

# Communication en Question

www.comenquestion.com

n° 10, Juin / Juillet 2018

ISSN : 2306 - 5184

---

## **La viabilité éditoriale des journaux maliens à l'épreuve de la précarité.**

73

---

*The editorial viability of Malian newspapers facing precariousness*

---

Bakary DOUMBIA<sup>1</sup>

Maitre-assistant

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako

[bakarydoug@yahoo.fr](mailto:bakarydoug@yahoo.fr)

---

<sup>1</sup> Bakary Doumbia est enseignant à l'Institut Universitaire de Gestion. Après un Doctorat obtenu en sociologie de la communication en janvier 2018, il poursuit des réflexions sur la régulation de la presse écrite.

**Résumé :**

Les organes de presse s'apparentent à des entreprises qui sont soumises à une double logique démocratique et économique. En effet, même si elles entendent à s'ériger en chiens de garde de la démocratie, elles cherchent avant tout à satisfaire une rentabilité permettant de faire face aux charges inhérentes à la production de l'information, voire investir dans d'autres secteurs connexes. Cependant, la libéralisation du secteur a entraîné une prolifération qui fragilise la santé économique des médias. La précarité dans le secteur journalistique s'explique généralement par des facteurs exogènes (conjoncture économique difficile) et par des facteurs d'ordre endogènes (le manque d'éthique chez les professionnels). Elle constitue un couteau à double tranchant dans la mesure où d'une part elle rend l'exercice de la profession très difficile ; ce qui entraîne certaines stratégies de survie peu orthodoxes. Au final, c'est la qualité de l'information qui est menacée avec son corollaire de publication de fausses nouvelles, d'amateurisme et même de divorce entre la presse et le public. Pour mener à bien cette recherche, les conditions d'existence des entreprises de presse ont été examinées à travers l'étude de la situation économique des journaux, de la conjoncture sociale. Ce travail a permis de mettre en relief l'influence du contexte socio-économique sur le fonctionnement des organes de presse ainsi que le lien entre la précarité et l'arrimage des journalistes aux hommes politiques. Cela montre que dans cet univers jalonné de contraintes, les pratiques professionnelles peuvent facilement se corrompre malgré la connaissance des règles éthiques et déontologiques.

**Mots clés :** Journalisme, Information, Connivence, Précarité

**Abstract:**

The media are similar to companies that are subject to a dual democratic and economic logic. Even if they intend to become watchdogs of democracy, they seek first and foremost to satisfy profitability to cope with the burdens inherent in the production of information, and even invest in other related sectors. . However, the liberalization of the sector has led to a proliferation that weakens the economic health of the media. The precariousness in the journalistic sector is generally explained by exogenous factors (difficult economic situation) and by endogenous factors (lack of professional ethics). It constitutes a double-edged knife to the extent that on the one hand it makes the exercise of the profession very difficult; which leads to some unorthodox survival strategies. In the end, it is the quality of information that is threatened with its corollary of publishing false news, amateurism and even divorce between the press and the public. To carry out this research, the conditions of existence of the press enterprises were examined through the study of the economic situation of the newspapers, of the social situation. This work has highlighted the influence of the socio-economic context on the functioning of the media and the link

between precariousness and the stowage of journalists to politicians. This shows that in this universe of constraints, professional practices can easily be corrupted despite the knowledge of ethical and deontological rules.

**Keywords:** Journalism, Information, Connivance, Precariousness

## **Introduction**

Depuis la révolution malienne de mars 1991, la politique de libéralisation des médias a contribué à instaurer un pluralisme médiatique favorable à l'expression démocratique. La prolifération des organes de presse traduit sans doute le rang occupé par le Mali durant une décennie<sup>2</sup>. Dans les textes comme dans la pratique, de nombreux facteurs d'ordre exogène contribuent à soutenir que la liberté de presse semble être un acquis au Mali : nombre exponentiel des journaux, rareté des peines et poursuites judiciaires, le ton audacieux des journalistes, l'impunité ambiante<sup>3</sup>,...

Cependant, en analysant les difficultés chroniques dans lesquelles la presse se débat, on se rend compte que la liberté de presse n'a pas permis l'émergence de véritables entreprises de presse, et que cette liberté est bien superficielle à cause d'une précarité ambiante qui contrarie le développement de la presse (Perret, 2001 et 2005).

La précarité qui se définit comme « l'absence d'une ou plusieurs des sécurités permettant aux personnes et aux familles d'assumer leurs responsabilités élémentaires et de jouir de leurs droits fondamentaux »(Wresinski, 1987, p.14) se caractérise essentiellement par la faiblesse ou l'absence de rémunération, l'obsolescence des moyens de production de l'information. Ce qui est à l'origine de nombreux dérapages professionnels.

La responsabilité est partagée : l'État aussi bien que le milieu journalistique sont à l'origine de cet état de fait. Un troisième obstacle non des moindres tire son origine dans la conjoncture sociale (Grosjean, 2007). En effet, les pesanteurs

---

<sup>2</sup> Le Mali est passé de la 43<sup>e</sup> à la 25<sup>e</sup> place entre 2002 et 2012 dans les classements sur la liberté de la presse de Reporters Sans Frontières.

<sup>3</sup> C'est pourquoi Thierry Perret (2005, p. 143) soutenait que « le Mali est donc resté un pays de cocagne de l'anarchie médiatique ».

sociales constituent des déterminants sociologiques qui encadrent l'activité journalistique. L'objet de cet article est de démontrer que la liberté de presse concédée par les nouvelles autorités de la 3<sup>e</sup> république n'a pas réussi à résoudre les problèmes d'existence auxquels les journaux sont confrontés afin que les médias s'érigent en vecteurs de la bonne gouvernance. Pour mener ces recherches, nous sommes intéressés aux opinions des acteurs sur leur situation dans un premier temps ; nous avons ensuite mené une étude sur la situation économique des médias maliens à travers une enquête quantitative.

## **1.- Les causes de la précarité économique dans le champ journalistique**

L'économie de la presse malienne montre que le secteur des médias est déficitaire à cause d'un certain nombre de facteurs liés au contexte macroéconomique difficile. Ces contraintes limitent la marge de manœuvres des journaux dont le succès dépend en partie de leur adaptation au circuit économique. Ces facteurs sont nombreux.

### **1.1.- Le faible taux de l'investissement publicitaire**

Si « la presse dépend économiquement de ses recettes publicitaires » (Albert, 1988, p. 50), l'investissement publicitaire aide à compenser la faiblesse de la rentabilité générée par la vente au numéro. Au Mali, la faiblesse du marché publicitaire est la raison majeure du déficit économique (Keita., 1992 & Drabo, 1999). La publicité n'était pas encore appréciée comme élément catalyseur des ventes. Lorsque les entrepreneurs décident de faire des annonces, c'est la radio qui rafle la quasi-totalité de ces annonces (Daubert, 2009, p. 122). Ces radios font une concurrence illégale aux journaux dans l'obtention des annonces publicitaires. Il faut bien noter que la radio offre des annonces publicitaires à des prix défiant toute concurrence alors que les pages publicitaires des journaux

sont chers avec moins d'audience que la radio. C'est pourquoi les nombreuses PME se tournent naturellement vers la radio pour promouvoir leurs produits. Les grandes entreprises, moins nombreuses, choisissent les journaux pour marquer leur prestige et leur rayonnement.

Cela parce que les citoyens maliens sont naturellement tournés vers la radio au détriment de la presse écrite. En effet, la radio a une audience plus élevée que celle des journaux qui sont élitistes, car, s'adressant à la gent intellectuelle. Or, la radio, grâce à la communication en langue vernaculaire, atteint presque toutes les couches sociales, qu'elles soient lettrées ou illettrées. A cela s'ajoute le fait qu'écouter la radio est compatible avec de nombreuses occupations journalières alors que la lecture des journaux requiert un temps de loisir, une denrée rare dans un pays où les activités de survie quotidienne absorbent les citoyens.

Aussi, le nombre pléthorique des journaux<sup>4</sup> ne leur permet pas d'engranger une part suffisante des annonces publicitaires disponibles. Cette rareté fait que même les journaux disposant d'un service commercial efficace ne peuvent s'assurer d'insérer des publicités à chaque parution du journal.

Ce qui oblige les organes à se rabattre sur des financements occultes. La faiblesse des recettes publicitaires est à l'origine de la cherté du journal.

## **1.2.- L'insuffisance et la mauvaise gestion de la subvention des médias**

---

<sup>4</sup> L'effectif des journaux maliens est fluctuant : en 2016, la Fondation Friedrich Ebert Stiftung (2016, p.27), il existait au moins 120 journaux dont seulement une trentaine paraît régulièrement.

Depuis 1996, l'État a consenti une aide substantielle de 200 millions de francs CFA à la presse toutes tendances confondues (journaux, radios, télévision, associations de presse). Selon le CSC (1997, p. 34), cette aide a été répartie ainsi:

Tableau n°1 : Répartition initiale de l'aide à la presse

Structures	Budget
ASSEP (Presse écrite)	75 millions
URTEL (Radio)	75 millions
Maison de la Presse	30 millions
AMAP	10 millions
ORTM	10 millions

Le paradoxe dans la répartition de cette aide est que les médias d'État qui semblent moins confrontés aux problèmes de survie en bénéficient au même titre que les journaux privés qui foisonnent énormément sur le marché. Depuis 2008, il y a eu une nouvelle répartition afin de réparer le déséquilibre du partage à travers l'augmentation de la part de la presse privée. Ainsi, la clé de cette répartition est comme suit :

Tableau n°2 : Nouvelle répartition de l'aide à la presse depuis 2008

Structures	Budget en CFA
ASSEP (presse écrite)	80 millions
URTEL (radio)	80 millions
Maison de la Presse	34 millions
AMAP	3 millions
ORTM	3 millions

Source : Tiégoum Boubeye MAIGA (2009)

Bien que cette subvention soit appréciable, elle demeure insuffisante pour une centaine de médias privés. Aussi, cette somme n'a guère évolué depuis 1996 malgré la diversité et la prolifération des médias. Généralement les patrons de presse s'accaparent la somme allouée à des fins personnelles en privant leur organe et les journalistes des retombées positives de cette aide. C'est ce qui fait dire à Alexis Kalambry cité par Bréhima Touré (2004), directeur de publication

des Echos, que « *l'aide est un appui aux directeurs, pas aux journaux* ». Au lieu d'attribuer ainsi cette aide directement aux organes de presse, cette subvention gagnerait à être utilisée de façon indirecte pour résoudre les problèmes cruciaux de la presse, notamment l'installation d'une imprimerie pour les journaux, la mise en place d'un réseau de distribution commun, la subvention des intrants (encre, papier, matériaux divers...) et l'appui au paiement des factures d'électricité, de téléphone ou d'abonnement aux agences de presse.

Des journaux sont apparus *ex nihilo* juste pour bénéficier de cette aide à la presse. Cette aide a suscité la convoitise de gens pressés de s'enrichir ; ce qui les amène à créer un journal fantôme. Si les premiers médias ont bénéficié de sommes substantielles assez suffisantes pour assurer un fonctionnement correct, l'effectif pléthorique des derniers médias amenuise de façon drastique leur quote-part. Ce cas des radios semblent, selon le CSC (2005, p. 19), refléter également la situation de la presse écrite :

- en 1996, chaque radio privée a reçu deux millions sept cent mille francs CFA (2.700.000 FCFA)
- deux ans plus tard, soit en 1998, le montant tombe à un million cinq cent mille francs CFA (1.500.000 FCFA)
- En 2003, chaque radio ne reçoit que sept cent mille francs CFA (700.000 FCFA).

Cette chute du montant perçu par chaque organe de presse s'explique par le fait que de nouveaux médias sont nés pour avoir une part du butin. De 36 radios, on est passé à 130 radios en 2003 et plus de 400 en 2013.

Pour remédier à cette politique de captation de ressources des organes de presse, l'État a jugé nécessaire d'imposer des critères restrictifs pour les bénéficiaires à travers le décret n° 03-264/PRM du 07 juillet 2003 déterminant

les conditions d'éligibilité, d'attribution et de gestion de l'aide publique à la presse. De nos jours, les critères d'attribution semblent disqualifier certains journaux peu viables. Seuls les journaux remplissant les critères suivants peuvent y accéder : être une société, payer régulièrement ses impôts, avoir ses employés immatriculés à l'Institut Nationale de Prévoyance Sociale<sup>5</sup>, justifier de l'utilisation de cette aide et posséder une comptabilité solide. Force est de constater que ces critères qui auraient pu entraîner un début d'assainissement du secteur ne sont pas strictement appliqués. Le favoritisme semble bien déterminer l'éligibilité de certains organes qui surgissent ex nihilo ou ont une périodicité irrégulière. Par contre, comme le signale Fatou Cissé (2014) « à l'approche du partage de l'aide, tous les journaux irréguliers s'efforcent de paraître. Pour bénéficier des fonds.

L'aide à la presse au lieu de contribuer à l'émergence de véritables entreprises de presse a eu comme effet pervers la prolifération effrénée d'organes de presse sans assises économiques, la persistance de la mauvaise gouvernance économique de ces structures et l'instauration d'une mentalité d'assistanat. Cette situation est bien décrite par Thierry Perret (2005, p. 295) qui s'insurge contre l'aide à la presse, qu'elle soit nationale ou provenant des partenaires extérieurs :

« l'aide est nocive car elle dépossède les hommes à laquelle elle s'adresse, de leur responsabilité et de leur autonomie ; l'aide est nocive quand elle crée des enclaves de progrès, alors même que rien ne peut soutenir la diffusion d'un changement profond et continu ; l'aide est nocive quand elle suscite convoitises et stratégies d'accaparement par les intéressés, bien sûr, peu concernés par les buts poursuivis ; l'aide encore est nocive si elle est mise en œuvre avec inconstance par des bureaucraties avant tout attachées à leur propre entretien...ou si elle est portée avec opportunisme, amateurisme, naïveté par des organisations caritatives qui constituent un déversoir d'aspirations

---

<sup>5</sup> La sécurité sociale malienne

humanitaires dénuées de rigueur et d'à propos. L'aide est nocive, (...), si elle trouve, dans le maintien de ces artifices, un consensus général. »

### **1.3.- La cherté des matériaux d'impression**

Le problème d'impression sape l'épanouissement de la presse écrite. Beaucoup de rédactions parviennent à digitaliser leurs publications, mais rencontrent d'énormes difficultés d'impression. La cherté des matériaux d'impression se répercute sur le prix des impressions qui surpassent les budgets de publication des organes de presse. Selon Souleymane Drabo, directeur de l'Agence Malienne de Presse et de Publicité (AMAP), plus de la moitié du prix du journal entre dans l'impression du journal. Dans cette circonstance, les journaux sont les grands perdants tandis que les imprimeurs s'enrichissent davantage. C'est ce constat que fait Karamoko N'Diaye, directeur de publication du Journal *L'Aurore*, « *un seul journal est confectionné par l'imprimerie à 120 FCFA. Nous le revendons à 200 FCFA. Le revendeur gagne 40 FCFA. C'est dire que le journal travaille pour 40 FCFA sur chaque exemplaire vendu* » (Centre Djoliba, 2003, p.52) C'est principalement les problèmes d'impression qui occasionnent la faillite de nombreux journaux.

### **1.4.- La mévente des journaux**

Le désintérêt à l'égard des journaux prend de l'ampleur. Comment comprendre que les journaux (comme *Les Echos*) qui tiraient jusqu'à 25.000 exemplaires en 1991 arrivent à peine à dépasser aujourd'hui le cap de 5.000 exemplaires<sup>6</sup> ? La culture de la lecture est très peu développée au Mali. Cela est en partie imputable la faiblesse du taux d'alphabétisation qui avoisine 33,1%(INSTAT,

---

<sup>6</sup> UJAO (1991, p.79) signalait que l'hebdomadaire *Les Echos* tirait jusqu'à 25.000 exemplaires tandis que le même journal devenu quotidien affiche dans son ourse un tirage de 5.000 exemplaires.

2015). D'où la conclusion du rapport du Centre Djoliba & CSC (2002, p.93) : « *les Maliens lisent peu et n'achètent pas assez les journaux* ».

Comparativement aux pays voisins, le tirage des journaux reste désespérément faible et ne permet point l'instauration de structures économiquement viables. Ce qui fait dire au journaliste, Ousmane Sow (2010), que : « *Aujourd'hui, au Mali, aucun journal ne vend 5000 exemplaires par jour. Au Sénégal, en Côte d'Ivoire, certains en vendent 40 000 ! Au Burkina, ils sont au moins trois à vendre 15 000 exemplaires* ». Par contre au Mali, la totalité des tirages cumulés des journaux maliens, selon Mahamdou Talata Maïga<sup>7</sup>, n'excèdent point 10.000 exemplaires .

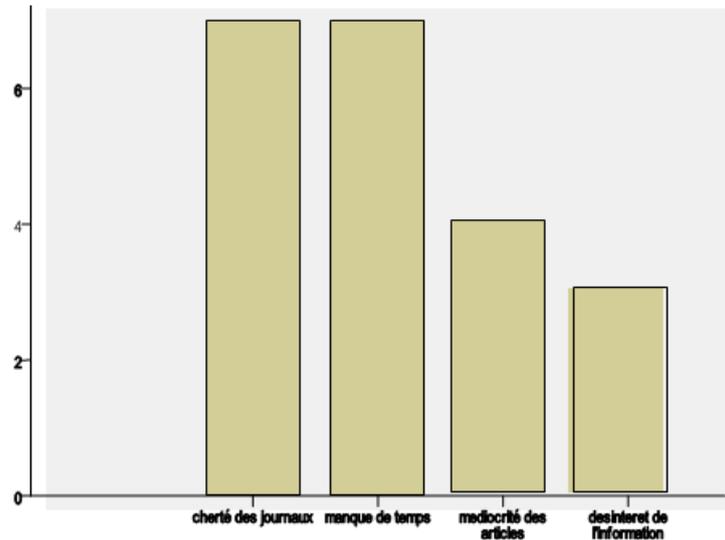
Les raisons de cette faiblesse de l'audience qui entraîne *ipso facto* la réduction des tirages sont nombreuses. Il ya d'abord la cherté relative du journal par rapport au pouvoir d'achat qui reste faible et le désintérêt à l'endroit des journaux. La cherté de l'impression évoquée plus haut empêche la vente des journaux à des prix concurrentiels. Aussi, la lecture du journal est considérée comme un luxe inutile pour beaucoup de citoyens. Le porte-parole du Groupement Patronal de la Presse (GROUPE), Tiégoum Boubeye Maïga, dans, soutenait que la presse « *est prise dans une spirale dépressive caractérisée par des déficits de plus en plus élevés et par des lecteurs de moins en moins nombreux et qui nous tournent le dos* » (*L'Essor* du 18/05/2010)

Enfin, le communautarisme pousse les individus à rechercher instinctivement la compagnie des autres plutôt que l'isolement, lequel est une nécessité pour la lecture. C'est pourquoi les « médias collectifs » comme la télévision et la radio prospèrent relativement mieux que les « médias individuels » comme les journaux. Parmi les raisons évoquées pour justifier la faible consommation des journaux, deux variables reviennent plus fréquemment : la cherté des journaux et le manque de temps.

---

<sup>7</sup> Entretien du 19/02/2014

Illustration n°1 : Quelques raisons de la non-lecture des journaux



Source : Enquête personnelle (février 2015)

Dans cette enquête quantitative touchant un échantillon de 138 personnes, 22 se sont prononcées sur la cause de leur non-lecture des journaux. Parmi cette catégorie, 7 individus évoquent la cherté des journaux et 7 autres individus citent le manque de temps, 3 individus signalent la médiocrité des articles tandis que 4 personnes avouent leur désintéret pour l'actualité

Faut-il conclure que les maliens lisent de moins en moins ? Non ! Au contraire, les gens lisent mais différemment. Beaucoup de gens lisent les journaux sans daigner en acheter. En effet, il est fréquent de voir des revendeurs louer les journaux à l'heure. Certains lecteurs photocopient certaines pages, en particulier les avis de recrutement. Ce qui les dispense de l'achat du journal. D'autres encore pratiquent la lecture collective du même journal. Cela s'observe dans les centres de documentation ou les services (publics et privés) dans lesquels un exemplaire du journal fait le tour des lecteurs. L'abonnement des services publics ou privés fait que les membres ne ressentent pas la

nécessité d'acheter leur propre journal. Un exemplaire est lu par tous les membres du service en question. Ces différentes façons de lire ruinent l'économie des organes de presse. Il convient d'admettre avec Mahamane Hameye Cissé, directeur de publication du journal *Scorpion* que « *tous les lecteurs ne sont pas les acheteurs du journal* »<sup>8</sup>.

Dans l'histoire récente de la presse écrite au Mali, trois phénomènes ont secoué l'environnement socio-économique et par ricochet le paysage médiatique malien. Il y a d'abord la dévaluation du franc CFA en 1994. Avec la cherté de la vie, le pouvoir d'achat des citoyens a pris un sacré coup. Les gens étaient alors beaucoup plus préoccupés par les dépenses des produits de premières nécessités que par l'achat des journaux, qui devenaient un luxe dont peu de personne était capable de se procurer. Aussi, cette dévaluation a coïncidé avec l'installation des sociétés de jeux de hasard dont la plus emblématique est le PMU-Mali. Pour joindre les deux bouts, les citoyens étaient tentés de parier en achetant un ticket de la course des chevaux pour gagner des millions plutôt que d'investir la même somme dans l'achat des journaux.

Enfin, le boom des radios privées a fini par détourner bon nombre de l'achat des journaux. La radio présente des avantages certains que le journal n'a point : elle s'adapte plus facilement à l'environnement social en utilisant le parler local ; elle demande peu de moyens (un poste radio suffit pour être constamment au fait de l'actualité ; elle s'accommode avec les activités quotidiennes des gens<sup>9</sup> ; elle sert de substitut au journal lorsqu'elle procède à une lecture des journaux dans ses revues de presse.

### **1.5.- La concurrence déloyale**

---

<sup>8</sup> Entretien personnel du 04/11/2014

<sup>9</sup> On peut bien travailler tout en écoutant la radio alors que la lecture du journal demande une concentration et une suspension du travail.

On assiste incontestablement à un phénomène d'exploitation non rémunérée des journaux. Cette exploitation procède de deux manières : par la radio et par l'Internet. Premièrement, les radios privées et commerciales sont plus proches de la population de par son accessibilité technique et économique. Dans leur rubrique, « Revue de la presse », les animateurs de radios exploitent les informations des journaux et les traduisent en langue nationale (Bambara, peul...). A partir d'un exemplaire de chaque journal, ils présentent un condensé de l'information avec des accents emphatiques. Ils cherchent beaucoup plus à émouvoir qu'à informer. Lors de la présentation de ce bulletin d'information, les animateurs se livrent à un dialogue plein d'humour et de sarcasme. Le problème réside dans le fait que non seulement les propriétaires de la radio n'achètent point les exemplaires des journaux qu'ils exploitent, mais aussi, ils détournent les auditeurs de l'achat des journaux. Les principaux avantages de la radio précédemment cités font qu'elle s'impose comme le media le plus populaire auprès de la population.

Deuxièmement, cette même pratique se poursuit avec l'Internet qui fait récemment son entrée dans la scène médiatique. Partout, l'avènement de l'internet a certes contribué à la démocratisation de l'information, mais il a contribué à mettre à mal l'existence des organes de presse sans cesse menacés par la gratuité. D'où l'observation relevée par Denis Pingaud et Bernard Poulet (2006) : « *Internet n'est pas un support de plus, c'est la fin du journalisme tel qu'il a vécu jusqu'ici* ». Pour ces auteurs, l'internet est en train de se substituer aux médias traditionnels grâce à son adaptabilité et à sa flexibilité.

Au Mali, les nombreux sites d'information<sup>10</sup> mettent en ligne des articles issus des journaux. Cette presse électronique vit aux dépens de la presse sur papier qui dispose souvent d'une version électronique mais moins sollicitée.

---

<sup>10</sup> Parmi les plus connus, on a : [www.maliweb.net](http://www.maliweb.net), [www.malijet.com](http://www.malijet.com), [www.malikounda.com](http://www.malikounda.com), [www.mali-web.org](http://www.mali-web.org), ou [www.bamanet.com](http://www.bamanet.com).

L'expérience de *Les Echos* est à ce titre révélateur. Selon son Directeur de publication, Alexis Kalambry, le journal disposait de nombreux abonnés à l'étranger, lesquels ont fini par résilier leur abonnement avec l'avènement des sites d'information parce que, selon eux, ils recevaient l'information gratuitement. La prolifération des sites d'information est une menace pour la survie des organes de presse si un système de compensation n'est pas mis en place pour que ces derniers bénéficient des annonces publicitaires en ligne. Le paradoxe est que ce sont les journalistes même qui se battent pour que leurs articles soient mis en ligne tandis que les promoteurs des sites d'information prétendent faire ainsi la publicité des journaux. Pour le journaliste en mal de reconnaissance, paraître sur l'internet est un prestige, un signe de reconnaissance de ses compétences journalistiques. La soif de visibilité qui pousse à être présent sur l'internet exerce un attrait irrésistible sur les responsables de journaux. Hormis les Echos, la plupart des publications célèbres sont relayés par les sites d'information. Même le Directeur d'Info-Matin qui avait interdit, sous peine de poursuite, la publication de ses articles semble revenir sur sa décision avec la publication de quelques articles de son journal sur le site Maliweb. L'autonomisation progressive des sites d'information risque d'aboutir au déclin des organes de presse.

Des sites d'information comme Malijet et Maliweb disposent désormais de journalistes professionnels qui rédigent des articles pour répondre à l'urgence de l'information. D'où le glissement d'une relation de complémentarité à une relation de substitution. Toutes ces pratiques tuent les journaux en les privant de ressources nécessaires pour assurer leur survie. Le Mali dispose pourtant d'un service chargé de la préservation de la propriété intellectuelle, le Bureau National des Droits d'auteur (BUNDA), qui visiblement demeure inefficace pour réglementer ce phénomène de « piratage passif et consenti ».

### **1.6.- Le problème de distribution**

En Occident, l'un des facteurs qui a contribué au triomphe des journaux est la multiplicité des chemins de fer qui a favorisé la disponibilité des journaux à l'échelle nationale (Guay, 2013, p. 03). L'immensité du territoire malien combinée au faible désenclavement des régions complique la distribution des journaux à l'échelle nationale. Ce problème est la cause de la concentration des journaux à Bamako. L'éloignement de certaines villes régionales fait qu'il est difficile d'y envoyer des exemplaires et récupérer les recettes de vente. Or les journaux ne se sont pas encore organisés pour mettre en place un service de messagerie performant. Chaque journal se débrouille tant bien que mal pour faire parvenir ses plis dans les villes régionales par l'intermédiaire des sociétés de transport. Le grand problème est que les exemplaires expédiés ne parviennent que le soir ou le lendemain. Ce qui cause des désagréments de lecture : la lecture tardive de l'information déjà relayée par les autres médias (radio, internet), le moment de lecture inopportun (le soir au lieu du matin). Ce problème de distribution ne peut être surmonté que si les organes de presse disposent d'imprimeries dans les villes régionales afin que la desserte des autres localités soient assurées à partir de ces villes. Vu la précarité des journaux, cela semble loin de la réalité. Seul l'État ou les partenaires de la presse peuvent le réaliser en guise d'aide à la presse.

### **2.- Les conséquences**

Cette instabilité a pour conséquence d'incapaciter les organes de presse à s'ériger en de véritables entreprises économiques. Or, la «viabilité économique et viabilité éditoriale constituent un couple indissociable » (Barris, Mandel, & Scali, 1996). C'est pourquoi bon nombre d'organes ont développé des stratégies de survie peu orthodoxes. Cet état des choses institue un modèle de journalisme non conventionnel caractérisé par des dérapages calculés.

## 2.1.- « Le journalisme de connivence »

Les journalistes maliens n'échappent point à cette sinistre réalité du monde médiatique. La précarité dans laquelle végètent les journalistes explique en partie cette pratique du journalisme de connivence. En effet, à cause du bas salaire de l'énorme masse de journalistes formés ou des conditions d'existence intenable, les journalistes sont tentés de s'agripper aux hommes politiques contre espèces sonnantes et trébuchantes. Si en Occident le salaire est relativement faible, il est insignifiant, voire inexistant au Mali. C'est pourquoi le métier de journaliste ne nourrit pas son homme au Mali<sup>11</sup>, d'où les manœuvres plus ou moins loyales pour gagner sa vie. L'accointance avec les hommes politiques se fait sur fond de corruption active ou passive. Active lorsque le journaliste utilise ses informations sensibles ou son article pour exercer un chantage sur une personnalité visée ; passive quand c'est l'homme politique qui démarché le journaliste en vue des articles de commande.

D'où cette remarque pertinente du journaliste Abdoul Karim Maïga (2007) qui s'insurge contre les pratiques de ses confrères :

*« Il faut reconnaître que les hommes de média au Mali ont perdu tout crédit depuis qu'ils sont des porte-parole des hommes politiques, des hommes d'affaires et même des malfaçons. On a vu ici certains participer aux assises de partis ou monter des coups les uns contre les autres. Les journalistes ont été au centre des différentes crises connues par les politiques, le monde des affaires et les syndicalistes. Contre quelques billets, ils épient les uns pour informer les autres et vice-versa. Désormais, tout est à monnayer, les informations, notre dignité, notre honneur et celui de nos camarades. Certains confrères, notamment les plus anciens, qui président les organisations de la presse, ont décidé de jouer aux mercenaires. »*

---

<sup>11</sup> C'est pourquoi le journaliste, Boubacar SANGARE écrivait : « *c'est grimper à l'arbre de la naïveté que d'espérer vivre du métier de journaliste...* » (*Le Flambeau* du 5 juin 2013)

Illustration n°2 : Corruption au sein du journalisme



Source : OIF et al, Bamako, 2006

Ainsi donc, la généralisation de cette pratique qui prend sa source dans le manque d'autonomie du secteur journalistique fait que les journaux existent avant tout pour les hommes politiques.

Cette connivence semble être liée même au mode d'émergence de la presse écrite dans l'espace public. En effet, la presse a servi d'arme de combat dans la main des opposants discrets pour lutter et renverser la dictature de Moussa Traoré. Grâce à l'anonymat, les nombreux opposants au régime, dont certains étaient des fonctionnaires, trouvaient un moyen pour mener le combat politique à travers la presse.

Ainsi, la presse n'était pas l'affaire des seuls journalistes professionnels ayant une formation en la matière, mais elle intéressait particulièrement tous ceux qui voulaient faire entendre leur voix dans un espace public jadis monopolisé par la propagande gouvernementale. Entre la période de 1989 et 1992, si l'on regarde le profil des acteurs de la presse, on se rend compte qu'il y a très peu de journalistes mais beaucoup d'acteurs - souvent fonctionnaires - aux profils variés : avocat (Mountaga Tall), enseignant (Salif Berthé), économiste (Mahmoud Bah), administrateur civil (Chiaka Diarrassouba), sociologue (Cheibane Coulibaly).

Cette dépendance à l'égard des politiques est décuplée lorsque le journal a reçu un soutien partiel ou total lors de sa création. La connivence journaliste malien et homme politique est quasiment inévitable. Après avoir soutenu le Mouvement démocratique, les journaux sont restés dépendants de la politique à double titre : le lectorat est essentiellement politique et les principaux bailleurs des journaux sont constitués principalement par les hommes politiques. C'est pourquoi la ligne éditoriale des journaux oscille au gré des alliances que le promoteur ou le directeur de publication conclut avec les milieux politiques ou économiques. Ainsi, le journal l'Indépendant, après avoir soutenu le candidat IBK<sup>12</sup> en 2002, se tourne vers le président ATT<sup>13</sup> qui lui accorde de nombreux marchés permettant d'asseoir une bonne assise économique. Lorsque ce dernier sera renversé en 2012, le journal se fait la tribune du regroupement d'hommes politiques qui dénonçait le coup d'état non par principe mais à cause de la fin de leurs privilèges qu'incarnait le régime défunt. Chose curieuse, le journal est devenu un opposant déclaré à l'homme qu'il avait soutenu il ya dix ans au moment où ce dernier accédait à la magistrature suprême. Cette réalité est vérifiable pour de nombreux autres journaux.

Cette collusion entre le monde politique et les médias n'est pas sans conséquence sur la qualité de l'information et sur le fonctionnement de la presse. Les journaux ne poursuivant pas les mêmes objectifs auront du mal à s'entendre autour d'un idéal commun. Cette cacophonie arrange au contraire certains propriétaires de journaux. Selon Assane KONE<sup>14</sup>, ce désordre est mis à profit par tout le monde : les propriétaires de journaux qui ne se sentent pas obligés de respecter les règles du droit de travail à travers l'application d'une Convention collective; les journalistes qui peuvent écrire n'importe quoi sans être inquiétés ; l'État qui trouve bien son compte dans la faiblesse de la presse.

---

<sup>12</sup> Ibrahim Boubacar Keita, actuel président de la république du Mali depuis 2013

<sup>13</sup> Amadou Toumani Touré, ancien président de la république du Mali de 2002 à 2012

<sup>14</sup> Entretien personnel du 21/01/2014

## **2.2.- Le journalisme militant**

Si l'indépendance du journaliste lui interdit de s'allier aux hommes politiques, l'endossement d'un militantisme ne peut qu'être préjudiciable à son professionnalisme. Lors des échéances électorales, la ligne de fracture devient visible entre les journaux qui ne manquent pas de s'adonner à la publicité rédactionnelle sous le couvert d'articles informationnels. Or, « *le journaliste ne saurait être « avec » le pouvoir sans se nier* » (Muhlmann, 2006, p. 55). Le militantisme des journalistes se fait de plusieurs façons. D'abord, il arrive que le journaliste, surtout pendant la campagne électorale, intègre une association ou un club de soutien à un homme politique. Si le journaliste est libre d'avoir des idées politiques, de soutenir une formation idéologique, politique ou religieuse, il ne doit en aucun cas utiliser son titre de journaliste pour battre campagne. Son travail se limite à une mission d'information et non de communication au service d'entités partisans. C'est dans ce sens que l'article 11 du Code de déontologie des journalistes du Mali stipule que « le journaliste ne doit jamais confondre sa mission avec celle de publicitaire ou de propagandiste ».

La seconde méthode consiste à se mettre au service d'un homme politique durant la compétition électorale. Pour créer l'illusion d'objectivité, les hommes politiques écrivent l'article et le font signer par le journaliste sous le couvert d'un article d'information. Ils peuvent juste lui donner les directives pour la rédaction de l'article. Or le code de déontologie est formel sur ce genre de relation : « dans ses rapports avec les pouvoirs publics, associations, partis politiques, les milieux économiques, culturels et religieux le journaliste doit éviter toute connivence de nature à nuire, à l'exercice impartial et indépendant de sa profession. » (Code de déontologie, Article 15)

Cette forme de publicité rédactionnelle ou publi-reportage déguisé est devenue une meilleure stratégie d'occuper la scène politique. Allant plus loin, certaines figures politiques poussent des journalistes à créer leur propre journal afin de mieux se faire entendre lorsque le marché des journaux semble être saturé par

les politiciens. D'où cette indignation d'une journaliste qui dénonce l'infiltration de la presse par des hommes politiques : « Dans la presse, on sait à qui appartient tel organe. Derrière chaque organe se cache un homme politique. » (Fatou Cissé, 2014)

Ainsi, en examinant la ligne éditoriale dans le traitement des faits politiques (Tableau 3), on peut déduire un rapprochement entre certains politiques et des journaux :

Tableau n°3 : Tendances politiques de quelques journaux privés

Journaux	Hommes politiques
Le Républicain	Tiéblé Dramé (PARENA)
Le Reporter	Modibo Sidibé (FARE)
Les Echos	ADEMA
Le 26 Mars	ADEMA
L'Aube	ATT
L'Indépendant	ATT
Le Zénith Ballé	ATT
Info-Matin	IBK
22 Septembre	IBK
Tjikan	Pro-gouvernement

Ces exemples illustrent l'instrumentalisation de la presse par les hommes politiques qui en font un moyen de leur communication politique. Ce tableau est loin d'être exhaustif car la plupart des organes monnaient leur soutien aux plus offrants.

### **2.3.- Le journalisme alimentaire**

Bon nombre de journalistes ont une conception alimentaire de leur profession. Le manque de vocation<sup>15</sup> et l'exploitation des journalistes par les patrons de

<sup>15</sup> Cette réalité est due au fait que le métier est devenu un exutoire au chômage (Centre Djoliba, 2002, p.93 ; Bailly, 2001, p.170).

presse poussent les journalistes à vivre d'expédients. Cela entraîne l'instauration de certaines pratiques qui n'honorent pas la profession :

— La quête systématique des *per diems* :

Les bailleurs et partenaires de la presse financent régulièrement des ateliers et des séminaires de formation à la fin desquels les participants reçoivent des *per diem*. Cette bonne habitude a fait croire à certains que cette somme est un dû que l'on doit exiger à l'issue de chaque formation. Ce qui met en cause l'efficacité de ces formations que les journalistes considèrent comme un moyen d'empocher des subsides et non comme un levier d'apprentissage. Aussi enrichissant que soit un atelier de formation non accompagné de *per diem*, les journalistes pratiquent la politique de la chaise vide. C'est pourquoi le recours systématique au séminaire comme moyen de formation n'a pas jusque-là produit de résultat tangible en matière de respect des normes déontologiques.

— La couverture rémunérée des événements :

Si la quête de l'information est le fondement du travail des journalistes, ils doivent être à l'affût de tout événement susceptible d'intéresser le public. A cet effet, leurs pratiques oscillent entre le journalisme actif et le journalisme passif. Si le premier privilégie l'investigation en ce sens que le journaliste déploie des stratégies de captation de l'information (sources, entretien, enquêtes,...), le second place le journaliste dans une situation d'attente de l'information à travers son invitation par les organisateurs à couvrir les manifestations politiques et culturelles. Le journalisme passif présente un double intérêt : tout en permettant au journal d'avoir de la matière pour remplir ses colonnes, il permet aux organisateurs d'un événement de se forger une visibilité sur la scène publique.

Cependant, l'octroi souvent consenti de *per diem* aux journalistes en guise d'encouragement tend à prendre la forme d'une obligation sans laquelle le journaliste se refuse à couvrir les événements. Voilà ce que confirme le récit de la mésaventure de Mohamed Diarra<sup>16</sup>, enseignant à l'Institut Universitaire de Technologie de Bamako (IUT). Selon lui, lorsqu'il était bibliothécaire d'une structure privée, il envoya une invitation aux différents organes de presse de Bamako. A la fin de l'événement, quelle ne fut sa surprise lorsque la trentaine de journalistes présents se présenta à la caisse pour réclamer leur *per diem* ? Afin que l'information puisse être relayée, son directeur décide de payer une vingtaine et renvoya le reste. Ils ont pu constater que les organes des journalistes non rémunérés ne firent guère mention de l'événement dans leurs journaux respectifs. À un journaliste qui lui promettait de ne venir couvrir leur événement qu'en cas d'invitation spéciale, Mohamed fit remarquer que c'est au journaliste d'aller à la quête de l'information et non l'inverse.

Cette systématisation du *per diem* oblige les organisateurs à prévoir un budget pour la couverture de leurs événements. Ce qui n'est pas sans conséquences sur le traitement réservé aux informations. Après avoir reçu ces subsides, le journaliste ne peut plus se permettre de faire une analyse critique de la manifestation ; il se contente de relayer le point de vue des organisateurs, pratiquant ainsi un « journalisme de compte-rendu ». Cette pratique semble être répandue dans le monde de la presse africaine (dessin ci-dessous)

Illustration n°3 : Caricature sur la pratique du journalisme alimentaire

---

<sup>16</sup> Entretien du 28/01/2014



Source : RSF, 2011

Si les professionnels de l'information exigent de l'argent pour couvrir une activité, que dire donc de ceux que les hommes politiques enrôlent dans leur équipe de campagne ?

### Conclusion

Le problème de viabilité économique des organes de presse malienne ainsi que les nombreuses pressions qu'elles subissent amènent à soutenir que la presse malienne est libre mais pas indépendante. S'ils ont réussi à s'affranchir du joug des régimes autoritaires, ils font l'objet d'un « nouvel embrigadement endogène » (Fouda, 2009, p. 203), devenant ainsi des instruments de propagande multipolaires. Cette fragilité financière de la presse la rend perméable aux différentes pressions émanant des acteurs sociaux (hommes politiques, opérateurs économiques, citoyens ayant des comptes à régler,...). L'instauration d'organes de régulation aux attributions étendues devrait être un préalable à l'assainissement du secteur médiatique en proie à l'intrusion d'acteurs peu scrupuleux.

## **Bibliographie**

- Albert, P. (1988). *La presse*. Paris : PUF(8e édition)
- Bailly, D. (2001). Profession : journaliste, 'en attendant'... *Les Cahiers du journalisme*, 9,170-173.URL : [www.cahiersdujournalisme.net/pdf/09/11\\_Bailly.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/09/11_Bailly.pdf)
- Balle, F. (2011) : *Médias et Sociétés*, Paris, Montchrestien, 15<sup>e</sup> édition
- Barris, J-J. & Mandel, S. (1996). *Conditions de la viabilité de la presse écrite en Afrique francophone / propositions d'intervention à partir de trois cas : Mali, Mauritanie, Côte d'Ivoire*.
- Blaou, H. (2004). «Médias et Travail en Afrique». *Libération Afrique* URL : <http://www.liberationafrique.org>
- Cissé, F. (2014) Renouveau des instances de la presse malienne : L'ASSEP, la Maison de la Presse vers le chaos. *Inter de Bamako* du 27 juillet 2014 URL : <http://maliactu.net/renouveau-des-instances-de-la-presse-malienne-lassep-la-maison-de-la-presse-vers-le-chaos/#sthash.IH5PQPJG.dpuf>
- Conseil Supérieur de Communication (2006). *Rapport annuel d'activités 2003-2005*. Bamako : CSC
- Conseil Supérieur de Communication (1997). *Rapport annuel au gouvernement*. Bamako : Imprim Color, Cité du Niger
- DAUBERT, P (2009). *La presse écrite d'Afrique francophone en question*.Paris : Harmattan
- Diarra, Me A. T. & Diallo, M. (2004).*État des médias 1992-2002*. Bamako : ACDI
- DRABO, G. (1999). Presse ouest-africaine francophone : à la croisée des évolutions. *Les Cahiers du journalisme*, 09,1999, 22-27
- FOUDA, V. S. Les médias face à l'ouverture démocratique en Afrique noire : doutes et certitudes. *Les Cahiers du journalisme*, 19,202-211. URL : [www.cahiersdujournalisme.net/pdf/19/16\\_FOUDA.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/19/16_FOUDA.pdf)
- Friedrich-Ebert-Stiftung. (2016). *Baromètre des Africains, Mali 2016*. Bamako.
- Institut National de la Statistique du Mali (INSTAT) (2015). *Consommation pauvreté bien-être des ménages avril 2015 – mars 2016*.

- URL : [http://www.instat-mali.org/contenu/eq/ranuel15\\_eq.pdf](http://www.instat-mali.org/contenu/eq/ranuel15_eq.pdf)  
Institut Panos & Union des Journalistes d'Afrique de l'Ouest (1991), *Presse francophone d'Afrique : Vers le pluralisme*, Paris, L'Harmattan
- International Media Support (2013). *Les médias maliens divisés par le conflit*. Accra/Dakar : IMS
- Grosjean, S. (2008). *Modes d'influence des hommes politiques sur les journalistes de la presse malienne*. Mémoire de Master 2 en Science politique de l'Université Paris 1
- Keita, M. K. (1992). Réflexions sur la presse écrite au Mali. *Politique Africaine*, 47, 79-90.  
URL: [www.politique-africaine.com/numeros/pdf/047079.pdf](http://www.politique-africaine.com/numeros/pdf/047079.pdf)
- La Brosse, R. (de), (1999). Afrique subsaharienne en transition : des journaux nécessairement engagés. *Les Cahiers du journalisme*, 06, 102-122.  
URL: [www.cahiersdujournalisme.net/pdf/06/13\\_Brosse.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/06/13_Brosse.pdf)
- Maiga, T. B. (2009). L'état de la presse écrite. Communication au séminaire « 3<sup>e</sup> Journées nationales de l'information et la communication », Bamako du 21 au 24 décembre 2009
- Maiga, A. K. (2007). Des Dériveres professionnelles multiples : Les plaies béantes de la presse malienne. *L'indicateur du Renouveau* du 07/07/2007.  
URL: <https://www.maliweb.net/pressejournalisme/des-derives-professionnelles-multiples-les-plaies-beantes-de-la-presse-malienne-8142.html>
- Muhlmann, G. (2006). Le gros mot de contre-pouvoir. *Pouvoirs* 119, 55-70
- OIF et al, (2006). Autorégulation et observation des médias en période électorale. Atelier de concertation, Bamako, 30 octobre -1 novembre 2006
- Perret, T. (2005), *Le temps des journalistes : l'invention de la presse en Afrique francophone*. Paris : Karthala, 2005
- Pingaud, D., & Poulet, B. (2006). Du pouvoir des médias à l'éclatement de la scène publique, *Le Débat*, 138, 06-16. URL: <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2006-1-p-6.htm>
- Rapport National sur le Développement Humain (RNDH), (2014). *Gouvernance Socioéconomique, Politique, Sécuritaire et Résilience à la crise 2012 au mali : enjeux et perspectives*. Bamako : ODHD & PNUD
- RSF & OIF (2011). *Guide pratique du journalisme en période électorale*.

URL:[https://www.francophonie.org/IMG/pdf/guide\\_oif\\_franc\\_ais\\_web.pdf](https://www.francophonie.org/IMG/pdf/guide_oif_franc_ais_web.pdf)

Sow, O., (2010). La presse écrite et le Mali : Histoire d'un amour difficile. *Les Echos* du 13 août 2010. URL: <https://www.afribonemali.net/spip.php?article28035>

Touré, B. (2004). L'aide à la presse en Afrique : les fonds manquent le plus. *Médi@ctions* N°39 du 01/09/2004. URL : [www.panos-ao.org/ipao.spip.php?rubrique29&lang=fr](http://www.panos-ao.org/ipao.spip.php?rubrique29&lang=fr)

Wresinski, J. (1987). *Grande pauvreté et précarité économique et sociale*. Paris : Journal Officiel.