

INDEX **DE VIABILITÉ DES** **MÉDIAS**

2006/2007

**Développement de
Médias Indépendants
Viables
au Afrique**



INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS 2006-2007

Le développement de médias indépendants viables au Afrique

www.irex.org/msi

Copyright © 2008 par IREX

IREX

2121 K Street, NW, Suite 700

Washington, DC 20037

E-mail: msi@irex.org

Téléphone : (202) 628-8188

Télécopieur : (202) 628-8189

www.irex.org

Coordonnateur de projet : Leon Morse

Contribution aux projets d'IREX et à la rédaction: Blake Saville, Drusilla Menaker, Mark Whitehouse

Réviseurs: Carolyn Feola de Rugamas, Carolyn.Ink; Kelly Kramer, WORDtoWORD Editorial Services

Conception et mise en page : OmniStudio, Washington, DC

Imprimeur : Kirby Lithographic Company, Inc., Arlington, VA

Traduction : Réseau Liberté Inc., Montréal, Québec, Canada

Notification de droits : il est permis d'afficher, de photocopier et de distribuer l'IVM en totalité ou en partie, pourvu que : (a) les documents portent la mention « L'Index de viabilité des médias est un produit de l'IREX grâce au financement de l'Agence canadienne de développement international, l'Institut de la Banque mondiale, et USAID. » ; (b) l'IVM est utilisé uniquement à des fins personnelles, non commerciales ou informationnelles ; et (c) aucune modification à l'IVM n'est effectuée.

Remerciements : cette publication a été rendue possible grâce au soutien de l'Agence canadienne de développement international, l'Institut de la Banque mondiale, et l'Agence des États-Unis pour le développement international en vertu de l'accord de coopération no DFD-A-00-05-00243 (MSI-MENA), suite à une commande de l'Academy for Educational Development.

Avis de non-responsabilité : les opinions exprimées dans cette publication sont celles des panélistes et autres chercheurs, et ne reflètent pas nécessairement les opinions de la Banque mondiale, ACDI, USAID, ou IREX.

ISSN 1546-0878

Malgré la multiplication des médias au Mali, l'état actuel de l'évolution de la presse est caractérisé par de nombreux problèmes, comme une situation économique difficile et le manque de ressources humaines appropriées. Ces problèmes influencent grandement la qualité des journaux et des émissions de radio, qui semblent accorder beaucoup de place au divertissement.



MALI

M

Moussa Traoré, porté au pouvoir par un coup d'État militaire, a dirigé le pays de 1968 à 1991. Quand il est renversé, en mars 1991, un régime démocratique est établi et les premières élections libres sont organisées. Dans le contexte d'une telle ouverture au pluralisme, à la liberté d'expression et de la presse, le paysage médiatique malien connaît une transformation marquée par la diversité des journaux et des stations de radios.

Il existe aujourd'hui 170 journaux indépendants, dont 50 paraissent plus ou moins régulièrement, et 200 stations de radio qui émettent en modulation de fréquence dans tout le pays. Dix-sept stations de radios sont installées dans le seul district de Bamako alors que d'autres le sont dans les provinces; Koulikoro et Ségou sont les mieux pourvues, car elles en comptent respectivement 40 et 23. Les citoyens maliens peuvent s'abonner à près de 100 chaînes câblées en plus d'avoir accès à la chaîne de télévision nationale, dirigée par l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali (ORTM). *L'Essor* est le seul quotidien distribué à l'échelle nationale, les autres journaux le sont presque exclusivement à Bamako.

Peu après le passage du Mali à la démocratie, l'État a plus ou moins établi un cadre juridique pour réglementer le secteur de la presse. L'environnement est favorable, bien que certains croient que la volonté politique qui alimentait les premières heures du développement démocratique des médias est en train de s'affaiblir.

Malgré la multiplication des médias au Mali, l'état actuel de l'évolution de la presse est caractérisé par de nombreux problèmes, comme une situation économique difficile et le manque de ressources humaines appropriées. Ces problèmes influencent grandement la qualité des journaux et des émissions de radio, qui semblent accorder beaucoup de place au divertissement. Les panélistes ont rendu compte de cette situation par les notes, très différentes les unes des autres, qu'ils ont accordées aux objectifs. Les objectifs 1, 3 et 5, liberté d'expression, pluralité des sources d'information, et institutions de soutien, se sont assez bien classés. En effet, ils ont tous les trois obtenu une note supérieure à la moyenne générale de 2,16. L'objectif 1 a terminé avec un avantage de plus d'un demi-point, soit 2,65, tout juste devant l'objectif 3. Cependant, les objectifs 2 et 4, journalisme professionnel, et, gestion des affaires, se sont trouvés loin derrière avec respectivement 1,88 et 1,46.

MALI

COUP D'ŒIL SUR LE MALI

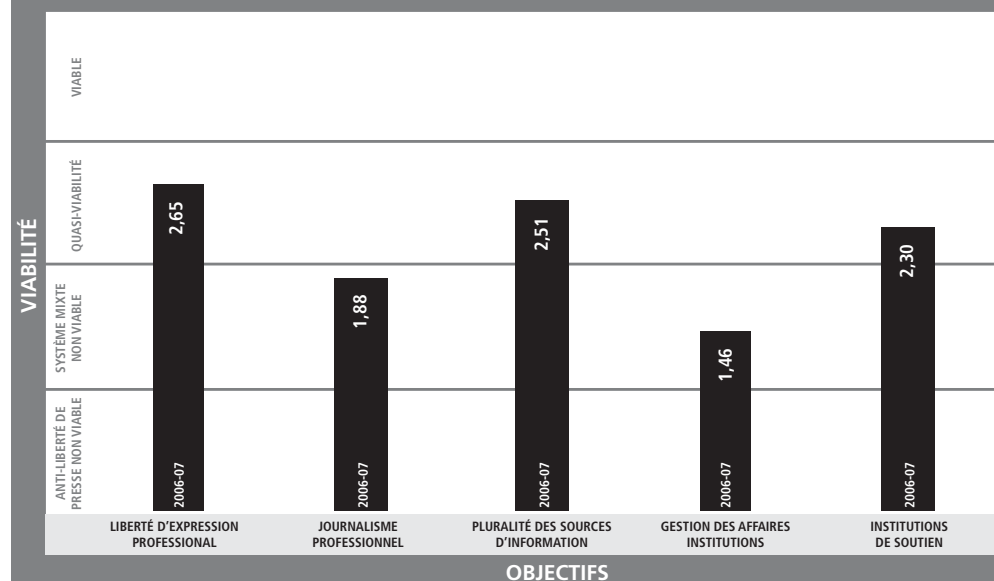
GÉNÉRAL

- > **Population** : 12 324 029 (estimation de juillet 2008, *CIA World Factbook*)
- > **Capitale** : Bamako
- > **Groupes ethniques (en % de la population)** : Mandés, 50% (Bambaras, Malinkés, Soninkés); Peuls 17%, Songhaïs, 6 %; Touaregs et Maures 10 %; autres, 5 % (*CIA World Factbook*)
- > **Religions (en % de la population)** : musulmans 90%; chrétiens 1%; religions indigènes 9% (*CIA World Factbook*)
- > **Langues (en % de la population)** : français (langue officielle); bambara, 80 %; autres langues africaines (*CIA World Factbook*)
- > **RNB (Atlas 2006)** : 5,546 milliards de dollars US (Banque mondiale de développement, 2007)
- > **RNB par habitant (Atlas 2006)** : 1 000 \$ US (Banque mondiale de développement, 2007))
- > **Taux d'alphabétisme** : 46,4% (hommes 53,5%; femmes 39,6%) (estimation 2003, *CIA World Factbook*)
- > **Président ou autorité suprême** : président Amadou Toumani Touré (depuis le 8 juin 2002)

DONNÉES RELATIVES AUX MÉDIAS

- > **Nombre de médias de la presse écrite, de stations de radio et de stations télévision en activité** : presse écrite : 8 quotidiens, 40 périodiques; radio : 192; stations de télévision : 2
- > **Statistiques sur la circulation des journaux** : S. O.
- > **Indices d'écoute** : S. O.
- > **Agences de presse** : Agence Malienne de Presse et de Publicité (propriété de l'État)
- > **Revenu annuel du secteur des médias provenant de la publicité** : S. O.
- > **Utilisation d'Internet** : 70 000 (estimation 2006, *CIA World Factbook*)

INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS: MALI



Anti-liberté de presse non viable (0-1) : le pays répond peu ou pas aux objectifs. Le gouvernement et les lois nuisent activement au développement de la liberté des médias, le professionnalisme est à un très bas niveau, et l'activité de l'industrie des médias est minime.

Système mixte non viable (1-2) : le pays répond peu aux objectifs, et des segments du système juridique et du gouvernement s'opposent à un système favorisant la liberté des médias. Les progrès évidents en matière de défense de la liberté de presse, professionnalisme et nouveaux médias sont trop récents pour juger de la viabilité.

Quasi-viabilité (2-3) : le pays a réalisé des progrès dans l'atteinte de plusieurs objectifs, relativement aux normes légales, au professionnalisme, et soutien du milieu des affaires envers les médias indépendants. Les progrès ont résisté aux changements de gouvernement et ont maintenant force de loi. Cependant, il faut plus de temps pour s'assurer que le changement, le professionnalisme et le soutien du milieu des affaires sont viables.

Viable (3-4) : le pays abrite des médias jugés professionnels, libres et viables, ou s'apprête à atteindre ces objectifs. Les systèmes qui appuient les médias indépendants ont survécu aux nombreux gouvernements, aux fluctuations économiques et aux changements dans l'opinion publique ou les conventions sociales.

OBJECTIF 1 : LIBERTÉ D'EXPRESSION

Note : 2,65

Dans cet objectif, plusieurs indicateurs s'écartaient notablement de la moyenne. Parmi les basses notes, les indicateurs 5 et 7, le traitement préférentiel accordé aux médias d'État, et la liberté d'accès à l'information, étaient égaux, tirant de l'arrière par presque un point entier. Mais la force des indicateurs 3, 8 et 9, entrée sur le marché, accès des médias aux sources internationales d'information, et accès libre à la profession journalistique, a contribué à garder la moyenne relativement élevée avec des notes qui la dépassait amplement.

Au Mali, la liberté d'expression est l'un des principes de base d'un régime démocratique qui fait ses premiers pas. La constitution malienne garantit officiellement la liberté d'expression y compris celle des médias. L'article 4 stipule que : « toute personne a droit à la liberté de pensée, de conscience, de religion, de culte, d'opinion, d'expression et de création dans le respect de la loi. » « La liberté de la presse est reconnue et garantie. Elle s'exerce dans les conditions fixées par la loi. L'égal accès pour tous aux médias d'État est assuré par un organe indépendant dont le statut est fixé par une loi organique. » (Article 7). Cette liberté s'exerce dans les limites fixées par d'autres textes réglementaires et législatifs. « La législation de notre pays s'inscrit dans la logique de la charte africaine des droits de l'homme et de la déclaration universelle auxquelles le Mali est partie », écrit Mamdou Tiéoulé Diarra, avocat et professeur d'université.

C'est la loi N° 00-46/AN-RM du 7 juillet 2000 sur la presse et le délit de presse qui régit la liberté de la presse au Mali. La loi limite cette liberté en cas de propos incitant à la haine raciale, nationale ou religieuse et d'appel au meurtre, qui sont des délits interdits par la loi. La liberté d'expression s'applique aussi à la pratique journalistique, mais à cet égard, les panélistes reconnaissent qu'il y a un recul. Beaucoup de cas de journalistes battus ou importunés alors qu'ils faisaient leur travail ont été rapportés. Les panélistes ont soulevé la question suivante : s'agit-il d'actes isolés commis par des policiers un peu trop zélés? Les possibilités de faire appel sont là, mais en général, on n'y a pas recours lorsqu'il y a agression ou menace.

Des lourdeurs sociales gênent parfois la liberté d'expression par exemple, le rôle secondaire de la femme. Si certains hommes considèrent la femme comme « peu importante », de nombreuses femmes sous-estiment leur véritable potentiel, et ce, bien en deçà de ce que la tradition leur accorde. Il en résulte que parfois, elles n'utilisent pas leur droit à la liberté d'expression et ce dernier est bien souvent nié. Malgré tout,

les panélistes ont constaté que les préjugés n'ont pas leur place dans les procédures légales.

L'ordonnance N° 92-337/P-CTSP sur l'autorisation de créer un service privé de communication audiovisuelle précise certains aspects de l'attribution de fréquences. Environ 200 stations de radio sont établies et diffusent d'un bout à l'autre du pays. La commission d'attribution des fréquences est hétérogène, mais elle travaille dans une relative objectivité. Pour répondre aux demandes politiques et aux requêtes, de plus en plus nombreuses, l'État tente de soumettre certains textes sur les médias au comité de lecture. Entre autres conditions, le candidat qui souhaite obtenir une licence doit être malien et s'engager à exploiter sa licence sur le territoire national en respectant un cahier des charges. Les fréquences sont attribuées selon une logique de planification que beaucoup ne connaissent pratiquement pas.

La radiodiffusion est également soumise à d'autres lois :

Décret N° 92-022 déterminant les conditions et procédures d'obtention, de suspension ou de retrait de l'autorisation de création de service privé de radiodiffusion sonore par voie hertzienne terrestre en modulation de fréquence.

Décret N° 02 - 22 7 /P-RM du 10 mai 2002 portant les statuts types de services privés de radiodiffusion sonore par voie hertzienne terrestre en modulation de fréquence.

Arrêté interministériel N° 92 Mc-Mat/Ctsp/Ass-Mscp fixant le cahier des charges des services privés de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre en modulation de fréquence.

Arrêté N° 95 0331 Mfc-Cab fixant les redevances applicables aux services privés de communication audiovisuelle.

À propos de tout cela, les panélistes ont déclaré que de nombreux diffuseurs ont eu des problèmes avec les autorités locales au sujet du manque de transparence. Pour Nouhoum Kéita, journaliste du réseau Radio Kayira (dont l'une des stations avait été fermée pendant sa période d'essai à Niono) : « les attributions de fréquence se font à la tête du client... »

En fait de progrès atypique, les médias sont exonérés d'impôts et les panélistes ont indiqué que cela reflète l'appréciation du gouvernement malien pour le rôle que jouent les médias dans une société démocratique. Paradoxalement, à l'exception des ordinateurs et du matériel connexe, le reste de l'équipement et les intrants des médias sont souvent assujettis à des taxes exigées par les commerçants et acceptées par ignorance par les entreprises de presse.

Occasionnellement, des méfaits sont commis contre les journalistes. Cependant, les cas de meurtre sont rares. Les journalistes maliens travaillent dans un environnement qui est

Le journaliste doit prouver qu'il n'a pas diffamé tandis que le plaignant n'a rien à prouver. Il est rare que les journalistes maliens aillent en prison, car en dépit des erreurs dont on les accuse, ils n'ont habituellement pas à paraître devant un juge. Et, le cas échéant, soit le plaignant retire sa plainte, soit la cour punit le journaliste avec indulgence.

presque sûr. Ils sont rarement victimes d'agression et, lorsque cela se produit, ils peuvent compter sur le soutien de l'opinion publique. Par exemple, en juillet 2007, Adama Coulibaly, journaliste à la radio communautaire Radio Kafokan, a été attaqué par un candidat en lice pour une élection en raison de la couverture qu'il avait faite de cette dernière. Adama Coulibaly a porté plainte, mais les deux parties ont réglé la question hors cour.

LES NORMES SOCIALES ET LÉGALES PROTÈGENT ET PROMEUVENT LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET L'ACCÈS À L'INFORMATION PUBLIQUE

INDICATEURS DE LIBERTÉ D'EXPRESSION :

- > Les protections légales/sociales de la liberté d'expression existent et sont mises en application.
- > L'octroi de licence aux médias électroniques est équitable, concurrentiel et apolitique.
- > L'entrée sur le marché et la structure fiscale des médias sont équitables et comparables à celles des autres industries.
- > Les crimes contre les journalistes ou les médias sont sévèrement punis par la justice, mais de tels crimes surviennent rarement.
- > Les médias publics ou de l'État n'ont pas droit à un traitement préférentiel de la part de la justice, et la loi garantit l'indépendance du contenu éditorial.
- > La diffamation est une question relevant du droit civil ; les fonctionnaires du gouvernement ont des normes d'éthique très rigoureuses, et la partie offensée doit établir la preuve de mensonge et de malice.
- > L'information publique est facile d'accès ; le droit d'accès à l'information est mis en application pour tous les médias et journalistes.
- > Les médias ont un accès illimité à l'information ; cette règle est mise en application pour tous les médias et journalistes.
- > L'accès à la profession de journaliste est libre, et le gouvernement n'impose aucune restriction, permis ou droits particuliers aux journalistes.

Le gouvernement du Mali a adopté la loi 92-021, le 5 octobre 1992, consacrant le changement de statut de l'ORTM. On lui a alors accordé un statut d'établissement public à caractère administratif. Il suit donc un cahier des charges tout comme les autres entreprises audiovisuelles. Officiellement, les médias de service public sont libres d'ingérence politique excessive. Selon les panélistes, la situation est bien relative. Malgré leur statut, les médias publics reçoivent une subvention de l'État. Le conseil d'administration du diffuseur public est présidé par le ministre de la Communication qui défend certainement des intérêts politiques. Quant au directeur général, il est nommé par décret gouvernemental sur la recommandation dudit ministre. On reproche souvent à l'ORTM de privilégier les reportages sur le gouvernement au détriment d'autres acteurs politiques qui se plaignent d'un tel déséquilibre.

Les représentants du gouvernement ont aussi tendance à donner davantage d'information à l'ORTM, car ce dernier demeure plus ou moins le média de l'État. Quoi qu'il en soit, au Mali, il y a aussi copinage entre certains politiciens et des médias privés ou l'ORTM, de sorte que chacun a son « propre journaliste », à qui il donne de l'information, habituellement pour le manipuler, selon un panéliste.

Au Mali, la diffamation est une infraction criminelle punie par loi sur la presse. La loi N° 00-46/AN-RM du 7 juillet 2000 porte sur le régime de la presse et définit les délits de presse. L'article 38 définit la diffamation comme toute allégation ou imputation qui porte atteinte à l'honneur ou à la réputation d'une personne ou d'une organisation. Le journaliste doit prouver qu'il n'a pas diffamé tandis que le plaignant n'a rien à prouver. Il est rare que les journalistes maliens aillent en prison, car en dépit des erreurs dont on les accuse, ils n'ont habituellement pas à paraître devant un juge. Et, le cas échéant, soit le plaignant retire sa plainte, soit la cour punit le journaliste avec indulgence.

En juin 2007, une affaire est devenue célèbre : un étudiant avait rédigé un texte fictif dans lequel le président vivait une aventure avec une jeune femme qu'il mettait enceinte. L'histoire a été publiée et le professeur de cet étudiant ainsi que des rédacteurs en chef de journaux se sont retrouvés derrière les barreaux. Le cas a rapidement été appelé *L'affaire de la maîtresse du président* et a fait les manchettes internationales. Le professeur et les rédacteurs ont été accusés de « complicité d'un délit d'offense au chef de l'État ». Peu de temps après, tous ceux qui étaient impliqués dans l'affaire ont reçu une condamnation avec sursis ou de « temps déjà passé » et on en a appelé du verdict. Selon l'avocat Mamadou Tiéoulé Diarra, dès le départ, bien qu'aucune preuve solide n'ait été produite, l'influence politique était perceptible dans *L'affaire de la maîtresse du président* qui a amené des professionnels des médias et d'autres personnes à se faire jeter en prison.

La loi N° 98-012 du 19 janvier 1998 régissant les relations entre l'Administration et les usagers des services publics limite les catégories d'information accessibles. Les documents administratifs de caractère non normatif, comme les dossiers, rapports, études, comptes rendus statistiques, directives, circulaires qui comportent une interprétation du droit positif sont librement accessibles. Par contre, les documents dont la consultation peut porter atteinte au secret des rouages du gouvernement, à la défense nationale ou aux secrets de la politique extérieure, à la sûreté de l'État et à la sécurité publique, aux secrets de la vie privée, aux dossiers médicaux ou d'une façon générale aux renseignements protégés par la loi ne sont pas accessibles.

Bien que cette loi soit en vigueur depuis 1998, très peu de gens, y compris les journalistes et les représentants du gouvernement, savent qu'elle existe. Comme on peut s'y attendre, elle n'est pas appliquée. Pour remédier à cette ignorance, la Commission pour le Développement Institutionnel, dans le cadre d'un projet pilote, a ouvert des bureaux de renseignements dans quelques locaux administratifs de la capitale. Ces bureaux ont pour mandat d'accueillir et de guider les usagers, et de leur fournir l'information dont ils ont besoin. À la longue, le système sera établi dans l'ensemble du gouvernement.

L'accès aux nouvelles internationales est permis sans restrictions. Les médias maliens ont accès à Internet, qui est devenu une importante source de nouvelles gratuites de tous genres.

« Le journaliste est celui qui, titulaire d'un diplôme de journalisme ou d'un diplôme d'études supérieures avec une année d'expérience professionnelle, a pour activité principale rétribuée la collecte, le traitement et la diffusion d'informations et de nouvelles, dans le cadre d'un organe médiatique public ou privé, écrit ou audiovisuel », selon l'article 4 de la loi N° 00-46/AN-RM. Le Décret N° 892-191/P-RM instituant un comité de la carte de presse applique la loi en émettant ou en retirant la carte de presse. Le gouvernement n'influence pas l'entrée dans la profession.

OBJECTIF 2 : JOURNALISME PROFESSIONNEL

Note : 1,88

Pour cet objectif, la plupart des indicateurs ont obtenu des notes semblables à la moyenne globale. Les panélistes ont cependant accordé des notes beaucoup plus hautes aux indicateurs 3 et 4, autocensure et couverture d'événements importants. En revanche, ils ont attribué à l'indicateur 5, niveau de salaire des journalistes, un point entier sous la moyenne.

« Au Mali, on pratique du journalisme alimentaire », a avoué Isaïe Somboro, administrateur de l'Union des Radiodiffusions et Télévisions Libres du Mali. Évidemment, les journalistes, surtout ceux de la presse écrite, ne vérifient ni ne contrôlent l'information qu'ils publient. « Le manque de professionnalisme est la grande plaie de la presse malienne qui est devenue un refuge de chômeurs en quête de pitance... » constate Moussa Bolly.

« Au Mali, on pratique du journalisme alimentaire », a avoué Isaïe Somboro, administrateur de l'Union des Radiodiffusions et Télévisions Libres du Mali. Évidemment, les journalistes, surtout ceux de la presse écrite, ne vérifient ni ne contrôlent l'information qu'ils publient. « Le manque de professionnalisme est la grande plaie de la presse malienne qui est devenue un refuge de chômeurs en quête de pitance... » constate Moussa Bolly, journaliste-rédacteur en chef du quotidien indépendant *Les Échos*.

Les discussions du panel ont tourné autour du traitement des nouvelles, qui est plutôt subjectif et non professionnel. Une telle pratique produit des gens frustrés qui ne manquent pas une occasion de faire voir

LE JOURNALISME RESPECTE LES NORMES PROFESSIONNELLES DE QUALITÉ.

INDICATEURS DU JOURNALISME PROFESSIONNEL :

- > Les articles sont justes, objectifs et bien documentés.
- > Les journalistes suivent les norms d'éthique généralement reconnues et acceptées.
- > Les journalistes et éditeurs ne pratiquent pas l'autocensure.
- > Les journalistes sont affectés à la couverture d'événements importants.
- > Le salaire des journalistes et autres professionnels des médias est suffisamment élevé pour décourager la corruption.
- > La programmation d'émissions de divertissement n'éclipse pas la programmation d'émissions d'information.
- > Les installations et l'équipement techniques servant au recueil, à la production et à la diffusion de l'information sont modernes et efficaces.
- > Il existe une programmation spécialisée de qualité (enquêtes, économie/affaires, local, politique).

Le besoin d'équipement est criant au Mali. La presse privée écrite manque d'équipement. Le matériel technique qu'elle utilise est désuet. Bien sûr, les médias publics semblent mieux nantis. Alors que la radio nationale et quelques stations de radio privées de la capitale possèdent la technologie la plus avancée, les stations provinciales travaillent toujours avec de l'équipement analogique et rudimentaire. Cela nuit à la production et à l'efficacité.

leur mécontentement. Plusieurs cas ont été relatés à titre d'exemple afin de bien cerner le problème en ce qui concerne la télévision nationale. La discussion a amené les panélistes à parler de l'angle de traitement d'un sujet. Outre le manque de professionnalisme, ils ont souligné le fait que des politiciens manipulent certains journalistes et les utilisent pour régler leurs comptes. Mais, malgré les problèmes de spécialisation, il y a une volonté manifeste de couvrir tous les domaines pour produire de l'information. « Les médias sont à féliciter », a déclaré un panéliste.

Un code de déontologie professionnelle a été mis au point par des professionnels des médias et adopté par tous les intervenants des médias en 1991. Il y a aussi une instance d'autoréglementation, l'Observatoire pour la Déontologie et l'Éthique de la presse (ODEP), créée en 2002 pour faire appliquer le code. Mais, les journalistes maliens font fi de leur propre code de déontologie. Beaucoup n'hésiteront pas à écrire des articles sur la vie amoureuse de citoyens en se basant sur des renseignements qui n'ont pas été vérifiés. De nombreux exemples ont été mentionnés pour illustrer les violations de l'éthique professionnelle. Il a aussi été question de la difficulté, dans certains cas, de tracer une ligne entre la vie privée et la vie publique, et de la façon dont le journaliste, en pareille circonstance, devrait utiliser cette zone brouillée comme circonstance atténuante.

L'autocensure existe indépendamment de l'environnement. En général, les journalistes maliens s'autocensurent pour des raisons sociales et éthiques, mais rarement en raison de menaces. Lorsqu'ils font l'objet de pressions sociales résultant d'une nouvelle qu'ils ont publiée, ce qui est commun au Mali, ils ont tendance à s'autocensurer. Souvent, les directeurs censurent une nouvelle qu'ils considèrent comme subjective ou non conforme à leur politique rédactionnelle.

À l'exception de l'information protégée par les lois d'accès à l'information, aucun sujet n'est interdit. « D'une manière générale, malgré le problème de professionnalisme, tout est traité sans exclusive¹ » constate M. Gamer A. Dicko, journaliste au quotidien national *L'Essor*. « Il n'y a pas de sujet tabou, certes, mais les Maliens n'acceptent pas d'attaque gratuite personnelle. Il y a des aspects sociaux auxquels personne ne touche, parce que notre société est bâtie sur ça », a fait remarquer Tiégoum Boubèye Maïga, journaliste et directeur de l'agence All Communication. À cet égard, les panélistes ont déclaré que les médias couvrent les événements importants, qu'ils soient de nature politique ou autre.

Au Mali, toutes les conditions sont réunies pour inciter les journalistes à la corruption : certaines pratiques sociales frôlent la criminalité, les salaires sont très bas compte tenu du coût de la vie et la différence entre les salaires du secteur privé et ceux du secteur public est énorme (les salaires de base des médias publics correspondent à peu près aux salaires les plus élevés des médias privés). Certains font à peine le salaire minimum. La corruption attaque les valeurs éthiques, car même ceux qui ont un salaire élevé ne résistent pas toujours à la tentation. « Il n'y a même pas de salaire, il y a des gratifications. On ferme les yeux sur les dérapages, on encourage les journalistes à accepter des cadeaux. Ce qui fait que les journalistes s'organisent pour servir la soupe » confesse Seydou Baba Traoré directeur de la radio nationale. Le taux de roulement de l'effectif est très élevé; nombreux sont ceux qui acquièrent de l'expérience dans les médias pour partir travailler dans un ministère ou une ONG.

Au sujet de l'équilibre entre l'information et le divertissement dans les médias électroniques, Nouhoum Kéïta, de Radio Kayra, déplore « il y a beaucoup plus de place au Dombolo² qu'à des émissions visant à instruire le citoyen. Des efforts sont faits, mais les distractions ont toujours pignon sur rue. Il y a une absence totale de débats. » Ramata Dia directrice du Réseau de radios communautaires Guintan enfonce le clou : « L'Office de Radiodiffusion et Télé du Mali, qui doit jouer un rôle de service public, a enlevé le pain à la bouche des radios de proximité en marchant sur leur plate-bande avec les émissions de divertissement ». La radio nationale s'efforce d'offrir une programmation variée avec des moyens qui ne lui permettent pas de satisfaire la demande des auditeurs ni celle des téléspectateurs. Les panélistes regrettent l'absence de débats politiques, qui selon eux, est due au manque de personnel bien préparé.

Le besoin d'équipement est criant au Mali. La presse privée écrite manque d'équipement. Le matériel technique qu'elle utilise est désuet. Bien sûr, les médias publics semblent mieux

¹ (N. d. t. : tout sujet est considéré comme valable)

² Musique et danse de la République centrafricaine

nantis. Alors que la radio nationale et quelques stations de radio privées de la capitale possèdent la technologie la plus avancée, les stations provinciales travaillent toujours avec de l'équipement analogique et rudimentaire. Cela nuit à la production et à l'efficacité.

Mais pour les panélistes, tout n'est pas sombre. Les journalistes des salles de rédaction se spécialisent de plus en plus dans divers domaines, comme les affaires, l'économie ou la santé et réalisent des reportages de bonne qualité.

OBJECTIF 3 : PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION

Note : 2,51

Les indicateurs de cet objectif s'éloignent tous de la moyenne. Seul l'indicateur 1, pluralité des sources d'information s'en rapprochait. Pour ce qui est des notes élevées, les indicateurs 2, 5 et 7, l'accès des citoyens aux médias, les diffuseurs privés produisent leurs propres émissions d'information, et, un vaste éventail de sujets sociaux est traité, ont obtenu environ trois quarts de points de plus que les autres. Par contre, les indicateurs 3, 4 et 6, les médias publics reflètent les points de vue du monde de la politique, les agences de presse, et, la transparence de la propriété des médias, se sont classés environ trois quarts de points sous la moyenne.

LES NOMBREUSES SOURCES D'INFORMATION OFFRENT AUX CITOYENS DES INFORMATIONS FIABLES ET OBJECTIVES.

INDICATEURS DE LA PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION :

- > Une pluralité de sources d'information publiques et privées à prix abordable (ex., écrit, électronique, Internet) existe.
- > L'accès des citoyens aux médias domestiques ou internationaux n'est pas restreint.
- > Les médias publics ou d'État reflètent les points de vue du monde de la politique, ne démontrent aucun esprit partisan, et servent les intérêts du public.
- > Les agences de nouvelles indépendantes recueillent et transmettent l'information aux médias écrits et électroniques.
- > Les médias électroniques produisent leurs propres émissions d'information.
- > La transparence de la propriété des médias permet aux consommateurs de juger de l'objectivité de la source d'information ; la propriété des médias ne se limite pas à quelques conglomerats.
- > Un vaste éventail d'intérêts sociaux est reflété et représenté par les médias, notamment les sources d'information dans une langue minoritaire.

Il existe une variété de sources d'information au Mali, mais elles sont concentrées dans les grands centres urbains. Dans les régions rurales, la principale source d'information est la radio, compte tenu de la difficulté d'accéder à d'autres médias.

Il existe une variété de sources d'information au Mali, mais elles sont concentrées dans les grands centres urbains. Dans les régions rurales, la principale source d'information est la radio, compte tenu de la difficulté d'accéder à d'autres médias. La propriété des médias privés est nébuleuse et les médias publics donnent davantage l'impression d'être des médias gouvernementaux en raison de l'influence marquée que le pouvoir exécutif exerce sur eux. Toutefois, des efforts sont faits pour que les médias reflètent tous les intérêts sociaux et politiques existant au pays.

Au Mali, on trouve environ 200 stations privées de radio, une radio nationale et six stations de radio régionales. La presse écrite, que l'on trouve dans les villes et dans la plupart des points de vente, compte environ 40 titres. Celle de l'État comprend le quotidien national, écrit en français, et d'autres publications en langues indigènes destinées aux zones rurales. En ce qui concerne la télévision, l'État détient toujours le monopole, même si Africable, une chaîne privée, est en train de s'installer. En outre, deux entreprises, Multi Canal et Malivision, rediffusent en hyperfréquence et offrent un bouquet de chaînes de télévision étrangères cryptées. Autre phénomène urbain, Internet avance rapidement, même s'il est toujours d'accès limité.

L'accès aux médias nationaux et internationaux n'est pas restreint. De plus, quatre stations de radios étrangères sont intégralement ou partiellement relayées par des médias nationaux, publics ou privés. Dans les régions rurales, cependant, une contrainte s'ajoute : l'électricité. « Tout citoyen qui veut dire n'importe quoi n'est pas en manque de support. C'est le seul intérêt que l'on tire de la quantité d'organes au Mali », conclut Belco Tamboura, journaliste, correspondant de RSF et directeur du bihebdomadaire *L'Observateur*.

En règle générale, les médias publics sont ouverts aux points de vue divergents, ce à quoi veille le Comité National de l'Égal Accès aux Médias d'État. « Au-delà de toute considération, la question est jusqu'à quel point le journaliste joue son rôle de service public. Dans ce contexte, il faut scinder les médias publics en deux groupes : *L'Essor* qui fait d'énormes efforts pour rendre l'espace accessible, et l'ORTM

Les propriétaires utilisent leurs propres fonds pour les faire fonctionner, et elles arrivent difficilement à générer des profits et à payer leurs employés convenablement. Leurs revenus irréguliers les empêchent d'être rentables. L'impression des journaux n'est jamais assurée, car il n'y a pas toujours de fonds pour en assumer les frais. « Les réseaux de distribution sont propres à chaque organe d'où la politique des moyens du bord » souligne Mamadou Tiéoulé Diarra.

qui est devenu un siège imprenable. Souvent il y a plus d'autocensure qu'autre chose. Il faut rester la voix du maître » soutient Tiégoum Boubèye Maïga. « L'ORTM est soumis à un cahier de charge dont le contenu est clair comme l'eau de roche. Il y a toujours des agents zélés qui vont toujours vouloir servir ceux qui les ont nommés », rétorque Séydou Baba Traoré, directeur de la radio nationale.

Le Mali possède une seule agence de presse publique : l'Agence Malienne de Presse et de Publicité (AMAP).³ Elle est le principal fournisseur de nouvelles nationales pour diverses publications et compte parmi ses abonnés des ambassades étrangères et d'autres institutions. « Les informations fournies par l'AMAP sont crédibles par rapport à celles fournies par les autres agences. Le seul problème, c'est qu'elles parviennent en retard », remarque Ramata Dia, directrice du Réseau de radios communautaires Guintan. L'AMAP fait des efforts pour couvrir le territoire national en entier avec ses moyens limités. Ce sont surtout les journalistes qui cherchent de l'information dans Internet qui ont recours aux agences internationales, comme AFP ou Reuters.

Les radios communautaires sont à même de diffuser leurs propres émissions qui répondent aux préoccupations et aux besoins locaux. On leur reproche cependant d'employer du personnel non adéquatement formé. « La radio

³ Créée par la Loi N° 92-036/ AN- RM du 24 décembre 1992, l'Amap a pour mission, entre autres de redistribuer contre paiement, aux médias nationaux et aux usagers privés, un service d'informations mondiales obtenues par convention ou alliance avec d'autres Agences de Presse; de mettre en œuvre la législation régissant la publicité en République du Mali; de collecter, de réaliser ou de faciliter la réalisation des objets ou œuvres publicitaires; d'assurer la régie publicitaire des médias d'État et des tiers qui lui font demande; de participer à la mise en place de toutes structures permettant le développement de la publicité au Mali .

communautaire apparaît comme l'âme de la cité », écrit Mamadou Tiéoulé Diarra. Malgré toutes les critiques à l'encontre de la radio ORTM, cette dernière produit des émissions nationales de bonne qualité.

La propriété des médias n'est pas transparente, car personne n'oblige les propriétaires à s'identifier publiquement. En pratique, certains politiciens sont associés à certains journaux. Le domaine où la transparence fait le plus défaut est celui des sources de financement des principales entreprises de médias privés. « Ces derniers temps, les journaux se créent à tour de bras. Mais le hic c'est que même les directeurs de publication ne savent pas pour qui ils travaillent parce qu'ils ont été contactés par des intermédiaires », constate Moussa Bolly, rédacteur en chef du quotidien indépendant *Les Échos*. Par ailleurs, au Mali, le contexte socio-économique ne permet pas aux conglomérats commerciaux d'avoir la mainmise sur les médias.

Dans les émissions de radio ou de télévision et dans les colonnes de la presse malienne, on trouve un vaste éventail d'intérêts sociaux. Les émissions des radios communautaires reflètent les réalités sociales, économiques et culturelles de leurs régions. L'ORTM diffuse des émissions en langues indigènes.

OBJECTIF 4 : GESTION DES AFFAIRES

Note : 1,46

Étant donné les circonstances dans lesquelles elles ont été établies, avec peu de capital de départ, les entreprises de presse manquent encore d'efficacité et de professionnalisme. En raison de leur spécificité, elles jouissent d'une liberté considérable, mais qui se caractérise par l'absence de normes professionnelles pour encadrer leurs activités; elles continuent d'improviser. Les notes accordées par les panélistes traduisent bien cette réalité, et l'objectif 4 a mérité la note la plus basse des cinq objectifs. La plupart des indicateurs se sont classés près de la moyenne, l'indicateur 6, études de marché, étant de loin le plus faible. Une exception a été enregistrée, l'indicateur 5, subvention du gouvernement aux médias privés, qui a obtenu un point entier de plus que la moyenne.

En général, les entreprises médiatiques ne sont pas viables, car elles tirent le diable par la queue. Les propriétaires utilisent leurs propres fonds pour les faire fonctionner, et elles arrivent difficilement à générer des profits et à payer leurs employés convenablement. Leurs revenus irréguliers les empêchent d'être rentables. L'impression des journaux n'est jamais assurée, car il n'y a pas toujours de fonds pour en assumer les frais. « Les réseaux de distribution sont propres

à chaque organe d'où la politique des moyens du bord » souligne Mamadou Tiéoulé Diarra.

Typiquement, les pratiques de gestion des médias privés ne sont pas rigoureuses. Les médias n'utilisent pas de système de comptabilité efficace. La plupart du temps, ils n'ont pas de spécialiste de la mise en marché ou de la comptabilité parmi les membres de leur personnel. La plupart ne connaissent même pas le terme « plan d'affaires ».

Au Mali, les médias reçoivent du financement de l'État et d'autres sources moins importantes, par exemple, la publicité, le soutien matériel en échange d'un avantage et la vente dans la rue. « À Bamako le lectorat est effiloché par des pratiques déloyales qui font que pour un exemplaire acheté, il y a dix (10) personnes qui le lisent. Il y a des lecteurs, mais très peu d'acheteurs. », explique Mahamane Hamèye Cissé, directeur de publication du journal satirique indépendant *Scorpion*.

L'AMAP, une institution d'État, détient le monopole de la publicité, mais n'exploite pas cet avantage. Ce qui explique la création d'agences de publicité et de communication privées. En pratique, lorsqu'un média essaie d'obtenir des contrats de publicité, son succès dépend de la nature de ses relations interpersonnelles. Le mieux est de laisser les associations de patrons négocier avec le gouvernement et distribuer les contrats publicitaires ou commerciaux aux diverses entreprises médiatiques. Il arrive aussi que des représentants du gouvernement négocient individuellement avec l'entreprise médiatique de leur choix. Mais cela influence le contenu des médias, selon les panélistes. Les médias n'ont pas une culture

de la publicité. C'est la raison pour laquelle dans leur système d'organisation, on trouve rarement des agents commerciaux dont la tâche consiste à vendre de la publicité.

Le secteur de la publicité est très limité. Il n'y a que quelques annonceurs et toujours les mêmes. « Les recettes publicitaires sont insuffisantes; d'où la difficulté pour les médias de sortir de l'ornière avec les revenus générés par la publicité », se plaint Sékouba Samaké, rédacteur en chef du quotidien indépendant *Info Matin*. Le quotidien national *L'Essor* (auxiliaire de l'AMAP) s'approprie la plus grande part de publicité, d'annonces légales et d'abonnements. Toutes les agences de l'État sont abonnées à *L'Essor* et y font publier automatiquement la totalité de leurs annonces et leur publicité.

Depuis onze ans déjà, l'État malien octroie à la presse une aide de 200 millions de FCFA. Pour bénéficier de la subvention, le média doit remplir certaines conditions⁴ selon l'article 7 du Décret N° 03-264/P-RM. Tous les médias sont examinés d'après les mêmes critères. Même l'AMAP et l'ORTM, qui appartiennent à l'État, et qui reçoivent déjà des subventions à la hauteur des deux tiers de leur budget, sont admissibles à 10 pour cent de cette aide. Cela ne plaît pas aux autres médias, qui se plaignent de concurrence déloyale. Étant donné le nombre croissant d'entreprises de presse, la part qui revient à chacune est de plus en plus insignifiante. La distribution de cette subvention a été confiée à un comité présidé par le ministre de la Communication.

Il est rare qu'une véritable étude de marché précède la création d'une entreprise de presse au Mali. La facilité des conditions et le rythme rapide auquel sont établies les entreprises de média attirent les Maliens, qui souvent, se lancent dans l'aventure uniquement pour le prestige. Le manque de ressources adéquates fait de l'étude de marché un luxe. Il n'existe pas de statistiques fiables sur les activités des médias. En général, les chiffres en circulation ont été gonflés afin d'attirer les annonceurs.

Le calcul des indices d'écoute n'est pas encore intégré aux pratiques des diffuseurs de radio et de télévision. Aucune organisation n'est chargée de quantifier l'auditoire et de mesurer la diffusion des médias. Il y a un institut de sondage qui, occasionnellement et sur commande, réalise des études sur les journaux et sur les stations de radio et de télévision.

LES MÉDIAS INDÉPENDANTS SONT BIEN DIRIGÉS, ET PERMETTENT AUX ÉDITORIALISTES DE S'EXPRIMER EN TOUTE LIBERTÉ

INDICATEURS DE GESTION DES AFFAIRES :

- > Les médias et firmes de soutien sont des entreprises efficaces, professionnelles et rentables.
- > Les revenus des médias proviennent de différentes sources.
- > Les agences de publicité et industries connexes soutiennent le marché de la publicité.
- > Le pourcentage des revenus tirés de la publicité par rapport aux revenus totaux est conforme aux normes généralement reconnues pour les commerces.
- > Les médias indépendants ne reçoivent aucune subvention gouvernementale.
- > Les études de marché sont utilisées pour formuler des plans stratégiques, augmenter les revenus et concevoir des produits répondant aux besoins et aux intérêts de l'auditoire.
- > Les indices d'écoute et les chiffres sur le tirage des journaux sont fiables et déterminés par une firme indépendante.

⁴ a) exister sous le statut de société, coopérative, association, groupement d'intérêt économique ou établissement public de presse; b) tenir une comptabilité régulière et être en règle vis-à-vis du fisc; c) respecter la législation du travail, notamment l'immatriculation des employés à la sécurité sociale; d) avoir assuré la parution régulière de l'organe d'information ou, dans le cas d'une radio ou d'une télévision, la production régulière d'émissions pendant l'année budgétaire écoulée

OBJECTIF 5 : INSTITUTIONS DE SOUTIEN

Note : 2,30

En règle générale, les institutions de soutien, au Mali, agissent dans l'intérêt des médias indépendants. Mais l'aide qu'elles fournissent est insuffisante et ne contribue pas beaucoup à l'amélioration du professionnalisme journalistique. Les associations professionnelles ont été plus ou moins efficaces pendant une décennie. Il n'y a pas d'école de journalisme convenable au Mali. Les établissements scolaires qui existent ajoutent une formation en journalisme à leurs programmes traditionnels. Tout le monde s'entend sur la nécessité et l'urgence de créer une école de formation à la profession journalistique. Les panélistes ont rendu compte de cette situation en attribuant aux indicateurs des notes s'approchant de la moyenne, sauf pour l'indicateur 2, les associations professionnelles, qui a obtenu une note beaucoup plus haute. Par ailleurs, l'indicateur 4, programmes d'études en journalisme, a terminé un point sous la moyenne.

Deux associations patronales de presse existent au Mali : l'Association des Éditeurs de Presse Privée (ASSEP) et l'Union des Radiodiffusions et Télévisions Libres du Mali (URTEL). Cependant, elles ont besoin de plus de moyens pour renforcer leur influence en matière de protection des intérêts des médias professionnels.

Une soixantaine d'associations et de réseaux professionnels travaillent pour protéger les intérêts de leurs membres en

LES INSTITUTIONS DE SOUTIEN VEILLENT SUR LES INTÉRÊTS PROFESSIONNELS DES MÉDIAS INDÉPENDANTS.

INDICATEURS DES INSTITUTIONS DE SOUTIEN :

- > Les associations commerciales veillent sur les intérêts des propriétaires de médias privés et offrent des services aux membres.
- > Les associations professionnelles protègent les droits des journalistes.
- > Les ONG appuient la liberté d'expression et les médias indépendants.
- > Des programmes d'études en journalisme de qualité qui offrent une expérience pratique élaborée existent.
- > Des programmes de formation à court terme et de stages permettent aux journalistes d'améliorer leurs compétences ou en acquérir de nouvelles.
- > Les journaux et les installations d'imprimerie sont privés, apolitiques et sans restriction.
- > Les canaux de distribution des médias (kiosques, émetteurs, Internet) sont privés, apolitiques et sans restriction.

toute indépendance du gouvernement. Du nombre, certaines associations sont spécialisées dans des domaines particuliers du journalisme, comme les sports, l'économie, la santé, l'environnement, la culture et la politique. Des panélistes étaient même d'avis qu'elles sont trop nombreuses pour la presse du Mali qui est encore jeune. Ces associations font toutes partie d'une structure centralisée : la Maison de la Presse. Il en va autrement des syndicats, il en existe un seul, qui travaille exclusivement avec les médias publics.

Les associations professionnelles et commerciales participent à des programmes de formation et défendent les intérêts de leurs membres. Elles sont organisées à l'échelle nationale, mais certaines ont des bureaux régionaux.

La société civile lutte activement pour défendre la liberté de la presse. Des associations et des ONG, dont la Ligue internationale des droits de l'homme (LIDH) et l'Association Malienne des Droits Humains (AMDH), soutiennent la liberté d'expression et les médias indépendants. Elles fournissent de l'aide juridique et s'assurent les services d'avocats lorsque cela est nécessaire.

Le Mali n'a pas d'école de journalisme à proprement parler, mais certaines écoles offrent des programmes de formation en communication et en marketing qui comprennent des cours de journalisme. Ces programmes sont plus théoriques que pratiques, et par conséquent, la qualité des candidats qui arrivent sur le marché du travail laisse beaucoup à désirer. « J'ai enseigné dans l'une de ces écoles pendant trois ans. J'ai arrêté simplement parce que leur programme de journalisme passe à côté », témoigne Fatoumata Maïga, journaliste au quotidien national *L'Essor*. Aujourd'hui, ces écoles ont de la difficulté à faire reconnaître les diplômes qu'elles délivrent, car leurs programmes ne sont pas conformes aux exigences d'accréditation.

Pour pallier l'absence d'école de journalisme, la Maison de la Presse, une association fédérative de médias, propose une formation avancée aux professionnels. La Maison de la Presse a été créée en 1996 et reçoit annuellement 30 millions de FCFA des 200 millions de subvention accordés par l'État. Cette manne soutient la formation continue au sein des divers médias. Dans le même but d'amélioration des compétences, la Maison de la Presse bénéficie aussi du soutien financier de partenaires parmi les ONG nationales et internationales. Les associations individuelles organisent aussi des séminaires de formation selon leurs besoins particuliers.

À l'exception du quotidien national *L'Essor* et des autres publications de l'AMAP, la plupart des imprimeries et des journaux sont privés. L'AMAP est l'une des rares organisations médiatiques à posséder ses propres presses. Les quelques journaux qui possèdent des presses à imprimer les utilisent

pour générer des revenus additionnels. En pratique, il n'y a pas d'ingérence ni de pression gouvernementale à cet égard.

Les canaux de distribution sont libres et apolitiques, bien que désorganisés. La distribution de la presse écrite est le goulot d'étranglement des journaux, car elles doivent convaincre les propriétaires de kiosques ou les distributeurs officiels de distribuer leurs quotidiens. Les stations de radio privées possèdent leurs propres émetteurs et leurs propres tours, même si leurs installations ne sont pas conformes aux dernières normes techniques. Internet n'est plus le monopole d'un conglomérat. Si, à l'origine, il était soumis au monopole gouvernemental par le biais de la Société de téléphone du Mali (Sotelma), il est maintenant ouvert à toutes entreprises.

Liste des participants au panel

Mahamane Hamèye Cissé, directeur, *Le Scorpion*, Bamako

Ramata Dia, coordonnatrice générale, Réseau de radios communautaires Guintan, Bamako

Belco Tamboura, directeur de publication, du bihebdomadaire, *L'Observateur*, Bamako

Gamer Dicko, journaliste, Syndicat National de la Presse de l'Imprimerie, Bamako

Fatoumata Maïga, journaliste, *L'Essor*, Bamako

Amadou Tiéoulé Diarra, avocat, enseignant, Université de Bamako

Seydou Baba Traoré, directeur, radio nationale du Mali, ORTM, Bamako

Tiégom Boubèye Maïga, directeur général, Agaïta Communication, Bamako

Moussa Bolly, rédacteur en chef, *Les Échos*, Bamako

Sékouba Samaké, journaliste, *Info Matin*, Bamako

Isaïe Somboro, administrateur, Union des Radios et Télévisions Libres du Mali, Bamako

Nouhoum Kéita, rédacteur en chef, Radio Associative Kayra, Bamako

Modérateur

Mahamadou Talata Maïga, journaliste formateur, Maison de la Presse, Bamako

L'étude sur le Mali a été coordonnée et dirigée en partenariat avec la Fondation des Médias pour l'Afrique de l'Ouest, Accra, Ghana.