement 1 Bamakois sur 2 écoute la radio lors d'un jour moyen, contre 3 habitants de Sikasso sur 4.

Le medium radio ne doit donc pas être appréhendé **trop globalement**, les disparités de paysage étant trop fortes pour raisonner uniquement sur le plan national.

Bamako* – des radios au profil de public différents

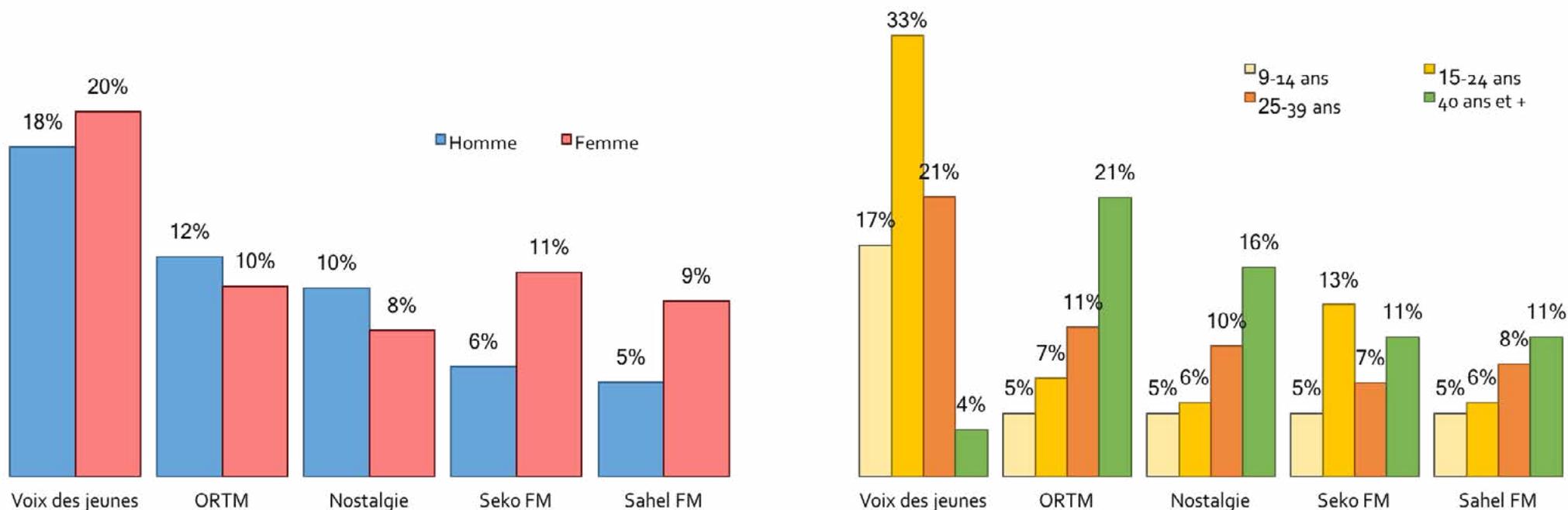


Que ce soit sur le plan de l'âge ou du sexe, le profil des publics de Liberté FM et de Radio Guintan sont comparables : très peu d'hommes et une forte proportion de 25-39 ans. Pour un jour moyen, une Bamakoise de 9 ans et plus sur trois écoute Liberté FM !

L'ORTM, Radio Klédu et Jekafo FM ont des publics plus masculins que féminins, et globalement plutôt mûrs, le jeune public étant plus attiré par la TV. Plus d'un habitant de Bamako sur trois âgé de 40 ans au moins écoute l'ORTM chaque jour.

*Base Koulikoro trop faible pour la ventilation des résultats

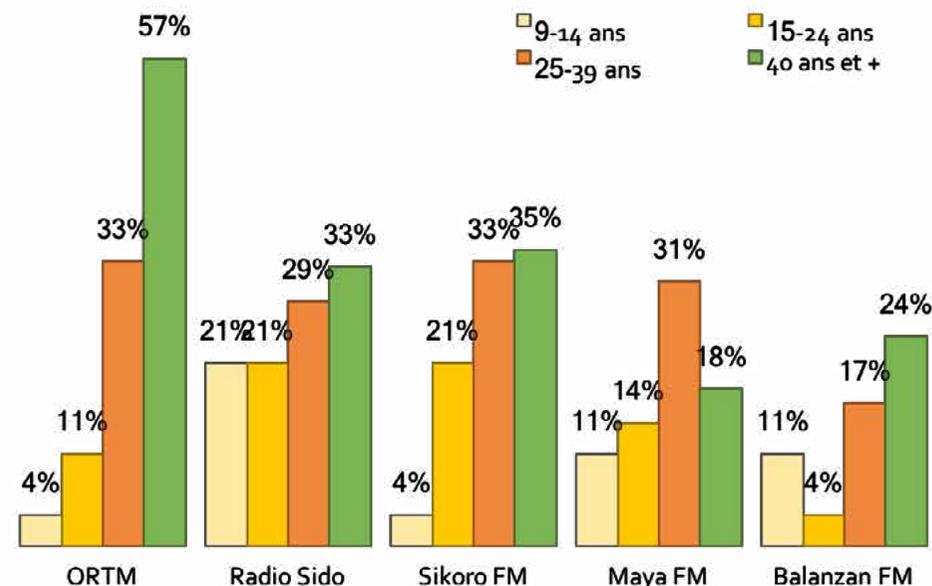
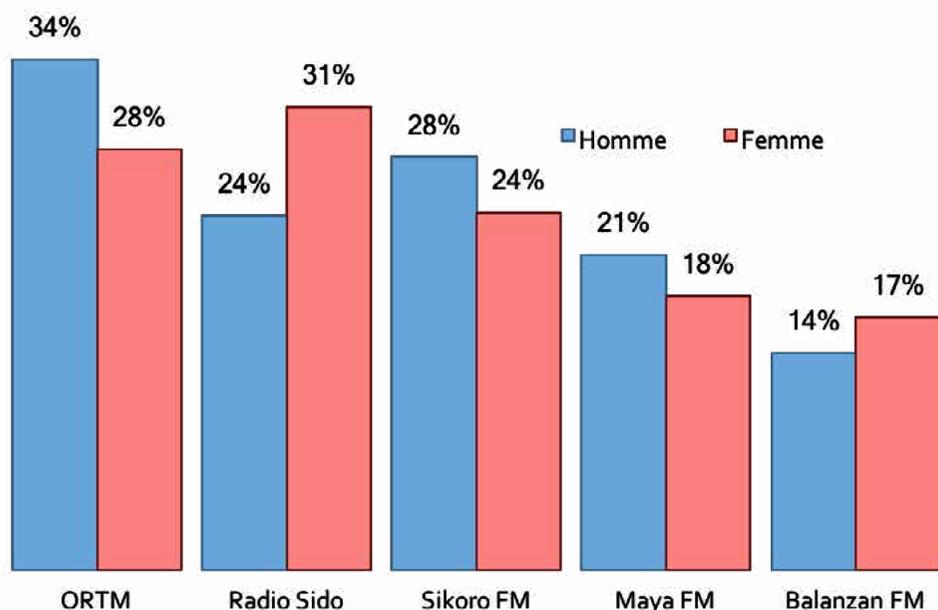
Kayes – la Voix des jeunes polarise le public



Les goûts du public de Kayes diffèrent peu selon le sexe, même si Seko et Sahel FM ont un public plus masculin que féminin.

La station « Voix des jeunes » rencontre bien le public qu'elle cible, qui est peu présent à l'écoute des autres stations, à l'exception notable de Seko FM pour les 15-24 ans. L'ORTM est, comme souvent, la station favorite des 40 ans et plus.

Ségou* – le cas particulier de Radio Sido

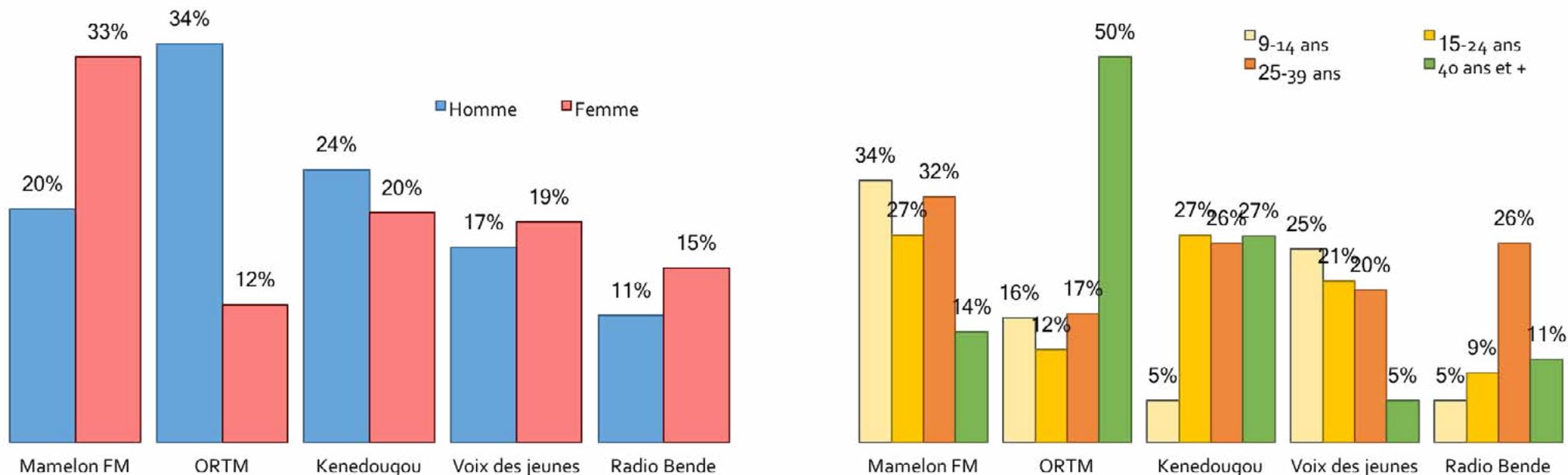


Le sexe n'a que peu d'influence sur les goûts du public de Ségou, excepté pour Radio Sido, dont le public penche du côté féminin.

Pour ce qui est de l'âge, là encore Radio Sido sort du lot de par ses performances remarquables auprès du jeune public (9-14 ans), visiblement peu friand de radio en dehors des programmes de cette station. A noter tout de même que significativement plus de la moitié des habitants de Ségou au moins quarantenaire écoute au moins une fois par jour l'ORTM.

*Base *Bla trop faible pour la ventilation des résultats*

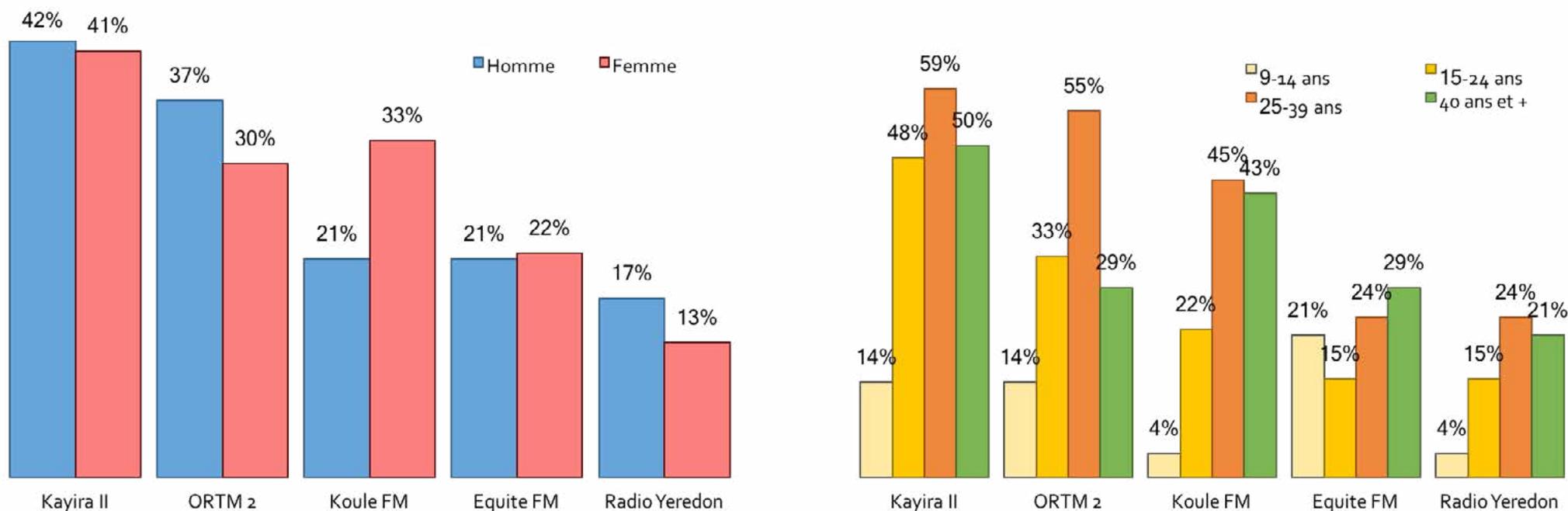
Sikasso – des publics ciblés



Les profils de public de Mamelon FM et de l'ORTM s'opposent : jeune et plutôt féminin pour la première, âgé et masculin pour la seconde. Un habitant de Sikasso sur deux ayant 40 ans et plus écoute au moins une fois par jour l'ORTM.

Les Sikassois ont des choix radiophoniques marqués selon leur âge : la Voix des jeunes attire bien ceux-ci, et très peu les plus mûrs, au contraire de Kenedougou. Radio Bende réalise un très bon score spécifiquement auprès des 25-39 ans.

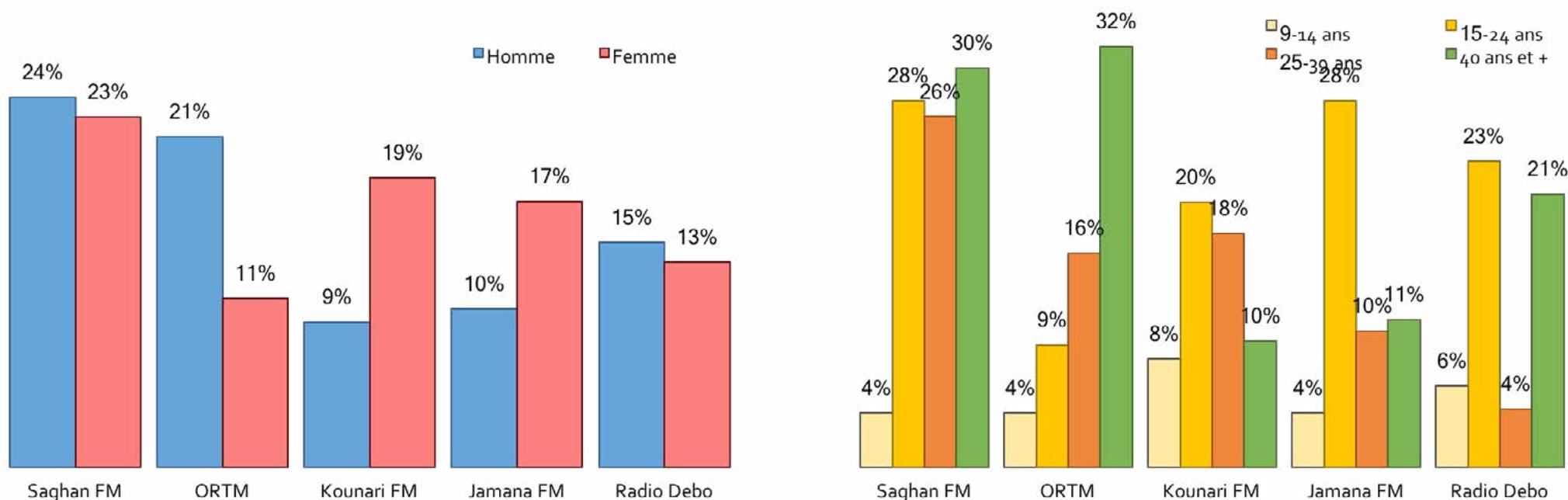
Koutiala – les 25-39 ans grands auditeurs de la radio



Les publics des radios de Koutiala sont à dominance masculine, excepté pour Koule FM. Celle-ci attire principalement un public mûr (25 ans et plus).

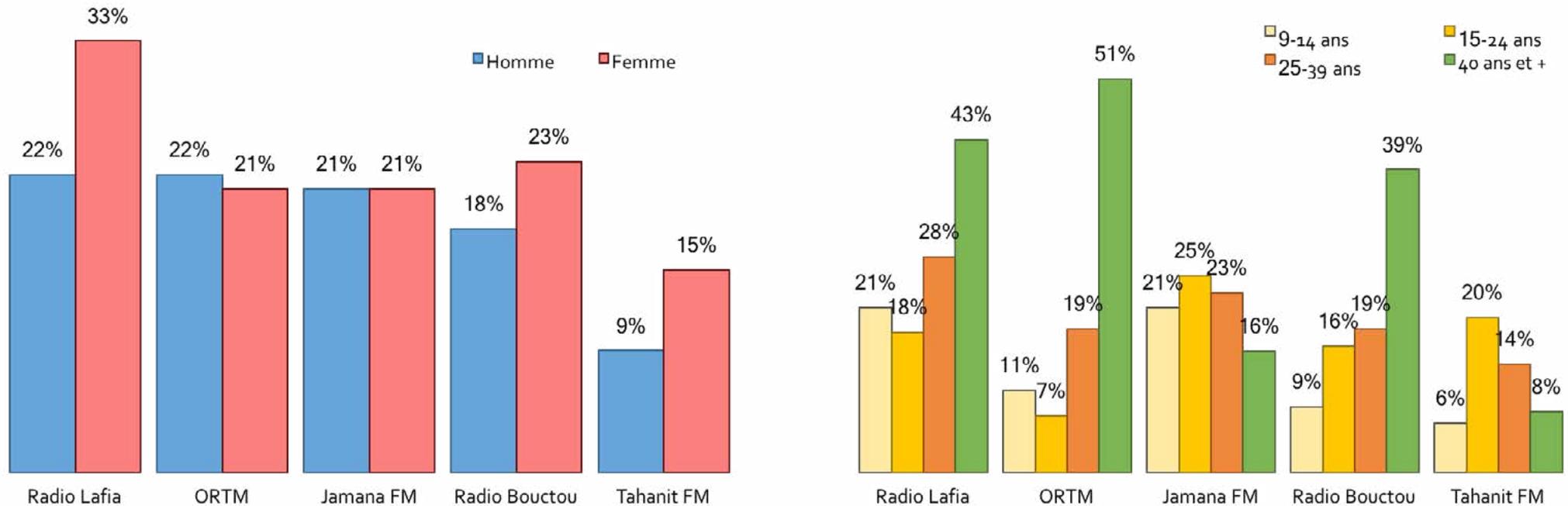
Les 25-39 ans sont des auditeurs très assidus de la radio, puisque la moitié d'entre eux écoute au moins une fois par jour Kayira II, l'ORTM 2, voire Koule FM ! La prédominance de cette tranche d'âge explique l'absence de l'ORTM (1) dans le top 5 (cas unique), celle-ci étant généralement une radio plutôt écoutée par les 40 ans et plus.

Mopti – des publics ciblés



On retrouve le profil par âge de l'ORTM observable dans chaque zone, avec un public mûr. En revanche, la dominante masculine est ici plus marquée. Kounari et Jamana FM ont des publics plus féminins que masculin. Le cœur de l'auditoire de Kounari est âgé de 15 à 39 ans, alors que celui de Jamana est plus adolescent. Saghan FM réalise des performances d'audience quotidienne comparable à celle de l'ORTM auprès des 40 ans et plus, ce qui est peu courant au Mali.

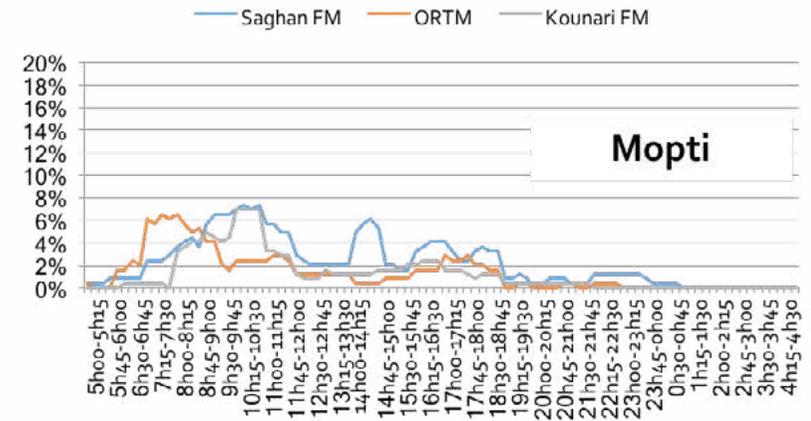
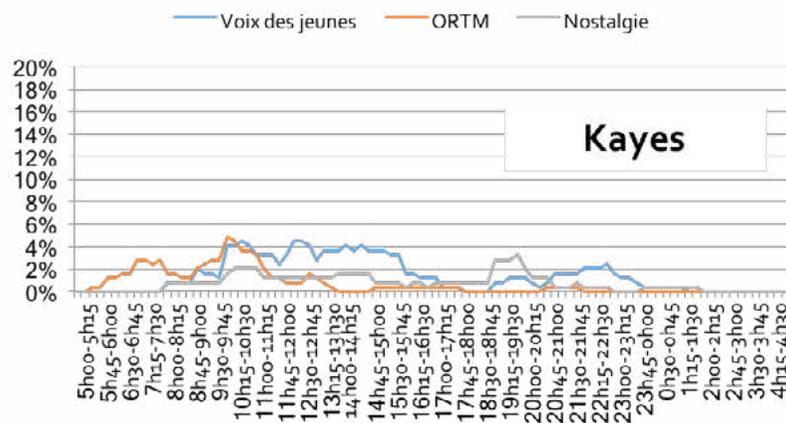
Tombouctou – Radio Lafia incontournable



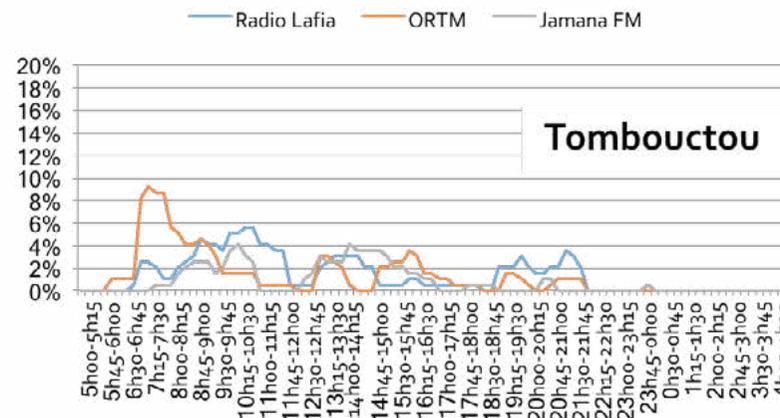
Le public de la radio est globalement plus féminin que dans les autres zones ; Radio Lafia et Tahanit FM ont des auditoires plus féminins que masculins. Radio Lafia a de bonnes audiences auprès de chaque tranche d'âge. Globalement, le profil des publics des stations est plus homogène qu'ailleurs.

Audience des 3 premières radios au cours d'une journée-type

Premier cas de figure : une relative homogénéité au cours de la journée



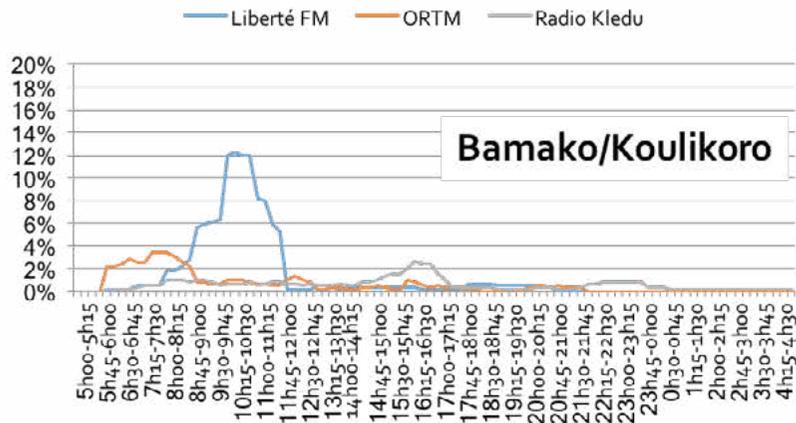
Aucun pic d'audience ne sort significativement du lot au cours de la journée.



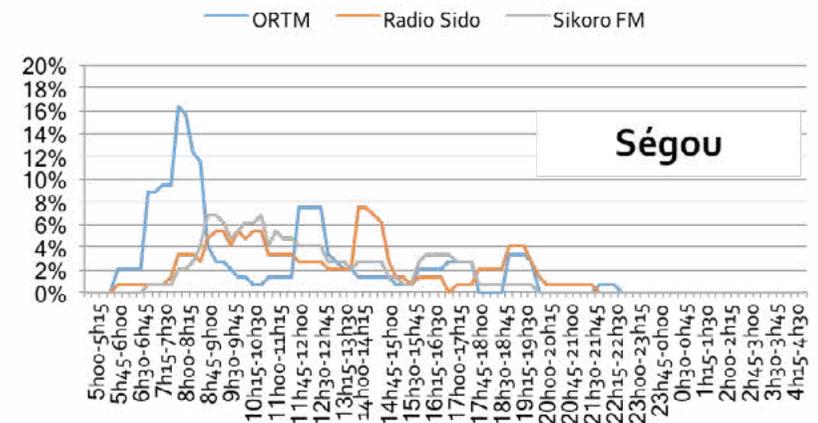
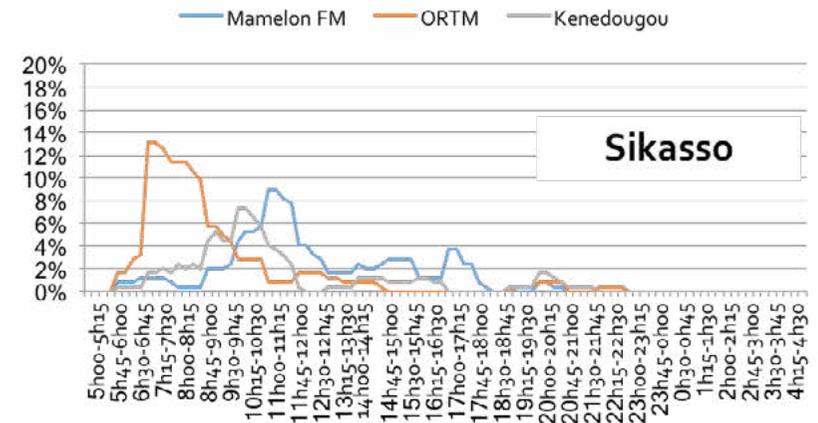
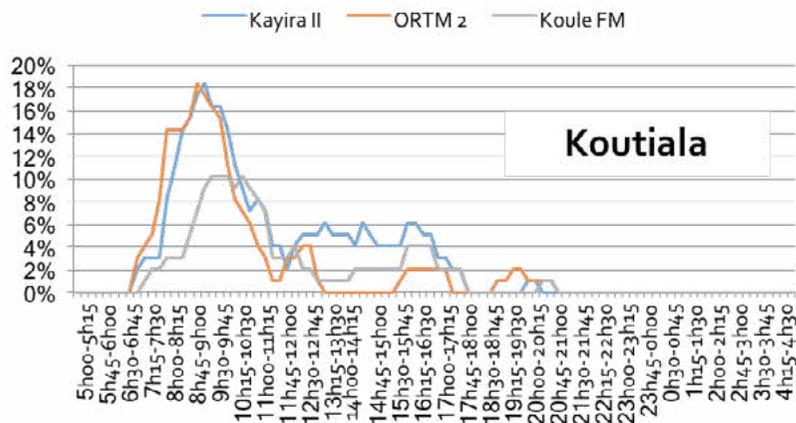
L'audience des radios s'étale sur une grande partie de la journée.

Audience des 3 premières radios au cours d'une journée-type

Second cas de figure : l'audience des radios fonctionnant par rendez-vous



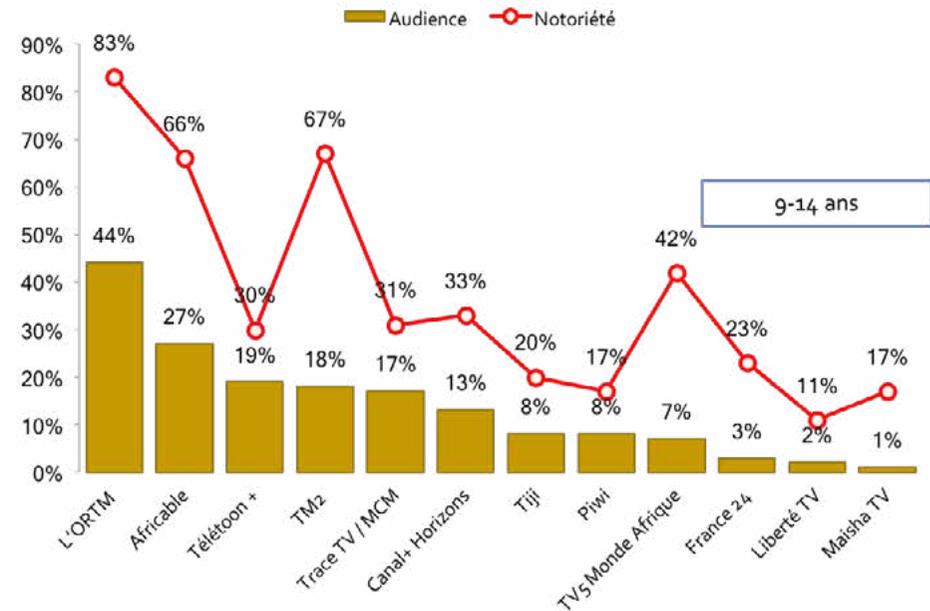
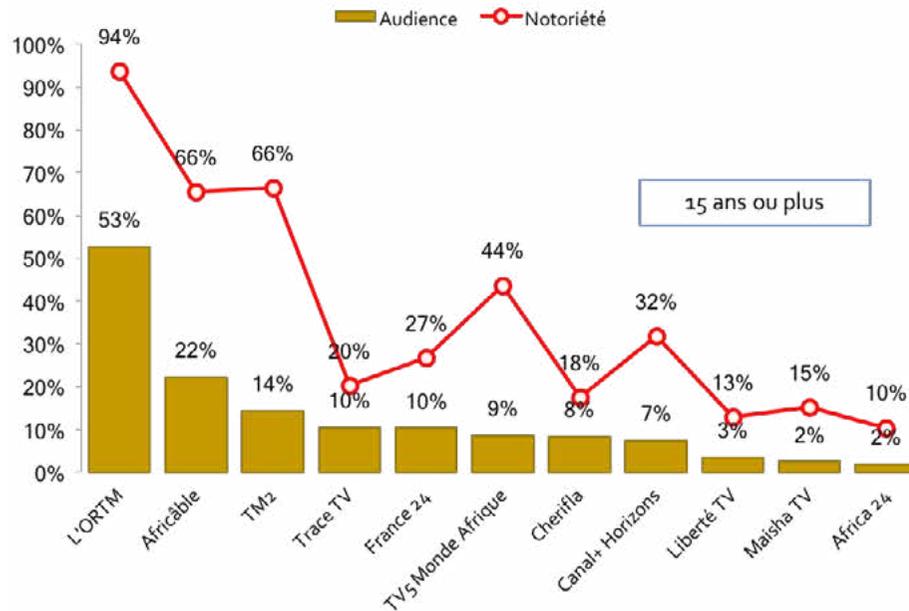
Les pics d'audience marqués correspondent à des programmes bien identifiés par le public de chaque station (des rendez-vous). Le cas de Liberté FM à Bamako est paroxystique : cette station ne fait quasiment pas d'audience en dehors du créneau 9h-11h30 (émission Baroni à 10h)





1-10 Television

Un paysage télévisuel largement dominé par la chaîne publique

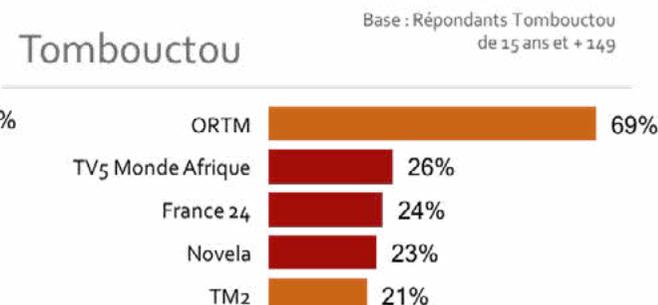
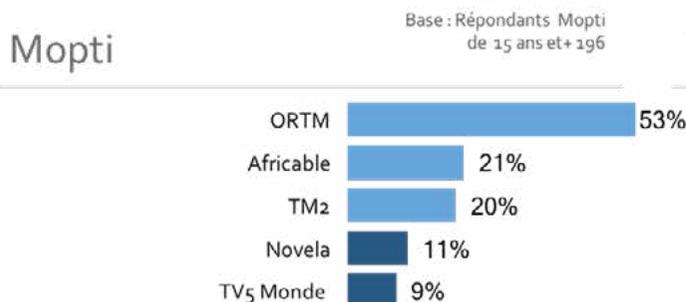
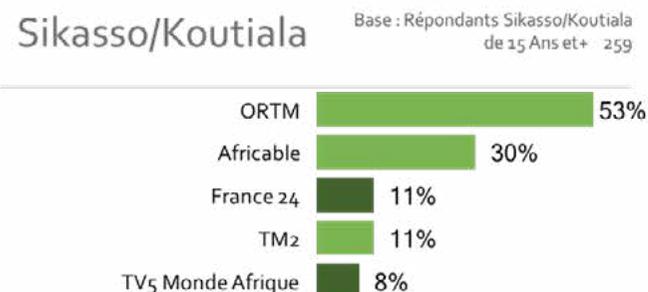
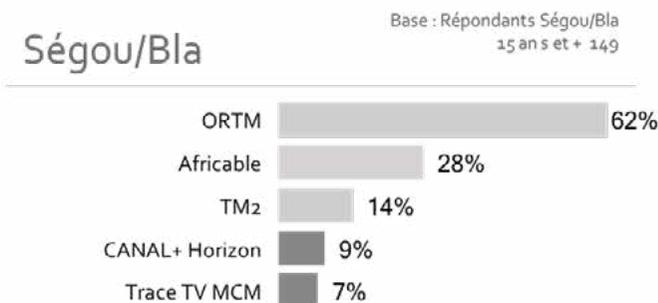
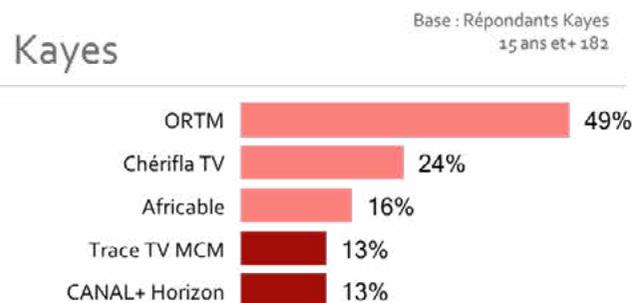
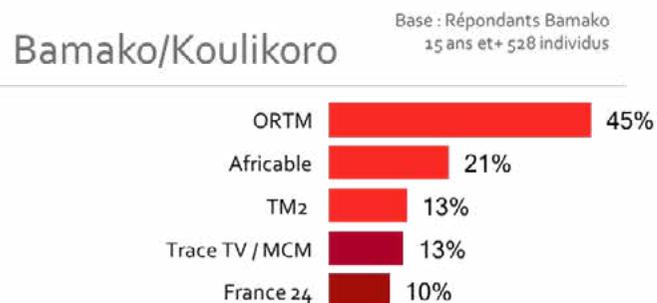


Le niveau de notoriété spontanée permet d'identifier les chaînes les mieux présentes à l'esprit des Maliens. Quel que soit l'âge, l'univers « psychologique » propre à la TV est composé des deux chaînes publiques ORTM et TM2, d'Africâble, chaîne privée malienne de portée internationale, et de TV5 Monde. Canal+ Horizons bénéficie également d'une notoriété remarquable auprès des 15 ans et plus.

En termes d'audience, ici celle pour un jour moyen, ce sont les trois chaînes locales citées supra qui dominent, et surtout l'ORTM. Les chaînes dédiées au divertissement (Télétoon +, Trace TV, Canal+ Horizons) trouvent une audience plus importante chez les très jeunes.

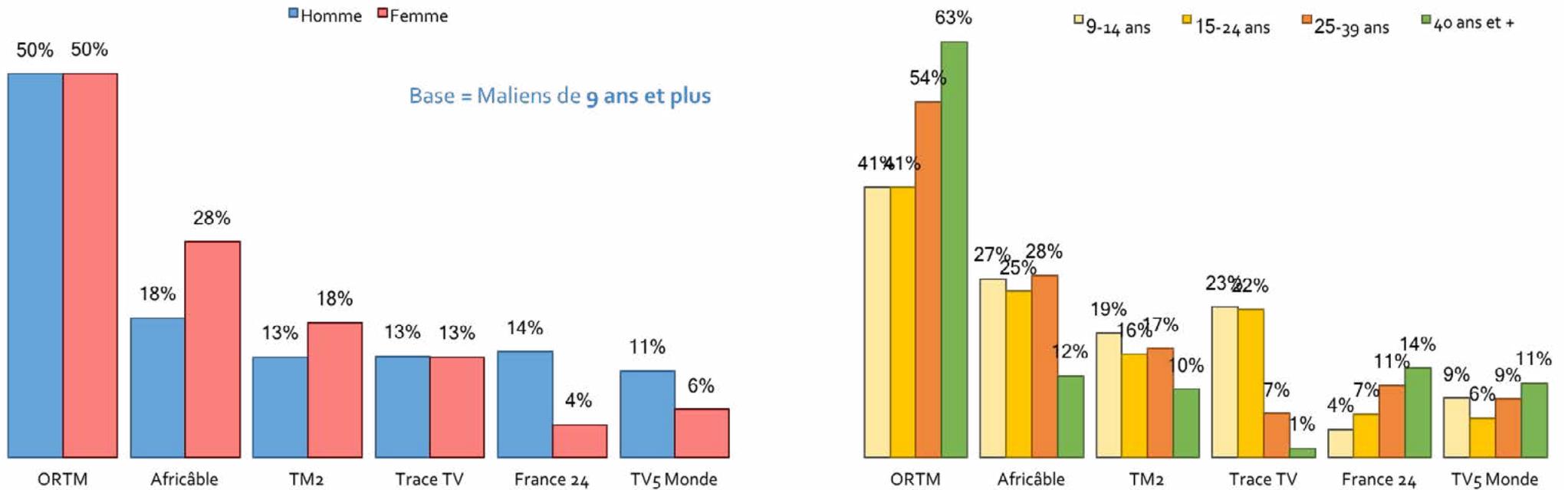
Quelques différences régionales

Base = Maliens de 15 ans et plus



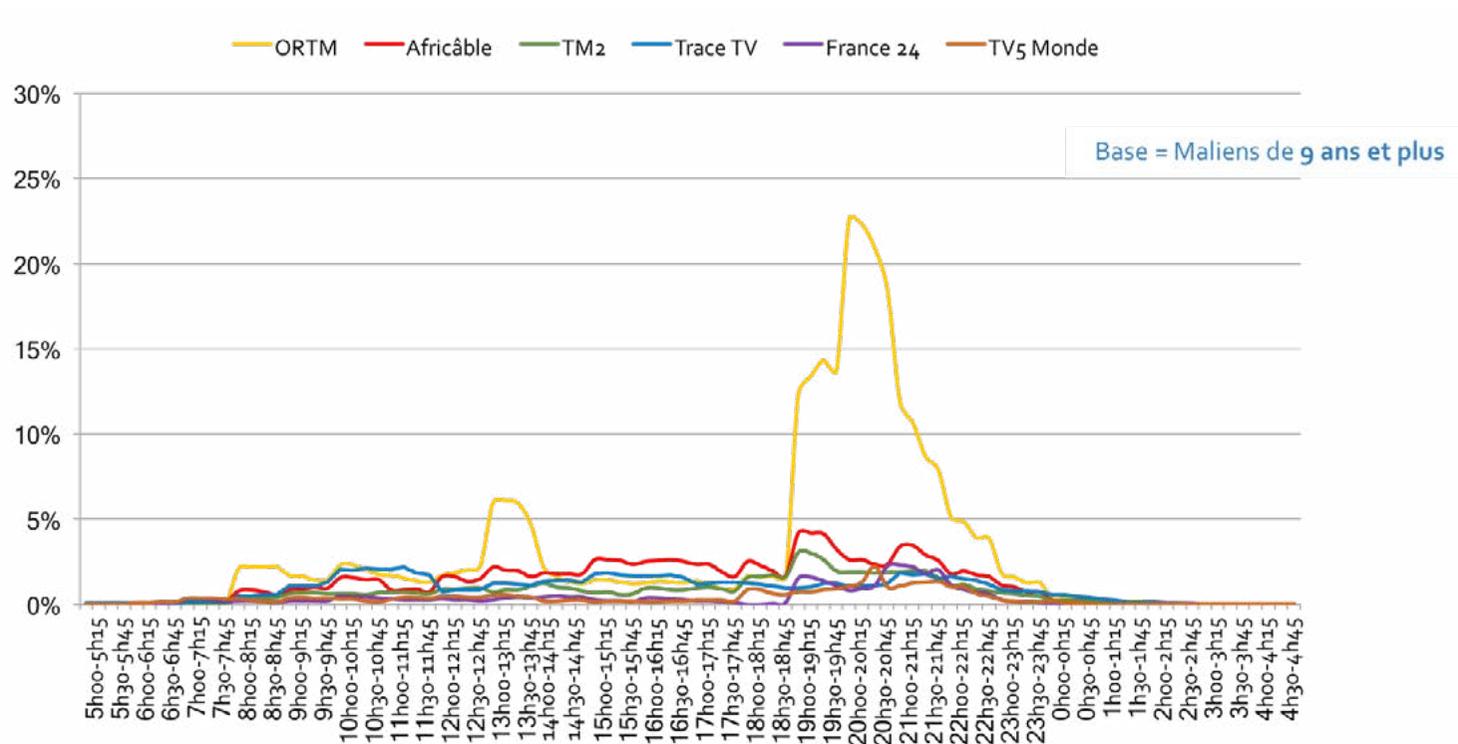
L'ORTM domine très largement le paysage audiovisuel de chaque région. L'audience de TM2 est plus réduite, voire peu importante comme à Kayes où elle ne figure pas dans le Top 5. Africable se positionne généralement comme seconde chaîne, excepté à Kayes où elle souffre de la concurrence de la chaîne Chérifla TV, qui émet depuis Koulikoro. Son audience à Tombouctou est plus faible (15%, en dehors du top 5 de la zone). Peut-être cela s'explique-t-il par une moins bonne adéquation entre les attentes des Maliens du Nord et les programmes proposés par la chaîne.

Des chaînes au profil de public différent

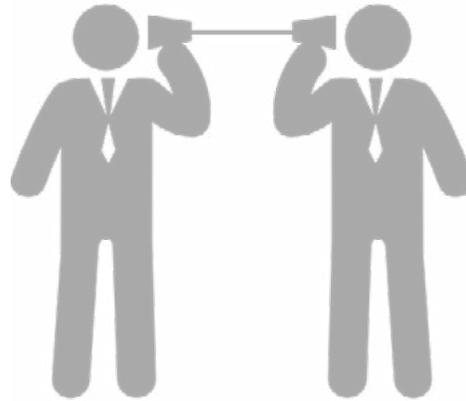


Un Malien ou une Malienne de 9 ans et plus sur deux regarde au moins une fois l'ORTM lors d'un jour moyen, mais la pénétration de la chaîne est d'autant plus grande que le public avance en âge. Africâble et TM2 ont des structures de public comparable pour ce qui est de l'âge et du sexe, le public masculin d'âge mûr étant moins représenté.

Les rendez-vous d'information de l'ORTM incontournables



L'écrasante domination de l'ORTM en termes d'audience provient essentiellement des deux rendez-vous d'information quotidiens que sont les journaux de 13 heures et surtout de 20 heures.



1-11

Usages et Attitudes Vis-A-Vis des Contenus Mediatiques



Domaines d'intérêt en général

Top 5 des domaines d'intérêt favoris des 15 ans et plus

Individus se disant « très intéressés »



Bottom 3 des domaines d'intérêt des 15 ans et plus

Individus se disant « très intéressés »



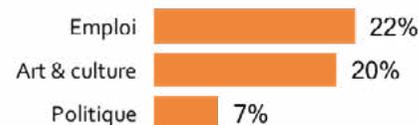
Top 5 des domaines d'intérêt favoris des 9-14 ans

Individus se disant « très intéressés »



Bottom 3 des domaines d'intérêt des 9-14 ans

Individus se disant « très intéressés »



La religion et la santé sont les domaines qui intéressent le plus les Maliens de 15 ans et plus. Fort logiquement, les enfants sont davantage intéressés par des domaines qui les touchent plus directement, dont l'école. Les actualités nationale et locale déclenchent un réel enthousiasme chez moins de la moitié des 15 ans et plus (respectivement 46% et 45%).

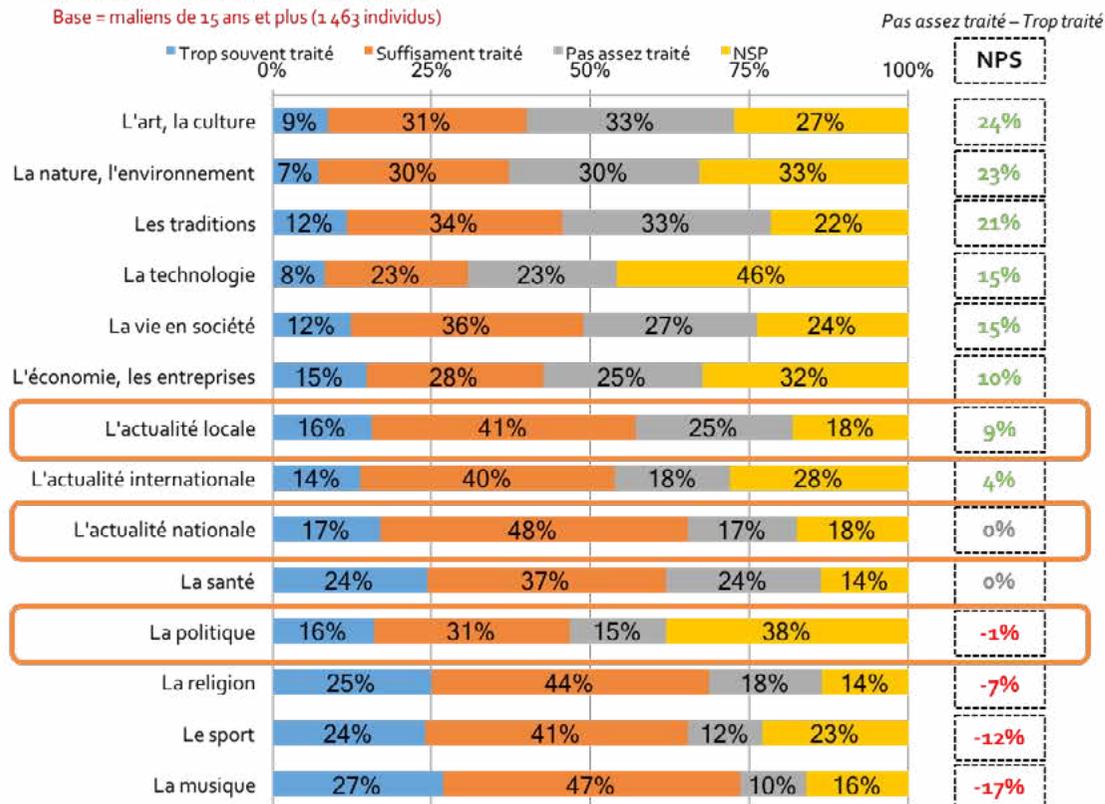
L'ensemble du public malien se désintéresse de la politique – notion que peut recouvrir des réalités fort différentes chez chacun.

Attentes vis-à-vis des médias en termes de contenus thématiques

Traitement des sujets par les médias maliens

Estimez-vous que chacun de ces domaines est trop souvent traité, suffisamment traité ou pas assez traité dans les médias Maliens (que ce soit par les stations de radio, par les chaînes de TV, dans la presse ou sur les sites Internet maliens) ?

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



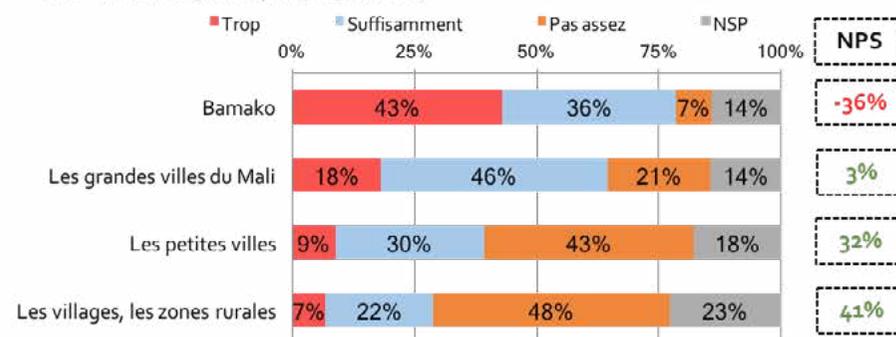
Les attentes du public en termes de temps d'antenne consacré à l'actualité nationale et à la politique sont globalement satisfaites, une place un peu plus importante pouvant être réservée à l'actualité locale.

Cela est à rapprocher du fait que seule la place réservée dans les médias aux grandes villes maliennes hors Bamako est satisfaisante aux yeux du public. Pour celui-ci, les médias parlent trop de Bamako, et pas suffisamment des petites villes et des villages.

Niveau d'information par zone au Mali

Pouvez-vous m'indiquer si vous estimez que les médias maliens parlent trop, parlent suffisamment ou ne parlent pas assez de chacune des zones du Mali que je vais vous citer ?

Base = maliens de 9 ans et plus (1865 individus)

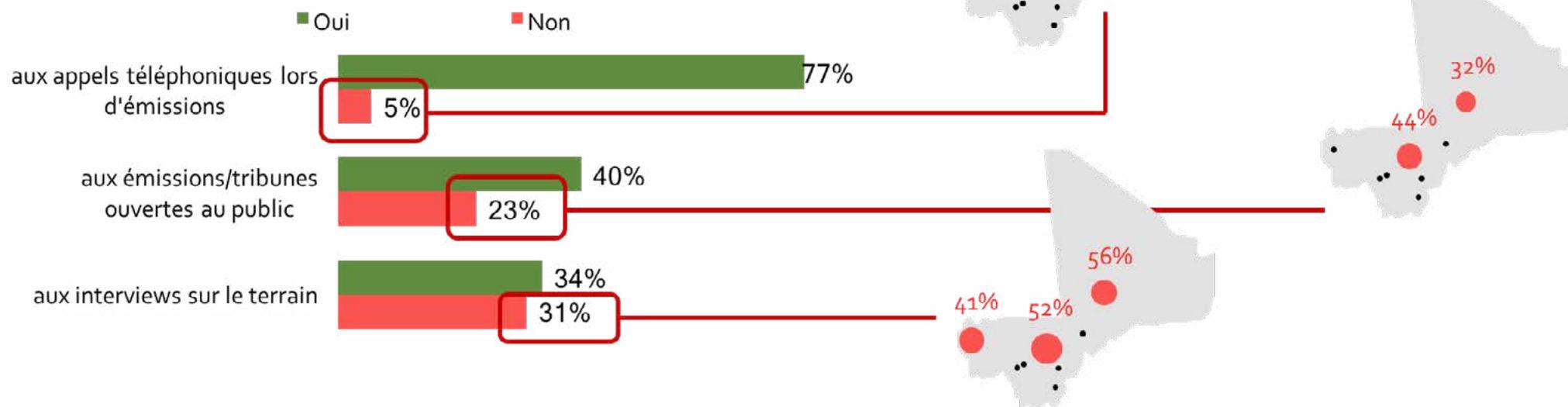


Les médias comme moyen d'expression

Expression du public sur les médias

Selon vous, les médias maliens offrent-ils au public la possibilité d'exprimer leurs préoccupations grâce... ?

Base = maliens de 9 ans et plus (1865 individus)



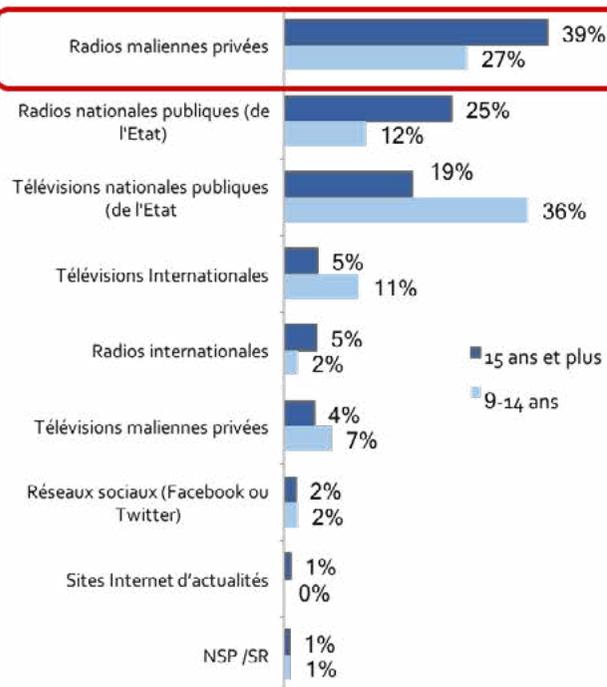
Globalement, les Maliens estiment que les médias leur donnent la possibilité de s'exprimer, et ce notamment grâce aux appels téléphoniques lors d'émissions. C'est à Ségou et surtout à Tombouctou que le sentiment de ne pas pouvoir s'exprimer dans les médias est le plus présent, d'autant plus hors des appels téléphoniques lors d'émission.

Confiance vis-à-vis des médias

A quel média faites-vous confiance en premier pour vous informer lorsqu'un événement important se produit dans votre pays ?

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)

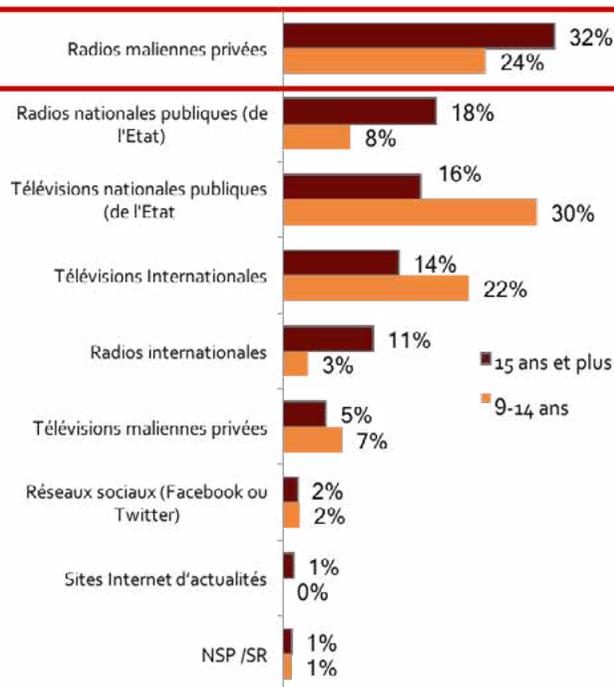
Base = maliens de 9-14 ans (402 individus)



A quel média faites-vous confiance en premier pour vous informer lorsqu'un événement important se produit en Afrique ?

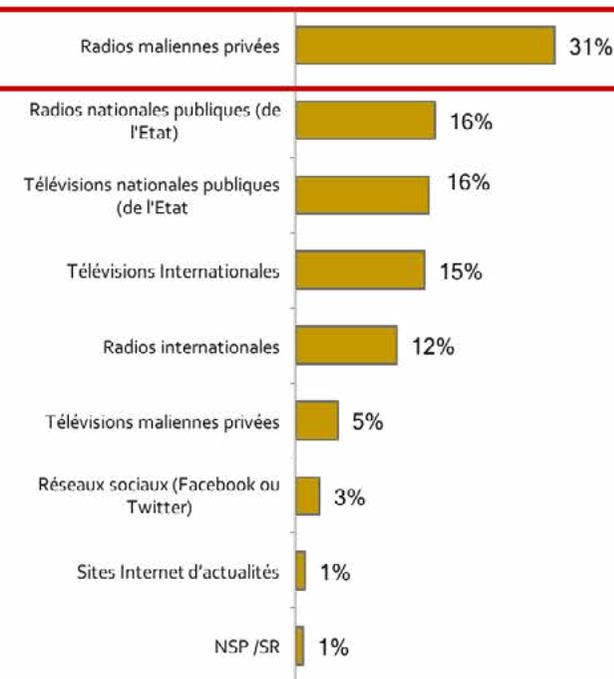
Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)

Base = maliens de 9-14 ans (402 individus)

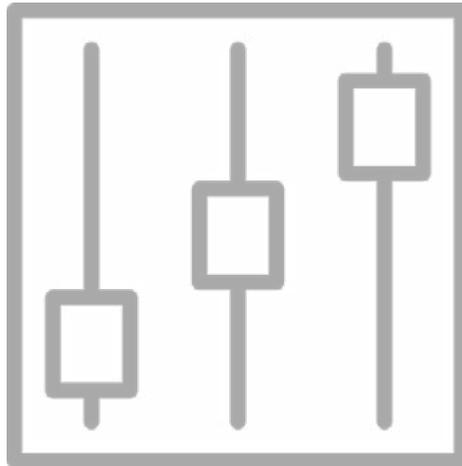


A quel média faites-vous confiance en premier pour vous informer lorsqu'un événement important se produit dans le reste du monde ?

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



Les radios maliennes privées sont consultées en premier lorsqu'un événement important se produit n'importe où dans le monde. A noter que chez les plus jeunes c'est plutôt la TV nationale publique qui est privilégiée.



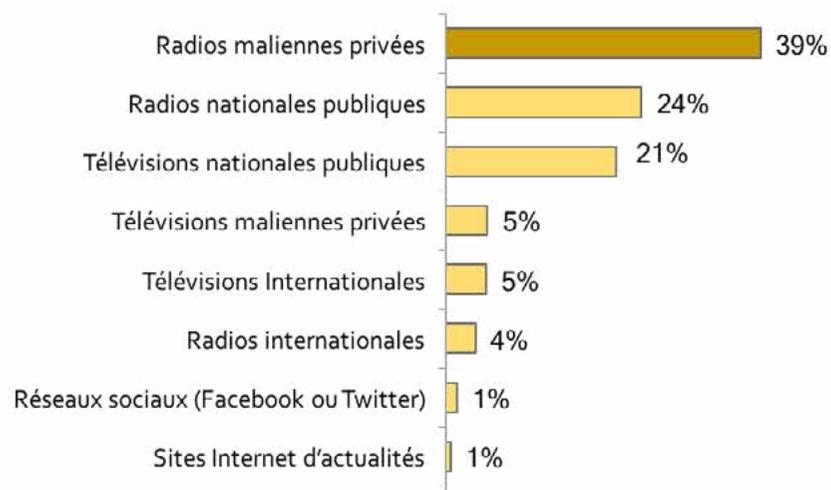
1-12

Traitement du Processus de Paix dans les Medias

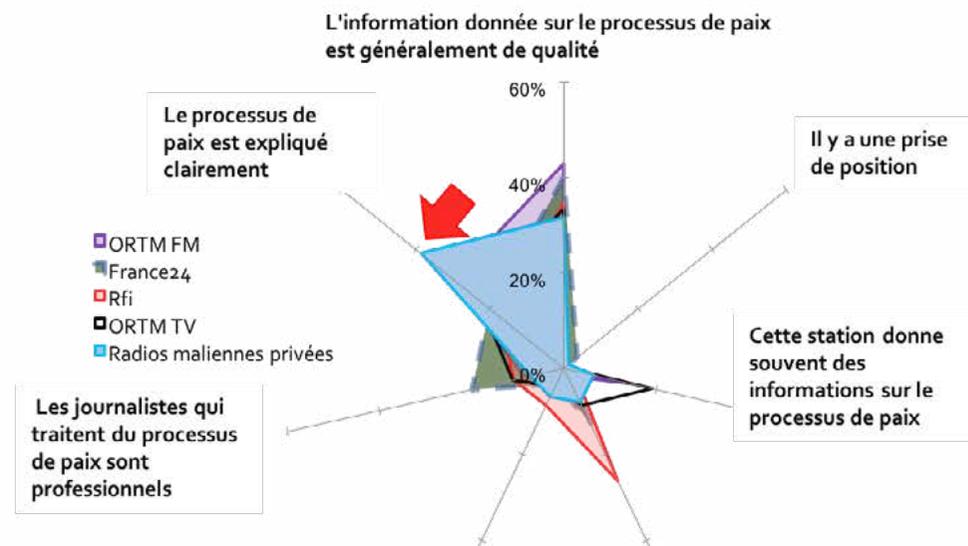
Un sujet suscitant avant tout un besoin de **compréhension**

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)

A quel média faites-vous confiance en premier pour vous informer sur le processus de paix actuellement mis en œuvre dans votre pays ?



Pour quelle raison faites-vous confiance en premier à ce média (.....) ?

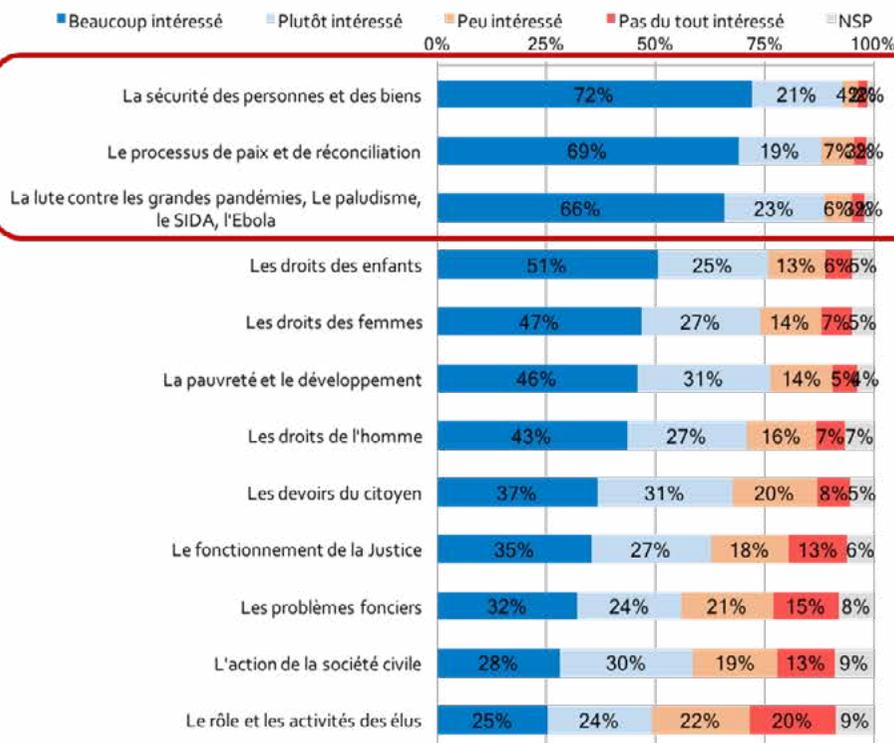


Logiquement, les Maliens se tournent autant vers les radios maliennes privées pour s'informer sur le processus de paix que pour s'informer d'un évènement se produisant au Mali. La **qualité** de l'information fournie est un critère fondateur de la confiance envers un média, ce qui n'est pas le cas de la neutralité, du professionnalisme ou de la liberté d'action des journalistes. **La capacité des radios maliennes privées à expliquer clairement le processus de paix est l'atout numéro 1 de ces stations aux yeux des Maliens.**

Le processus de paix dans les médias

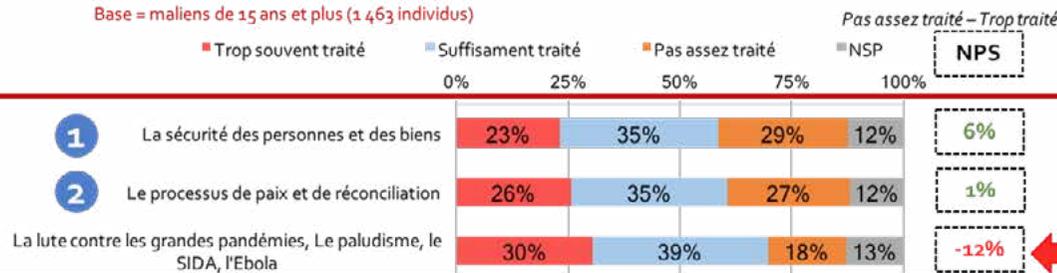
Pour chacun des thèmes suivants que je vais vous citer, pouvez-vous me dire s'il vous intéresse beaucoup, plutôt, peu ou pas du tout ?

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



Estimez-vous que chacun de ces thèmes est trop souvent traité, suffisamment traité ou pas assez traité dans les médias maliens (que ce soit par les stations de radio, par les chaînes de TV, dans la presse ou sur les sites Internet maliens) ?

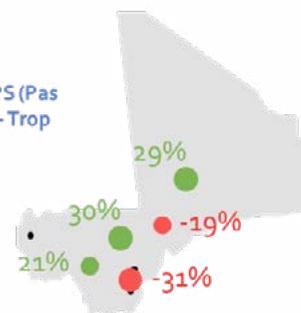
Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)



La sécurité, le processus de paix et la lutte contre les grandes pandémies sont les trois sujets politiques qui intéressent le plus les Maliens de 15 ans et plus. Le temps d'antenne consacré au traitement des deux premiers thèmes est globalement satisfaisant. Si l'on regarde néanmoins plus en détails, on constate de fortes disparités selon les zones. Par exemple, le public de Bamako souhaiterait que plus de temps d'antenne y soit consacré.

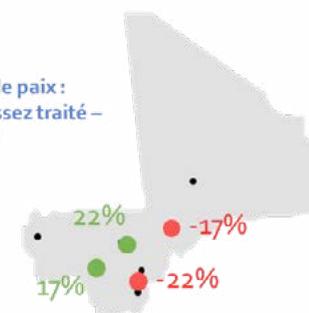
1

Sécurité : NPS (Pas assez traité – Trop traité)



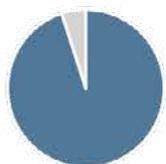
2

Processus de paix : NPS (Pas assez traité – Trop traité)



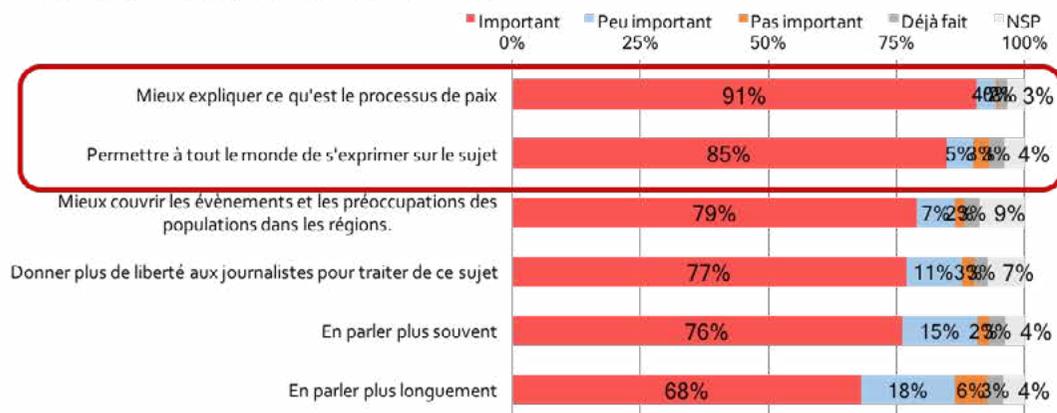
Attentes vis-à-vis des médias quant au processus de paix

Base = maliens de 15 ans et plus (1 463 individus)

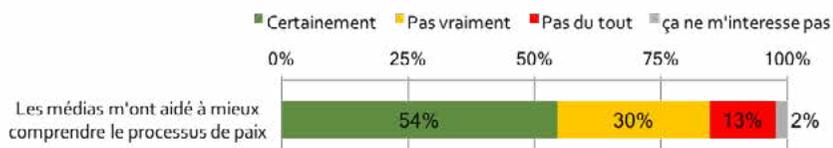


95% des Maliens estiment qu'il est important que les médias parlent du processus de paix.

Globalement, que devrait faire les médias maliens pour mieux traiter la question du processus de paix dans leurs émissions? Pour chacune des propositions que je vais vous citer, dites-moi si c'est important, peu important, pas important du tout ou déjà fait.



Estimez-vous que les médias maliens vous ont permis de mieux comprendre le processus de paix ces dernières années?

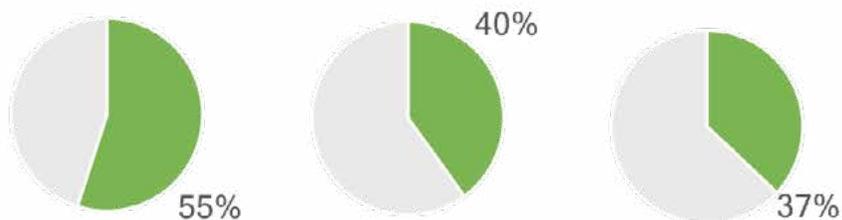


58% des Maliens de 15 ans et plus estiment que la radio est le média le mieux adapté pour parler du processus de paix, contre 40% pour la TV.

Le public malien est globalement demandeur de tout effort qui pourrait être fait quant au traitement médiatique du processus de paix. Néanmoins, les enjeux les plus forts concernent la bonne compréhension de ce processus et la possibilité que les médias doivent donner au public de s'exprimer sur le sujet.

Une majorité de Maliens (54%) reconnaît le rôle positif des médias dans la compréhension du processus de paix ces dernières années.

Attentes vis-à-vis des médias quant au processus de paix chez les enfants (9-14 ans)



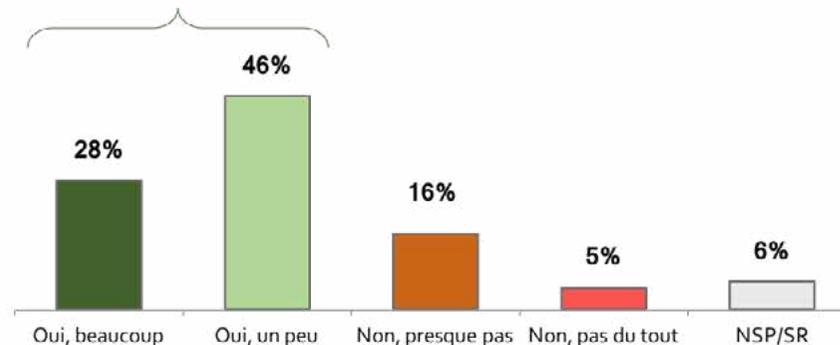
Une courte majorité (55%) des enfants sait qu'un processus de paix est en cours actuellement dans leur pays. 40% estiment comprendre ce processus et seulement un peu plus d'un tiers (37%) souhaite en savoir plus sur celui-ci.

Néanmoins, les enfants qui s'intéressent à cette question reconnaissent que les médias maliens les ont aidés à mieux comprendre le processus de paix. Une très forte majorité (85%) des enfants est très favorable à une émission qui leur serait destinée et dédiée à ce thème. Plus des ¾ des enfants souhaiteraient que cette émission soit retransmise à la télévision.

Les médias maliens vous ont-ils aidé à mieux comprendre ce processus de paix ?

Base = « hors connais pas/NSP » maliens de 9-14 ans (254 individus)

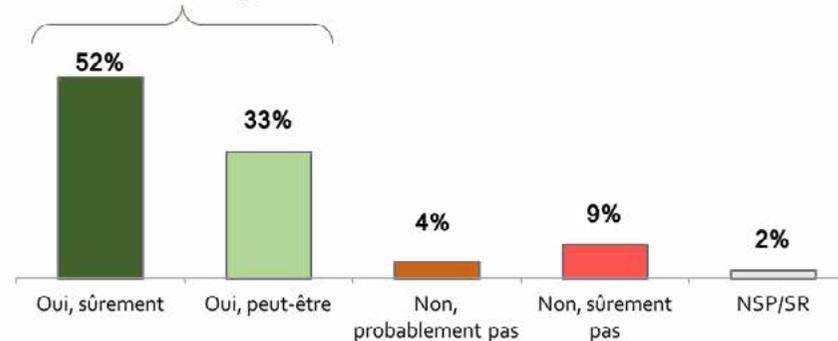
ST OUI = 74%



Si une émission en parlait régulièrement dans les médias maliens, pour expliquer simplement le processus et ce qui se passe, souhaiteriez-vous la suivre ?

Base = maliens de 9-14 ans (402 individus)

ST OUI = 85%



2-01

Objectifs et méthodologie de l'étude



Objectifs de l'étude



- **Distinguer** les moyens d'information sur le conflit et le processus de paix
- **Déterminer** la façon dont les medias affectent les connaissances et les perceptions sur le conflit pour les différents publics cibles, et au final influent sur le comportement de ces cibles
- **Identifier** les éléments qui peuvent expliquer un niveau de connaissance et une compréhension différents du conflit et du processus de paix selon les cibles
- **Etablir** la nature des programmes et des moyens mis en oeuvre par les medias qui peuvent avoir une influence sur la construction de l'opinion
- **Proposer** des pistes d'optimisation des programmes portant sur le conflit et les processus de paix

Comprendre l'impact des medias sur la perception du processus de paix.
Decouvrir les attentes sur le traitement mediatique de ce processus.

Méthodologie

Méthodologie

Focus groups
Entretiens Individuels

Pays

Mali

Zones couvertes

Bamako – Mopti - Tombouctou

Terrain date

28th of December 2016-06th of January 2017

Cible

- 6 focus group
- 40 interviews : Bamako 19; Mopti 11; Tombouctou 10
- Le principe est de prendre dans chaque région sélectionnée des auditeurs se sentant bien informés et des auditeurs moins bien informés comme groupe de contrôle:
- Auditeurs influencés par les médias, se sentir bien informé sur le processus de paix, plus élevé csp (I)
- Les auditeurs ne sont pas influencés par les médias, ne se sentent pas bien informés sur le processus de paix, avec un critère csp inférieur (NI)
- Et dans chaque région:
- Un professionnel des médias (directeur de la radio, journaliste de guerre ...)
- Un professionnel du secteur institutionnel dans le cadre de la mise en oeuvre du processus de paix (Conseil régional, Centre d'analyse économique, etc.)

Composition des groupes et entretiens

	Bamako	Tombouctou	Mopti
6 groupes	Auditeurs non influencés 15-24 ans 1 groupe de 9 personnes (5 hommes, 4 femmes)	Auditeurs influencés 25-35 ans 1 groupe de 8 personnes (4 hommes, 4 femmes)	Auditeurs non influencés 15-24 ans 1 groupe de 8 personnes (4 hommes, 4 femmes)
	Auditeurs influencés 40-55 ans 1 groupe de 8 personnes (4 hommes, 4 femmes)	Auditeurs non influencés 40-55 ans 1 groupe de 1 groupe de 6 personnes (2 hommes, 4 femmes)	Auditeurs influencés 25-35 ans 1 groupe de 1 groupe de 8 personnes (5 hommes, 3 femmes)
40 entretiens	4 enfants de 9-14 ans (entretiens pairés)	2 enfants 9-14 ans (entretiens pairés)	2 enfants 9-14 ans (entretiens pairés)
	5 jeunes adultes de 15-24 ans	2 jeunes adultes de 15-24 ans	3 jeunes adultes de 15-24 ans
	4 auditeurs adultes de 25-39 ans	2 auditeurs adultes de 25-35ans	2 auditeurs adultes de 25-35ans
	4 auditeurs senior de 40 ans et +	2 auditeurs senior de 40 ans et +	1 auditeur senior de 40 ans et +
	2 professionnels	2 professionnels	2 professionnels
Total	19 entretiens	10 entretiens	11 entretiens

2-02

**Préambule sur le contexte de réception
d'une information sur
le processus de paix au Mali**



La perception du processus de paix au Mali

Le processus de paix repose sur l'Accord pour la paix et la réconciliation au Mali issu du processus d'Alger, qui vise à :

Les auditeurs retiennent de l'Accord pour la paix une perception simplifiée et idéalisée d'une voie vers la paix, qui s'organise autour de deux notions clés :

Promouvoir une réconciliation nationale, une réappropriation par le Mali de sa propre histoire, en retrouvant son unité à travers une pluralité ethnique. Initier des réformes institutionnelles pour reconstruire l'unité nationale, notamment via un processus de régionalisation de 10 régions (à ce jour) : Ségou, Mopti, Sikasso, Gao, Tombouctou, Kidal, Koulikoro, Kayes, Ménaka et Taoudénit, en plus du district de Bamako

La réconciliation, au coeur des enjeux du processus de paix, pour :

- redécouvrir ce qui relie le peuple,
- redonner de la valeur aux relations,
- favoriser l'entente au-delà des liens traditionnels (ethniques, de sang),
- pardonner

Et une notion comprise de tous : **l'unité**, pour rétablir l'union du pays

« J'entends par processus de paix : il faut que les maliens se donne la paix, il faut qu'ils s'entendent, s'écoutent, se pardonnent, sans ça il y aurait pas de paix. Il faut que les maliens eux-mêmes se réconcilient, et s'ils visent le même objectif qui est la paix, il y aura la paix et ça personne ne va le faire à notre place. » (Tombouctou, 25-35 ans)

« C'est la réconciliation, c'est-à-dire la paix, d'abord dans le coeur, en famille, en société, dans un pays, puis dans le monde entier. » (Bamako, 15-24 ans)

« Se donner la main. » (Mopti, 25-35 ans)

La perception du processus de paix au Mali

Un processus de paix néanmoins très controversé



Un processus de paix évalué au regard des conséquences du conflit pour la population



Un processus qui apparaît en contradiction avec un discours institutionnel optimiste

Tous soulignent une atmosphère générale affectée par la situation

Avec la persistance d'une insécurité multiforme avec le terrorisme, les conflits communautaires et le banditisme qui impactent l'organisation quotidienne et modifient la vie collective

- Au travail: par exemple de fonctionnaires qui ont quitté leur poste au Nord
- En famille, avec des liens de parentés qui suscitent de l'inquiétude car exposés
- Dans la rue, avec des vols (sur les personnes, car jacking, etc.) qui imposent une vigilance accrue

Avec des réformes institutionnelles prévues dans l'Accord parfois contestées par le peuple

Et une intégrité territoriale qui n'est pas pleinement restaurée, une liberté de circuler contrainte par endroit

« Les choses se sont assez compliquées entre certaines populations, je parle des ethnies. En fait, cette joie de vivre ensemble que les maliens avaient a un peu changé. Des suspicions se sont installées. Bref, c'est assez compliqué actuellement. » (Bamako, 40-55 ans)

« Je vais donner un exemple sur Tombouctou on ne peut même pas partir d'un quartier à un autre sans être braqué avec ta nouvelle voiture ou moto. N'en parlons même pas d'aller à Goundam. » (Tombouctou, NI 40-55a)

« On ne sait plus quoi faire. Même avant-hier soir, ils ont tué deux civils à Arabadiou. » (Tombouctou, 25-35 ans)

« La signature de l'Accord de paix, ça n'a servi à rien, parce qu'il y a toujours de l'insécurité au nord et la corruption. » (Bamako, 15-24 ans)

« Ma grand-mère dit souvent que lorsque la rébellion a commencé, je ne voulais pas rester ici, on voulait partir à Bamako. Elle dit qu'elle ne part pas, elle reste ici. Si la paix réussit, elle reste là. Si les rebelles restent ici, nous nous partons, elle va partir avec nous. » (Tombouctou, 9-14 ans)

L'émergence d'un **sentiment** d'incompréhension entre le public et les médias

Des faits de violence contraires au processus de paix émaillent l'actualité



Les médias deviennent eux-mêmes source d'incompréhension et de confusion :

Le traitement de l'information de plusieurs affaires médiatiques autour du conflit et du processus de paix a jeté un trouble dans la relation entre les auditeurs et les médias

- La manifestation de Gao le 12 juillet 2016 contre des représentants des autorités intérimaires dénoncés comme non légitimes : le traitement par l'ORTM fait polémique dans un premier temps en sous-estimant la réalité du nombre de morts et de blessés causés par l'armée malienne

- L'attaque de l'hôtel Radisson Blue à Bamako le 20 novembre 2015 marque une série d'attaques meurtrières en contradiction flagrante avec le processus de paix. Les médias internationaux (France 24) apparaissent beaucoup plus réactifs pour fournir des images que les médias nationaux, ce qui est reproché à l'ORTM

- L'Accord UE/Mali visant à « lutter contre les causes profondes de la migration irrégulière » conclu le 11 décembre 2016 a été médiatisé avant d'être démenti par des autorités maliennes. De nombreuses rumeurs sur la réalité de cet accord ont suivi dans les médias

« Par exemple il y a eu une marche où on a tiré sur des gens pendant l'installation des autorités intérimaires. La jeunesse de Gao avait dit non, parce qu'elle était contre les représentants proposés qui étaient des ex-rebelles. Ils ont marché et puis après il y a eu des tirs, il y a eu des morts. La chaîne nationale nous a dit par exemple qu'il y a eu deux morts. Il y en avait plus de deux, parce que qu'il y a des blessés graves qui sont morts après. »

« Je pense par exemple au rapatriement des Maliens, les sanspapiers qui sont dans les pays de l'Union Européenne. Maintenant c'est mal compris ici, parce que les premières infos qui ont été données, bon les gens ont compris différemment. Il y a eu des réactions, il y a eu des réactions violentes. »

(Bamako, 40-55 ans)

2-03

L'information sur le processus de paix au Mali



2-03.1

**Les modes de connaissance du processus
de paix**

Une part prépondérante des médias dans l'information sur le processus de paix

- Les médias ont connu un développement depuis la crise de 2012, avec une importance accrue de la TV et une diffusion des réseaux sociaux qui diversifient la hiérarchie des moyens d'information, encore dominés par la radio en zone rurale
- Devenus une façon de partager, de participer, d'appartenir au monde, un terreau dont se nourrit la socialité, il est avant tout important **d'accéder aux médias**, d'autant que le téléphone mobile prolonge leur audience
 - ◇ « Depuis la fin de la crise, aujourd'hui dieu merci ! On regarde bien la télé on écoute les radios on consulte même les réseaux sociaux. » (Tombouctou, 25-35 ans)
 - ◇ « Quand tu veux communiquer, tous les moyens sont là aujourd'hui pour donner la vraie information. Le Mali compte plus de 400 radios libres à travers tout le pays. Il y a des régions qui ont presque une centaine de radios, il y a par exemple à Mopti aujourd'hui 11 radios privées, plus la station TV/FM de l'ORTM. » (Mopti, professionnel)
- Le climat d'insécurité a notablement **renforcé le besoin d'information** de la population
 - ◇ « Vu qu'il y'a l'insécurité à Mopti à chaque fois on dit il y'a telle chose donc chacun se précipite le matin pour savoir ce qui s'est passé hier. » (Mopti, 25-35 ans)
- Les médias sont le point de contact principal avec le processus de paix :
 - ◇ Pour informer, sensibiliser un processus de paix qui ne s'épuise pas dans la représentation politique, car les médias ont aussi un rôle de médiation du conflit sous l'impulsion de médias spécialisés (ex: radio Mikado)
 - ◇ Ils permettent de relier, d'impliquer, de mobiliser autour d'une espérance véhiculée dans les médias et partagée par l'ensemble des maliens
 - ◇ « Si on est pas informé, on ne peut pas en discuter. » (Bamako, 15-24 ans)

L'impact de **la parole** médiatique dans la perception du processus de paix

- Chacun découvre pourtant une notion plus complexe qu'il n'y paraît - la paix étant un processus long, potentiellement réversible, frustrant car sans application immédiate
- De fait, le poids de la parole médiatique va être comme « filtré » sous l'effet d' une attitude sceptique assez répandue à l'égard du processus de paix
- Deux postures contradictoires chez les auditeurs :
 - ◇ Pour les uns, un refus de certains médias soupçonnés de dramatiser la situation
 - ◇ Pour les autres, un refus des médias soupçonnés de sous-évaluer la réalité de la situation

« Ce qu'on a envie d'écouter c'est la réconciliation et beaucoup de choses, mais en gros c'est la paix. Ce que j'ai envie de souvent entendre, la valorisation de notre pays et le développement, la réconciliation, la paix et la solidarité entre nous. Ce qu'on n'a pas envie d'écouter, c'est le refus de nos ennemis sur l'Accord de paix. Ce que je n'ai pas envie d'entendre, c'est le fait de donner des informations sur le Nord qui nous font perdre espoir. »



L'influence sociale

Les réseaux sociaux

L'impact des médias ne peut pas être dissocié de **l'influence sociale**, qui détermine la façon de comprendre l'information diffusée dans les médias

1. Les réseaux sociaux complémentent et enrichissent l'information des médias traditionnels d'une façon non négligeable

« Je préfère l'internet, car c'est la spontanéité. Par exemple chaque jour je discute avec un ami de Kidal, une fois même il y avait des crépitements des armes quand on discutait, il me dit que tout le monde est dans sa maison. » (Bamako, 40-55 ans)

« Facebook, parce qu'aux communales de 2016, Facebook m'a plus informé que n'importe quelle autre source d'info. » (Bamako, 25-35 ans)

Les réseaux sociaux, accessibles en ville par le téléphone en 3G ou par wi-fi, permettent à des auditeurs urbains :

- Un accès plus rapide à l'information que les médias traditionnels via Facebook, Viber, Twitter
- Un moyen d'expression qui aide à se construire un avis personnel, individuel, sur un territoire
- d'information plus familier, personnalisé
- Un accès à une information locale par le témoignage personnel des contributeurs : les posts sur Facebook sont une façon d'accéder à l'information que ne donne pas les médias traditionnels, de voir comment le processus de paix est réellement vécu sur place sans passer par la médiation de la radio ou la TV
- Un prolongement du lien avec les auditeurs en dehors de la programmation, sur les pages Facebook des radios
- Aujourd'hui il y a autant de téléphones mobiles que de radios
- Permettant des échanges dématérialisés : les groupes privés sur Viber ou Facebook prennent la forme de grins numériques
- Avec le double-avantage d'impliquer et (recrutement plus massif via Facebook) d'échanger au-delà de son cercle de proximité

L'influence sociale

Les grins

2. Une influence réciproque des médias sur les grins

« Souvent ça influence, parce qu'il y a des gens qui disent quelque chose que moi je n'ai pas entendu ça. Au grin s'il dit ça, je leur demande qui a dit ça ; s'il dit, après je vérifie si c'est vrai, ou bien je vais demander à un autre si il a déjà entendu ce qu'il vient de dire. Dans les grins, les discussions sont à la base de notre information ici au Mali. » (Bamako, 15-24 ans)

« Des fois le débat à la radio lance le décor pour le débat dans les grins. C'est parce que l'on discute également dans les grins que certains appellent au téléphone également pour partager leur opinion et des fois cela reflète l'opinion du grin. Tout cela ne peut pas les dissocier. Bien sûr les grins sont si importants, c'est là où les opinions aussi se forment ou se contredisent. Et la radio un autre canal. Donc je ne fais pas de différence véritablement. »
(professionnel, Bamako)

Le grin est un lieu d'information, avec des débats autour d'activités sociales (boire du thé, jouer aux cartes...) qui constituent un puissant moyen d'échange, notamment sur des thématiques politiques comme le processus de paix

- Avec une influence des médias sur les discussions dans les grins par résonance avec l'actualité, diffuse les arguments évoqués dans les médias, à partir desquels chacun tente aussi d'influencer l'opinion des autres
- Avec une influence des grins sur la perception du processus de paix à travers les médias, car le grin est un lieu de controverse, de traduction et de synthèse de l'information
- Avec un impact collectif, volontairement recherché pour améliorer le niveau d'information de tous, d'apprendre au contact des autres, mettre en commun des informations entendues dans les médias, afin de reconstituer une vision juste de la réalité – Exemple d'un grin spécialisé, où chaque membre du groupe se partage le travail en écoutant un ou deux médias par semaine; puis chacun restitue au grin ce qu'il a entendu dans les médias pour comparer l'information à celle des autres

Le grin est un lieu de socialisation et d'assimilation, où on échange autour d'une épreuve vécue, sur l'espoir ou le désespoir. C'est un lieu de réconfort, de détente, où l'on tourne aussi le processus de paix en dérision

Les grins favorisent une diversité sociale et démocratique : à la fois pour exprimer une expérience partagée (le processus de paix touche tous les maliens) et pour exprimer sur la voie publique des avis différents (sur la perception du processus de paix)

L'influence sociale

Les grins

Quelques **exemples** de sujets abordés dans les grins ...

Les acteurs du processus de paix

« Au grin avec les amis, on parle des djihadistes de ce qu'ils ont fait, de l'armée malienne. Souvent aussi on parle de réconciliation comment le Nord revient au Mali, comment sont nos frères et soeurs au nord, comment ils vivent et comment il faut faire pour la réconciliation et tout le monde prend la parole. Parfois au cours des discussions les gens se bagarrent. Parfois nous disons que notre pays a été injustement attaqué et que c'est un acte violent sur lequel nous ne sommes pas d'accord. Nous cherchons une solution pour nous débarrasser de ces genres de choses. » (Mopti, I 15-24a)

Les solutions

« On est à la requête de la paix parce que, tant qu'on entend des fois qu'il y a toujours un peu de conflit au reste du Mali, nous nous sommes ici à Mopti par contre on entend chaque fois qu'il y a eu des conflits, on essaie de poser entre nous la solution. Ça pourrait être venu d'ici ou bien c'est purement international. On se pose des questions par rapport à ça, est ce que le Mali même a la solution ? En général, ce sont ces discussions qui se tiennent entre nous aussi. » (Mopti, NI 25-35a)

Le gouvernement

« Le nom de mon grin est « Non au Gouvernement ». Bon, c'est ceux qui suivent les informations à la télé. Par exemple moi sur France 24 et d'autres Africa 24 et chacun rapporte qu'il a vu. Quand on discute je peux amener des informations que les autres n'ont pas, eux aussi, donc ça me permet d'avoir les idées des autres aussi et partager les informations que j'ai apprises avec les autres aussi. » (Bamako, 15-24 ans)

Les médias

« On en discute, mais la plupart des fois on ne s'entend pas, parce que d'autres pensent que le régime actuel fait tout ce qu'il peut, que le processus de paix s'accélère. On parle de cantonnement, on parle de MINISMA tout ça voila eux ils pensent que vraiment que le gouvernement fait tout de son mieux pour ça. Et d'autres pensent le contraire, que le gouvernement ne fait pas grande chose pour que le processus de paix s'accélère. » (Bamako, 25-35 ans)



L'influence sociale

Les grins

- **Une information diffusée socialement :**

- ◇ Avant tout en famille – toutefois en français, la transmission de l'information peut être limitée, car celui qui maîtrise la langue ne fait pas toujours l'effort de traduire aux autres
- ◇ Sur le lieu de travail, les seniors et csp+ ont davantage accès aux médias et peuvent transmettre l'information (avec une influence hiérarchique possible)
 - » « C'est très souvent notre chef qui nous donne les nouvelles. C'est à travers lui. » (Mopti, 15-24a)
- ◇ L'école est un lieu de sensibilisation sur la paix auprès des jeunes
 - » « Avec les professeurs, on donne parfois les dissertations sur le sujet ; Oui ça m'aide à penser car je pense que les professeurs eux aussi veulent aboutir à quelque chose, au processus de paix pour qu'on puisse élaborer quelque chose de bien. » (Bamako, 15-24 ans)
 - » « Lors de l'ouverture de l'année scolaire, j'ai même eu le privilège de dispenser un cours sur la paix et ses avantages. Ça nous a été imposé par tous les directeurs d'écoles pour que nous les enseignions aux enfants et je crois que les enfants en ont tiré profit. » (Tombouctou, 40-55 ans)

- **Une information exposée aux rumeurs :**

dans les sotramas (taxis collectifs), au marché, à la cuisine dans les grandes familles ...

- ◇ « J'en discute tout le temps, avec mon mari, des amis, ma famille, aux collègues, à la crèche, partout où j'ai la possibilité d'en discuter et avoir des informations je le fais. » (Bamako, 25-35 ans)

2-03.2

Les profils médias des publics rencontrés



Les profils et leur comportement média

NB: Les différences entre profils expriment des nuances entre des tendances à l'intensité variée selon les cibles, plutôt que des positions tranchées

Profil des influencés (I)

- **Une connaissance du processus de paix** plus précise et une exposition plus récente à l'information sur le processus de paix
- **Le message média semble mieux intégré** : le processus de paix implique un changement de comportement progressif des acteurs, même si l'Accord n'est pas parfait
- **Plutôt un effet de réassurance à l'écoute des médias**, avec une interprétation plus positive, notamment chez les jeunes plus optimistes que les seniors
 - ◇ Des actes concrets médiatisés aujourd'hui (mises en place avec un cantonnement effectif, un retour des déplacés au foyer)
 - ◇ Un changement de sémantique : on parle de banditisme, moins de djihadisme à Bamako ou Mopti; Un nombre d'attaques relativisé

Il est toutefois difficile de dire si ce sont les médias qui influencent positivement la perception du processus de paix ou si le fait de vouloir la paix telle que définie dans l'Accord prédispose à une écoute de certains médias

Profil des non-influencés (NI)

- **Une moindre connaissance du processus de paix**, plus ancienne : pour certains, il n'y a aucune actualité depuis la signature de l'Accord de 2015
- **Le message média est plus largement contesté** avec un processus de paix dont on ne perçoit pas bien la finalité, insatisfaisant, décevant, voire même carrément inutile pour certains ; Avec également des réactions plus prononcées à l'actualité : du découragement à la colère (surtout pour l'occupation du territoire), fatalisme et pessimisme morose surtout parmi
- **Plutôt un effet d'indifférence, voire d'évitement** par rapport aux médias
 - ◇ Les médias renvoient des messages contradictoires, des informations positives souvent trop flatteuses ou trop vite démenties
 - ◇ Ils ne peuvent pas pénétrer les vrais enjeux, comme si l'information était confidentielle, réservée à quelques acteurs

Les profils et leur comportement média

Profil des influencés (I)

Profil des non-influencés (NI)

Ce qui fait que le profil des influencés (I) se sent mieux informé

- Ils s'accommodent plus facilement des médias du secteur public (radio et Tv), média d'information et outil de sensibilisation majeur sur le processus de paix
- Un usage plus large de l'offre média, et notamment le recours à des médias spécialisés
- Ils sont plus actifs : des discussions, participation à des ateliers, des rencontres sur le processus de paix, pour compenser une information insuffisante dans les médias. Parmi ceux qui se disent plus influencés par les médias, on retrouve aussi les plus participatifs, les plus intéressés au processus de paix

« J'ai entendu à la radio qu'il y a une ONG World Vision qui a fait des tournages, ils ont organisés une conférence au nord, sensibilisés les gens sur le processus de paix, organisé une journée culturelle et sportive. C'est bien, c'est une bonne initiative. Il réunit des jeunes et leurs expliquer comment procéder à un processus de paix.» (Bamako, 15-24 ans)

Ce qui fait que le profil des non influencés (NI) se sent moins bien informé

- Peu d'alternative entre des médias publics moins appréciés, des médias privées en partie déconsidérés, des médias internationaux suspects
- Une résistance psychologique aux médias : on refuse de se laisser influencer pour des raisons idéologiques (« les médias nous mentent ») ou des raisons émotionnelles (« les médias veulent nous faire peur »)
- Une plus grande confiance dans les relations interpersonnelles comme source d'information mieux identifiées, plus authentiques, même si plus subjectives ou incomplètes
- Malgré tout moins d'échange autour du processus de paix, une certaine démobilité

« Ici au Mali depuis 2015 ou 2014, on nous parle de l'accord. L'accord jusqu'à présent, chaque jour on entend qu'il y a eu attaque à Ansongo, attaque à tel pays, telle ville. Nous même on ne crois pas quoi, c'est pour cela qu'on n'en parle pas entre nous. » (Bamako, 15-24 ans)

Profil des 9-14 ans

Le comportement d'écoute des médias

- Les 9-14 ans écoutent la musique (rap) à la radio, très accessible pour eux, avec un multi-équipement dans les foyers. Ils regardent à la TV dessins animés, sport et films
- Ils suivent les informations avec leurs parents ou la grande famille, notamment le JT sur les chaînes publiques, ainsi que des chaînes internationales (France 24, TV5)

L'information sur le processus de paix

- Le processus de paix est connu à travers certains thèmes comme la l'unité du pays ou l'insécurité, idées comprises même des plus jeunes
- Les pré-ados (12-14 ans) évoquent aussi la réconciliation nationale et distinguent les principaux acteurs du conflit (Etat, rebelles, islamistes)
- Certaines animations (à l'école, à la cité des enfants) permettent de diffuser des messages de sensibilisation. Les préados échangent à l'école des informations entendues dans les médias

L'impact des médias

- L'image télévisuelle a plus d'impact sur eux. Certains relèvent d'ailleurs le caractère pédagogique de l'information sur les chaînes internationales pour décrire la conflit (à l'aide de cartographie) ou la situation du pays (image de pauvreté, de guerre)
- L'ORTM inspire confiance
- Toutefois, les médias ne leur permettent pas de dépasser une grille de lecture simpliste « agresseurs contre agressés »
- Pour certains les médias ne s'adressent pas à eux, comme si l'information ne leur était pas destinée

- A cet âge, peu de différence entre les cibles
- Ils ont une perception différenciée des médias (qui reflète sans doute celle des parents) entre des médias qui disent la vérité et d'autres non - Le jugement du caporal Sanogo dans « l'affaire des bérets rouges » a par exemple bien montré pour eux cette différence

« C'était passé sur la télé, il y'avait le Président, tous les ministres et le Premier ministre, et les Présidents des autres pays qui sont venus faire l'accord à Bamako. Moi j'ai regardé à la télévision. » (Mopti, 9-14 ans)
« Pourquoi tous les terroristes n'ont pas voulu signer l'accord de paix ? Pourquoi ils veulent la guerre ? Pourquoi ils veulent diviser le Mali ? »
(Bamako, 9-14 ans)

« L'information, c'est mieux à la radio parce que tout le monde ne peut avoir les moyens d'acheter la télé, puis le courant, mais la radio il suffit de mettre une batterie ou une pile comme ça pour que ça fonctionne. » (Mopti, 9-14 ans)
« Eux (les médias) ne savent pas que moi je suis en train d'écouter. »
(Tombouctou, 9-14 ans)

Profil des 15-24 ans

Le comportement d'écoute des médias

- Ils apprécient les radios privées locales, avec une nuance cependant : les 15-20 ans s'informent moins par la radio, surtout à Bamako
- Une importance croissante des réseaux sociaux pour l'information, y lire les grands titres de l'actualité
- Ils ont une appétence pour la TV, tant à Bamako qu'à Mopti (ORTM, TM2, Africa 24), où ils suivent de temps en temps l'information des médias internationaux jugée plus fiable (France 24)

L'information sur le processus de paix

- Une connaissance approximative du processus de paix, des dates des principaux accords (Ouagadougou, Alger)
- Ils ne savent pas vraiment évaluer les avancées du processus de paix et ne font pas toujours le lien avec l'actualité immédiate
- Ils ont des lieux d'information qui leur sont propres : l'école, les réseaux sociaux, dans la rue ou dans les grins, qui peuvent être aussi des lieux de mobilisation (exemple d'un grin nommé « non au gouvernement »)

L'impact des médias

- Un impact de l'image via les Tv internationales
- Ils prennent de la distance par rapport aux médias publics, moins populaires sur cette cible
- Certains préfèrent des médias controversés, aux prises de positions revendiquées (radio Kayira, radio Maliba)
- Ils sont sensibles à une actualité événementielle, liée à la culture ou au sport également utiles pour la promotion de la paix

- Des réactions tranchées par rapport aux médias et au traitement du processus de paix qui vont : du pessimisme radical et au sentiment d'échec (profil NI), corroboré par le manque de communication sur le processus de paix dans les médias et la persistance de zones à risque à l'optimiste le plus idéalisé (profil I) justifié par une baisse relative des actes de violence dans les médias (avant l'attentat en janvier 2017 à Gao)

« Il y a eu aussi d'immense désordre aussi, car on a donné l'opportunité à certains individus de s'exprimer à la radio qui ont révolté la population. Comme l'émission à la radio du fils du Ministre Bathily, Ras Bath, il divulgue les informations secrètes à la radio. » (Bamako, 15-24 ans)

S'ils disent quelque chose qui nous intéresse par exemple en disant la libération de Kidal, cela nous plait. Mais s'ils disent que notre armée est attaqué souvent les vieux eux même viennent éteindre la radio. » (Mopti, 15-24 ans)

« Si la TV informe par rapport au processus de paix on se demande entre nous qu'est-ce que sait que la paix ? Quelqu'un explique, on se communique entre nous et tout le monde donne son idée. » (Mopti, I 15-24a)

Profil des 25/35 ans

Le comportement d'écoute des médias

- Les 25-35 ans écoutent les radios privées, et apprécient une spécialisation des programmes (studio Tamani, Mikado) ou des radios thématiques (radio Guintan)
- Ils écoutent la TV publique, internationale (Africa 24, TV5), mais avec un point de vue critique

L'information sur le processus de paix

- Ils recherchent une information accessible à travers les radios privées, complétée par les réseaux sociaux, la presse en ligne (csp+) pour compenser le manque d'information, d'investigation des médias
- Les relations amicales, au travail, les grins qui restent un moyen de socialisation à l'extérieur du foyer, témoignent de confrontations d'opinion sur le processus de paix. Ceux qui ont le temps essaient de reconstruire une vérité à partir de l'information diffusée dans les médias (exemple du grin nommé « l'authentique »)

L'impact des médias

- Globalement, un profil plutôt sceptique sur le processus de paix, dû en partie au manque d'explication dans les médias
- L'impact des médias est recherché dans la défense du pluralisme, de la participation du public, des témoignages, de l'implication sociale des médias (ateliers, associations, blogs...)

- Au nord (profil I) ils connaissent mieux les enjeux sur la sécurité (DDR, déplacés) et les acteurs du processus de paix
- Certains (profil NI) attendent plus de point de vue critique : c'est une des raisons pour laquelle ils ont tendance à se détourner des médias – surtout quand ils connaissent moins bien les programmes radio spécialisés et sont insatisfaits du professionnalisme des radios locales

« Les gens n'aiment pas s'impliquer davantage au processus de paix, on s'arrête seulement aux paroles. On le dit au grin et c'est tout. Si je dois expliquer à un ami, il le sait déjà, il le voit très souvent sur le net et quand il le lis, ça s'arrête là. »
(Mopti, 25-35 ans)

« Souvent ils organisent des débats sur ça. Donc on n'échange pas avec eux, mais on écoute ce qu'ils disent. A travers leur dires, on peut voir entre nous s'il y a des solutions entre nous camarades, entre nous jeunes, qu'est ce qu'il faut faire. » (Tombouctou, 25-35 ans)

« Il y a beaucoup à faire, surtout le rôle des médias. C'est-à-dire traduire dans nos langues, ça se fait, mais il en faire plus, surtout dans la région de Mopti en Bozo, Peulh, Bambara et Sonrhäï. (Mopti, 25-35 ans)

Profil des 40/55 ans

Le comportement d'écoute des médias

- Ils apprécient d'abord les médias nationaux (ORTM, Africâble), mais ne s'y enferment pas
- Ils privilégient certains programmes radios (débat, revue de presse), et apprécient les radios qui ont un réseau de diffusion étendu (Kledu, Lafia, Mikado)
- Ils suivent l'information des médias internationaux à la radio (Rfi, rediffusion BBC sur radios locales) et à la TV (TV5, France 24)

L'information sur le processus de paix

- Globalement plus exposés à l'information, ils connaissent l'actualité du processus, certains ont même une vision de son déroulé dans le temps
- Un profil plus éprouvé par la peur (surtout les femmes) qui voit encore de nombreux obstacles à la paix malgré l'espoir. Pour les hommes, le grin est un espace de sociabilité qui sert d'exutoire, parfois pour railler la lenteur du processus (exemple du grin « Kabila » - la grande famille - à Bamako)

L'impact des médias

- Ils ont une conception assez traditionnelle de l'information, hiérarchique, verticale
- En recherche de sources d'information légitimes, ils veulent un moyen d'éviter les rumeurs et d'avoir accès à une information contrôlée
- En mineur, Facebook ou lire la presse en ligne pour des csp + leur donne un moyen de compléter ou comparer l'information

- Au nord à Tombouctou (profil NI), une plus grande méfiance à l'égard des médias publics, et une attente d'information fiable sur des aspects concrets (cantonnement, DDR). Ils apprécient davantage le pluralisme dans les médias, ouverts à tous y compris exrebelle et commentateurs critiques
- A Bamako, plus attentistes, à l'affût des signes d'un retour à la normale (sécurité et intégralité territoriale), avec une attente d'information plus généraliste. L'ORTM garde une bonne image auprès de cette tranche d'âge en tant que source légitime d'information

« Je dirai que concernant cet accord de paix, je ne suis pas tout à fait rassurée, J'ai toujours la peur au ventre. On remarque qu'il y a toujours des attaques par ci par là de temps de temps. On se demande s'il y a accord ou paix. On a l'impression que la majeure partie des gens ne sont pas concernés, puisqu'on n'est pas informé. »
(Bamako, 40-55 ans)

« Le matin quand je suis à la maison, je suis plutôt radio. Je vais à la prière à partir de 5h-30, donc à 6h moins 20 je reviens. Je suis tout seul, pour ne pas indisposer les autres j'écoute la radio, je mets mon écouteur et là jusqu'à 9h j'écoute RFI et ainsi de suite. Maintenant à partir de 9h arrivé à mon bureau, j'écoute la télévision. Je branche la télévision quand je n'ai rien à faire. » ((Bamako, 40-55 ans)

L'impact des conditions **de vie** sur les comportements médias

Bamako

- A Bamako, une information jugée trop partielle, sur laquelle les médias ont peu de prise
- Ils se tournent volontiers vers les médias internationaux, les médias spécialisés et les réseaux sociaux
- Une distance par rapport au conflit et une plus faible mobilisation des auditeurs par les médias (hormis les plus jeunes)

« On est un peu éloigné de la réalité à Bamako. On ne voit pas le quotidien comme celui de Gao, de Kidal ou de Tombouctou, parce que la paix est plus ou moins revenue. Donc ça ne devient plus une question d'actualité. »

Mopti

- Mopti, une crainte de la déstabilisation des médias qui créent la panique (deux zones à Mopti : une zone exposée et une zone plus insécure de l'autre côté du fleuve), d'où des comportements médias parfois volontairement sélectifs
- Des conditions d'écoute encore très collective, en famille (Tv)
- L'évolution des médias (TV, réseaux sociaux) élargit néanmoins les occasions de s'informer

« En réalité je ne cherche pas spécialement à m'informer sur le processus de paix, mais en écoutant la radio s'il y a une émission la dessus, je l'écoute. »

Tombouctou

- A Tombouctou, une crainte des rumeurs assez marquée
- Influence sociale de la famille (victime des nombreux déplacements de populations), des réseaux sociaux, mais moins des grins exposés dans la rue
- Confiance dans les radios privées
- Des usages médias moins diversifiés

« Il y a des gens qui sont un peu éloignés des médias. En brousse par exemple il peut y avoir des communes ou des hameaux où il n'y a pas de télé, il n'y a pas de radio. Il se peut qu'ils comprennent pas français, ils comprennent pas l'anglais, tout ça peut amener que les gens ne soient pas très bien informés. »

2-04

Les caractéristiques du traitement médiatique du processus de paix et son **impact sur la perception des publics**

2-04.1

Etat des lieux du paysage médiatique



Des interrogations sur les sources de l'information, avec une offre média qui ne traite pas du processus de paix de façon très satisfaisante

Des faits d'actualité questionnés à plusieurs niveaux par les auditeurs :

- La source : qui a donné l'information ? Est-elle vérifiée ? Peut-on la vérifier ?
- Le média lui-même : est-il indépendant ? Ou reflètent-ils l'intérêt des gouvernements (pour les médias publics et les médias internationaux) ou des partis politiques (pour les médias privés)
- L'auditeur : a-t-on fait en sorte qu'il comprenne tout ce qu'il a entendu/vu ?

Des sources d'information limitées, ce qui amènent les auditeurs à les comparer :

- Un ordre de consultation établi entre des médias pour prendre connaissance de l'actualité immédiate, et des médias pour vérifier l'information par la suite
- Une comparaison des sources qui amènent à constater des contradictions entre les informations (ce qui n'implique pas forcément qu'elles soient fausses, mais a minima partielles)

Difficulté à discerner les rumeurs

- Une confusion entre des sources d'information primaires (source directe et identifiée de l'information) et des sources d'information secondaires (des informations prétendument institutionnelles - « un élu proche du gouvernement a dit que... »-, de source indirecte – « un ami qui connaît un habitant de Kidal a dit que... » ou de source anonyme – « X a dit que... »)



Une appropriation de l'information différenciée selon les médias

Radio

- Perception d'une offre locale qui reste peu structurée, malgré la diffusion interrégionale ou la synchronisation de contenus
- Appréciée particulièrement en province
- Un sentiment d'être mieux informé qu'à la TV, avec une actualité mieux détaillée et un jugement plus critique
- Une information beaucoup plus réactive (= un point important pour la sécurité, surtout au Nord)
- Accessible et adapté aux différents publics, mais moins aux jeunes sur le processus de paix
- Plus participative, notamment avec les appels des auditeurs

« La radio, tout le monde comprend ce qui se dit car c'est en français, bamanan et peulh, à la TV on voit l'image et ce qui se dit même ceux qui ne sont pas partis à l'école comprennent. Par contre dans les journaux tout le monde ne sait pas lire. » (Mopti, 15-24 ans)

« Souvent c'est la télé d'abord, après je vais voir les réactions sur Facebook. La radio c'est mineur, c'était les papas et les mamans qui écoutaient la radio avant, mais moi c'est la génération plutôt internet. » (Bamako, 25-35 ans)

TV

- Une pratique TV qui gagne du terrain grâce au poids de l'image :
 - ◇ plus de conviction, plus d'émotion
 - ◇ accessible même aux analphabètes grâce à l'image
 - ◇ une apparence de plus grande objectivité que la radio
- Cependant, moins accessible territorialement (en province), et économiquement (coût d'équipement et d'abonnement trop élevé pour certains autour de 25000 FCFA)
- Trop centrée sur la capitale et sur les langues parlées à Bamako (ex : ORTM diffuse 80% de ses programmes en français et 20% en langue dont très majoritairement en bamakan)

« La radio, tout le monde comprend ce qui se dit car c'est en français, bamanan et peulh, à la TV on voit l'image et ce qui se dit même ceux qui ne sont pas partis à l'école comprennent. Par contre dans les journaux tout le monde ne sait pas lire. » (Mopti, 15-24 ans)

« Souvent c'est la télé d'abord, après je vais voir les réactions sur Facebook. La radio c'est mineur, c'était les papas et les mamans qui écoutaient la radio avant, mais moi c'est la génération plutôt internet. » (Bamako, 25-35 ans)

Une appropriation de l'information différenciée selon les médias



Internet

- Un dialogue spontané entre des sensibilités communautaires variées
- Facilite les débats que l'on évite dans les médias classiques, fait émerger les aspirations des citoyens
- Néanmoins, une information souvent anonyme, sans garantie de fiabilité, et qui n'échappe pas à la propagande politique
- Peu accessible : par exemple à Tombouctou plusieurs ne savaient pas l'utiliser ou n'avaient pas le mobile adapté
- **Les moteurs de recherche**
 - ◇ Recherche de complément, de précisions qui échappent aux médias traditionnels

« Je vais sur Google aussi, j'ai lu les informations sur le jugement du Capitaine Sanogo bien avant les médias, tout ce que j'ai lu n'a pas été dit à la télé. » (Bamako, 15-24 ans)

« Il n'y a pas deux jours, il y a un migrant qui a été menotté et mis dans un avion, et le ministre a beau être intervenu, on n'a pas enlevé ses menottes et cela a été un problème tout au long du vol ; c'est juste une anecdote par rapport aux informations sur internet. » (Bamako, 40-55 ans)

- **Les pages Facebook**

- ◇ Un réflexe chez certains 15-24 ans à Bamako et à Mopti, également utilisés par des adultes
- ◇ Un manque de sens, de contextualisation de l'information, une information peu qualifiée, peu précise
- ◇ Des sources d'information privées : post, photos

« Comme le cas de Konna là, il y'a un ami qui m'a envoyé une photo comment des voitures sont brûlées, sur internet. »

(Mopti, 15-24 ans)

Les pages Facebook des médias sont très pratiques pour avoir accès à un contenu synthétique, qui informe plus vite mais ne permet pas vraiment de comprendre - Exemples : pages Facebook de radio Mikado : les titres de l'information, les titres de « Grand format »; Page Facebook Ali 24

« J'ai entendu parler que la chancelière d'Allemagne va envoyer quelques soldats ici en Janvier 2017 ; 300 ou 600 comme ça pour le processus de paix aussi. J'ai vu ça sur Facebook aussi. Bon j'ai dit que c'est une bonne nouvelle, mais s'ils viennent pour la paix. Mais la politique là on n'en connaît pas trop quoi. » (Bamako, 15-24 ans)

Une appropriation de l'information différenciée selon les médias

La presse

- **La presse en ligne**

- ◇ La **compétence journalistique** et la capacité réflexive sont recherchées dans la presse en ligne, avec des articles de qualité, parfois des journalistes reconnus, pour comprendre l'Accord pour la paix
- ◇ Une presse en ligne avec un nombre de pages vues plus important que le nombre de téléspectateurs d'un JT (selon Malijet)
- ◇ En revanche, une identification assez obscure de sites aux noms peu différenciés - Sites de presse : Malijet, Maliweb, Maliactu.net, Maliactu.info

« Les médias comme Mali Web ça nous donnent accès à des résumés de l'Accord. C'est pas tout le temps qu'on peut aller lire tout ça. »

« Maliweb, Malijet, eux qui publient ça. Ce sont ... on ne sait pas si c'est pour l'Etat ou ils sont privés quoi. » (Bamako, 15-24 ans)

- **La presse écrite**

- ◇ Pour une cible éduquée ou senior : l'Essor, l'Indépendant
- ◇ Une réflexion plus structurée qui manque dans les médias audiovisuels ou Internet
- ◇ En revanche, peu lue (en particulier par le profil NI)
- ◇ Et surtout une diffusion aléatoire, même à Bamako

« Les journalistes qui traitent l'information de l'Indépendant, disent que le processus de paix est comme ça, comme ça, ça rentre vite dans ma tête quoi. Ils traitent bien l'information. C'est à travers eux que je connais quoi. Je comprends bien, mieux l'information, le processus de paix. Parce que quand ils prennent un sujet, ils démontrent ça de A à Z, démonstration parfaite. » (Tombouctou, 40-55 ans)



Les médias publics: Le pôle radio-Tv de l'ORTM

Un lien entre la population rurale et urbaine

- Une partie des auditeurs fait un bilan tranchant sur le manque d'indépendance politique et une tendance à la désinformation (hiérarchisation tendancieuse de l'information, occultation de certains faits) qui consiste à informer sans tout oser dire
- Toutefois les médias publics ont leurs défenseurs sur le processus de paix:
 - ◇ parce qu'ils ont plus de moyens pour informer : matériels (dans les zones à risque, ils ont été rétablis en priorité dès la fin de l'occupation), humains (des correspondants locaux, de vrais journalistes)
 - ◇ une proximité avec le pouvoir qui leur assure l'accès et la primeur aux sources d'information sur le processus de paix
 - ◇ et, une fonction d'intérêt public qui leur confère le rôle de « fabrique du consentement du peuple », de patriotisme et de soutien au moral du pays en cette période post-crise

« Sur ORTM, ils faisaient des émissions où c'est quelqu'un qui voulait diviser le drapeau en trois parties et une femme les a vu. Elle leur a dit de ramener le drapeau, que le drapeau ne doit pas être divisé, et elle a cousu le drapeau. Et ils ont dit de faire la paix que le mali est un et indivisible. J'ai pensé que l'information que j'ai vu, nous aussi nous devons faire ce qu'ils sont en train de faire et convaincre les gens de se donner la main et de s'entendre. » (Mopti, 9-14 ans)

Les programmes radios suivis autour du processus de paix

- Sur le pôle radio, en province une confiance pour la radio Mali; A Bamako, Chaîne 2 a redressé l'image publique vers plus de proximité
- Les groupes de discussion des radios sur les réseaux sociaux –par exemple celui de Chaîne 2, géré par Mohamed Lamine - ont une influence sur les 15-24 ans
- Les sketches humoristiques sont prisés et contribuent à sensibiliser sur l'intérêt du processus de paix
- La revue de presse, Kunafoni M'palan, en français, à 12h

« Sur ORTM, ça me permet de mieux comprendre et de m'informer sur le processus en général. » (Bamako, 25-35 ans)

« Je peux dire que l'émission la plus populaire ici au Mali c'est « Fima et Dièma » sur chaîne2 ; L'heure du repas à midi. C'est une émission qui parle des choses majeures au Mali. c'est général. Ça parle du processus de paix et si quelque chose se passe sur l'accord de paix, ça devient leur priorité. Ils font en Bambara. » (Bamako, 15-24 ans)

Les médias publics: Le pôle radio-Tv de l'ORTM

La TV publique, une voie officielle

- Souvent dépréciée dans les discours, la TV publique apparaît pourtant comme une des sources principales d'information sur le processus de paix.
- Si son influence diffère selon les profils, son audience TV semble sous-estimée dans les discours (profil NI)
- L'information renvoie souvent une vision positive du processus de paix qui peut être appréciée (profil I) ...
- ... mais que beaucoup assimilent à une information trop lisse, sans véritable liberté d'expression ni pluralisme respecté entre les acteurs du processus de paix (que ce soit des ex-rebelles ou des membres de la communauté internationale)

« Ils disent des choses que la population ne comprend pas. Souvent ils disent des choses que la population aime entendre. »
(Bamako, 15-24a)

« Je fais également confiance à la télé nationale ORTM, car toujours c'est les propos du gouvernement, le ministre de la réconciliation donc ça vient des autorités. Et souvent on voit les images et photos ça rend l'information crédible. » (Bamako, 25-35 ans)

Les programmes TV suivis autour du processus de paix

- Une offre en phase avec les habitudes culturelles des auditeurs
 - ◇ Le JT ORTM : un vecteur principal de l'information sur le processus de paix
 - ◇ Avant le JT de 20h, une émission dédiée à l'Accord pour la paix, à visée pédagogique, pour faire connaître son contenu
 - ◇ Des débats sur l'actualité politique, avec des invités : *Parlons-en*
 - ◇ Les Baronis :
 - » Une sensibilisation par l'émotion, avec un ton humoristique plutôt bienvenue – par exemple pour traiter le racisme entre communautés du Nord et du Sud
 - » Une compréhension facilitée par l'image et le langage corporel
 - » Une accessibilité de la langue en Bambara
 - ◇ Des messages officiels des représentants de la société (religieux notamment)
 - ◇ Une sensibilisation à partir d'émissions culturelles ou sportives
 - ◇ Des émissions en partenariat avec des institutions - par exemple sur les rencontres « citoyens pour accord » organisées par la chambre de commerce dans des quartiers défavorisés auprès des jeunes TM2 : bien que peu spécialisée sur l'information, l'actualité y est suivie par des 15-24 ans

Les médias privées: Les radios

Les seuls médias **décentralisés**

- Une relation de proximité grâce à une forte accessibilité culturelle (oralité, diffusion en langues), sociale (actualité locale) et économique (coût modeste de l'équipement radio et du fonctionnement à pile)
- Mais une formation particulièrement défailante des journalistes dans les radios locales et un déficit de connaissance de l'Accord pour la paix
- Perçues comme de simples relais de l'information, elles n'ont pas vraiment de voix propre sur le processus de paix
- Impression d'un émiettement de l'information entre les radios, avec un manque de sources d'information, des sources souvent non vérifiées, qui alimentent des rumeurs, et suscitent parfois des troubles ou des invectives
- Certains rendez-vous pour l'information (Profil NI, jeunes)

« Sinon les radios privées, la majorité disent des choses pas vraies, pas vérifiables, le plus généralement basées sur des rumeurs, pour dire : il paraît que, d'après une source anonyme... il y a mille et une version d'une seule histoire. » (Bamako, 25-35 ans)

Les programmes suivis autour du **Les seuls médias décentralisés processus de paix**

- **À Bamako**
Kledu : JT, débat contradictoire et pluraliste (soir); revue de presse produite en interne; émission d'appels auditeurs « Allo Kledu »
Nièta : JT; revue de presse; émissions confessionnelles en langue sur la paix, mais un parti-pris qui peut attiser les tensions
Jefako : émission débat avec des journalistes et les appels des auditeurs qui s'expriment sur leur perception du processus de paix (jeudi 16h)
Bamakan : revue de presse en bambara
Danbé : également apprécié des 15-24 ans
- **À Mopti**
Saghan : Kounafoni balan sur actu politique, armée et conflit (10h30); émissions communautaires en langue Bono et Samono
Guintan : émissions en langues locales pour les femmes
Bani : émissions de 12h à 13h
- **À Tombouctou**
Lafia : JT; émission à 8h sur une zone très concernée par des événements récents entre Tombouctou et Mopti, de Douentza à Léré; Revue de presse; émission « Mangatawo »
« J'ai plus confiance en Kledu. Les radios privées sont plus libres et indépendantes que la radio publique. Radio Kledu, ils laissent les gens s'exprimer quoi. L'ouverture à tout le monde. » (Bamako, 40-55 ans)

Les médias privées: Les télévisions



« Je regarde le journal de 20h pour savoir ce qui se passe dans mon pays, je suis patriote. C'est parce qu'il y a pas de patriotisme qu'on se trouve dans cette situation. On ne peut pas être des blancs et nous ne sommes plus des noirs. On a laissé nos coutumes et moeurs et maintenant nous ne savons même pas de quel côté nous allons. Donc il faut aimer son pays, même si le Mali va disparaître il faut l'aimer quand même. Il faut suivre les informations de ton pays même si c'est faux. En ce moment, tu peux aller t'informer ailleurs pour augmenter. »
(Tombouctou, 40-55 ans)

Une offre **attractive** et inégalitaire

- L'apanage d'une population jeune, urbaine, de csp moyenne
- Un professionnalisme qui apparaît beaucoup plus évident qu'à la radio
- Des TV font le pendant à l'ORTM, pour accéder à une information politique plus neutre et qui reste locale (Cherifla Tv) ou régionale (TNTSAT Africa d'Africâble, Afrique Média Tv)
- Diffusion en Français ou en bambara, avec des contenus plus rares en plusieurs langues

Les programmes autour du processus de paix

- Une popularité d'Africâble
- Africâble : débats constructifs, clairs et accessibles avec des experts (45 mn, dimanche soir);
- Participation : A votre avis
- Liberté TV : pour accéder à des contenus politiquement différentes (chaîne associée à l'opposition politique)
- Cherifla : à Mopti, JT en bambara
- « C'est à travers le débat du dimanche sur Africâble que j'ai reçu la nouvelle dans laquelle on a parlé de la défaillance du processus de paix. » (Mopti, 25-35 ans)
- « Moi ce que je considère beaucoup c'est le débat du dimanche sur la chaîne Africâble. Dans ça on trouve beaucoup des invités. » (Mopti, 25-35 ans)

Les médias spécialisés: Studio Tamani et radio Mikado

Un rôle de médiation dans le processus de paix

- Des radios qui sont des lieux d'apprentissage au-delà de l'information, pour acquérir une meilleure compréhension et plus de connaissances sur le processus de paix
- Des débats suffisamment longs appréciés, même si pas toujours intégralement suivis
- Une forte crédibilité sur l'information et l'accompagnement au processus de paix
- Des radios ouvertes aux invités divers ou à la participation des auditeurs
- Ceux qui écoutent des médias spécialisés se disent bien informés, mais pas tous car les débats sont souvent en français
- A noter aussi une résistance aux médias d'origine occidentale, même quand la diffusion est délocalisée

Les programmes suivis autour du processus de paix

- **Studio Tamani**
 - ◇ Une production spécifique via un réseau de 60 radios partenaires, avec plus d'impact dans les régions du centre-nord
 - ◇ JT avec une double diffusion opportune le matin et le soir, accessible en langue (aspect fidélisant)
 - ◇ Débat Le grand dialogue
 - ◇ Notamment sur Kledu, Lafia, Al Farouk, Jamana
- **Mikado**
 - ◇ Une radio spécifique de la Minusma, radio Mikado, avec plus de notoriété parmi les auditeurs du centre-sud
 - ◇ Un professionnalisme relevé via des animateurs vedette, transfuges d'autres radios
 - ◇ Mikado : émission « Grand format » de 2h sur l'actualité du processus de paix en y associant un programme culturel; " cours commune"; sketches le matin de 8h30 à 9h

« Dans les deux radios que j'écoute fréquemment à savoir Mikado et Studio Tamani, le plus souvent quand ils parlent de l'accord de paix, c'est des débats, on peut appeler pour y participer et quand je ne comprends pas je peux appeler pour poser ma question directement. » (Bamako, 25-35 ans)

« Mikado ou studio Tamani, ce sont des radios sérieuses avec des journalistes qualifiés, donc tout ce qu'ils disent est vérifié et on connaît la source. Donc je les préfère par rapport aux autres, surtout quand il s'agit du processus de la paix. » (Bamako, 25-35 ans)

« Il y a quelques uns qui écoutent Mikado FM, alors que ça ce n'est pas une radio de Mopti. Sinon à ce que je sache il n'y'a pas une émission spéciale à Mopti dédiée au processus de paix. » (Mopti, 25-35 ans)

Les médias internationaux: Les radios

Une alternative fréquente à l'information nationale

- Une capacité d'investigation nettement supérieure aux radios maliennes qui crédibilise l'information
- Une plus grande accessibilité des journaux en langue qui font concurrence aux journaux nationaux
- Une posture d'extériorité, sans parti-pris national, qui permet de s'émanciper des préjugés intra-communautaires
- Pour autant, l'information n'apparaît pas neutre, avec un traitement de l'information trop dramatisé, qui serait le signe d'un regard trop occidentalisé sur l'actualité, et notamment trop « français » via la radio RFI
- D'où un public en partie réfractaire malgré la qualité informative. De ce fait, certains acteurs du processus de paix qui s'adressent plus facilement aux radios internationales n'ont pas l'audience de tous les auditeurs (csp -, profil NI)

Les programmes suivis autour du processus de paix

- **Une domination de Rfi :**
 - ◇ RFI : JT en langues; émission Appels sur l'actualité animée par Rouen Gomez qui prend les appels des auditeurs, en annonçant les thèmes traités au préalable, recrute également les auditeurs sur Facebook
 - ◇ VOA : JT (diffusion Kledu)
 - ◇ BBC Afrique : JT; reportages sur la conduite du processus de paix; émission animée par Alou Diawara avec une participation équilibrée entre citoyens et autorités locales

« Je n'écoute que RFI pour m'informer, parce que en réalité nos radios critiquent trop, les animateurs ne connaissent même pas le rôle des radios. Lorsqu'on ne maîtrise pas c'est un danger, il faut le savoir-faire. » (Tombouctou, 40-55 ans)

« Concernant les médias étrangers je ne m'intéresse qu'à la voie d'Amérique. Elle présente des émissions sur le processus de paix animées par les Maliens en langue Bambara. Même si je ne comprends pas bien Bambara, j'écoute l'émission. » (Tombouctou, 15-24 ans)

« La CMA va s'exprimer sur RFI, mais c'est pas tout le monde qui écoute RFI ici hein, tout le monde n'écoute pas RFI ou France 24. Donc les chaînes ici doivent prendre l'initiative de faire entendre la voix de toutes les parties à l'Accord. » (Bamako, 25-35 ans)

Les médias internationaux: Les télévisions

Une offre concurrentielle

- Une information internationale qui rassure et influence la perception de l'information des médias nationaux et des réseaux sociaux, car elle vient la compléter ou la valider
- Un traitement de l'information considéré plus performant, plus réactif, plus précis et plus objectif (grâce à l'évidence de l'image, contrairement à la radio)
- Des JT plus riches, avec une plus grande liberté de ton autour du processus de paix et de l'actualité au Nord Mali
- Toutefois une offre connotée par son origine étrangère, qui n'implique pas automatiquement une plus grande confiance dans le média : beaucoup pensent que les médias étrangers orientent nécessairement l'information
- L'alternative d'une offre TV sous-régionale africaine confirme le besoin d'une incarnation identitaire des médias pour les auditeurs

Les programmes suivis autour du processus de paix

- France 24 : une chaîne référentielle avec une information plus précise dans le JT; toutefois une tendance à la dramatisation qui renvoie parfois une vision perçue comme trop négative sur la situation de la société au Mali
- TV5 : également un JT suivi par des publics divers, de tous âges
- Africa 24 : une offre sousrégionale davantage citée en province et par le profil NI
- Afrique Media : une audience plus confidentielle, mais qui attire également en province

« La chaîne TV5 donne beaucoup d'informations précises. Ils nous avertissent très très vite. En cas d'évènements, ils nous font signe. » (Mopti, 25-35 ans)

« L'ORTM ne donne jamais l'information comme il faut, sinon ils ne disent pas la vérité contrairement à FRANCE24 ou TV5 ou RFI qui nous informent sur les actualités du nord du Mali et sur tout. Il faut que notre pays nous informe par rapport à l'actualité. » (Tombouctou, 40-55 ans)

« Parce que je suis tout le temps sur les réseaux sociaux, je m'informe d'abord sur Facebook et après pour vérifier je viens à la télé, par défaut j'écoute RFI pour me rassurer ou France 24. » (Bamako, 15-24 ans)

L'impact des conditions de vie sur le choix des médias

Bamako

- Un socle d'information
- TV PUBLIQUE + MEDIAS INTERNATIONAUX
- Avec 2 types de comportements médias complémentaires :
- Soit un complément d'information locale : presse ou TV régionales
- Soit un comportement plurimédia ouvert : presse + radios + TV + Internet et réseaux sociaux

Mopti

- Un socle d'information
- TV PUBLIQUE + RADIOS INTERNATIONALES ET LOCALES
- Avec 2 types de comportements médias complémentaires :
- Soit un complément d'information par des TV régionales
- Soit un complément d'information par les réseaux sociaux

Tombouctou

- Un socle d'information
- RADIOS LOCALES + RADIOS INTERNATIONALES
- Avec 2 types de comportements médias complémentaires :
- Soit un complément d'information : TV internationales + radio publique
- Soit un complément d'information par les réseaux sociaux

Une évolution de la valeur de l'information

Des pratiques médias beaucoup plus riches à Bamako, avec deux différences régionales :

- Le rôle de la TV : moins déterminante à Tombouctou; Une offre TV sousrégionale plus présente à Mopti; Un rôle de la TV déterminant à Bamako
- Le rôle des médias publics : une différence plus marquée entre le Nord et le sud;
 - ◇ Un équilibre plus favorable aux médias publics au centre et au sud, où l'ORTM peut prétendre être la source d'information malienne légitime sur le processus
 - ◇ de paix

Une information nationale qui peine à s'affirmer sous la pression des autres moyens d'information

- Un manque de réactivité en particulier est reproché aux médias publics, ce qui conduit plusieurs auditeurs à s'informer d'abord par les médias internationaux. Ainsi le poids du journal de Rfi en bambara à 12h-12h30 fait concurrence aux médias locaux
- Une inversion de la valeur de l'information avec le téléphone mobile et l'accès aux réseaux sociaux : d'une part l'information est plus rapidement accessible; d'autre part l'information devient plus proche avec moins de censure, de médiation, libérée des prescriptions démocratiques

« Le journal que RFI organise en Bambara est beaucoup plus écouté aujourd'hui que les chaînes nationales, privés et publiques. Et n'importe qui, qui a été à l'école ou pas, est en mesure de dire concrètement ce qui s'est passé. » (Bamako, professionnel)

Le poids de l'information internationale

- **Une connexion fréquente aux médias internationaux pour l'information, « par défaut » pour certains :**
 - ◇ Une exposition qui crée une tension pour certains, d'autant plus marquée que les auditeurs relèvent un effet de dramatisation
 - ◇ recherché par les médias internationaux - effet accentué à la TV avec l'image – et qui peut renforcer le sentiment d'impuissance face au processus de paix
 - ◇ Les médias internationaux fixent les références et les grands titres à développer, car plus réactifs et possédant plus de moyens d'investigation, et imposent de fait un ordre informationnel étranger qui dépossède les médias nationaux d'une priorité sur l'information
 - ◇ Avec l'impression que l'on n'évoque pas assez le processus de paix dans les médias maliens
- **Une difficulté d'appropriation de l'information :**
 - ◇ Des réactions ambivalentes : sentiment d'usurpation (pourquoi l'information n'est pas plutôt relayée par les médias nationaux?), accentuation d'une posture de moralisation des médias (inculquer l'exigence de faire la paix), méfiance par rapport à la dépendance à l'étranger (un processus de paix décrit de façon à justifier la présence de l'armée, la demande d'aide financière internationale)
 - ◇ Une difficulté d'identification par rapport à sa propre communauté : d'où parle-t-on ? À qui appartient le monde que l'on décrit ? À partir de quel point de vue est-il décrit ?
 - ◇ Et l'impression que les médias internationaux ne sont pas objectifs, ne disent pas la vérité



« Les médias occidentaux ont un ascendant sur nos médias en termes de professionnalisme, la rhétorique même, l'éloquence, dans la façon de traiter. S'ils traitent de la même façon, s'ils lisent les mêmes phrases, tu trouveras que là-bas c'est plus attrayant, on a l'impression que noir sur blanc c'est très clair. »
(Mopti, professionnel)

2-04.2

Les critères de choix des publics pour s'orienter dans les médias



Des critères sur l'accès à l'information

Deux critères fondamentaux pour les auditeurs : la récence de l'information et l'accès à une langue maîtrisée
=> deux points faibles dans le traitement de l'information sur le processus de paix

1. L'information tient d'abord à sa valeur de sa récence, à qu'elle amène quelque chose de nouveau. Or les auditeurs ont souvent l'impression qu'il y a peu de nouvelles sur le processus de paix, surtout dans les médias nationaux

Récence de l'information

3. Le choix d'un média local est important en province pour rester au plus près de la source d'information sur le processus de paix, qui concerne ces territoires. A Mopti : Saghan, Kledu, Jamana... A Tombouctou : Lafia, Nièta, El Farouk, Jamana, Kledu... A Bamako, le choix d'une radio locale se fait aussi en fonction d'un ton plus engagé localement qui plaît à certains jeunes, ou à la recherche de programmes locaux spécialisés (Kledu) pour les adultes

Proximité du média

2. La langue est un facteur d'exclusion des auditeurs dès qu'il s'agit de comprendre et expliquer le processus de paix. Hormis le JT, les programmes comme les débats sont majoritairement en français, que seule une minorité maîtrise. L'offre en langue est restreinte et dominée par le bambara que tous ne maîtrisent pas non plus. Par défaut, il est choisi pour les programmes en langue, même si au Centre et au Nord on demande une plus variété communautaire

Langue, compréhension

Complément d'information, précision

4. Les sources d'information sont souvent doublées pour être précisées avec des médias de confirmation – par exemple : si on a entendu une information récente sur un média internationale, on la complète par un média national, et vice-versa. Sur Facebook, l'intérêt est aussi d'avoir accès à une information moins filtrée, plus surprenante, moins conventionnelle que dans les médias traditionnels Pour les adulte, un accès à la presse en ligne approfondit l'information

Des critères sur l'appropriation de l'information

Des critères diversifiés qui font ressortir une dimension émotionnelle dans l'impact des médias

1. La légitimité d'un média est un filtre pour les auditeurs. Pour la radio, l'ORTM tente d'incarner le monopole de l'information officielle sur le plan national, légitime pour avoir accès aux sources d'information gouvernementale ou militaire sur le processus de paix. De plus, il y a un attachement patriotique associé à l'ORTM qui joue dans un contexte de rétablissement de l'intégrité territoriale. Mais ceux qui contestent l'ORTM, trop exposé à la corruption des journalistes, trouvent une plus grande légitimité dans les médias internationaux

**Légitimité
é fiabilité**

**Validité,
impartialité**

2. Les auditeurs recherchent un journalisme qui repose sur une capacité d'investiguer et de restituer une vision authentique du terrain. Avec des réseaux de correspondants et une forte réactivité sur le terrain

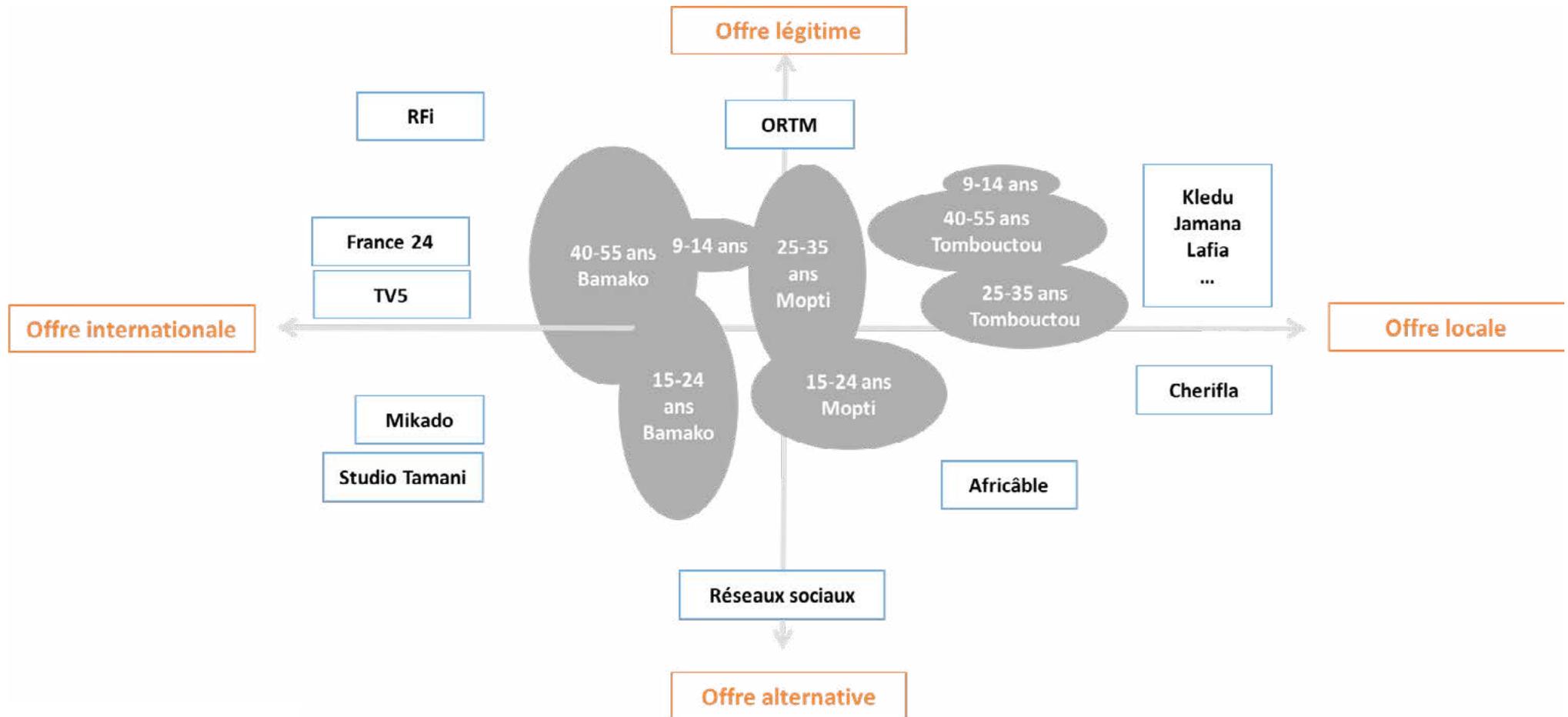
**Pertinence,
intelligibilité
du sens**

3. La compréhension de l'information fait parfois défaut, alors même que les auditeurs ont accès à l'information. Ils « décrochent » par manque de simplicité, de clarté, de repères leur permettant de donner du sens au contenu

Popularité

4. La popularité du journaliste est un critère mineur mais attractif dans des émissions ouvertes à la participation. Elle facilite une stabilisation de l'audience des médias - ex : Yélifou sur Jefako; Madi KONATE dans « Allo Kledu » - Chez les jeunes, une popularité du commentateur critique, de l'animateur ou rappeur contestataire, avec un point de vue qui fait référence pour ceux qui rejettent le consensus autour du processus de paix – ex : Ras bath, Yeli Foo Zoo

Perception de l'offre audiovisuelle



2-04.3

**Les contenus thématiques sur
le processus de paix**



Perception du contenu du processus de paix à travers les médias

Le traitement médiatique du processus de paix doit composer avec une méconnaissance du contenu de l'Accord, une difficulté de compréhension des auditeurs et des préjugés politiques. Certains thèmes de l'Accord étant mieux traités que d'autres :

« Les Maliens ne s'approprient pas l'accord. Pour la simple raison que la couche la plus sensible de la population ne s'intéresse pas à l'Accord, elle ne le lit pas, elle ne l'écoute pas. »
(Tombouctou, 40-55 ans)

Bien traité	Le processus de désarmement, de démobilisation, et de réinsertion (ddr) des divers groupes armés	Des thèmes fédérateurs, avec un impact positif des médias dans la perception du processus de paix
	La représentation de toutes les populations du mali au sein des forces armées et de sécurité	
	Le retour des populations déplacées	
Controversé	La plus grande représentation des populations du nord au sein des institutions nationales	Des thèmes qui se heurtent à la méconnaissance des acteurs ou au parti-pris en faveur des acteurs
	Le redéploiement progressif des forces armées au mali, les patrouilles mixtes	
	La période intérimaire, avec des autorités intérimaires	
	La diversité culturelle et linguistique	Des thèmes non fédérateurs autour des réformes institutionnelles, plus difficiles à traiter dans les médias
Risqué	L'engagement de la communauté internationale	
	La création de régions au nord, dotées d'un conseil interrégional (consultatif)	
	La prise en charge par les populations de la gestion effective de leurs propres affaires	Des thèmes qui demandent uniquement un effort de pédagogie
Neutre	Les différents comités et commissions mis en place [comité de suivi de l'accord, comités consultatifs locaux de sécurité (CCLS), commission vérité, justice et réconciliation (CVJR)]	

Un impact positif de certains thèmes traités dans les médias sur la perception du processus de paix

1. L'impact social du processus de paix est important : par exemple le processus de désarmement, de démobilisation, et de réinsertion (DDR) des divers groupes armés est une information partagée dans les grins et divers cercles sociaux

- EN REVANCHE, LE TRAITEMENT MÉDIATIQUE EST JUGÉ INSUFFISANT, d'autant que le sujet est lié à d'autres problématiques sociales à l'origine de violences : le banditisme et les attaques armées. Sur ce thème, le traitement médiatique est meilleur dans les médias spécialisés (Studio Tamani)

2. La question de la justice préoccupe les auditeurs : les affaires de justice sont généralement bien connues et suivies. Les médias peuvent faire évoluer les mentalités au-delà d'une attitude radicale de vengeance en expliquant l'idée de justice transitionnelle proposée dans l'Accord pour la paix

- LES AUDITEURS CONNAISSENT TRÈS MAL LES INSTANCES chargées de conduire les affaires de justice selon l'Accord. La CVJR est un peu mieux connue, mais surtout via Internet (couverture de la cérémonie d'ouverture du bureau CVJR à Mopti)

« Ils appelaient les victimes à se faire enregistrer auprès des autorités pour qu'on puisse leur dédommager et qu'ils reprennent les activités génératrices d'argent. Le processus avance. Surtout ces militaires, car si on ne fait pas attention à eux, ils vont retourner avec les groupes armés pour combattre. Et faire vivre leurs familles quand même. Après tout c'est en défendant le drapeau du pays qu'ils ont été victimes. On leur doit au moins ça. J'étais vraiment émue de l'apprendre c'est une bonne chose. L'information était très claire, car j'ai entendu le communiqué en Bambara, français en sonrhaï. »

(Bamako, 25-35 ans)

« C'était sur le net c'était la création du bureau CVJR de Mopti. J'ai été surpris parce que depuis 2012 on a tellement de problèmes c'est maintenant qu'on commence à s'intéresser d'avantage et c'est maintenant qu'on en parle beaucoup et je ne sais pas pourquoi on en parle maintenant puisse que c'est commencer depuis longtemps. Voilà quand j'entends à la radio ou à la télé je suis surpris. »

(Mopti, 25-35 ans)

Un impact négatif des médias sur la perception du processus de paix

1. Les faits d'actualité négatifs (attentats, blocage des négociations) compliquent le traitement médiatique du processus de paix, avec un impact durable sur l'opinion, car les problèmes sont persistants et non réglés, occultent les avancées du processus de paix et réactivent une mauvaise image des ex-rebelles. Cela rend particulièrement difficile le traitement de certains thèmes

- LA RÉGIONALISATION, vite assimilée à l'autonomisation; même la revendication d'une spécificité culturelle du nord peut être interprétée comme une revendication autonomiste au sud; A l'inverse, au Nord, importance majeure du thème de la décentralisation
- Les interventions de LA COMMUNAUTÉ INTERNATIONALE, à travers les chaînes internationales

2. Le traitement de l'information apparaît trop confus et contradictoire entre les différents médias sur deux thématiques :

- Sur L'INSÉCURITÉ, qui polarise fortement l'opinion des auditeurs
- Sur L'INTÉGRITÉ TERRITORIALE, qui trouve un écho particulier dans les réseaux sociaux, en parallèle des médias traditionnels, avec des témoignages de maliens qui n'ont pas accès librement à certaines zones (notamment la région de Kidal)

« Il faut lire le contenu de ce que le Gouvernement doit céder au nord, ce que les Rebelles ne doivent pas faire au nord. Parce qu'ils ont juste montré l'image, le Président et le représentant des groupes Djihadistes. »

(Bamako, 15-24 ans)

« Pour Gao, ça a été un problème car les jeunes se sont opposés et il y a eu des morts. Les jeunes ont même marché à Bamako pour les soutenir. Presque tous les média maliens ont couverts cette marche. Tout le monde en parlait. Ils n'ont pas été capables de nous dire qu'est ce qui s'est passé, si les enquêtes sont en cours ou pas. Même si le gouvernement s'est tu, c'était aux médias de creuser plus pour informer l'opinion publique sur ce qui s'est réellement passé, mais ils ont été plus muets que le gouvernement même! Je trouve que ce n'est pas digne d'un media. Cette information m'a laissé perplexe sur le processus de paix, je me suis dite finalement on avance où on recule ? »

(Bamako, 25-35 ans)

Un traitement médiatique qui laisse des questions en suspens

- Le processus de paix est reconnu à travers des étapes, par exemple le cantonnement est compris comme la première étape du DDR. Cependant, les auditeurs perdent facilement le fil du processus en raison d'une actualité versatile. Ils MANQUENT DE REPÈRES. Certains n'ont pas d'autre repère que la signature de l'Accord en 2015
- De nombreux points restent en suspens après l'exposition à l'information : pour les auditeurs l'information est souvent incomplète sur les causes, l'explication des faits
 - ◇ Lorsque la CMA a quitté la table des négociations, les motifs de la CMA n'ont jamais été explicités
 - ◇ Un débat de la radio Al Farouk a laissé une question inexplicée sur les autorités intérimaires : quel est leur pouvoir par rapport à l'Etat ?
 - ◇ Un manque d'explication sur les régions : pourquoi avoir créé des régions supplémentaires au Nord ? Quelles sont les contreparties accordées aux rebelles?
 - ◇ Certains thèmes sociaux comme la fermeture des écoles dans les zones de conflit ou la violence envers les enfants ne sont pas suffisamment traités, alors qu'ils intéressent les plus jeunes
 - ◇ Un manque de compréhension sur les raisons des attaques intra-communautaires qui touchent la population civile

« J'étais vraiment surpris, parce que moi c'est des choses que je ne voyais pas pour tout de suite, les cantonnements moi je les voyais 2018-2019 mais si ça a commencé depuis 2016. »
(Mopti, 25-35 ans)

« Selon ma compréhension, les autorités intérimaires ne seront installées que dans les endroits où l'Etat n'est pas présent. Par exemple la commune de Salam. Les autorités intérimaires seront installées et ils seront les yeux et les oreilles de l'Etat. Quand par exemple les autorités seront sur place, qu'est-ce qui va venir après ? Est-ce qu'ils vont avoir le même pouvoir que l'Etat ? Oui ou Non? C'est-ce que je vous voulais savoir. »
(Tombouctou, 40-55 ans)

« Sur ça ils ont tout dit mais, je n'ai pas pu savoir pourquoi ils ont ajouté 2 régions. » (Bamako, 15-24 ans)

« Ça aide les élèves à étudier quoi, parce que pendant la crise ils n'étudiaient pas. On avait fermé toutes les écoles. Je me suis posée la question, pourquoi les rebelles allaient attaquer les élèves ? » (Bamako, 15-24 ans)

2-04.4

**Les obstacles à l'information
sur le processus de paix**



Des sources d'information insuffisantes

Les médias privés ont peu de sources propres

- Il manque de contenu informatif sur le processus de paix
- Les radios locales ont plus de difficulté à avoir accès aux sources que les médias plus prestigieux, même si l'information est locale.
- Il y a une inégalité entre les médias pour l'accès aux sources. Le média le plus performant capte le premier l'information
- L'information vient généralement d'une source unique, qui est reprise ensuite par tous les autres médias
- La plupart des médias analysent des faits déjà diffusés par d'autres, des faits décontextualisés puisqu'ils ne les ont pas produit eux-mêmes. D'où une tendance « éditorialiste », qui consiste davantage à commenter l'interprétation des autres médias plutôt qu'à traiter du processus de paix à partir de ses propres sources d'information

« Bon c'est des questions militaires que nous nous ne maîtrisons pas. Comme on le dit c'est la grande muette même si tu veux en savoir plus on te renvoie par-ci et par-là. » (Mopti, professionnel)

Les radios privées font peu d'investigation, en particulier sur les questions inhérentes au processus de paix

- Un manque de moyens matériels pour faire des reportages de terrain, avec des correspondants locaux, sur des questions parfois sensibles, institutionnelles ou militaires
- D'où un manque de réalisme, de présence sur le terrain qui laisse l'impression aux auditeurs que l'on sous-estime la réalité du contexte sociétal, que l'on a du mal à rendre compte d'une dynamique, d'une évolution du processus de paix
- De plus, la réalité du conflit semble minimisée dans les médias – une impression largement partagée par une partie des auditeurs (profil NI)

« Aujourd'hui qu'il y'a plus d'insécurité à Mopti que dans le septentrion, derrière le fleuve tout près ici. Même pour aller voter là bas, il fallait un contingent militaire pour que les gens votent. Souvent on ne dit pas les informations comme je veux que ça se dise. Ce que les radios et la télévision vont dire, les gens sont contents. Mais sur le terrain actuellement rien a changé. Ce que les médias annoncent, ça donne du bonheur au coeur. » (Mopti, professionnel)

Une absence de **neutralité**

Une lutte d'influence entre les médias

- Le processus de paix étant aussi lié à un enjeu politique, le traitement de l'information peut refléter une ligne éditoriale d'un média. Mais elle est souvent confondue avec une prise de position politique du journaliste, qui reflète avec un parti pris la compétition politique
- D'où l'impression des auditeurs que d'une même information l'on puisse tirer des interprétations antagonistes; Des informations contradictoires fréquemment relevées entre les médias publics et les médias internationaux rendent difficile la possibilité de démêler le vrai du faux

« C'est peut-être les médias eux-mêmes qui font la guerre ! Parfois les médias sont achetés par le pouvoir. Donc vous aller écouter ça ici, et écouter une autre version sur la même question où vous allez entendre une version différente de ce qui a été dit. » (Bamako, professionnel)

« Certaines informations sur la crise sont de qualité, mais par contre d'autres semblent être tirées par les cheveux. Toi-même en lisant tu te dis ou est ce qu'ils ont tiré cette information ? C'est l'effet que ça fait. »
(Bamako, 25-35 ans)

Le processus de paix sert de toile de fond aux revendications politiques

- Les auditeurs distinguent deux catégories de journalistes :
 - ◇ Ceux qui favorisent le processus de paix et la défense de l'intérêt général du pays => repérés dans les médias publics et dans certaines radios locales (Kledu, Jekafo)
Ceux qui desservent le processus de paix, associé à des intérêts politiques ou partisans et qui auraient un impact négatif dans la perception du processus de paix => repérés dans les radios privées et certains médias confessionnels (Cherifla Tv, radio Nièta) qui attisent la polémique à l'égard du processus de paix (sur l'hégémonie internationale, l'exclusion des citoyens du processus de paix)
- Produire un propos critique mais constructif sur le processus de paix semble un équilibre difficile à tenir en raison du manque de déontologie et d'indépendance => équilibre mieux repéré dans les médias spécialisés (Mikado, studio Tamani)

« C'était à la radio Kayira avec Oumar, quand il voulait parler du cas du capitaine Sanogo, celui qui a fait le push à l'ancien président, ils prenaient position pour Sanogo alors qu'en ce moment le pays était chaud. On n'avait pas besoin de ça, on avait juste besoin d'info. Il insultait, ce n'était pas bien il envenimait la situation. » (Bamako, 25-35 ans)

Un manque d'indépendance

Un manque d'indépendance des médias

- Il manque de contenu informatif sur le processus de paix
- Les radios locales ont plus de difficulté à avoir accès aux sources que les médias plus prestigieux, même si l'information est locale.
- Il y a une inégalité entre les médias pour l'accès aux sources. Le média le plus performant capte le premier l'information
- L'information vient généralement d'une source unique, qui est reprise ensuite par tous les autres médias
- La plupart des médias analysent des faits déjà diffusés par d'autres, des faits décontextualisés puisqu'ils ne les ont pas produit eux-mêmes. D'où une tendance « éditorialiste », qui consiste davantage à commenter l'interprétation des autres médias plutôt qu'à traiter du processus de paix à partir de ses propres sources d'information

« Bon c'est des questions militaires que nous nous ne maîtrisons pas. Comme on le dit c'est la grande muette même si tu veux en savoir plus on te renvoie par-ci et par-là. » (Mopti, professionnel)

Les radios privées font peu d'investigation, en particulier sur les questions inhérentes au processus de paix

- Un manque de moyens matériels pour faire des reportages de terrain, avec des correspondants locaux, sur des questions parfois sensibles, institutionnelles ou militaires
- D'où un manque de réalisme, de présence sur le terrain qui laisse l'impression aux auditeurs que l'on sous-estime la réalité du contexte sociétal, que l'on a du mal à rendre compte d'une dynamique, d'une évolution du processus de paix
- De plus, la réalité du conflit semble minimisée dans les médias – une impression largement partagée par une partie des auditeurs (profil NI)

« Aujourd'hui qu'il y'a plus d'insécurité à Mopti que dans le septentrion, derrière le fleuve tout près ici. Même pour aller voter là bas, il fallait un contingent militaire pour que les gens votent. Souvent on ne dit pas les informations comme je veux que ça se dise. Ce que les radios et la télévision vont dire, les gens sont contents. Mais sur le terrain actuellement rien a changé. Ce que les médias annoncent, ça donne du bonheur au coeur. » (Mopti, professionnel)

Un thème peu maîtrisé par les journalistes

Une manque de formation des journalistes

- Le problème de la formation des journalistes est surtout évoqué pour les médias privés
- Avec des difficultés persistances pour faire émerger un professionnalisme local dans les radios
 - ◇ La carence de structure de formation et d'organisation de la filière fait du journalisme un métier « appris sur le tas » dans les radios locales - pourtant principal média en province
 - ◇ Le manque de professionnalisme se perçoit aussi au manque de déontologie

Certains journalistes manquent sérieusement de déontologie, on se demande où est qu'ils ont appris le journalisme. D'autres mentent carrément, c'est juste la chasse aux infos; d'autres inventent et pas moyen de vérifier. Il y a également certains journalistes à l'antenne qui disent des propos qu'ils ne doivent pas. » (Bamako, 25-35 ans)

« J'ai l'habitude de le dire la radio est très dangereuse, elle peut provoquer des problèmes. Chez nous les animateurs n'ont aucun niveau, en fait ils ne sont pas formés. Ils ne disent que ce qu'il leur passe par la tête. » (Tombouctou, 40-55 ans)

Une mauvaise connaissance de l'Accord pour la paix

- Le traitement de l'information sur le processus de paix se heurte à une mauvaise connaissance de l'Accord : beaucoup de journalistes ne semblent pas l'avoir lu
- D'où une difficulté pour en parler, avec souvent une lecture très subjective de l'Accord, des commentaires pas forcément constructifs, voire erronés, un manque de précision sur les faits. La qualité des intervenants est remise en cause avec une forme d'immaturation des journalistes qui ne permet pas de bien sensibiliser les auditeurs sur le processus de paix

« Chacun en parle, chacun dit ce qu'il connaît : voilà, le Gouvernement a signé tel accord avec tel truc. Il y a certains gens qui font leur commentaire, je suis d'accord, oui je ne suis pas d'accord, voilà tout, tout c'est comme ça ! » (Mopti, 25-35 ans)

« C'est pas du tout de qualité, parce que vu que qu'on parle de l'information n'importe quand et n'importe qui le fait. Il y'a des gens qui passent l'information, ils ne sont même pas qualifiés. » (Mopti, 25-35 ans)

Un manque d'accessibilité de l'information

Un problème de compréhension de la langue majoritairement utilisée dans les médias

- La compréhension de la langue est le principal problème d'accès à l'information sur le processus de paix
- La langue introduit une inégalité d'accès à l'information : selon le milieu social, le niveau d'éducation et de maîtrise de la langue, et selon la position familiale car tous les membres de la famille ne maîtrisent pas le français, qui est plutôt utilisé dans un cadre professionnel ou scolaire
- Une langue commune majoritaire, soit français soit bambara (que certains auditeurs de Bamako estiment normal d'imposer aux auditeurs du nord) s'impose aux différentes communautés

« Tu trouves que dans une famille seul le papa parle français, donc les autres s'en fichent et vaguent à leurs occupations tranquillement. Et les chefs de famille ne communiquent pas avec les membres de sa famille par rapport aux actualités. Donc du coup les rumeurs prennent le dessus. » (Bamako, 40-55 ans)

Un problème de conception des programmes

- Tous les formats explicatifs du processus de paix (débat, revue de presse ou autre forme de décryptage de l'actualité) améliorent la compréhension, mais sont majoritairement en français. Ces programmes utilisent une forme délibérative, alors qu'une large partie de la population ne maîtrise pas suffisamment le français pour manier les concepts utilisés (en particulier les jeunes), ou ne comprend pas le français (surtout en province et/ou les CSP-)
- Des programmes parfois austères, qui ne prennent pas assez en compte la dimension émotionnelle des médias
- Les actualités en langue sont plus rares. Il faut attendre plus longtemps pour être informé en langue qu'en français

« L'information doit être diffusée et partagée partout au Mali et dans toutes les langues. Mais malheureusement les maliens doivent attendre le weekend pour qu'on traduise ce qu'il a dit dans les langues, c'est des infos en retard. Il faut que les media maliens soient plus spontanés dans le traitement de l'information. Souvent au bureau quand quelque chose se passe directement tu vois sur les réseaux sociaux, sur France 24, tu es immédiatement au courant mais il faut attendre la nuit lors du journal de 20 h de l'ORTM pour qu'il en parle et même là c'est de façon sommaire souvent. C'est grave. » (Bamako, 40-55 ans)

Bilan sur les obstacles à l'information

- Une **qualité d'information** peut être trouvée dans certains médias, mais cette **qualité apparaît rare et n'est pas accessible à tous**
- Un impossible décryptage de l'actualité fait que les causes et les solutions du processus de paix ne sont pas correctement traitées dans les médias : **une grande partie de la population n'est pas en contact avec la réalité du processus de paix à travers les médias**, et notamment la population qui en aurait le plus besoin d'information, en raison du cumul de deux inconvénients : la langue qui n'est pas forcément comprise, et la contradiction permanente entre les informations diffusées par les médias
 - ◇ « A la télé ou à la radio, surtout France 24, quand il parle de la récupération d'une ville, d'autres médias les contredisent pour dire qu'il y a eu cela, qu'il y a tel mort par si, par là ; que l'armée Malienne a perdu tel camp au profit des groupes armés. Tantôt ils parlent des bandits armés, tantôt ils parlent des Djihadistes. Il y a pas tellement de concordance aux informations. Finalement toi-même qui écoutes, ou bien qui lit dans journaux, ça t'embrouille, tu te demandes à quelle information vraiment il faut se fier. Donc mieux vaut vraiment être en dehors de ces informations, pour ne pas être tout le temps paniquer, parce qu'en réalité nous avons tous des amis, des frères qui sont des militaires qui sont au Nord. On est obligé d'appeler les uns les autres qui sont sur le terrain. Donc ça amène la panique partout, dans la famille, au grin tout le monde est paniqué pour rien. Avec des fausses informations, des informations non fondées. » (Bamako, 25-35 ans)
- Le processus de paix étant retardé aujourd'hui par certains événements, il y a une forme de décalage entre le temps politique et le temps des médias. **Les journalistes manquent de recul et de maîtrise du contenu de l'Accord** pour décrypter le processus de paix
- Il n'y a **pas de réelle appropriation des médias étrangers** qui ont tendance à minimiser les références communautaires : pour éviter les tensions communautaires, ils valorisent la culture de l'individu-sujet, au détriment d'une approche traditionnelle et confessionnelle
- **La perte de confiance dans les médias n'encourage pas l'implication des auditeurs** et leur participation dans les médias. Inversement, le manque de moyens et d'investigation fait qu'il manque de stimulation de la population de la part des médias
 - ◇ « Les journalistes Maliens même peuvent aller là bas, interroger les gens. Est-ce que les rebelles même vous dérangent jusqu'à présent ? Est-ce l'accord qui a été signé, ils l'exécutent. Mais eux ils ne font pas ça, ils sont ici seulement. Même on entend souvent qu'il y a eu attentat à Gao, attentat là bas. Mais on n'entend jamais de l'ORTM ou bien dans les radios du Mali même. On entend avec RFI, MIKADO, France 24, alors que c'est dans notre pays même ! C'est nous même qui devrions le transmettre. Mais ils sont en train de cacher tout ça. Ce sont les blancs qui viennent nous transmettent. » (Bamako, 15-24 ans)

2-04.5

L'évolution de la relation entre les
médias et la société malienne autour du
processus de paix

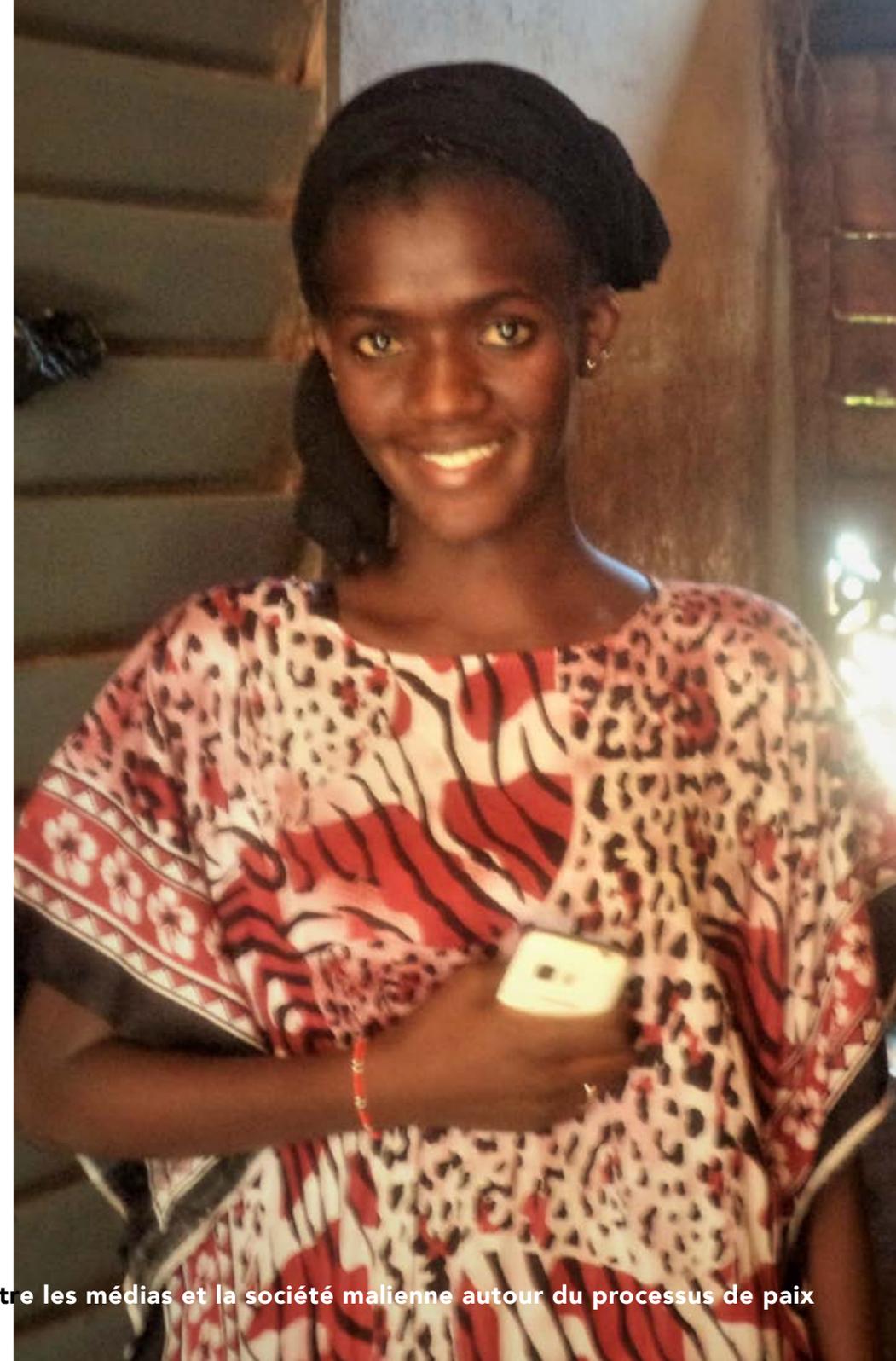
Quelles réactions aux médias ?

Un **impact émotionnel** fort des médias sur la question du processus de paix, avec des réactions contrastées, pour partie qui restent positives ...

- Un sentiment fondé sur l'espoir de trouver une solution, avec un soulagement anticipé à partir des premières mesures du processus de paix récemment mises en place
- Avec eux, une empathie née des récits médiatiques sur les populations du Nord qui subissent le conflit et suscitent un élan de solidarité, une mobilisation des auditeurs
- En mineur, certains affichent une forme d'optimisme, ils sont moins critiques, de CSP plus élevée. Ils ont le souci d'apaiser les choses à partir d'un processus qui leur paraît prometteur

« Ça va encore retarder un peu plus encore le processus. Sinon ce qui est sûr, il va aboutir. Parce qu'il y a eu la démilitarisation et on n'est en train de penser à l'intégration. Donc dans tous les cas le processus il suit son cours. C'est des difficultés de parcours quoi. Mais les petits trucs qui se font ce qui est inhérente à toute vie quoi. » (Bamako, 40-55 ans)

« Vous savez, aujourd'hui, on a juste besoin d'information qui nous dit qu'on a la paix, que ça soit vrai ou faux, nous on est satisfait. » (Tombouctou, 40-55 ans)





... Avec d'autres réactions, en majorité, plus difficiles

- La peur, face à l'insécurité
- Un sentiment d'impuissance, un peu plus marqué chez les femmes, avec des médias qui renvoient l'impression d'un manque de volonté politique
- Une réaction de colère, avec l'impression qu'il n'y a pas d'avancement du processus de paix
- Des auditeurs, de CSP moins élevées, expriment un rejet plus net des médias, ils s'en détournent pour ne plus entendre de mauvaises nouvelles – Ex : une attaque dirigée contre l'armée à Kidal a suscité un sentiment d'exaspération d'un senior qui préféré coupé la TV
- Ils pointent un manque de renouvellement de l'information avec des thèmes récurrents pour évoquer le processus de paix (réconciliation, changement) qui finissent par perdre leur sens
- Méfiants vis-à-vis des médias publics, ils sont aussi déçus des médias privés qui ne sont pas au même niveau de professionnalisme, qui provoquent trop de polémiques
- Les médias n'ont pas vraiment fait évoluer leur perception du processus de paix, car ils n'ont pas vraiment compris ce qu'il se passe

Verbatims

« Le processus est vraiment lent dans sa mise en oeuvre. Ce que je vois à travers le vivre ensemble, bon on en, on en parle mais vraiment je ne vois pas de volonté pour la mise en oeuvre. » (Mopti, 25-35 ans)

« Notre gouvernement vient encore de promettre de ramener la paix. On n'est fatigué de tout ça. Nous avons perdu tellement d'argent dans les déplacements, car moi ma famille est partie jusqu'au Sénégal. » (Tombouctou, 40-55 ans)

« Je suis **pas du tout contente** ! J'imagine que l'accord sera toujours suivi des mauvaises actions, ça n'aboutira à rien car les hostilités ne vont pas cesser à emmerder les gens. » (Tombouctou, 25-35 ans)

« La situation est alarmante vu les attaques perpétrées, ça inquiète ! Ça me bouleverse chaque fois que j'entends ces informations là et je me dis : qu'est-ce que nos autorités sont en train de faire pour arranger la situation ? » (Bamako, 40-55 ans)

« J'étais angoissée, très même, car entre deux protagonistes si l'un refuse de faire la paix, imaginez comment fera-t-on ? » (Bamako, 40-55 ans)

« En classe, on nous a aussi parlé de la guerre, sur la paix, l'Accord de paix et de réconciliation. Donc ici les rebelles veulent diviser le Mali. Renouveler le nom qui est ASAWAD si je ne me trompe pas. Donc s'il y a la guerre, le pays peut éclater aussi. Le Mali est un et indivisible. C'est pour cela que nos soldats luttent pour notre pays. Moi ça me fait peur, ça me fait de la peine aussi. » (Bamako, 9-14 ans)

Les attitudes face à l'impact des médias sur le processus de paix



« Je me sens un peu rassuré car il y a eu la signature de l'Accord de paix d'Alger. Même tout récemment, on vient de décerner le prix Nelson Mandela à notre président Ibrahim Boubacar Keita pour la démocratie et la sécurité. »
(Bamako, 15-24a)

« Honnêtement un moment je n'avais plus confiance à ce processus, au retour de la paix du moins dans l'immédiat, et ça me rendait sceptique. »
(Bamako, 40-55 ans)

« Ça m'inquiète, car j'ai l'impression que rien ne change, toujours la corruption, l'insécurité et la mal formation des journalistes. »
(Bamako, 15-24 ans)

Quelle expression de la société dans les médias ?

- Des conceptions concurrentes de la citoyenneté se transmettent dans les médias, dans une expression qui reste très politisée

« L'opposition malienne a organisé une marche républicaine, qui a regroupé des milliers de personnes pour exprimer leurs opinions sur la gestion du pays, l'accord de paix, sa mise en oeuvre qui tarde, mauvaise gouvernance... Ils ont exprimé ce qu'ils voulaient pour le Mali et autres, c'était couvert par les médias, les télé, les radios et les journaux, c'était bien. » (Tombouctou, 40-55 ans)

- Le pluralisme dans les médias demeure une question sensible, avec une différence entre les générations :
 - ◇ Ce sont surtout les jeunes qui ont l'impression que le pluralisme n'est pas suffisamment respecté dans les médias. Ils manquent d'information pour mieux connaître les populations au Nord
 - ◇ Une partie des adultes est un peu plus réticente. En mineur, certains ont l'impression d'un déséquilibre dans l'accès aux médias entre les ex-rebelles au Nord et la population du Sud



« Ça amène la colère chez certains. Pour la gestion d'une Nation, d'un pays dont nous aussi nous faisons parti, on nous a jamais donné la chance de nous exprimer. Et pourtant nous aussi on a des problèmes ici, comme eux ils ont des problèmes là bas. Nous devons être traités au même pied d'égalité par les médias. » (Bamako, 25-35 ans)

« Pour un habitant de Bamako, cela fait bizarre d'entendre quelqu'un de la CMA. On n'est pas habitué à les entendre sur l'ORTM. Pour eux, c'est une cette nouveauté. Mais il n'y a pas de raison pour que l'on ne leur donne pas la parole. » (Bamako, professionnel)

« J'aimerais savoir leurs identités politiques surtout. De quel pays ils viennent. Je crois qu'il y a d'autres pays mêlés à ce problème là. Les pays arabes. Je pense qu'ils parlent du Mali seulement. Il ne parle pas des rebelles. On ne les voit pas. » (Bamako, 15-24 ans)



Quelle expression de la **société** dans les médias ?

- La société civile voudrait se voir représentée à travers une vision moins politique du processus de paix dans les médias. Cependant, les médias manquent d'indépendance politique, n'ont pas vraiment les moyens de cette ambition et ne sont pas aidés par les institutions sur ce point

« Je crois que l'Etat ne fait vraiment pas ce qu'il faut. Je crois qu'il ne soutient pas beaucoup les médias. Il ne les motive pas ni rien. Je crois que les médias même, eux même se débrouillent pour voir les informations. Parce que s'ils ne le font pas ça aussi, on va dire qu'ils sont incapables. Donc comme c'est leurs travaillent ils doivent faire ça, mais le Gouvernement doit les soutenir. Mais eux même ne font pas ça, il doit les motiver. » (Bamako, 15-24 ans)

- La société civile exprime aussi une vision critique du processus de paix portée par des activistes (Ras Bath) ou des prêcheurs (Bandiougou Doumbia) – ce qui peut séduire certains jeunes, car ils trouvent là un décryptage du processus de paix et l'expression de certaines de leurs attentes. Néanmoins, cette forme d'expression apparait violente, porte à confusion, et demanderait sans doute à être laïcisée ou dépolitisée pour favoriser le processus de paix

« Pour certains, c'est un moyen de défendre certaines visions politiques sur l'avenir du mali, ce n'est pas du tout pour impliquer la population sur le processus de paix... »
(Tombouctou, 25-35 ans)

« Ce sont les médias qui peuvent aller jusqu'aux confins rapprocher des leaders religieux, les responsables administratifs et politiques. Les médias ont un grand rôle à jour, c'est le 4 e pouvoir. » (Mopti, professionnel)

Quelles formes de participation du public dans les médias ?

- La participation des auditeurs est sans conteste un aspect attractif des programmes médias
 - ◇ La participation améliore la compréhension des auditeurs
 - ◇ La participation permet un détour par le sensible et le témoignage pour dire comment les choses sont vécues sur place
- Le fait de faire participer les auditeurs est perçue comme une marque de professionnalisme, car la fonction des médias est bien de faire lien avec la société

« Ils font un retour et s'expliquent auprès des auditeurs. » (Mopti, 15-24 ans)

« C'est les débats entre différentes personnes qui discutent entre eux, et ils nous demandent l'avis aussi à travers des appels téléphoniques à intervenir par rapport à nos idées sur le processus. » (Mopti, 25-35 ans)

- La participation revêt essentiellement deux formes aujourd'hui :
 - ◇ Les appels téléphoniques
 - ◇ Un décentrement de la discussion vers les réseaux sociaux, où plus l'information est sensible, contradictoire, plus elle est participative et virale

« Vous allez voir aujourd'hui le pouvoir public à tendance à aller à la rencontre de la jeunesse à travers les réseaux sociaux. Je prends un exemple : quand une tendance d'un pouvoir public fait une publication, les gens vont se borner à regarder. Ils ne commentent pas trop. Soit on dit que c'est de la publicité, ou bien ils essayent de faire l'éloge du pouvoir. Il suffit seulement qu'il y ait une contradiction d'opinion pour que chacun se positionne et que l'information prenne une autre dimension. » (Bamako, professionnel)

Quelles formes de participation du public dans les médias ?

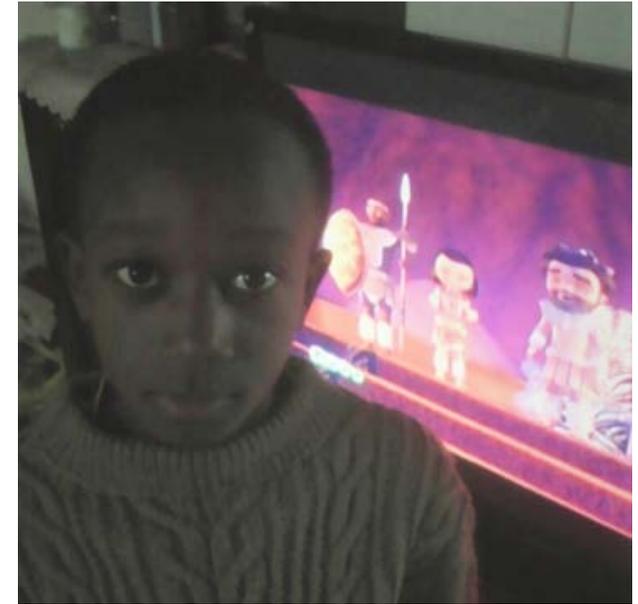
- Néanmoins, des obstacles à la participation sur le processus de paix qui tiennent à :
 - ◊ Une inégalité démocratique
 - » Un manque de confiance ou de compétence sociale pour s'exprimer dans les médias sur un sujet complexe
 - » Un manque de compétence expressive : pas de maîtrise suffisante de la langue pour participer sur les réseaux sociaux (écrit) ou dans les médias traditionnels (oral)
 - ◊ Une inégalité numérique, voire électrique
 - » Des limites techniques en zone rurale pour accéder aux médias

« Je ne suis pas prêt à leurs donner mes avis je me considère toujours enfant et adolescent qui n'est pas encore à l'âge mur pour donner son avis suite à des problèmes posés face à un média posés. Par contre je donne mon avis à d'autres qui ne sont pas les médias. »

(Tombouctou, 15-24 ans)

« Il y a des petits villages qui n'ont pas d'électricité, ils font des activités agricoles, donc ils n'ont pas forcément le temps nécessaire pour écouter des infos sur le processus de paix. »

(Bamako, 15-24 ans)



Une évolution partielle et insuffisante du traitement du processus de paix dans les médias

- Globalement, les auditeurs notent un développement de l'information sur le processus de paix dans tous les médias, et à la marge avec les réseaux sociaux
- L'amélioration des programmes n'est cependant vraiment audible que dans certains médias : les radios internationales et les radios spécialisées, mieux adaptées au paysage radiophonique aujourd'hui avec des émissions en langue, centrées sur la sensibilisation au processus de paix, avec une information plus réaliste qui contribue à réduire rumeurs et amalgames
- Une différence régionale : une amélioration mieux ressentie au Nord à Tombouctou qu'au Centre à Mopti
- Cette évolution n'apparaît pas encore suffisante et laisse encore la place à d'autres types de programmes, en raison de
 - ◇ L'interprétation tronquée de l'Accord, qui ne fait pas ressortir les vrais enjeux, les points à débattre, à négocier pour comprendre le processus de paix
 - ◇ Le traitement « diplomatique » de l'Accord qui fait qu'on ne dit pas tout, ce qui démobilise plus qu'il ne sensibilise les auditeurs
 - ◇ L'insuffisance des rendez-vous d'information pour en parler

« Je pense qu'ici dans la ville de Tombouctou, il y a beaucoup des journalistes qui se sacrifient pour nous à tout moment pour chercher et nous donner de bonnes informations. L'évolution concernant le processus de paix nous a réconforté beaucoup et a modifié notre opinion qui nous permet toujours de garder l'espoir. »

(Tombouctou, 25-35 ans)

2-04.6

Le rôle attendu de la part des médias



Les besoins exprimés

Besoin d'information sur le processus de paix

Vs s'informer sous l'urgence, pour être aux aguets des menaces qui pèsent sur la paix aujourd'hui



Besoin d'exprimer son **opinion**, de participer

Vs le seul plaisir de la conversation dans les médias, le plaisir d'être ensemble sur les réseaux sociaux sans autre préoccupation



Besoin de diversité, de pluralisme dans les médias

Vs un zapping dans les médias qui ne construit pas du collectif, chacun exprime simplement ses préférences sans débattre

Besoin d'améliorer l'accessibilité à une information plus transparente

Besoin de compréhension, de rendre les faits intelligibles

VS savoir n'est pas forcément comprendre



Besoin de construire son opinion

Vs les contradictions de l'information dans les médias
Vs la juxtaposition des opinions dans les débats sans dégager de synthèse, de point de vue



Besoin d'imaginer des solutions, de trouver la bonne voie pour le processus de paix

VS un traitement subjectif et polémique de l'information

Besoin d'améliorer la pertinence de l'information

Une forte attente de pédagogie

- Attente d'une plus **grande ouverture** de l'information à ceux qui ne comprennent pas le sens du processus de paix, en tenant compte du fait que personne ne l'a lu à part quelques seniors : un préalable à l'impact des médias, puisque c'est l'accès à des connaissances qui permet d'influencer les opinions
 - ◇ En s'appuyant sur des journalistes bien formés et avertis sur le processus de paix
 - ◇ En s'appropriant l'information via l'identité d'un média de proximité, dans la langue locale utilisée
 - ◇ Sensibiliser les auditeurs sans trahir l'information
 - ◇ Guider, aider à se repérer dans le processus, surtout les jeunes; Donner une vision à long terme, car les résultats ne sont pas immédiats
 - ◇ Expliquer la conduite du processus, insister sur des aspects insuffisamment médiatisés – exemple: les négociations locales, qui ont un impact crucial sur l'application de l'Accord
- Les auditeurs attendent des médias qu'ils fournissent plus d'information sur le processus de paix, plus de « faits »
 - ◇ Cela peut être d'en parler plus souvent pour pouvoir mieux suivre l'information, au besoin en temps réel (des flashes)
 - ◇ Mais surtout avec plus de précision, de détails, informer sur des événements significatifs
- Cela implique plus d'investigation de la part des médias
 - ◇ Une attente sur des régions déjà bien couvertes au Nord (Tombouctou, Gao, Kidal, Konna), mais souvent avec un écart flagrant entre le traitement de l'information nationale et internationale
 - ◇ Une attente d'information plus réaliste à Mopti, qui connaît des problèmes aux abords de la ville, et qui accueillent de très nombreux déplacés
 - ◇ Une attente d'investigation à Bamako sur les obstacles au processus de paix : parler du banditisme, de l'engagement de jeunes qui partent rejoindre les rebelles au Nord



« J'ai souvent l'impression qu'ils ne sont pas conscients de leur rôle dans ce processus-là. Donc qu'ils se prennent en main, informe la population tout en tenant compte de la sensibilité des gens et dans la langue qu'ils comprennent. »
(Bamako, 40-55 ans)

« Pour moi je veux qu'on explique bien l'accord aux jeunes et aux femmes et à toutes personnes concernées en prenant ca article par article mot par mot avec des détails profond et une diffusion large dans toutes les langues locales avec des équipes de proximités auprès de toute les populations que ça soit urbaines ou rurales. » Tombouctou, NI 25-35a)

Un rôle de vigilance démocratique

- Les auditeurs attendent des médias une **éthique** de la conviction, de la probation :
 - ◇ Eviter la déformation médiatique (dramatisation, information elliptique, rapportée...)
 - ◇ Avec une exigence de vérification des faits
 - ◇ Démontrer que l'Accord est appliqué via le regard des habitants concernés, des témoignages vécus
- Un rôle défensif des médias pour prévenir les conflits :
 - ◇ Contrer les rumeurs, les déjouer
 - ◇ Dénoncer, aider à combattre la corruption, le favoritisme
 - ◇ Eviter l'enfermement dans la polémique trop partisane
 - ◇ Sortir des stéréotypes et préjugés forgés dans la période de conflits et qui a divisé le pays; Contribuer à contenir le racisme entre les Touaregs et les communautés du sud
 - ◇ En région, même des fonctions utilitaires de proximité : une fonction d'alerte et de vigilance sécuritaire (un N° vert en cas d'alerte)
- Sensibiliser au respect du processus de paix
- Apaiser le débat

« Ils doivent défendre le processus de paix, mais tout en disant la vérité à la population. » (Bamako, 25-35 ans)

« Apaiser vraiment quand ça ne va pas ils doivent faire ça. Mais vraiment quand on va à la dérive, c'est leur rôle d'interpeller les gens pour arrêter cela. Donc ils ont un double rôle. » (Bamako, 25-35 ans)

« Ce sont les journalistes là, qui poussent les acteurs politiques à bien travailler. Si quelque chose ne va pas dans le pays aujourd'hui, demain les médias vont dire ça. Donc directement les autorités vont prendre une mesure pour mettre fin à ça. » (Bamako, 40-55 ans)

« L'accord contribue à la diminution des violations des droits de l'homme et l'amalgame aussi à diminuer. Avant quand les militaires voient un homme en turban, ils se disent que c'est un rebelle, parce qu'ils sont maliens. Mais maintenant il n'y a plus d'amalgame. Cela est dit à l'information bien traitée. » (Tombouctou, 40-55 ans)

« Qu'ils donnent souvent des numéros verts pour signaler tout cas suspect ou trouver quelqu'un pour nous aider. C'est l'information la plus rapide. » (Mopti, 15-24 ans)

Un rôle actif dans la mobilisation des citoyens

- Selon des exigences **démocratiques**, le rôle des médias est d'organiser le débat public :
 - ◇ Répondre à la fonction de démocratisation des médias de construction d'un espace public d'expression, pour libérer la parole, inciter les acteurs politiques à être responsables de leurs actions, faire une caisse de résonance à l'opinion publique, sortir du silence les problèmes sociaux vécus localement
 - ◇ Avec une attente délibérative : débattre du processus de paix pour se construire un avis / avoir son avis représenté dans les médias
- Les médias apparaissent un moyen d'impliquer, de faire participer les citoyens au processus de paix
 - ◇ Des débats pluralistes et équilibrés, avec des invités qui reflètent la diversité des points de vue des acteurs du processus de paix
 - ◇ Impliquer davantage l'ensemble des maliens et pas seulement les victimes directes du conflits au Nord (en toile de fond, le sentiment que les populations du sud sont mal représentées dans le processus de paix)
- Dans la sortie de crise, les médias ont aussi à consolider l'unité nationale, à favoriser la cohésion, au sein d'un rapport de forces antagonistes :
- Accompagner la construction d'un récit national pour une remobilisation du pays, avec l'attente d'un rôle plus engagé des médias en faveur du processus de paix => en particulier au sud
- Révéler les failles du processus de paix pour mieux les résoudre => en particulier au Nord



« Les radios doivent chercher à unir les gens.
» (Tombouctou, 25-35 ans)

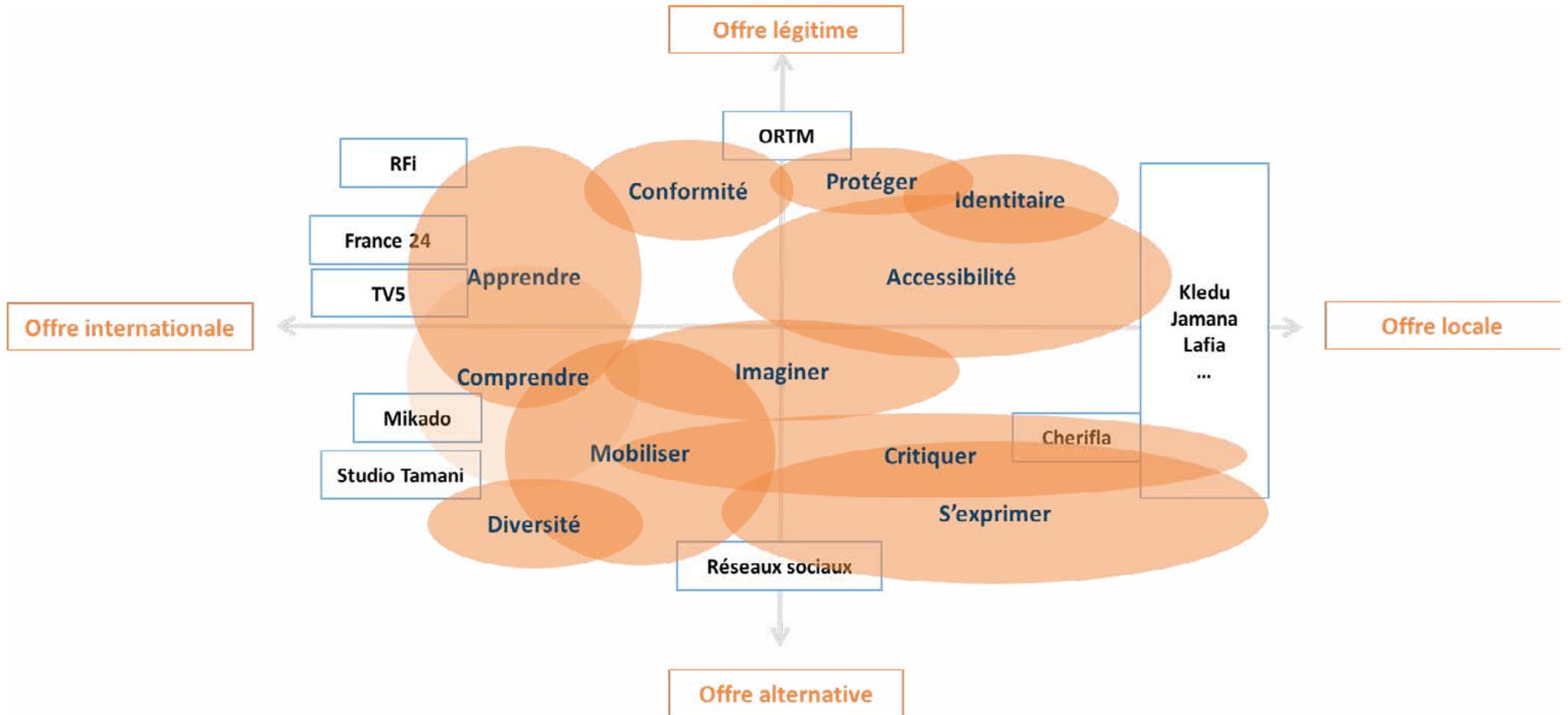
« On doit surtout motiver la population. On doit faire des marches tout ça, c'est comme la révolution. » (Bamako, 15-24 ans)

« On doit interroger tout le monde pour voir leur pensée, leur point de vue sur la paix aussi. Sur les conflits et surtout pour donner les solutions. » (Bamako, 15-24 ans)

« Ramener la paix par la vérité et en soutenant le gouvernement. » (Bamako, 40-55 ans)

« Si possible essayer de montrer les failles de ce processus de paix. On n'est pas en train de faire ça. » (Tombouctou, 40-55 ans)

Perception du rôle des médias



2-05

Les pistes d'optimisation du traitement médiatique



Un rôle actif dans la mobilisation des citoyens

« Il faudra qu'au niveau de toutes les radios privées qu'on sent réellement que le processus de paix est l'une des priorités du programme. Si on prend par exemple au bout de l'année 2017, on va dire tout le 1er trimestre tous les jours pendant une heure, nous allons seulement vous parler du processus de paix. A trois mois, vous verrez qu'il aura du changement. »
(Tombouctou, professionnel)

« Créer une émission spéciale à la radio qui ne parle que sur la paix au Mali. Parce que l'émission Kunafoni M'palan parle d'une manière générale. Donc j'aimerais la création d'une émission uniquement que sur le processus de paix afin d'informer ceux qui n'ont pas les moyens de regarder la télé, qui ne peuvent pas lire ou qui ne peuvent pas écouter les informations en français. »
Mopti, 15-24 ans)

Prioriser

Faire du processus de paix une priorité plus centrale, notamment dans les radios privées

=> Première étape : faire connaître l'Accord

S'inspirer de émission Zoom sur l'Accord, durée 1h, sur Mikado fm : diffuse le texte de l'Accord en 12 langues, soit l'intégralité les langues officielles au Mali

=> Créer un rendez-vous bien identifié et clairement centré sur le processus de paix, qu'il soit le thème central d'une émission

Aujourd'hui les informations sur le processus de paix sont glanées dans les journaux des radios et TV, dans des émissions de débats ou de politique générale qui diluent la visibilité sur le processus de paix. Il manque un rendez-vous vraiment référentiel

Les programmes

Accompagner le processus de paix

Impulser **une dynamique** autour du processus de paix

- => Des compléments à la diffusion des médias dans les zones rurales
- => Des campagnes de sensibilisation menées sur place et couvertes par les médias
- => Organiser des formations sur le thème de la réconciliation, de la justice transitionnelle, de la cohésion, l'école, les élections, les autorités intérimaires, **pour les cibles les moins exposées aux médias**

Médiatiser les actions locales

menées par des radios, des institutions, des associations

Suivre les étapes du processus de paix **en s'appuyant sur des sources institutionnelles**

S'inspirer des campagnes d'information menées sur le terrain par des associations, des entreprises privées (Orange Mali)

S'inspirer des Rencontres citoyennes organisées en province; D'associations comme Yermatoune, qui organise des rencontres sur la paix et la réconciliation, des débats sur la citoyenneté à Tombouctou

Devenir un relais du Comité de suivi de l'accord pour médiatiser le bilan des actions appliquées sur le terrain

« Le media doit réveiller l'information et sensibiliser. Ils doivent suivre le processus de paix pas à pas et ils doivent être des relais du comité de suivi de l'accord chaque fois pour donner le bilan de l'application à la population, pour que cette dernière sache que à quel niveau on se trouve dans l'application de l'accord. »
(Tombouctou, 40-55 ans)



Les programmes

Expliciter le processus de paix

Expliciter le contenu de l'Accord de façon très pédagogique

S'inspirer de l'émission diffusée sur Mikado, *L'Accord de A à Z* : explication du texte de l'Accord chapitre par chapitre, avec un expert spécialisé

« On a aussi une émission qui s'appelle « *L'Accord de AZ* » par exemple on se demande qu'est-ce que dit l'accord dans le domaine de l'éducation et on invite un expert pour décrypter le contenu de l'accord en matière d'éducation, les attentes, les défis et tout et tout. « *L'accord de AZ* » c'est à 22h. »
(Bamako, professionnel)

Les programmes

Sensibiliser les publics

Faire prendre conscience du rôle que peut jouer la population, en lui redonnant une prise sur le processus de paix, une prise de conscience et un pouvoir d'agir

=> Filmer des rencontres avec des maliens qui témoignent de leur vécu et les diffuser à la radio, sur les réseaux sociaux

Une émission radio animée par des collectifs organisés

S'inspirer de domaines innovant comme le talk-show Phiphi show animé par Diallo Nana Diaby alias Tata Phiphi (mensuel sur l'ORTM) pour aborder certains points autour de la paix ou du comportement des citoyens :

- Proposer une rubrique pour apporter des idées, des solutions, en focalisant sur un aspect du processus de paix, avec un expert comme invité sur le plateau
- Présenter des profils de maliens, le citoyen malien lambda illustrant l'implication et la responsabilité citoyenne sur le sujet traité
- Montrer des mises en situation ; faire des interviews;
- diffuser des reportages, et partager des témoignages pour illustrer le problème
- Suivi d'un débat, avec appels des auditeurs
- Relayée par une plate-forme de discussions

Une chaîne dédiée uniquement à la médiatisation du processus de paix

« Je vais prendre exemple sur l'émission Phiphi Show de Tata Phiphi, chaque mois ça se fait au cinéma Babemba, avec des invités et le public. Les gens interagissent sur un certain nombre de chose et on diffuse après sur ORTM et leur page Facebook et chaîne You tube. Il y a généralement les points sur le processus de paix. » (Bamako, 25-35 ans)

Les programmes

L'interview est un mode **d'investigation** trop rare aujourd'hui, surtout à la radio => Mieux s'insérer dans le tissu social

Les rencontres sur le terrain

Solliciter davantage l'avis de la population : faire simple, comme des microtrottoir pour recueillir des opinions et de les faire remonter

Proposer des émissions **plus interactives** (appels, messageries) avec les populations au Nord, les autorités locales/traditionnelles

Proposer une émission pour **aller à la rencontre des grins** (Bamako, Mopti) et faire remonter les réactions de ces cercles de discussion à la radio

Proposer **des débats dans les quartiers plus exposés** à l'insécurité : quartiers excentrés de Bamako, aux abords de Mopti, dans les quartiers sensibles de Tombouctou, et médiatiser ces débats

Faire des **reportages pour recueillir le témoignage de la population locale** sur l'impact de l'application de l'Accord pour la paix dans ses aspects concrets - Exemple : reportage de 45mn maxi « Ben ni Kelenya » (sur la mise en place de services sociaux)

Attention ! dans la région du Nord, cela expose les participants qui expriment leur opinion personnelle

« Pour moi le seul moyen pour ne pas se faire remarquer, faut aller sur Facebook, car les autres moyens peuvent provoquer des menaces et des intimidations qui peuvent te couter la vie, comme téléphoner directement à une émission ou à un débat radiophonique ou télévisée ou participer aune rencontre ou à un forum de discussion. »
(Tombouctou, 25-35 ans)

Les programmes

Le débat : un genre majeur

Le débat contradictoire : pluraliste, équilibré, impartial par rapport au média qui le diffuse

- Une expression d'avis divergents sur le processus de paix qui permet de mieux se faire comprendre, et aux auditeurs de mieux comprendre par le jeu des questions posées (permet de mieux creuser les fondements d'une position)
- Des idées qui enrichissent la mise en place du processus de paix, par confrontation d'idées opposées à celles des représentants institutionnels

Sur des thématiques pratiques, qui permettent non seulement de comprendre – comment assurer la paix ? - mais aussi d'orienter les auditeurs - proposer une sensibilisation aux bonnes pratiques -

=> **Un enjeu pédagogique et moral** du débat



Les programmes

Pluralisme dans le débat

Invités d'experts = enrichi le débat

Interface acteurs de l'Accord / société civile

- Invités de représentants du gouvernement et invités de la société civile (exemple : Oumar Mariko)
- Invités de simples citoyens, pour aborder des sujets sensibles et interpellier des représentants de l'Accord => un face-à-face particulièrement attractif
- Pour les seniors, un débat élargi : la société civile, le gouvernement et les groupes armés

Invités avec la présence d'un public

Avec appels des auditeurs

En mineur : Confisque le débat réservé aux spécialistes; Avec divergences d'experts qui peuvent laisser les auditeurs dans l'embarras, car ils ne savent plus qui croire

Composer un jury citoyen qui doit être convaincu par l'invité (des citoyens suffisamment avertis sur le processus de paix)

En mineur : des craintes sur la maîtrise du débat et le risque d'invectives avec des invités de la société civile

« Nos invités sont samba Diarra, professeur à la retraite, porteparole des citoyens, il n'est pas opposé, il est là pour parler au nom de la population et Mr Yaya Diallo, le ministre de la réconciliation pour sensibiliser la population sur l'accord de paix et parler des avantages qui en résulte. »
(Bamako, 15-24 ans)

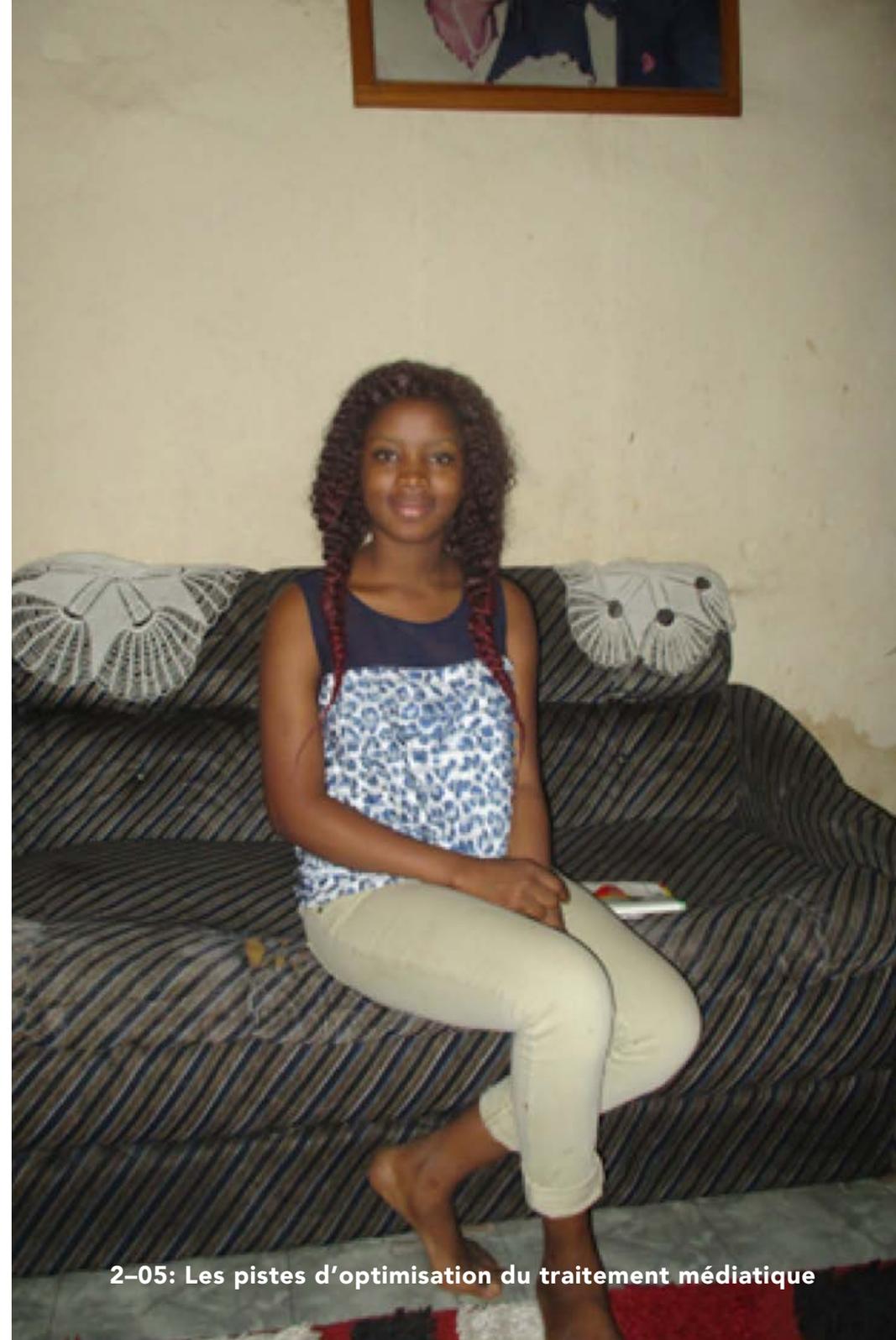
Les programmes

**La revue
de presse:
un genre
utile**

Un succès aussi bien dans les médias traditionnels (radio) que sur Internet (Malijet)

Démocratise la presse, et avec elle le traitement de sujets de fond, une approche plus réflexive, une forme d'investigation plus complète

=> Faire une revue de presse sur le processus de paix



2-05: Les pistes d'optimisation du traitement médiatique

Les programmes

Les Baronis : une forme très populaire

Une forme **créative,**

adaptable à tous formats,
audio ou visuel, diffusée en
langue nationale

Facilite la compréhension

pour une large audience

Une pédagogie par

l'humour particulièrement
efficace sur des sujets
sensibles, qui vise
davantage l'aspect
comportemental et moral

- Emission Baroni réalisé sur chaque chapitre de l'Accord pour la paix diffusés sur l'ORTM : une incarnation par des comédiens des différents acteurs impliqués (groupes armés, gouvernement, etc.)
- A prolonger sous forme ludique du quizz sur le contenu de l'Accord abordé dans le Baroni en fin de diffusion pour faire le lien avec les connaissances
- Court sketch radiophonique sur un thème lié à l'actualité du processus de paix, diffusé sur Mikado fm
- Théâtre radiophonique, jouée par une troupe professionnelle, pour sensibiliser sur le thème de la paix, prévu sur Mikado fm

« Ils n'ont qu'à faire des théâtres sur le processus de paix. » (Tombouctou, 9-14 ans)

« C'est à travers cette émission qu'on va comprendre le processus de paix sans forcément lire dans un document. Et l'accord comme ça sera progressivement compris. » (Bamako, 40-55 ans)

« Des jeux concours à la radio, à la télévision, pour poser des questions les plus élémentaires sur le processus. Demander aux gens : Est ce que vous connaissez le processus ? Comment se fait le processus ? Avec un coté pédagogique effectivement. » (Bamako, 40-55 ans)

Les programmes

Les jeunes ont besoin d'émissions plus spécifiques, mieux formatées pour eux

Une émission éditoriale

Affirmer un point de vue critique sur le processus de paix avec une émission de type éditorialiste, dans un format innovant pour les jeunes :

- Les formats sont trop éloignés des jeunes, plus conformes aux adultes
- Les formats sont trop proches les uns des autres : les 15-24 ans ont l'impression que les médias proposent tous à peu près la même chose

A retenir certains aspects de l'émission « cartes sur table » de Ras Bath sur Maliba fm qui ont pu séduire les 15-24 ans (mais en éliminant son aspect outrancier)

À condition d'éviter la polémique et fournir des repères utiles, en particulier pour les jeunes < 25 ans

- Un ton jeune et un point de vue engagé pour faire écho aux attentes de la société civile, canaliser la voie des jeunes, incarné par un journaliste dans lequel ils se reconnaissent
- Un décryptage sur la situation de la paix : le processus de paix est-il appliqué ? A-t-il des limites ? Des impensés ? Des points qu'il reste à discuter ?
- Un rôle prescriptif pour sensibiliser les jeunes au processus de paix, sans verser dans l'apologie, mais avec un discours qui les oriente et les responsabilise sur le processus de paix
- Une émission en langue nationale

Le style

Les jeunes ont besoin d'émissions plus spécifiques, mieux formatées pour eux

Animation

Un journaliste proche des sources d'information avant tout, avec un bon réseau d'informateurs, qui a accès aux instances du pouvoir

Un style plus **populaire** dans les zones hors conflit (à Bamako, au centre)
Un style plus fonctionnel dans les zones à risque (au nord, au centre pour répondre à des besoins pédagogiques, voire sécuritaires

- Journaliste expérimenté, une figure nationale - exemple Salif Sanogo (ORTM)
- Journaliste rigoureux, avec un esprit d'analyse – exemple Serge Daniel (Rfi)
- Journaliste spécialiste du Nord Mali– exemple Adam Thiam
- Journaliste empathique – exemple Rouen Gomez (Rfi) indiqué par les seniors

« Salif Sanogo, il a confiance en soi, il dit la vérité et n'a pas peur et il pense que c'est à cause des autorités que nous sommes là. Il est doué ; Il n'est pas jeune, il est sérieux. »
(Bamako, 15-24 ans)

3 formes de médiation



Le style

Une expression plus accessible

Un langage communautaire

: Les langues nationales s'imposent dans la mesure où les émissions ne s'adressent pas à un public français, surtout le bambara et le songhaï pour les régions du sud et du centre

=> Studio Tamani est particulièrement apprécié sur ce point avec la traduction en 5 langues du JT, surtout en province

S'inspirer de Ras Bath avec son post vidéo en bambara facile sur Malibuzz « *La France-à-fric expliqué en bambara facile* »

Une difficulté : traduire du français des concepts un peu complexes autour du processus de paix

Utiliser un langage

très accessible, voire appauvri, adapté à un niveau d'éducation très bas pour ceux qui ne vont pas à l'école

Des fictions (théâtre, baroni, série) susceptibles de promouvoir l'idée du processus de paix

Des images fortes, qui impactent l'imaginaire collectif – exemple ci-contre : « La paix »

Des symboles de la paix véhiculés hors médias – par exemple des t-shirt avec un logo en faveur d'un message de paix

Un langage visuel

universel, par l'image (TV, réseaux sociaux), un langage symbolique pour diffuser un esprit propice au processus de paix

« *Ceux qui ne comprennent pas bien d'autres langues comme la langue professionnelle qui est le français, ils peuvent avoir l'information sur leur propre langue.* » (Mopti, 9-14 ans)

« *Bon nous, on veut battre la langue étranger, on est fier de notre langue. On n'aime pas la langue étranger, on veut s'exprimer avec notre langue, avec notre propre langue nationale, par exemple bambara, sonrhai, peulh...* » (Mopti, 15-24 ans)



La participation

La participation radiophonique

La participation dans les programmes des médias est bien perçue comme **une forme d'implication** sur le processus de paix et un moyen adapté au thème du processus de paix

Aujourd'hui une participation insuffisante, qui ne se fait pas assez ou sur un mode trop aléatoire, voire très rare à la TV

L'appel téléphonique reste un des moyens privilégiés

- Intervenir par téléphone ou sms rend moins méfiant qu'une interview en face à face
- Un numéro vert pour contourner la contrainte du coût
- Poser une question à l'avance et l'invité devra y répondre plus tard dans le débat (comme sur radio Kledu) : c'est moins intimidant pour ceux qui maîtrisent mal la langue, et permet éventuellement de poser sa question dans la langue de son choix
- Poser une question en direct : seul moyen de n'être pas filtré selon la nature de sa question

« Moi j'aimerais qu'on interroge les gens. On doit surtout dire ça à la télé comme un débat. On doit faire chaque moi un débat sur ça, à la télévision. Mais même sur ça, ils aiment interroger les hommes politiques tout ça. »
(Bamako, 15-24 ans)

« Ils peuvent demander aux gens, à une telle heure, il y a cette émission sur une telle radio, vous pouvez appeler sur ce numéro pour donner votre avis. Annoncer le thème et les gens vont leurs appelés pour donner leur avis. » (Bamako, 15-24 ans)

La participation

La émission baroni participation sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux et Internet permettent d'élargir la participation

Les réseaux sociaux permettent d'enrichir la participation

Les réseaux sociaux accélèrent l'information

Mais difficulté pour le média de modérer en temps réel la pertinence des informations

Pouvoir réagir après l'émission :

- sur les pages Facebook des radios
- sur les pages des journaux numériques le journal du Mali : page dédiée pour évaluer l'article, « les pors et les contres »

Proposer à l'avance également un thème à aborder ou un sujet à traiter par mail

- par exemple dans une La émission baroni

Une fonction déjà majeure : l'échanges de photos sur les réseaux sociaux

- le témoignage visuel de voitures brûlées à Konna diffusé par Facebook

Par la dimension virale, les réseaux sociaux rempliraient sans doute mieux un rôle de sensibilisation que les médias traditionnels

- La création de groupes sur Viber peut être un moyen de toucher les jeunes

« Il y a un journal hebdomadaire "Journal du Mali", il y a une page pour ou contre les gens commentent et défendent leurs idées. » (Bamako, 40-55 ans)

« Surtout sur Facebook, on peut créer des groupes sur Facebook ou sur Tweeter pour bien informer les gens. Inviter des gens sur votre groupe. Faire un débat sur Facebook ou bien sur Tweeter. » (Bamako, 15-24 ans)

La participation

Stimuler la participation

La participation reste faible sur les pages Facebook des médias, que seuls quelques uns ont déjà likées

S'inspirer d'une démarche de social learning pour stimuler et qualifier la participation du public à la radio et dans les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux gardent une dimension essentiellement affinitaire et limitée aux urbains

Les réseaux sociaux excluent une population analphabète

« Si vous prenez la région de Tombouctou sur les 52 communes, vous avez 400 villages où vous n'avez que des réseaux d'analphabètes qui ne parlent que le sonrhai, le tamasheq ou l'arabe, qui ne savent même ce que c'est un réseau social. » (Tombouctou, professionnel)

1. Susciter des échanges, commentaires, remarques, accords-désaccords entre les auditeurs, entre les auditeurs et les invités des émissions via le téléphone ou les réseaux sociaux
2. Solliciter les expériences personnelles des auditeurs à l'épreuve du conflit ou témoins de la mise en place du processus de paix localement (Mopti et Tombouctou) pour en faire part à tous
3. Apporter des compléments soit par l'animateur, soit par les invités ou experts présents dans l'émission
4. Synthétiser les débats, sérier les apports des participants et invités dans le débat de façon à ce que des éléments précis et éclairants ressortent sur le processus de paix
5. Relayer l'émission (avant ou après l'émission) par l'organisation de débats décentralisés, d'ateliers, de rencontres, de forums dans des villes, villages, quartiers

La participation

Les jeunes ont besoin d'émissions plus spécifiques, mieux formatées pour eux

Eco-système

Un site de vérification des informations :
le fact-checking

Une application mobile de messagerie instantanée (WhatsApp, Twitter, Viber) pour renvoyer vers les bonnes sources d'information

Un site de questions/ réponses sur des aspects du processus de paix, des sources d'information fiables

Type « instant détox », de France Info
Type Decodex, du journal Le monde

Pour orienter les auditeurs vers les bons médias, les sources vérifiées

Pour orienter les auditeurs vers les bons médias, les sources vérifiées

« Le processus de paix, il est très vague. Donc quand on en parle sur le net, ils parlent sur une portion de partie ce qu'ils connaissent. Si vraiment il y avait un autre moyen sur le net pour créer des blogs ou des applications qui passent l'information, tout le monde pourrait savoir et on passe l'information. » (Mopti, 25-35)

La participation



**Atteindre
les publics
moins
exposés**

Synchroniser la diffusion d'émissions permet d'augmenter la participation et favoriser le dialogue entre les régions du Nord et du Sud

« A Mopti, il y a plusieurs radios avec des émissions différentes. Chaque auditeur ou auditrice à sa préférence. Donc pour moi c'est aux différentes radios de voir entre eux s'ils peuvent souvent synchroniser pour permettre à tout le monde d'écouter et de comprendre. » (Mopti, 25-35 ans)

Multiplier la puissance des réseaux de diffusion, la « condenser » pour toucher des « niches », plutôt que devoir sélectionner un média en particulier

« Je crois qu'on est capable aujourd'hui à travers la prolifération des médias au niveau du territoire de créer un programme national qui permet avec les médias privés et les publics de pouvoir au moins une ou deux fois dans la semaine de synchroniser avec l'ensemble de ces réseaux pour parler seulement du processus. Ça c'est une possibilité. » (Tombouctou, professionnel)

La programmation

Des différences **générationnelles**

Format	Durée des émissions Format court < 30- 45 mn pour les jeunes	Plus attractif pour les jeunes, qui trouvent généralement les émissions politiques trop longues Ils préfèrent des formats plus récurrents mais plus courts, même une partie des 25-35 ans pour qui une émission bien organisée de 30 mn est plus efficace et moins démobilisant à la radio En réalité peu écoutent intégralement une émission, surtout en français
	Format long > 1h pour les adultes et surtout seniors	Intéresse davantage certains adultes et les seniors Surtout pour les débats : au moins 1h Pour les plus jeunes, entrecouper par des phases musicales – exemple de l'émission « grand format » diffusée sur Mikado fm
	Heure de programmation	Pour une émission ou un débat la première partie de soirée est souvent évoquée entre 20h et 22h; Pour les jeunes, uniquement avec un format court La fin d'après-midi sur la tranche horaire 17h-18h est envisageable, bien qu'elle attire moins les 15-24 ans La tranche matinale est évoquée le week-end, mais elle peut poser des problèmes en semaine par rapport aux activités sociales sur un type d'émission de nature politique (et dans le cadre d'une écoute collective)
	Inverser l'agenda médiatique : diffuser d'abord via téléphone mobile (l'image sur les réseaux sociaux), puis la TV	Pour une cible urbaine, jeune Des reportages filmés au téléphone mobile et pas toujours à la caméra pour garder un ton spontané, de proximité, de « parler vrai » : les médias ne sont plus des relais mais redeviennent des producteurs d'information

2-06

Conclusions et recommandations



Conclusions et recommandations

Evaluer l'impact des médias sur la perception du processus de paix revient à évoquer le défi qui s'impose au Mali de surmonter la période post-crise, malgré les nombreux faits de violence qui émaillent l'actualité médiatique. Il traverse toute la société, retentit sur tous les liens sociaux et les médias s'interposent comme une forme de médiation.

Une partie de la population n'est pourtant pas en contact avec la réalité du processus de paix à travers les médias, et notamment la population qui en aurait le plus besoin d'information, en raison du cumul de deux inconvénients :

- la langue qui n'est pas comprise de tous dans les médias
- la contradiction permanente entre les informations diffusées

Si l'écoute des médias joue incontestablement sur le niveau de connaissance du processus de paix, son impact est à relativiser avec l'influence du cercle social. L'un des débats qui traverse les grins est justement celui du traitement médiatique de l'information. La perception des auditeurs oscille entre :

- Des médias qui se veulent rassurants, mais déforment parfois la réalité dans le but de promouvoir le processus de paix
- Des médias qui renvoient des messages contradictoires, avec des auditeurs critiques mais impuissants face à la violence de la crise

Dans tous les cas, les médias donnent l'impression qu'ils ne peuvent pas pénétrer les vrais enjeux du processus de paix. Le décryptage de l'actualité ne semble pas bien rendre compte des causes et des solutions définies par le processus de paix. Une sorte de décalage entre le temps politique et le temps des médias ajoute à la confusion : alors que le processus de paix progresse lentement, l'actualité médiatique ne fournit pas un contexte lisible aux journalistes qui manquent de recul et de maîtrise du contenu de l'Accord.

Conclusions et recommandations

Conclusion

La récence de l'information et la langue utilisée, la légitimité des médias et la validité de l'information sont des critères essentiels pour évaluer l'impact des médias. Ces critères évoluent en fonction de différentes contraintes externes :

- Une information nationale sous la pression des autres moyens d'information : un manque de réactivité des médias publics face aux médias internationaux, une concurrence aux médias locaux pour les journaux d'information
- Une évolution de la valeur de l'information avec le téléphone mobile et l'accès aux réseaux sociaux : l'information est rapidement accessible, plus proche, avec moins de censure, de médiation, libérée des prescriptions démocratiques

L'amélioration des programmes est davantage audible du côté des radios internationales et des radios spécialisées, mieux adaptées dans le paysage radiophonique aujourd'hui avec des émissions en langue, centrées sur la sensibilisation au processus de paix, une information plus réaliste qui contribue à réduire rumeurs et amalgames. Et ce, avec une amélioration mieux ressentie au Nord à Tombouctou qu'au Centre à Mopti.

Les auditeurs témoignent d'une progression de l'individualisation des pratiques (radio en voiture), mais aussi des médias du partage (réseaux sociaux, messageries instantanées) dans les zones urbaines observées.

Conclusions et recommandations

Conclusion

Les attentes varient selon les régions :

- A Bamako, un besoin de mobilisation des auditeurs, et d'un rôle des médias plus significatif dans la construction d'une vision partagée du processus de paix
- A Mopti, un besoin d'ouverture, de pluralisme, de vérité qui rende mieux compte de la réalité locale
- A Tombouctou, un besoin d'accessibilité aux médias à poursuivre

Les besoins sur le traitement de l'information se développent selon l'âge :

- A 9-14ans, un besoin de médiation des médias pour leur permettre d'apprendre ce qu'est le processus de paix, mais aussi les protéger d'une actualité dont ils perçoivent bien la violence mais sans pouvoir la filtrer, à défaut d'une offre adéquate pour eux
- A 15-24 ans, un besoin de pédagogie (ils sont curieux), avec une forme de vulgarisation de l'Accord pour le rendre plus accessible qu'actuellement, un besoin d'orientation et de mobilisation des jeunes autour de médias auxquels ils puissent s'identifier, soit à travers un format d'émission innovant soit à travers des personnalités qui leur soient proches
- A 25-35 ans, un besoin de compréhension, favorisé par le pluralisme dans les médias, la participation des auditeurs, des avis partagés entre les acteurs du processus de paix, mais aussi des avis critiques auxquels les médias doivent laisser une place pour permettre aux auditeurs de mieux s'approprier le processus de paix (sans récupération politique)
- A 40-55 ans, un besoin d'un consensus partagé, de construire une opinion commune, de rendre compte de l'évolution du processus, avec des médias fiables, qui s'appuient sur des sources d'information institutionnelles, et qui tiennent un rôle démocratique pour justifier le processus de paix.

Conclusions et recommandations

Les attentes

Les thèmes à développer pour parler du processus de paix :

- L'impact social du processus de paix est important : il concerne beaucoup d'auditeurs directement ou indirectement et permet donc de les impliquer (sous forme de témoignage, reportage, etc.). Les thèmes comme le retour des déplacés ou le processus de désarmement (DDR) intéressent prioritairement
- La question de la représentation nationale travers plusieurs thèmes liés au processus de paix : patrouilles mixtes, autorités intérimaires... Ces thèmes demandent particulièrement de la pédagogie, car les acteurs et les instances du processus de paix sont mal connues. Souvent l'information bloque aussi par manque d'explication du jeu des acteurs, dont on ne rend pas assez compte
- Les questions relatives à l'autonomie et à la régionalisation sont les plus socialement risquées. L'information se heurte souvent à des préjugés. Ici une démarche participative, débattue semble indiquer pour avancer vers une solution partagée devrait pouvoir s'appuyer sur le rôle des médias.

Conclusions et recommandations

Les attentes

Le rôle démocratique des médias pour aider à se forger une opinion apparaît controversé entre les positions antagonistes des médias : les médias publics ou « légitimistes », les médias internationaux qui portent une vision extérieure, les médias privés et les médias spécialisés. C'est surtout la validité, l'impartialité des informations qui sont mises en doute. Or un lien de confiance doit être instauré pour ne pas laisser l'auditeur dans l'embarras face à 2 écueils : une information orientée selon un parti-pris ou une information neutre constituée de juxtaposition d'opinions équivalentes dans un débat.

Deux pistes pour aider les auditeurs à se constituer une vision du processus de paix à travers les médias :

- Proposer un point de vue (éditorial) qui résonne avec leur identité (valeurs collectives, culturelles, sentiment d'appartenance, valeurs communes intracommunautaires), mais sans parti-pris politique
- Pouvoir vérifier l'information : dans un contexte de développement de l'offre avec des sources d'information assez rares sur le processus de paix, un éclairage sur l'écosystème des médias devrait permettre de limiter les rumeurs, de confirmer les bonnes sources d'information par exemple en les recensant sur un site, une appli ou un service téléphonique.

Conclusions et recommandations

Perspectives et recommandations

La participation des auditeurs dans les médias a conservé une forme assez classique pour ce qui concerne l'information de nature politique, notamment avec les appels des auditeurs. Il revient toutefois aux médias d'impulser une dynamique autour du processus de paix.

- L'accompagnement du processus sur le terrain, l'insertion dans les cercles sociaux, l'investigation sur le mode le plus simple de l'interview apparaissent des éléments encore trop rares pour faire participer les auditeurs, même à la radio. Solliciter l'avis des citoyens, c'est leur donner un rôle, les impliquer dans le processus de paix
- Stimuler la participation à la radio et sur les réseaux sociaux pourrait se faire de façon plus méthodique, de façon à améliorer le lien entre l'expérience et le débat. Les médias peuvent générer un processus d'apprentissage social (social learning) fondé sur le témoignage réel, puis l'analyse et la plus-value apportée dans l'émission : susciter des échanges; solliciter les expériences personnelles; apporter des compléments dans l'émission; synthétiser les débats; relayer l'émission
- Les médias doivent tenir lieu de point d'observation du processus de paix. Ils constituent aussi la mémoire du processus de paix à partir de laquelle on peut tirer un bilan, une rétrospective, des solutions pour l'avenir.

Conclusions et recommandations

Perspectives et recommandations

La **compréhension** du processus de paix reste un point faible dans le traitement des médias.

- Sur la forme, des pistes innovantes peuvent faciliter l'appropriation de l'information, en essayer de décliner un contenu sur le processus de paix à travers d'autres genres pour un discours plus accessible, un ton plus familier, une implication émotionnelle plus forte : l'émission Baroni, le sketch ou le théâtre radiophonique. Cela permettrait aussi de proposer des formats plus variés, notamment plus courts pour les jeunes (il manque de formats intermédiaires entre le journal parlé de 10mn et le débat d'1h)
- Sur le fond, la compréhension peut être améliorée par un plus grand professionnalisme , une meilleure formation des journalistes, y compris sur le contenu de l'Accord pour la paix et la réconciliation, pour bien cerner les enjeux du processus de paix.

Conclusions et recommandations

Perspectives et recommandations

L'accessibilité à l'information est facilitée par la rapidité d'accès à l'actualité via les médias internationaux et la mise en place de radios spécialisées. Pour la renforcer, la différence entre les médias se fait sur la simplicité du langage utilisé (bambara simplifié) et sur la langue utilisée (français/langues nationales). La différence peut se faire aussi sur :

- Un usage plus intensif du téléphone mobile et des réseaux sociaux dans la chaîne d'information pour toucher des « niches, notamment des jeunes
- La radio reste le média le plus accessible, celui qui peut apporter le plus de compréhension du processus de paix à condition d'améliorer le professionnalisme et la rigueur dans la conception des émissions. Il existe aussi entre la radio et les réseaux sociaux un lien de proximité complémentaire
- La TV apparaît comme un média performant, qui peut sans doute aider à renouveler le plus le langage, le format des émissions, la créativité des programmes, avec un impact de l'image plus émotionnel.

Panorama des solutions médias

Besoin d'information sur le processus de paix

- Faire du processus de paix une priorité centrale les radios privées
- Créer un rendez-vous bien identifié
- Langage simplifié, en langue locale
- Inverser l'agenda médiatique

Besoin d'exprimer son opinion, de participer

- Filmer des rencontres avec des maliens qui témoignent
- Aller à la rencontre des grins
- Débats dans les quartiers
- Appels des auditeurs
- Réaction sur les réseaux sociaux
- Synchroniser la diffusion

Besoin de diversité, de pluralisme dans les médias

- Favoriser le genre du débat contradictoire
- Social learning

Besoin d'améliorer l'accessibilité à une information plus transparente

Besoin de compréhension, de rendre les faits intelligibles

- Des journalistes crédibles
- Utiliser l'impact de l'image
- Baronis
- Revue de presse

Besoin de construire son opinion

- Editorial, avec un point de vue critique
- S'appuyer sur des sources institutionnelles
- Écosystème pour améliorer les sources d'information

Besoin d'imaginer des solutions, de trouver la bonne voie pour le processus de paix

- Accompagner le développement du processus de paix sur le terrain
- Solliciter davantage l'avis de la population

Besoin d'améliorer la pertinence de l'information

Conclusions et recommandations

Perspectives et recommandations

10 pistes concrètes et prioritaires pour améliorer l'impact des médias sur la perception du processus de paix :

- 1. Proposer** une émission qui soit un lieu de rencontre avec le public, une arène citoyenne, un jury citoyen pour permettre de débattre autour du processus de paix
 - Proposer une rubrique pour apporter des idées, des solutions, en focalisant sur un aspect du processus de paix, avec un expert comme invité sur le plateau
 - Présenter des profils de maliens, le citoyen malien lambda illustrant l'implication et la responsabilité citoyenne sur le sujet traité
 - Montrer des mises en situation ; faire des interviews ; diffuser des reportages, et partager des témoignages pour illustrer le problème
 - Suivi d'un débat, avec appels des auditeurs
 - Relayée par une plate-forme de discussions
- 2. Proposer** une émission de débats sur des thèmes impliquant une question comportementale, pratique pour l'auditeur
- 3. Aller** à la rencontre des grins et faire une émission sur les débats qui s'y tiennent
- 4. Une revue** de presse focussée sur l'actualité du processus de paix dans les médias
- 5. Une émission** Baroni sur le processus de paix, avec une question ou un test des connaissances en fin d'émission
- 6. Un talk** (radio ou TV) spécial jeunes, avec un ton éditorial affirmé
- 7. Mettre** à disposition sur Facebook ou une plateforme audio en ligne (soundcloud) des traductions audio en langues de l'Accord pour la paix
- 8. Devenir** le relais de diffusion d'une instance (le Comité de suivi pour l'Accord) pour bénéficier d'un partenariat avec une source officielle
- 9. Animer** des groupes privés sur les réseaux sociaux (Viber)
- 10. Indiquer** aux auditeurs des moyens de vérifier ou de les orienter vers les sources d'information

2-07

Annexe



Image perçue selon le type de médias

ORTM

- **Pour suivre l'actualité du processus de paix**
- **Bon réseau** d'information
- **Amélioration du traitement de l'information**
- **Loyale envers le gouvernement, patriote**
- **Validité de l'information controversée, acritique**
- **Manque de réactivité**

« Parce que c'est une télévision qui s'engage vraiment à côté du gouvernement à faire comprendre à la population toutes les clivages qui nos jours ont un rapport avec la paix. » (Tombouctou, 40-55 ans)

« Quand y'a des sujets, des débats de citoyenneté tout ça, je me donne le temps de regarder l'ORTM. Souvent ils donnent en retard, souvent ils ne donnent pas bien, sinon ils donnent des bonnes informations. Même si souvent il n'y a pas un côté critique dedans parce que c'est trop pro- gouvernemental. Là quand y'a ce côté-là je laisse, comme je l'ai dit là j'essaie de faire l'équilibre entre les chaînes privées et la chaîne nationale. Ils donnent l'information réelle, ils ont la bonne information. Ce que je reproche aux chaînes privées c'est de ne pas aller au fond de l'information. Ils prennent une petite partie seulement et puis ils viennent s'asseoir pour en parler. L'ORTM est plus informé que les chaînes privées souvent. »
(Bamako, 25-35 ans)

Africâble

- **Qualite** des invites
- **Pertinence**
- **Proximité**
- **Popularité (le Débat du dimanche)**
- **Offre restreinte**

« La télévision Africâble souvent, eux ils font des débats. Ils invitent les acteurs, ça englobe tout, les autorités, les politiciens, même les particuliers, la société civile. Ça incite les acteurs à travailler, à redoubler d'efforts, une demande de la société même aux politiques. J'étais en train de comprendre petit à petit quoi ; je voulais vraiment comprendre. A travers leur émission j'étais en train de m'instruire un peu. » (Bamako, 40—55 ans)

« Sur Africâble les dimanches soirs, des débats pas forcement contradictoires et constructifs sur l'actualité plus généralement sur le processus de paix. J'appelle ici des débats constructifs le fait d'émettre des idées dans le but de pouvoir mieux organiser les choses, des débats avec des experts, des fonctionnaires souvent à la retraite tels que le professeur Abdoulaye Niang. » (Bamako, 40-55 ans)

Mikado

- **Offre large et diversifiée sur l'accord**
- **Validité, légitimité**
- **Accessibilité**
- **Qualité des invités**
- **Impartialité controversée**

« Sur la Minusma, ils font beaucoup d'émissions d'informations. Elle est accessible partout au Mali, et leurs émissions se font dans plusieurs langues locales. On comprend facilement ce qu'ils disent, ils ont des invités spéciaux, en plus les informations sont fiables et crédibles. On sait que tout ce qu'ils disent sont de source vraie, c'est pourquoi je l'écoute. »

(Bamako, 25-35a)

« Accompagner au mieux le processus de paix. Et tant qu'à parler de processus de paix, également on va parler de toutes ces structures qui concourent à raffermir un État démocratique où les enfants ou les femmes, Est-ce que tout cela concourt à faire pays un stable. » (Professionnel, Bamako)

« Je fais plus confiance à la radio de la MINUSMA car je sais que tout ce qu'ils disent viennent soit du gouvernement, soit de la mission du maintien de la paix ; là au moins je suis sûr. » (Bamako, 25-35 ans)

Studio Tamani

- **Pluralisme**
- **Validite, impartialite**
- **Bon traitement, réalisme de l'information**
- **Pertinence**
- **Accessibilité**
- **Notoriété inégale selon les localités**

« La radio Lafia, avec le programme du studio TAMANI qui nous donne des bonnes informations, parfois on est content, parfois ils nous font aussi peur par certaines informations. Donc on n'est entre le marteau et l'enclume. » (Tombouctou, 40-55 ans)

Grand dialogue: Ils appelaient les victimes à se faire enregistrer auprès des autorités pour qu'on puisse leur dédommager et qu'ils reprennent les activités génératrices d'argent. J'étais vraiment émue de l'apprendre c'est une bonne chose. L'information était très claire, car j'ai entendu le communiqué en Bambara, français en sonrhaï... Le fait de le dire dans plusieurs langues permet d'atteindre plusieurs personnes, et les gens vont s'informer de bouche à oreille en plus j'ai compris de quoi il s'agissait.

« J'ai appris sur le studio TAMANI Le mois dernier qu'il y aura des assises pour la paix. » (Tombouctou, 40-55 ans)

RFi

- **Offre divesifiée**
- **Pour suivre l'actualité du processus de paix**
- **Reseau d'information performant**
- **Notoriété**
- **Image vieillissante**
- **Impartialité controversée**

« RFI que je n'écoute pas très souvent, mais ma grandmère adore et écoute RFI le matin depuis 6 heures, une fois réveillée. Quand j'ai des insomnies j'écoute avec elle. » (Bamako, 15-24 ans)

« Moi c'est RFI, 7jour sur 7, 24H sur 24h, ça me permet de connaître les informations, de me faire une idée, car Il ne faut pas seulement se limiter seulement aux préjugés, il faut aller sur le terrain. » (Mopti, 15-24 ans)

« Avant-hier sur RFI j'ai appris que les mouvements armés sont revenus à GAO, 100 hommes pour le cantonnement. » (Tombouctou, 40-55 ans)

« En plus de ça il y a des media tels que BBC que j'écoute beaucoup et RFI aussi même si j'ai des réserves. Nos radios ne font souvent que rapporter des informations obtenues à travers les grands media. » (Bamako, 40-55 ans)

France 24

- Pour suivre **l'actualité** du processus de paix
- Impact de l'image
- Validite, impartialite
- Legitimite
- Fiabilite controversee : dramatisation

« J'aime France 24 parce qu'il donne des informations de tout le monde entier et de notre pays le Mali. »
(Mopti, 9-14 ans)

« Je préfère France 24 pour m'informer, car il y a du concret. L'ORTM ne dit pas tout, il ne fait que raconter. Je crois qu'elle n'a peur; c'est les maliens qui ont peur des autorités pour dire que le gouvernement est responsable de ces conflits. France 24 a plus de liberté de dire les choses que l'ORTM. »
(Bamako, 15-24 ans)



**FREE
PRESS
UNLIMITED**