# La communication pour l'empowerment à Madagascar

Une évaluation des besoins en communication au niveau communautaire

2008









# Communication pour l'Empowerment à Madagascar

Une évaluation des besoins en communication et média au niveau de la communauté

2008

Centre de Gouvernance du PNUD à Oslo Consortium de Communication pour le Changement Social UNDEF Ce rapport a été rédigé par le personnel et les consultants d' Andrew Lee Trust avec l'aide de Barry Driscoll du PNUD. Coordination de projet et édition par le personnel et les consultants du Consortium de Communication pour le Changement Social.

Les points de vue et interprétations dans ce rapport sont ceux des auteurs et ne reflètent nécessairement pas ceux du PNUD ou du Consortium de Communication pour le Changement Social.

L'initiative de la Communication Pour la Responsabilisation est consolidée par l'United Nations Democracy Fund (UNDEF) et le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD).

© Copyright 2008 PNUD et Consortium de Communication pour le Changement Social.

Photos de la première page: Andrews Lees Trust

#### Adresses:

UNDP Oslo Governance Centre Postboks 2881 Tøyen N-0608 Oslo, Norway

Tel: +47.23 06 08 20 Fax: +47.23 06 08 21

Oslo.governance.centre@undp.org www.undp.org/oslocentre

Communication for Social Change Consortium 14 South Orange Avenue, Suite 2F South Orange, New Jersey 07079, United States. Tel: +1.973 763 1115

Fax: +1.973 762 8267

info@communicationforsocialchange.org www.communicationforsocialchange.org

# **CONTENU**

## **ACRONYMES 4**

# CONCEPTS ET DÉFINITIONS DES MEDIA ET DE LA COMMUNICATION 5

## PRÉFACES 6

Par le Coordinateur des Nations Unies Résidant à Madagascar Par le PNUD / Oslo Gouvernement Centre et le Consortium de Communication pour le Changement Social Consortium 3

# **RÉSUMÉ EXÉCUTIF 8**

## I. INTRODUCTION 12

Origine et Justification Le Processus Pilote Le Processus de la Communication Pour la Responsabilisation à Madagascar Concernant de la nature pilote de cette étude et de ce rapport

#### II. LE CONTEXTE NATIONAL 14

Le Défi du Développement de Madagascar L'environnement légal et réglementaire de la communication Le Média et l'Etat Inventaire des Medias: auditeurs, lecteurs, téléspectateurs,

# III. L'EVALUATION DES BESOINS EN INFORMATION ET EN COMMUNICATION 19

Méthodologie Profils de site Analyse et Discussion Manque d'informations Manque de communication

## IV. CONCLUSIONS, RECOMMANDATIONS, PERSPECTIVES FUTURES 46

Conclusions principales et Recommandations 46

Recommandations 47

- \* Améliorer la capacité de la population locale
- \* Améliorer la capacité des média
- \* Développer la collaboration

Perspectives futures 50

- \* Centres régionaux d'Information, de Communication et de Développement
- \* Approche Multisectorielle:

Établissement de réseaux

Formation et plaidoirie

Stations radios 49

Internet

Unité de production mobile

Initiatives de la communication existantes 52

# **BIBLIOGRAPHIE 54**

# **ACRONYMES**

ACORDS Le Programme d'Appui aux Communes et Organisations Rurales pour le Développement du Sud

ADRA Adventist Development Relief Agency

AEPA Approvisionnement en Eau Potable et Assainissement / Service des eaux et Système sanitaire

AFA L'Agence Française d'Adoption

ALT Andrew Lee Trust

ALT PR Andrew Lee Trust Project Radio

ATEC Appui Technologique aux Enseignant et aux Communautés

C4E Communication pour l'Empowerment

CFSC Communication Consortium for Social Change
CNLS Le Comité National pour la Lutte Contre le SIDA

CRS Catholic Relief Services
CSB Centre de Santé de Base

CTA Centre technique pour la Coopération Agricole et Rurale

CE Commission Européenne ERI Eco Régional Initiatives

FAFED Fédération des Associations des Femmes et Développement

FAO Food Agricultural Organisation

FJKM Fiangonan'I Jesoa Kristy eto Madagasikara (L'église de Jésus Christ à Madagascar)

MBS Malagasy Broadcasting System

ONG Organisation Non-Gouvernementale

PACT Participating Agencies Collaborating Together

PAM Programme Alimentaire Mondial

PCID Partners for Communication and Information for Development

RLG Radio Listening Groups
RNM Radio Nationale Malagasy
RTA Radio Télévision Analamanga

RTS Radio Tantsaha Sakay

SSD Service de Santé de District

TVM Télévision Malagasy

UADELS Unité d'Appui au Développement Local

PNUD Programme des Nations Unies pour le Développement

UNICEF United Nations Children's Emergency Fund/ Fonds des Nations Unies pour l'Enfance

USAID United States Agency for International Development

WWF World Wide Fund

# CONCEPTS ET DEFINITIONS DES MEDIA ET DE LA COMMUNICATION UTILISES DANS CE RAPPORT:

#### Communication pour l'Empowerment

- Utilisé dans le contexte de ce rapport, ce terme fait référence aux stratégies et actions médiatiques qui génèrent la confiance en soi, le pouvoir et la perspicacité nécessaires aux personnes vulnérables et marginalisées et aux communautés pour qu'elles prennent leur propre vie en main et deviennent indépendantes. Le terme suggère qu'une information appropriée et exacte est disponible dans différentes formes de média accessibles; que les gens peuvent exprimer publiquement leurs points vue, leurs compréhensions et leurs problèmes; et que ces diverses formes de média permettent les dialogues et débats à travers les radios communautaires comme les autres moyens d'information par leurs programmes d'accès à la communauté.

#### Communauté

- Ce terme signifie un groupe de personnes partageant un environnement dans une région géographique avec des intérêts communs, aussi bien que des intérêts individuels dépendant de cet environnement. Afin d'accommoder les différences entre les gens habitant dans une région, nous parlons d'identification « des communautés dans la communauté. »

#### Radio Communautaire

- Est une station radio locale dont le propriétaire, le gérant et le personnel sont des gens issus d'une communauté donnée. Une station radio communautaire diffuse des émissions sur la vie communautaire par la participation des membres de la communauté. Parfois, les stations appartenant à une organisation religieuse ou même à l'état peuvent posséder la plupart des caractéristiques d'une station radio communautaire, ce qui n'est pas le cas de celles appartenant à la communauté. De telles stations sont souvent connues sous le nom de radios communautaires. En Afrique, une radio communautaire, souvent définie géographiquement, peut également être une station gérée et appartenant à une communauté à intérêt telle qu'une ONG se consacrant à des intérêts particuliers.

#### **Empowerment**

 Cela fait référence au rehaussement de la force politique, sociale ou économique des individus et des communautés. Ce terme implique souvent les gens à développer la confiance en eux-mêmes et ainsi, leurs pouvoirs et leurs connaissances déclenchent un processus de changement dans leurs conditions de vie et dans leur communauté.

## Groupe d'Ecoute (GE)

- Les Groupes d'Ecoute peuvent créer une communication améliorée dans une communauté. Ils fournissent un espace dans un village où la population locale peut discuter et débattre sur les informations diffusées à la radio et s'entendre sur une action de développement pratique. Dans certains cas, la mise en place d'un Groupe d'Ecoute (Listening Group) peut développer des associations locales.

# Vidéo Club

- Est une petite salle installée comme un mini cinéma mais utilisant un poste téléviseur au lieu d'un projecteur et utilisant des magnétoscopes pour projeter des programmes audiovisuels tels que des émissions télévisées et des films. Les villageois doivent payer un prix d'entrée fixe. Plusieurs vidéos clubs projettent des films d'action et d'arts martiaux qui sont populaires à Madagascar. Parfois les organisations de la Société Civile utilisent les vidéos clubs pour diffuser également des films éducatifs.

# **PRÉFACE**

# ASSURER UNE INFORMATION ET UNE COMMUNICATION EFFICACE POUR LE DÉVELOPPEMENT

La Communication et l'information jouent un rôle essentiel dans la résolution des problèmes fondamentaux de la société comme la pauvreté et l'exclusion sociale, particulièrement au niveau communautaire où les gens rencontrent souvent des difficultés pour accéder à l'information et aux diverses connaissances, ou jusqu'à y avoir tout simplement aucun accès du tout. Pourtant, tout ce qui est nécessaire pour stimuler la participation des gens et leur engagement est de leur fournir un espace où ils peuvent s'exprimer et parler ouvertement.

Madagascar est honoré d'être choisi comme pays pilote pour tester les outils développés à identifier et analyser les besoins en information de sa population sous le projet « Communication pour l'Empowerment » (C4E). Etant une grande île, Madagascar souffre souvent de l'isolement et de la distance entre ses différentes catégories communautaires. La radio s'avère être le moyen de communication le plus adéquat dans le pays. La radio nationale et les centaines de stations radio communautaires et privées couvrent 90% du territoire et entretiennent une chaîne d'information traditionnelle et des voies de communication y compris des réunions de districts, des chansons folkloriques ou d'autres formes de communication hors de portée.

Bien que l'étude présente soit basée sur une petite partie de la population, l'information obtenue donne un aperçu des attentes et des besoins de la population et la façon dont l'information peut aider comment les aborder. Nous considérons cela comme un avantage important pour le pays.

Le Président de la République de Madagascar a insisté, à plusieurs reprises, sur le besoin d'identifier les moyens de faire des média des partenaires privilégiés pour sensibiliser la population et lui faire prendre conscience de ses droits et des occasions qui s'offrent à elle, en vue de lui permettre de jouer un rôle actif dans son propre développement en étant responsabilisée.

Le Ministère des Postes, de la Télécommunication et de la Communication a immédiatement témoigné de l'intérêt à cette initiative de "Communication pour l'Empowerment" (C4E) qui donne à la communication un rôle important, comme outil d'information, en suscitant la prise de conscience et en mobilisant la population et les partenaires de développement vers l'accomplissement des OMD.

J'aimerais féliciter, particulièrement, le Ministre pour sa participation active avec le comité d'organisation du projet. Grâce à son leadership et sa capacité de facilitation, plusieurs partenaires ont appuyé le projet et les échanges de vue vont bon train. J'espère que ces débats mèneront à des plans d'action concrets visant à fournir à la population l'information dont elle a besoin pour contribuer au développement.

J'aimerais également remercier le Centre de Gouvernance du PNUS à Oslo, le Consortium de Communication pour le Changement Social et l'UNDEF, pour cette initiative positive. Mon équipe et moi espérons que les leçons retenues à Madagascar contribueront au succès de cette initiative C4E dans d'autres pays.

#### Dr Xavier Leus

Coordinateur Résident des Nations Unies Représentant Résident du PNUD

# PRÉFACE: UN PAS VERS UNE METHODE PARTICIPATIVE

La communication traduit le développement humain parce qu'elle permet aux gens de produire, de se communiquer et de transmettre les informations importantes à les rendre responsables et à les faire évoluer. À travers la communication, les gens peuvent avoir le sens d'analyse face aux problèmes, le sens du dialogue quelque soit les sujets qui se présentent et la qualité de prendre part aux débats publics nationaux. La communication aide les gens à négocier, à se développer et à agir grâce aux connaissances acquises, et elle facilite la formation d'opinions publiques sans laquelle la démocratie ne peut exister.

Travaillant avec différents types d'organisations et collaborant avec divers régimes, le Centre de Gouvernance du PNUD à Oslo et le Consortium de Communication pour le Changement Social partagent la même compréhension attachée à l'importance de la communication comme outil et méthodologie pouvant rendre les stratégies de développement plus efficaces, plus soutenables, plus en faveur des pauvres et plus sensibles au genre.

Dans le cas du PNUD, le Plan Stratégique 2008-2011 récemment approuvé reconnaît que les voies de communication sont les principaux déterminants de la méthode participative, un centre principal pour le travail du PNUD dans le domaine de la gouvernance démocratique. L'approche est basée sur la connaissance que l'un des défis à relever dans les pays en voie de développement est le manque d'inclusion et de participation des catégories de gens pauvres et vulnérables dans les décisions qui affectent leur vie.

Le Consortium de Communication pour le Changement Social pense essentiellement que la communication a le pouvoir de changer des sociétés. L'utilisation d'une communication participative – pour mieux comprendre comment les valeurs sociales et les croyances communément maintenues sont rehaussées et développées dans les cultures – est un grand pas pour aider les gens à prendre des décisions et à commencer à effectuer le genre de changements dont ils ont besoin afin d'améliorer leur vie.

En d'autres termes, le Consortium éduque les gens et les forme à être assez responsables afin d'apporter les changements pouvant rendre leurs communautés plus saines, leur pays plus fort, et leurs familles plus productives. Lorsque les gens s'engagent dans un dialogue, pour planifier et agir ensemble, c'est la forme de démocratie la plus véritable.

Comprendre comment l'information circule au sein d'une communauté et considérer les opinions publiques qui sont souvent négligées est une des manifestations les plus passionnantes des principes démocratiques. Ainsi, nous avons attendu avec grande anticipation les conclusions des efforts pilotes de la « Communication pour l'Empowerment » déclenchés par notre partenariat.

Faisant appel à la compétence de Consortium de Communication pour le Changement Social, le Centre de Gouvernance du PNUD à Oslo a publié, quelques années auparavant, un Document Consultatif du PNUD sur la « Communication pour l'Empowerment ».Le but de ce Document Consultatif était de changer les aperçus généraux ci-dessus en outils d'organisation dominants qui facilitent une compréhension des besoins en information et en communication des gens pauvres et marginalisés tout en espérant également d'en faire un trait permanent dans les processus de planification de développement national.

Ce rapport fait partie d'une série d'Evaluations pilotes des Besoins en matière de communication dans cinq Pays Développés, financés par une subvention de l'UNDEF. Ces pays pilotes seront suivis par la suite un rapport de synthèse global qui reflétera leurs expériences et fournira des outils pour les acteurs nationaux afin de mener à bien leurs propres évaluations et de développer une stratégie pour intégrer la « Communication pour l'Empowerment » dans les programmes et les processus d'organisation national.

Nous espérons que ce partenariat entre le PNUD et Madagascar, ainsi que d'autres dépositaires à Madagascar, le Centre de Gouvernance du PNUD à Oslo, et le Consortium de Communication pour le Changement Social peuvent offrir une contribution vers une écoute plus efficace des besoins et des points de vue des communautés à travers le pays, et que ces besoins et points de vue formeront de plus en plus notre approche pour le développement.

**Denise Gray-Felder**, Président du Consortium de Communication pour le Changement Social **Bjørn Førde**, Directeur du Centre de Gouvernance du PNUD à Oslo

# **RÉSUMÉ EXÉCUTIF**

Plusieurs éléments sont cruciaux pour responsabiliser des groupes de gens vulnérables et marginalisés: l'accès à l'information appropriée et exacte, la capacité d'utiliser et d'exprimer leurs opinions, et la disponibilité au dialogue et au débat. De telles conditions peuvent être mieux remplies lorsque le support médiatique et la capacité de développement médiatique visent à satisfaire directement les besoins en informations de telles catégories de gens et de les engager à planifier leurs propres avenirs. Nous appelons un tel support médiatique « Communication pour l'Empowerment ».

Ce document rapporte une étude pilote menée dans trois districts de Madagascar: Antsirabe, Moramanga et Tsiroanomandidy. Dans chacun des districts, les évaluations des besoins sont concentrées sur l'identification des besoins en information et en communication des communautés vulnérables et marginalisées. Nous rapportons ici comment leurs besoins ont ou n'ont pas été satisfaits par les approches des média existants. A partir de cela, nous serons capables d'engager un dialogue avec les gens de ces trois districts afin de déterminer comment ils projettent d'améliorer l'environnement médiatique.

Le travail à Madagascar rapporté dans cette étude fait partie d'un projet global visant à élaborer, à tester et à perfectionner un outil de planification stratégique. Cet outil est destiné à être utilisé dans tout processus de planification stratégique afin d'assurer que les plans de la mise en oeuvre résultants ont des moyens efficaces pour assurer l'accès approprié à l'information et à l'expression pour tous- et aussi pour les parties marginalisées et vulnérables de la population. L'outil C4E sera alors ensuite mis en oeuvre à la fois dans des contextes nationaux, régionaux et de planification communautaire.

Ce processus est initié et dirigé par le Centre de Gouvernance du PNUD à Oslo Gouvernement Centre et le Consortium de Communication pour le Changement Social et consolidé par l'UNDEF et le PNUD.

A partir de cette étude, nous avons découvert beaucoup de choses intéressantes : en premier lieu, qu'un environnement légal et réglementaire positif est essentiel à la communication qui peut responsabiliser des communautés. Les structures légales et réglementaires gouvernant les média et la communication à Madagascar présentent plusieurs défis importants au niveau du développement de la liberté des média et du développement médiatique.

Une nouvelle loi, en suspens pour cinq ans à Madagascar, devrait réduire l'autocensure actuelle dans les média et peut augmenter l'accès des journalistes à l'information. Les lois sévères contre la diffamation sont souvent utilisées pour réfréner la critique médiatique privée sur le gouvernement. Le monopole des média nationaux sur la couverture d'information au niveau national et une taxation lourde des émetteurs FM limitent la gamme de média pluralistes. De plus, comme dans beaucoup de pays voisins, la qualité du journalisme à Madagascar est inconsistante et varie considérablement dans les différentes régions du pays.

Même si les média et l'information sont contrôlés de près pendant des décennies à Madagascar, les journaux privés, les stations radios et stations télévisées se sont multipliées depuis les années 90. En partie dus à un taux élevé d'analphabétisme, à la complexité topographique et au niveau élevé de la pauvreté, la portée médiatique est faible à Madagascar. Cependant, comme elle fournit les moyens les plus puissants pour communiquer avec la population rurale très éloignée et extrêmement pauvre du pays, la radio est la plus optée par la population. C'est contre un tel paysage médiatique que cette initiative de «Communication pour l'Empowerment» est utilisée pour évaluer les niveaux d'accès à information, la participation et l'usage des média par les groupes marginalisés.

## Conclusions globales des études de l'évaluation des besoins

Les conclusions démontrent clairement que la radio est le média le plus choisi et à plus grand potentiel à Madagascar: 71 pour cent des gens interviewés comptent sur l'information par la radio (11% ont mentionné la télévision, 10% ont indiqué la place du marché et 8% ont mentionné la presse écrite). En outre l'émission

d'informations à la radio s'avère être crédible et souvent loin d'être disséminée dans la communauté et dans les réunions d'église pour assurer que ceux qui n'ont pas d'accès à la radio sont aussi informés. L'importance de la radio augmente lorsque nous observons les données rapportant que seulement 49% des gens interviewés affirment avoir accès à la radio "à tout moment." L'insuffisance des moyens pour acheter des piles ou payer l'électricité fut un problème commun; 35% des interviewés ont affirmé qu'ils peuvent "parfois se permettre d'écouter la radio."

Approximativement 90% des municipalités reçoivent des émissions de la radio nationale et plus de 50% sont susceptibles de recevoir la télévision nationale, alors que seulement 7% puissent bénéficier des publications écrites. Le faible taux de possession de postes radios, le faible taux de possession de postes téléviseurs, et les taux élevé d'analphabétisme combinés avec le coût élevé du transport de la presse écrite signifient que le nombre de gens recevant réellement la radio, la télévision et les publications écrites est bien en dessous des taux de possession.

L'étude a révélé une préférence d'écoute aux émissions d'environ 50/50 entre la radio nationale et les stations FM locales. Madagascar a très peu de stations, voire aucune, pouvant être caractérisées comme radios communautaires; appartenant et gérées par des volontaires ou un personnel provenant de la communauté. Plusieurs des entrevues ont souligné l'importance de l'information locale, et la nécessité d'être capable de faire passer des annonces à la radio – un moyen d'interaction, parmi quelques uns existants, avec les stations radios pour les membres de la communauté. La plupart des stations radios locales n'offrent pas d'horaires pour des appels téléphoniques programmés sur les ondes par lequel le public peut exprimer ses opinions ou discuter des problèmes qui leur sont importants. Nous n'avons appris aucune interaction ni de participation dans la production d'émission dans cette étude. La moitié des interviewés soulignent un intérêt dans la participation aux émissions radio par divers moyens si cela serait possible un jour.

L'étude a montré de très légères différences entre les besoins et les intérêts exprimés par les femmes et les hommes, et seulement de légères différences d'un district à l'autre. Une des raisons est certainement la proximité relative à la Capitale (Antananarivo) pour tous également lorsqu'on distingue des origines ethniques différentes et une couverture médiatique différente.

#### **Conclusions principales**

# L'accès aux Médias

- 1. La majorité des gens pensent que le média peut leur aider à changer leur mode de vie, ou celle de leur famille et de leur communauté.
- 2. La plupart des gens croient et ont confiance aux informations fournies par le média. Ils pensent que ces informations sont plus utiles et plus accessibles qu'une décennie auparavant.
- 3. Le média est généralement perçu comme objectif.
- 4. La radio fournit le principal accès, et est prise comme la source d'information la plus fiable pour la majorité de la population rurale.
- 5. Moins de femmes que d'hommes possèdent une radio, mais tous les membres de la famille peuvent décider d'écouter écouter la radio.
- 6. Les gens pensent que le genre est plus ou moins représenté d'une manière égale dans les média, et que les femmes sont présentées dans une variété de rôles allant d'épouse, amie et mère, à la femme d'affaires et preneuse de décisions.
- 7. Les pauvres peuvent se permettre maintenant d'acheter des radios, pourtant l'accès et le prix des piles aussi bien que l'approvisionnement et la fiabilité des ressources électriques peuvent réduire considérablement l'écoute régulière.
- 8. La radio est le média que la plupart des gens pensent capable de les aider à changer leur condition de vie.

- 9. Des études ont démontré que la radio utilisée comme outil de développement, peut affecter positivement la gouvernance locale (Franken) et produire un impact sur les conclusions des Objectifs de Développement du Millénaire (Metcalf, Harford, Myers)
- 10. La télévision et Internet sont encore respectivement l'apanage des gens aisés et instruits.
- 11. Les journaux sont produits à Tana et il n'y a pas de presses d'imprimerie locales.
- 12. Les journaux ne sont pas distribués largement dans les régions rurales et les niveaux d'instruction réduisent le nombre de lecteurs potentiels de la presse.
- 13. Les vidéos clubs présentent une occasion croissante pour regarder des programmes audiovisuels mais les clubs sont irréguliers en matière de censure, de restrictions d'âge, le contenu du programme diffusé etc.

#### La programmation

- 1. Les média se concentrent actuellement sur la diffusion d'actualités, d'émissions musicales et de divertissements avec seulement un quart d'émissions en direct (approximativement) consacrées aux informations de développement et aux émissions éducatives.
- 2. Les actualités sont produites en grande partie dans la capitale, Antananarivo, et rediffusées à travers les stations locales. Il y a localement une production limitée d'actualités.
- 3. Les auditeurs considèrent les actualités, suivies par des émissions comprenant des discussions et des débats, comme étant les émissions les plus importantes, même si les gens veulent également de la musique et des divertissements.
- 4. Les émissions médiatiques ne répondent pas actuellement à tous les besoins en informations de la population et le contenu n'est « pas encore assez bon ».
- 5. Les émissions qui sont appropriées à la vie quotidienne de l'auditoire sont, par ordre décroissante d'importance : l'agriculture, la santé, l'emploi, la corruption, les informations gouvernementales, les événements locaux et politiques, la politique nationale, et d'autres activités civiques.
- 6 Seulement un peu plus de la moitié des auditeurs comprennent le langage dans les émissions médiatiques à tout moment.

#### La participation

- 1. En général, les média n'offrent pas actuellement des occasions aux gens de participer ou d'exprimer leurs opinions dans les émissions locales ou nationales, et là où elles existent, la plupart des gens demeurent sans connaissance de ces occasions.
- 2. Etant donné l'occasion, à peu près la moitié des ces interviewés ont aimé participer dans les émissions médiatiques favorisant la participation, leur offrant des occasions d'exprimer leurs opinions.
- 3. Des journalistes locaux visitent parfois les communautés locales, mais ils impliquent rarement les gens dans la production d'émissions, dans les débats, ou des formats encourageant à s'exprimer.
- 4. La majorité des gens ruraux n'ont pas accès à la téléphonie mobile.
- 5. Peu de ruraux savent où accéder à Internet et comment l'utiliser.
- 6. Des réunions locales avec des ONG et des dirigeants locaux sont les meilleures chaînes de communication pour les gens au niveau local.
- 7. Les ONG sont perçues pour fournir des informations utiles au moins la moitié de leur temps de travail.
- 8. Quelques barrières culturelles existent à l'encontre de l'expression d'opinions en public, et plusieurs personnes pensent qu'elles ont une certaine réticence à s'exprimer dans les média.

# Recommandations - dans les grands titres

Basé sur les conclusions des trois sections précédentes, de petites évaluations pilotes de besoins, les recommandations suivantes émergent :

## 1. Améliorer la capacité de gens locaux à accéder et à participer aux média locaux

Les gens locaux aiment participer activement aux média et demande davantage des informations de meilleure qualité. La radio à elle seule, en diffusant dans le vide, ne peut pas apporter un changement à long terme dans les attitudes et les pratiques des gens. La programmation radiophonique devrait être accompagnée d'un dialogue en face à face, d'un support, d'une formation et de services provenant des autorités locales. Les ONG et les prestataires de service devraient par conséquent :

- > Financer les groupes d'écoute du village
- Encourager la participation active de la communauté et l'action des média, y compris l'établissement des média appartenant et gérés par la communauté dans le futur.

#### 2. Améliorer la capacité des média

Les initiatives médiatiques nationales sont importantes et ont des publics identifiables, mais ils ne peuvent pas toujours refléter suffisamment les priorités locales ou adapter une émission pour prendre en considération les dialectes locales et les différences sociales. Les média locaux sont actuellement inadéquats pour répondre aux besoins locaux et exigent des contributions considérables, surtout si des occasions de prendre part au débat et discussion au sujet de leurs opinions s'offrent aux gens. Par conséquent, nous recommandons d':

- Aider les citoyens à influencer proactivement leur gouvernement afin de provoquer des changements positifs au niveau national des environnements légaux et réglementaires.
- Étendre et améliorer la couverture et les émissions radio au niveau national.
- Accroître la capacité de stations radio FM locales.
- Une programmation augmentée qui vise la participation du public.

#### 3. Développer la collaboration entre les dirigeants locaux, les ONG et les média locaux

Les réunions et le contact direct avec les dirigeants locaux et les ONG représentent deux des chaînes les plus efficaces et plus accessibles pour les gens locaux afin d'augmenter leur compréhension des problèmes de développement local et d'exprimer leurs opinions. Par conséquent, nous suggérons de:

- Améliorer les infrastructures existantes pour augmenter la participation des dépositaires locales.
- Trouver de nouveaux moyens pour identifier et satisfaire les besoins locaux définis.

#### 4. Un réseau de coordination, de facilitation et de support des centres régionaux

Dans un plus long terme, nous envisageons un réseau de centres de communication régional qui peut offrir des occasions et des infrastructures pour établir un réseau pour les initiatives de communication locale. De tels centres fourniraient le support et les infrastructures nécessaires pour maximiser le potentiel local et les ressources existantes, et pour orienter les solutions créatives et les intérêts des donateurs vers le développement des capacités de communication aux niveaux régionaux.

#### **Etapes Suivantes**

Un groupe national des dépositaires est fondé sous la direction des NU. Ce groupe a pour fonction de poursuivre les recommandations. Le groupe des dépositaires est composé du personnel des agences des NU, de donateurs bilatéraux, de la société civile, du personnel média et du Gouvernement basés à Madagascar.

# I. Introduction

# **ORIGINE ET JUSTIFICATION**

L'objectif global de la « Communication pour l'Empowerment » est, pour les gens ordinaires –dont ceux qui sont marginalisés et qui vivent dans la pauvreté - d'être capable de prendre des décisions bien fondées sur leur propre mode de vie et d'avoir des chaînes pour être entendus dans ce processus. Les évaluations des besoins en information et en communication aideront à identifier les manques : des zones où les stratégies médiatiques et l'environnement propice à l'information et la communication ont besoin d'être améliorés.

Ce genre de support médiatique est appelé la « Communication pour l'Empowerment »; une approche importante pour augmenter les niveaux de participation, l'appartenance et la responsabilisation nécessaire à atteindre les OMD.

Afin de faciliter cet effort, le centre de gouvernance du PNUD à Oslo a développé et a publié la «Communication pour l'Empowerment»: développer des stratégies médiatiques pour appuyer les catégories vulnérables: Un Document Consultatif pratique<sup>1</sup>. Le type de méthodologie inclus dans ce Document Consultatif est maintenant traduit en un outil pratique et utile pour les processus de planification stratégiques nationaux. Ils assurent que l'information et la communication pour tous est au centre des plans stratégiques nationaux et des programmes de développement ultérieurs.

Avec le Consortium de Communication pour le Changement Social, le centre de gouvernance du PNUD à Oslo a décidé de relever le défi établi dans un atelier C4E en Ouganda: pour traduire la méthodologie générale en un outil testé pour une planification stratégique. Cinq pays ont été identifiés pour participer à ce processus basé sur l'engagement national à la communication globale pour l'approche de responsabilisation (Empowerment). Madagascar, un des cinq pays pilotes, a indiqué un grand intérêt en collaborant à développer davantage cet outil.

# LE PROCESSUS PILOTE

Dans chacun des pays pilotes les conclusions essentiels prévus qui émergent du processus pilote du C4E sont:

- Un rapport national sur le fonctionnement du processus de recherche pilote, et ses conclusions dans trois communautés/districts locaux. Les trois communautés sont identifiées par le personnel du bureau national du PNUD et par un consultant principal national.
- Un groupe de dépositaires est formé. Ce groupe continuera idéalement à travailler sur le suivi de la recherche et des phases de rapport et peut continuer à être le groupe de coordination national pour ce travail. Les participants dans le groupe de dépositaires comprennent les systèmes des NU, les média, le gouvernement, les partenaires bilatéraux et la société civile.
- Une série de projets de compensation émergeant du processus d'évaluation des besoins national, rapporté dans le rapport national est portée à terme par le groupe national de dépositaires.

L'objectif global de cette phase d'Initiative de la « Communication pour l'Empowerment » est d'avoir un bon outil perfectionné et efficace basé sur les leçons retenues sur les processus pilotes nationaux. Cet outil d'évaluation stratégique sera rendu disponible pour les gouvernements, les agences des NU, les organisations et institutions communautaires dans un but d'assurer que l'information et la communication ne sont plus laissées hors des processus de planification stratégiques. Ou du moins, nous espérons qu'un tel outil sera accessible à ces gens et aux catégories de population qui recherchent à améliorer les moyens d'inclusion et les efforts pour la responsabilisation.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> http://www.undp.org/oslocentre/docs06/Communicationforempowermentfinal.pdf

# LE PROCESSUS DE « COMMUNICATION POUR L'EMPOWERMENT » A MADAGASCAR

A Madagascar, le Consortium de CFSC et du PNUD a identifié et contracté Andrew Lees Trust (ALT) pour être le consultant national pour exécuter le processus d'évaluation des besoins dans les trois sites de recherche pilote identifiés par le PNUD Antananarivo et par ALT.

ALT a travaillé dans la partie Sud de Madagascar depuis 1995 et a commencé une initiative de communication par la radio rurale, Projet Radio, en 1998. Ce projet relie des partenaires et des stations radio à travers un réseau en vue de diffuser des informations et une éducation pour les groupes d'écoutes (LG) du village et pour les populations rurales à travers le Sud de Madagascar et Fianarantsoa. Visiter www.andrewleestrust.org

L'étude a été effectuée à Madagascar en novembre et décembre 2007. L'équipe d'expertise d'ALT composé de Pilaza Joreh Bernadin, Loubien Ndriaka et Yvonne Orengo a collectivement apporté plus de 40 années de communication médiatique et d'expérience en développement à Madagascar dans cette étude. Le groupe ALT remercie également Marc Feustel pour avoir développé les graphiques et les schémas pour ce rapport.

Pour mettre l'étude dans un contexte national plus général, le centre de gouvernance du PNUD à Oslo de Barry Driscoll a préparé la partie II: Le Contexte National.

ALT a produit la partie III: L'Evaluation des Besoins en Information et en Communication et la partie IV: Conclusions, Recommandations et perspectives futures.

Alors que le Consortium de Communication pour le Changement Social était responsable de la gestion de projet globale du processus, le bureau du PNUD à Antananarivo a coordonné toute l'action nationale, y compris la formation d'un groupe de dépositaires, qui, l'une après l'autre, a fait un suivi du processus de soumission de rapport et a fourni des commentaires sur les esquisses de rapport.

Des Remerciements de la part de tous ceux qui sont impliqués dans l'élaboration de ce rapport à tout ceux qui ont participé aux questionnaires et aux focus groupes qui ont rendu ce processus possible.

# A PROPOS DE LA NATURE PILOTE DE CETTE ÉTUDE ET DE CE RAPPORT

Avant de passer au rapport lui-même, il est encore à préciser que ceci est un exercice pilote à budget limité et à temps disponible limité: un total de dix jours pour la recherche pilote dans trois districts et un total de dix jours pour rédiger le rapport. Avec plus de temps et plus de ressources financiers, il aurait été possible de couvrir plus de site et d'approfondir les conclusions de la recherche. Cependant, nous avons respecté les limites initiales de cette recherche pilote : pour tester et développer davantage un outil de planification stratégique, retenir des leçons qui aideront à améliorer l'outil, et produire un rapport riche en action et en inspiration.

Ce rapport n'est que le commencement. Avec l'aide du rapport, le groupe de dépositaires malagasy projette déjà d'identifier des façons de traduire en action les points les plus importants parmi les nombreuses recommandations de l'étude. Ce sera intéressant de poursuivre le suivi de ce processus important, et de voir à quel point la responsabilisation (Empowerment) est manifestée aux niveaux individuel, familial et communautaire.

# II. Le Contexte National

# LE DEFI DE DEVELOPPEMENT DE MADAGASCAR

Le défi et le besoin d'améliorer l'information et la communication pour les gens vivant dans la pauvreté à Madagascar sont tous deux bien cadrés par seulement quelques indicateurs de développement humains principaux<sup>2</sup>

#### Revenue

- 85% des 20 millions d'habitants à Madagascar vivent avec moins de l'équivalent de 2 dollars par jour.
- o Environ 70% de la population travaillent dans le secteur agricole.

#### Santé

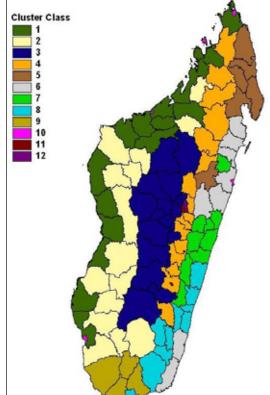
- o La moitié des enfants de moins de cinq ans souffrent d'une malnutrition.
- o 35% des ménages ont accès à l'eau potable: seulement 23% dans les zones rurales.
- o Approximativement 1 enfant sur 10 meurt avant l'âge de 5 ans.

#### Education

- Entre 20 à 25% de la population n'a reçu aucune éducation
- o Environ un tiers de la population est analphabète
- Seulement la moitié de la population finit l'étude primaire, chutant de 12% dans les zones rurales<sup>3</sup>

Madagascar figure au 143ème rang parmi 177 pays dans l'Index de Développement Humain des

Nations Unies.<sup>4</sup>



La répartition géographique du développement humain, particulièrement les difficultés rencontrées dans le Sud, est bien illustrée dans cette carte. Les fragments 2, 6, 8, 9 exposent fréquemment le plus grand défi en terme de :

- > sécurité alimentaire
- niveaux d'instruction
- inscription à l'école primaire:
- mortalité infantile, malnutrition infantile et mortinatalité

La prédominance des Média largement reliée à cette structure, dans laquelle le Sud est particulièrement isolé en terme de son développement et de ses moyens de communication.

Les énormes défis révélés par ces indicateurs de développement suggèrent le besoin impératif d'améliorer la circulation d'information dans le pays mais également la difficulté dans sa mise en œuvre.

Données tirées du: Madagascar Action Plan; Madagascar: Etudes de Santé et démographique 2003-04;

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Francken, Nathalie, Bart Minten, et Johan F.M. Swinnen, "Listen to the Radio!: Média and Corruption: Evidence from Madagascar," LICOS Discussion Paper No. 155/2005, Disponible sur SSRN: http://ssrn.com/abstract=881516. Les auteurs notent avec raison que ces figures peuvent être plus faible que la normale à cause de l'instabilité politique et économique environnant les élections présidentielles de 2001.

http://hdr.undp.org/en/reports/nationalreports/africa/madagascar/name,3365,en.html

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Programme Alimentaire Mondial. Madagascar: Analyse complète de vulnérabilité et de la sécurité alimentaire. Programme Alimentaire Mondial, 2006. Disponible sur: http://vam.wfp.org/.

# L'ENVIRONNEMENT LEGAL ET REGLEMENTAIRE POUR LA COMMUNICATION

## Les droits politiques et civils

La liberté d'expression et de la presse sont occasionnellement contrôlée, et l'autocensure des média semble répandue (détails fournis ci-dessous). Le gouvernement a généralement respecté le droit à l'association, même si la Constitution interdit "des associations ou parties politiques prêchant le totalitarisme ou la ségrégation de nature ethnique, tribale ou religieuse..." Des rapports provenant de tout le pays ont enregistré l'interdiction de manifestations de l'opposition, par exemple en saisissant les permis. Des rapports sur le Droit de l'Homme effectués par le Ministère des Affaires étrangères des Etats Unis décrivent de nombreux cas de protestations et manifestations violement dispersées par les forces de l'ordre pendant plusieurs années passées.

#### L'accès à l'Information

Alors que l'accès à l'information figure dans la Constitution, et que les citoyens peuvent théoriquement avoir accès à l'information publique par plusieurs différentes lois, il n'y a aucune Liberté de loi d'Information. Une esquisse d'accès à la loi d'Information a, à ce qu'on dit, été formulée avec l'aide des partenaires internationaux en 2005, mais elle n'a pas été développée, apparemment à cause d'une réticence institutionnelle à adopter cet élément fondamental d'une gouvernance démocratique.

Des requêtes pour des documents publiques endurent de longs retard, en partie dus au manque de système d'enregistrement efficace et en partie à cause de la traîne intentionnelle de la part des responsables, une plainte fréquente des journalistes<sup>9</sup> Alors que les responsables clament qu'il y a en réalité très peu de requêtes pour l'information officielle, les journalistes expliquent leur réticence à s'engager dans de telles requêtes étant donné qu'elles sont souvent prolongées et infructueuses.

## La Loi des Média

Alors que l'environnement pour les média est largement favorable, une loi des média fortement demandée est restée en suspens pendant plusieurs années, alors qu'une loi sévère contre la diffamation a un effet glaçant sur les média et contribue à la propagation de l'autocensure. 10

# Règlementation:

Des lois issues en 1992 ("Abolition de la Censure dans la Presse") en relation avec les média font appel à la mise en place d'un Conseil Supérieur qui sert d'instance de contrôle pour la diffusion médiatique et est composé de responsables non gouvernementaux. Cependant, une recherche menée par l'IREX<sup>11</sup> a révélé que la provision pertinente de la loi de 1992 n'a pas été complètement mise en oeuvre et le Conseil Supérieur n'est pas encore fonctionnel.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup>Ministère des Affaires étrangères des Etats Unis. Madagascar: Rapport national sur les pratiques des Droits de l'homme 2004; Madagascar: Rapport national sur les pratiques des Droits de l'Homme 2006. Disponible sur: <a href="www.state.gov">www.state.gov</a>. Ce résultat est supporté par des interviews menées dans tout Madagascar par une équipe de chercheurs en Novembre 2007.

<sup>7</sup> Article 14(1).

<sup>8</sup> Visiter www.state.gov.

Visiter WW..state.gov.

'Ministère des Affaires étrangères des Etats Unis. Madagascar: Rapport national sur les pratiques des Droits de l'homme 2006. Disponible sur www.state.gov.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Andrew Lees Trust. La contribution de la diffusion radiophonique dans la mise en oeuvre des Objectifs de développement du Millénaire dans la partie Sud de Madagascar. Andrew Lees Trust, 2007, p. 48.

#### Délivrance de licence:

Les licences de diffusion sont délivrées par la CSCA (Commission Spéciale de la Communication Audiovisuelle) en l'absence du Conseil Supérieur et les fréquences de diffusion de la radio et télévision sont délivrées par l'OMERT (Office Malagasy de l'Emission et Réglementation de la Télécommunication). On rapporte que le processus de délivrance de licence est transparent. La délivrance de licence des journalistes ne présente aucun problème.

Jusqu'en 2003, 60% des stations privées du pays se sont inscrites à la Commission Spéciale de la Communication Audiovisuelle (CSCA). En Juillet 2007, la CSCA a reçu environ 1.100 demandes de cartes de journalistes. Selon la loi à Madagascar, les cartes sont délivrées seulement aux journalistes professionnellement formés, avec des qualifications spécifiques, et fournissant des preuves de trois années consécutives de service en tant que journalistes.

Alors que les média apportent peu de problèmes sur la sécurisation des licences, les licences sont occasionnellement utilisées comme armes politiques. Par exemple, les gérants dans la maison d'édition NEWPRINT a affirmé à l'IREX que "des radios privées se sont fait confisquer leur licence par les autorités pour des raisons politiques." <sup>12</sup> Cela semble avoir été le cas de Sky FM.

#### La loi contre la diffamation:

Des lois sévères contre la diffamation sont souvent utilisées pour réprimer les critiques des média privés contre le gouvernement, alors que la crainte des actes diffamatoires a un grand effet glaçant. <sup>13</sup> Il y a eu plusieurs cas de menaces bien classés comme documents par les membres du Parlement, qui jouissent de l'immunité de discours, même si cette immunité n'engendre pas d'actes de violence. <sup>14</sup>

#### La diffusion:

Les média publics jouissent d'un monopole légal sur la couverture nationale, même s'il y a des contraventions apparentes de cette loi. Seules les stations de diffusion publiques TVM (télévision) et RNM (radio) peuvent diffuser sur ondes courtes et peuvent se servir de la transmission par satellite pour couvrir toute l'île. La loi limite les diffuseurs privés à l'utilisation des fréquences FM seulement et interdit toute station de radio privée de diffuser au-dessus de 500 watts, ce qui limite sévèrement les média non gouvernementaux à une diffusion d'environ 150km (voir Annexe 1 pour une liste de la capacité de diffusion de toutes les stations radio). Beaucoup de diffuseurs ont la capacité de diffusion au-dessus du double de cette portée mais ne sont pas autorisés à agir ainsi.

Aucun média privé ne peut diffuser sur ondes courtes parce que c'est illégal. <sup>15</sup> Seules la RNM et la Radio Nederland en sont autorisées à Madagascar. Il y a eu cependant des appels ouverts pour autoriser les média privés à diffuser sur ondes courtes et supprimer le monopole de l'Etat, ce qui pourrait mettre les stations radios privées en position de couvrir toute l'île.

L'accès aux actualités internationales n'est pas restreint. En effet, cet audit a révélé que la retransmission des programmes internationaux, telles que les actualités, par les stations malagasy était très courante et qu'elle n'opérait pas dans tous les cas sur une base clairement légale.

 $<sup>^{\</sup>rm 12}$  Visiter http://www.irex.org/programs/MSI\_Africa/madagascar.asp, Objectif 1.

<sup>13</sup> Institut de Presse Internationale. Revue de la Liberté de Presse Mondiale de 2006: Madagascar. www.freemedia.at/cms/ipi/

 <sup>&</sup>lt;sup>14</sup> IREX. Visiter http://www.irex.org/programs/MSI\_Africa/madagascar.asp, Objectif 1.
 <sup>15</sup> Selon les informations fourni par le Ministère de l'information et de la culture, Madagascar, le 21 Avril 2008.

# LES MÉDIA ET L'ETAT

# Les média et les politiques après le régime de Ratsiraka à Madagascar

Les affaires politiques ont reçu une bonne couverture médiatique sous toutes ses formes. En partie, cela peut être observé comme reflétant la nature politique des média eux-mêmes, et l'incidence de l'implication politique dans le secteur. Cela peut surtout être constaté avant les élections, lorsque les média privés sont devenus un moyen ouvert pour certain candidats/ propriétaires.

Jusqu'en 1991, la station radio publique RNM (Radio Nationale Malagasy) jouit d'un monopole de radiodiffusion à travers le pays. Les forces d'opposition pendant la grève générale de 1991 ont brisé ce monopole de la RNM en mettant en place la RFV (Radio Feon'ny Vahoaka/ la Voix du Peuple) avec un petit émetteur FM, qui est ainsi devenue un outil puissant pour l'opposition. La RTV (Radio Tsioka Vao) a été mise en place quelques mois plus tard comme un autre défi illégal au monopole de la RNM. En 1997, il y a eu dix stations radio FM privées à Antananarivo. Aujourd'hui, les radiodiffusions privées sont légales, mais ne peuvent diffuser que sur des fréquences FM et doivent être limitées en puissance. Comme la loi le stipule actuellement, et en dépit des infractions apparentes de cette loi ; seul l'Etat peut diffuser sur une base nationale.

Même avant l'exil de Ratsiraka il y a eu une tendance remarquable envers les débouchés médiatiques des propriétaires politiques. En 2001, beaucoup de candidats à la Présidence ont commencé à mettre en place des débouchés médiatiques bien avant la campagne, qui fut le témoignage à la fois de la saillance des débouchés médiatiques dans un environnement politique de plus en plus compétitif, et de l'immense richesse associée au bureau supérieur, puisque les titulaires étaient les mieux placés pour financer de fortes campagnes médiatiques.

Andriantsoa et al. ont étudié le contenu des média pendant les élections de 2001, et ont généralement trouvé une presse commerciale, une presse de développement et une presse religieuse qui étaient complètement neutres, comparées aux média appartenant à des politiciens, peut-être comme l'on s'y attendait. Des chercheurs ont trouvé que les marges de Marc Ravalomanana ont été de 15% plus élevées dans les zones à fortes pénétrations médiatiques que dans les zones rurales les plus éloignées dans lesquelles seuls les diffuseurs publics peuvent accéder. Pendant la période précédant la crise des élections, Ratsiraka a tenté de renforcer le contrôle sur les média. Par exemple, toutes les stations télévisées à Majunga n'ont pas été autorisées à diffuser l'investiture du Président Ravalomanana, les journalistes rapportant la manifestation massive à Antananarivo ont été intimidés, et concernant la réimplantation à Tamatave, Ratsiraka a importé des équipements de communication provenant de l'Algérie pour commencer une nouvelle station radio nationale. Lorsque l'armée contrôlée par Ravalomanana est finalement arrivée, elle a démonté les média contrôlés par les partisans de Ratsiraka.

Comme les média sont devenus plus saillants dans la vie politique, l'accès au pouvoir est devenu plus coûteux, des barrières sont soulevées, et le contrôle public est limité à l'Etat et aux acteurs fortunés qui ne font pas partie de l'Etat.

# L'autocensure

Des reporters sans frontières ont noté que les politiciens se servent de la presse comme arme politique et les journalistes travaillent dans la crainte de coercition et de perdre leur gagne pain, un résultat confirmé par des interviews menées pour l'évaluation de ces besoins. Les lois punissant les diffamations et insultes à plus de six mois d'emprisonnement n'ont pas été réformées, en dépit des promesses faites par le gouvernement. L'autocensure domine aux niveaux local et national, à la fois dans les média privés et publics. Cela prive la

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Andriantsoa, Pascal, et al., "Média Proliferation and Democratic Transition in Africa: The Case of Madagascar," World Development, Vol. 33, No. 11, 2005, pp. 1939-1957.

population malagasy d'un outil essentiel pour le développement personnel et pour développer Madagascar davantage.

Cas d'intimidation, la censure et l'autocensure comprennent :

- En Juin 2004, la Radio Say à Toliara a été fermée pour "manque de respect envers le Président de l' Assemblée Nationale" et "incitation à une haine tribale," et n'a pas été autorisée à reprendre l'antenne l'année suivante. L'Institut de Presse Internationale a rapporté qu'il n'y avait aucune preuve pour justifier la fermeture de la station appartenant à un ancien ministre du régime de Ratsiraka.
- En Décembre 2004, les forces de l'ordre ont saisi les équipements de diffusion de la Radio Feon'l Toamasina, Radio Sky FM, et Radio ny Antsika. Les stations ont été par la suite fermées pour "insulte au Président Ravalomanana." Ces stations ont été autorisées à reprendre l'antenne en 2008. En Novembre 2006, des journalistes de la Radio Don Bosco et de la TV Plus se sont plaints que des responsables du gouvernement les ont prévenu d'arrêter de faire des reportages sur des tentatives de critiques contre l'Etat, sinon elles risquent la fermeture de la station.
- En Avril 2007, Sylvain Urfer, résident de longue date à Madagascar et prêtre à vocation jésuite, fut expulsé du pays. Malgré les termes considérant la liberté de religion et d'expression, les média malagasys n'ont pas couvert l'histoire.

Cette évaluation des besoins ne couvre pas beaucoup d'exemples similaires. Lorsque les chercheurs ont demandé aux journalistes un exemple de faits qu'ils ne rapporteront pas, les journalistes ont donné comme exemple la mention des intérêts des activités des politiciens cadres, même si une telle possession peut être politiquement connue (au moins en terme légal). Cet environnement de crainte et de répression de communication n'est pas favorable au développement de Madagascar, et est contradictoire aux principes de la bonne gouvernance décrite dans le Madagascar Action Plan (voir engagement 1, Défi 3, Priorité 5 sur la déclaration du patrimoine).

Dans cet environnement d'autocensure envahissante, des associations de journalistes existent mais il n'est pas clair jusqu'où elles peuvent efficacement protéger leurs membres. Il y a environ 12 associations de journalistes, mais peu semblent être actives (Voir Annexe 2 pour une liste des associations de journalistes). Parmi les associations de journalistes plus actives figurent la Concorde, avec environ 200 adhérents, et le GEPIM, qui défend les intérêts de ses membres et forme des journalistes et des techniciens.<sup>20</sup>

# Les normes contradictoires du journalisme

De faibles normes de professionnalisme ont été constatées dans les média privés et publics, ce qui un défi de développement commun à beaucoup de pays dans le Sud de l'Afrique. Une couverture irresponsable des événements est une source fréquente de frustration pour les sujets d'attention des média. Une tendance vers le sensationnisme, la citation trompeuse et vers les vérifications médiocres des faits caractérise les débouchés médiatiques. Ou pire, on dit que la pratique de corruption est répandue dans le pays et opère sur tous les niveaux, incluant non seulement l'acceptation des corruptions mais la véritable poursuite de la pratique, ce qui amène à des situations de chantage. Le faible revenu des journalistes contribue à ce problème, tellement qu'un ancien journaliste a affirmé aux chercheurs que sa firme se dressant contre la pratique de corruption a été condamnée par ses collègues qui ont senti qu'il pourrait "bouleverser le marché par des pratiques de corruption." Les journalistes malagasy sont parmi les plus mal rémunérés dans le monde, ce qui ne pourrait pas excuser ce comportement, mais parcourt certainement un long trajet pour l'expliquer.<sup>21</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> 17Ministère des Affaires étrangères des Etats Unis. Madagascar: Rapport national sur les pratiques des Droits de l'homme 2004. Disponible sur www.state.gov.

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Selon les informations fournies par le Ministère de l'Information et de la culture, Madagascar, le 21 Avril 2008.

Selon les informations fournies par le Ministère de l'Information et de la culture, Madagascar, le 21 Avril 2008.
L'expulsion n'a pas été reliée à son travail en tant que journaliste ou éditeur. Par conséquent, le Ministère n'a pas été impliqué dans cette expulsion et ne peut pas expliquer les raisons.

Selon l'IREX.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup>Les informations dans ce paragraphe viennent de l'IREX.

# La possession de média

Le défi de faire des affaires à Madagascar affecte les média privés comme la plupart des industries. Seul le coût élevé du transport entraîne un faible approvisionnement en journaux hors d'Antananarivo, même si les réclamations peuvent justifier l'augmentation de l'approvisionnement. La rentabilité des média privés dépend des publicités, et beaucoup de journaux augmentent leurs revenus en servant de maison d'édition pendant la journée. Malgré ces problèmes de rentabilité, beaucoup de débouchés médiatiques à Madagascar appartiennent à des groupes d'investisseurs dont le plus grand intérêt dépend des activités hors du secteur médiatique. La possession de média pour ces groupes est un investissement, une "chute de prix" pour assurer une couverture favorable. En effet, les interviews démontrent que les plus grands acteurs dans les média malagasys perdent régulièrement de l'argent mais maintiennent encore de grands enjeux dans ce secteur. Les média privés sont également contraints par le monopole dont les média publics jouissent sur la diffusion au niveau national, et ainsi leur habileté à gagner plus avec les publicités. Cet avantage peu équitable est exacerbé par le pouvoir d'un média influent à contourner la loi et à diffuser à l'échelle nationale.

La rentabilité de la radio est aussi extrêmement défiante, surtout hors de la capitale. Comme on peut le voir dans l'Annexe 1, un grand nombre de stations radios privées ont la capacité de diffuser à plus de 500 watts mais leur diffusion véritable est bien plus faible, ainsi que leur capacité de revenu. Les raisons motivant cette situation sont:

- Des limites légales sur la diffusion des radios privées, dont la limite de diffusion est de 500 watts et réduisant ainsi les motivations de croissance des média privés.
- Double taxation: les radios privées doivent la payer à l'OMERT, pour l'utilisation d'une fréquence (selon la puissance des émetteurs, avec une plus grande puissance de diffusion à coûts plus élevés) ainsi qu'à l'OMDA (Office Malagasy des Droits d'Auteur) pour les droits d'auteur et les taxes.
- Coût élevé de l'équipement radio.
- Dans les zones rurales, le faible pouvoir d'achat des auditeurs implique que le revenu sur les publicités est similairement faible.

Ces facteurs peuvent expliquer la difficulté d'augmenter et de développer la diffusion par des petites radios privées.

# INVENTAIRE DES MÉDIA: AUDITEURS, LECTEURS, TELESPECTATEURS

Malgré le fait que les média et l'information aient été étroitement contrôlés pendant des décennies à Madagascar, depuis les années 90 il y a eu une multiplication des journaux, télévisions et radios privées. Cependant, le faible taux de couverture médiatique est dû au taux élevé d'analphabétisme, à une complexité topographique, et à un niveau élevé de pauvreté. Ce qui nous intéresse le plus ici c'est la radio, comme elle fournit les moyens les plus puissants pour communiquer avec la population dans une zone rurale très éloignée et extrêmement pauvre de Madagascar. La section suivante présente un inventaire de la qualité, de la pénétration et, là où cela est possible, de la part de marché de différents média.

# La pénétration Médiatique

Environ 90% des communes (villes et municipalités) reçoivent au moins la radio nationale et plus de la moitié reçoivent la télévision nationale. Seulement 7% reçoivent la presse écrite (journaux et autres publications). Le faible taux de possession de postes radiophoniques, le très faible taux de possession de postes téléviseurs, et le taux élevé d'analphabétisme associé au coût élevé du transport de la presse écrite démontrent que le

nombre de gens recevant réellement la radio, la télévision, et la presse écrite est bien en dessous du taux de possession.

Le tableau suivant présente l'effectif des 1557 villes et municipalités de Madagascar ayant accès à la radio et à la télévision.

Dénian	Radio		Télévision		E14.1.147	Radio à énergie	
Région	Privée	Publique	Privée	Publique	Electricité	renouvelable	Cinémobile
ALAOTRA-MANGORO	21	83	5	58	8	20	31
AMORON'I MANIA	28	52	0	38	4	0	18
ANALAMANGA	84	134	108	127	77	3	46
ANALANJIROFO	14	49	0	35	6	13	16
ANDROY	6	51	0	17	4	1	12
ANOSY	20	64	0	24	3	1	7
ATSIMO-ANDREFANA	39	80	9	45	9	1	9
ATSIMO-ATSINANANA	17	90	0	17	5	6	6
ATSINANANA	6	74	21	53	7	1	19
BETSIBOKA	23	35	0	19	3	0	15
BOENY	36	36	10	23	5	1	27
BONGOLAVA	18	12	5	18	3	18	1
DIANA	31	55	22	37	5	0	5
HAUTE-MATSIATRA	47	82	14	43	5	0	39
IHOROMBE	9	24	0	10	4	0	14
ITASY	23	50	48	35	6	0	4
MELAKY	8	26	20	28	5	0	0
MENABE	19	51	5	8	5	27	33
SAVA	33	80	9	40	7	20	4
SOFIA	42	63	0	50	8	0	9
VAKINANKARATRA	68	65	42	72	6	1	67
VATOVAVY-FITOVINANY	25	138	1	60	7	17	10
Effectif des communes couvertes par les média	617	1394	319	857	192	130	392
% de toutes les 1557 communes	39,63%	89,53%	20,49%	55,04%	12,33%	8,35%	25,18%

En interprétant les données ci-dessus, certains points sont clairement soulevés et d'autres nécessitent d'être soulignés:

- Il est clair que la radio, la radio publique en particulier, possède une plus grande couverture que toutes les autres.
- Ces données ne reflètent pas les faits concernant les média privés qui peuvent utiliser des moyens extralégaux pour dépasser leur limite légale.
- Cela n'insinue pas que si 90% des municipalités reçoivent la radio, 90% d'entre eux reçoivent effectivement les émissions radios. Cela dépend du taux de possession de postes radios, etc. pour lequel les données en sont présentées séparément.
- Il y a peut être 59 municipalités représentant environ 10.000 personne qui ne reçoivent aucune émission, c'est à dire qu'ils ne peuvent recevoir aucun média même si les résidents possèdent des postes radios.

#### La radio

Pour la majorité des personnes interrogées dans cette évaluation, la radio reste la source principale d'information (71%). L'étude pilote a été menée dans trois districts et les conclusions ont de plus en plus souligné l'importance de la radio: 91% des interviewés croient que les média pourraient effectivement jouer un rôle important dans l'amélioration de la qualité du mode de vie et pas moins de 65% ont mentionné la radio locale comme étant le moyen le plus probable pour faciliter ce changement.

On estime que 90% de toutes les villes ou municipalités reçoivent au moins la radiodiffusion nationale, alors qu'un peu plus de 50% des ménages dans la zone rurale et environ 80% des ménages dans la zone urbaine possèdent une poste radio. L'étude démontre toutefois qu'avoir un poste radio ne signifie pas automatiquement avoir a accès à la réception de toutes les émissions diffusées. Ainsi, comme seulement 49% des interviewés ont affirmé qu'ils peuvent se permettre d'acheter des piles ou avoir accès à l'électricité "à tout moment" et 35% affirment ne pouvoir le faire que « quelques fois seulement ».

Croissance de la possession de poste radio par ménage au fil du temps <sup>22</sup>			
Zone	1997	2004	% difference
Antananarivo	86%	95%	+9%
Toutes les zones urbaines	58%	80%	+22%
Zones rurales	32%	53%	+21%
Total	38%	59%	+21%

Il y a approximativement 200 stations radios à Madagascar, mais seules la RNM, la MBS et la Radio Don Bosco peuvent couvrir la majeure partie de l'île. Les stations radios privées sont légalement limitées à diffuser en dessous, en effet, d'un maximum de 150 kilomètres. Pour une liste détaillée de toutes les 198 stations radios ainsi que des détails sur leur puissance de transmission, voir Annexe 1.

La RNM (la radio nationale) n'est pas encore accessible dans toute la partie Sud. Madagascar jouit d'une grande diversité linguistique, avec 18 groupes ethniques différents à dialectes distincts, qui peuvent parfois compliquer la communication, surtout pour les populations éloignées et rurales. De plus, beaucoup de gens dans le Sud n'aiment pas écouter la langue officielle utilisée dans les émissions de la RNM, sauf lorsqu'il s'agit d'alertes de cyclone et d'actualités nationales.

# La presse écrite (publication des nouvelles)

Madagascar possède une petite mais vibrante presse écrite, avec beaucoup de journaux privés et environ cinq million de lecteurs par mois. Le faible taux d'alphabétisation et le coût élevé de production et de transport sont les plus grands obstacles au développement. Parmi les 1557 communes, on estime que 111 reçoivent réellement les média écrits. Dans ces zones, les journaux sont typiquement coûteux et les recherches suggèrent que les réclamations peuvent parfois être plus élevées que l'approvisionnement en dépit du faible taux d'alphabétisation.

Un inventaire de la presse écrite révèle:		
Quotidiens 16		
Hebdomadaires	5	
Bihebdomadaires	3	
Mensuels 6		

Les estimations pour la part de marché des principales presse écrite par mois sont comme sui<sup>123</sup>:

Ceci est basé sur des interviews et ne sont pas données officiels.

21

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Date tirée de l'étude de santé et damographique de Madagascar 1997, Chaptre 2, p. 21. Disponible sur http://www.measuredhs.com/pubs/pdf/FR93/02Chapitre2%2Epdf

Titre	Orientation	Est. des copies vendues par mois	Est. de la part de marché
Gazetiko	Commerciale/ presse à sensation	2,000,000	30%
Midi Madagascar		1,500,000	22%
Lakroa	Catholique	700,000	10%
L'Express de Madagascar	Politiquement non alignée	700,000	10%
La Gazette de la Grande Ile	Critique du gouvernement	800,000	12%
Ny Vaovaon-tsika	Appartenant au Président	500,000	7%
Le Quotidien	Appartenant au Président	600,000	9%

Les problèmes de rentabilité signifient que même là où les marchés pour la presse écrite (journaux) existent, l'approvisionnement est souvent faible. Et même qu'une destination de deux heures de route hors d'Antananarivo peut être trop loin pour les éditeurs qui préfèrent faire une sous distribution pour minimiser la probabilité de faible vente. Un échec sur le marché semble exister, cependant, comme des consultants travaillant sur ce rapport ont été informés que même dans les villes proches de la capitale, les journaux se vendent rapidement. Alors que des vendeurs locaux voudront s'approvisionner en versant de petites sommes, il est clair que l'approvisionnement peut être avantageusement accru dans certains cas. Néanmoins, l'image générale est que les coûts de transport (y compris le transport aérien) sont bien trop élevés; et le marché de consommation modeste pour que la presse écrite continue d'être immergé.

# La télévision

Il y a eu une forte croissance dans la possession de poste téléviseur par ménage au cours de la décennie précédente, mais la majorité rurale ne jouit pas encore de cet effet. Le coût élevé de postes téléviseurs et les faibles signaux sont les obstacles principaux à un plus grand accès. La capitale est la zone à forte pénétration télévisée et à forte activité médiatique. Des données depuis 2004 démontrent que presque 80% des ménages à Antananarivo possèdent un poste téléviseur, avec environ 50% en 1997. Hors de la capitale, les taux de possession sont bien plus faibles comme on peut le voir dans le tableau suivant.

Croissance de la possession de poste téléviseur par ménage au fil du temps			
Zone	1997	2004	% différence
Antananarivo	49.3%	77.9%	+28.6%
Toutes les zones urbaines	21.6%	43.9%	+22.3%
Zones rurales	1.3%	9.7%	+8.4%
Total	6.3%	17.5%	+11.2%

La loi stipule que seul l'Etat peut diffuser sur une échelle nationale. Le diffuseur de la télévision publique, la TVM, utilise un satellite pour couvrir tout le pays et compte sur les récepteurs locaux pour recevoir et établir des signaux reçus par satellite. Toutefois, comme beaucoup d'entre eux ne fonctionnent pas (dû au manque d'électricité, par exemple) en réalité, seulement 662 communes sur les 1557 peuvent recevoir les émissions télévisées. Les zones à niveaux de réception les plus faibles sont typiquement dans le Sud, le Sudest et le Sud-Ouest.

Quoique ne représentant pas tout le pays, les études menées dans les villages pour cet audit ont révélé que 71% reçoivent leurs informations centrales par la radio, 11% comptent essentiellement sur la TV comme

<sup>24</sup> Date tirée de l'étude de santé et démographique de Madagascar 1997, Chapitre 2, p. 21. Disponible sur http://www.measuredhs.com/pubs/pdf/FR93/02Chapitre2%2Epdf source d'informations suivi de 10% comptant sur le marché local pour l'information et seulement 8% comptent sur la presse écrite.

Les média privé ne doivent pas se servir du satellite utilisé par le diffuseur de l'Etat et à la place ils doivent diffuser de région en région. La MBS et la RTA ont, toutefois, une autorisation technique expérimentale pour se servir d'une transmission par satellite. Cela semble être des infractions de la loi d'interdiction de diffusion à l'échelle nationale pour les média privés. Les média privés sont ouverts dans leur désir de faire renverser le monopole de l'Etat.

# La crédibilité des média

Lors d'une étude nationale effectuée en 2006, l'institution des média a été constamment considérée comme l'institution publique fondée pour avoir la plus grande intégrité, obtenant une note moyenne de 3,8, alors que l'Assemblée Nationale a reçu une note moyenne de 2,2.25 Ce puissant vote de confiance attribué aux média a généralement été conséquent à travers le pays, à l'exception du Menabe, où les média occupent la seconde place juste après la police, et de l'Androy, où les média ont obtenu une bonne note après le secteur privée, le système juridique, les organisations professionnelles et la police.

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> République de Madagascar. Enquête Périodique Auprès des Ménages 2005 Rapport Principal. Avril 2006, p. 202.

# III. Evaluation des besoins en Communication et en Informations

Basées sur l'introduction générale de la situation des média et de la communication à Madagascar présentée ci-dessus, les deux sections suivantes du rapport présenteront la recherche pilote menée ainsi que son analyse, l'identification des conclusions principales, l'extraction des recommandations et enfin les suggestions.

# **METHODOLOGIE**

Une recherche par sondage a été menée sur trois sites dans la partie Nord du centre de Madagascar qui sont relativement proches de la capitale (Antananarivo). Cette grande proximité avec la capitale fait d'eux de bons candidats pour des raisons pécuniaire et de disponibilité de temps.

## Choix de la location de la recherche:

Trois communes ont été choisies parmi les Districts d'Antsirabe, Moramanga et Tsiroanomandidy d'après les critères suivants:

- dans chaque commune deux villages peuvent être choisis, un avec un bon accès aux média et un autre à faible accès aux média;
- des gens pauvres et vulnérables y étaient présents.

Il est à rappeler que cette étude est un petit projet pilote à financement limité et, par conséquent, le temps disponible est limité. Pour ces raisons on a dû choisir des sites de recherche pilotes non loin d'Antananarivo (Tana) – tout en considérant toujours les critères généraux de sélection de sites mentionnés.

Considérant la disponibilité de temps et des logistiques mentionnées ci-dessus, on a effectué une recherche sur une seule commune parmi les deux districts:

Site 1: Antsirabe

District	Commune	Village	Nombre de participants
Antsirabe	Manandona	Ambano	2
		Ambohimirary	17
		Ampasika	2
		Androakavato	3
		Anjanaka Haut	4
		Antsiresy	1
		Maharivo	1
Nombre total d'interv	iews :		30

Site 2: Moramanga<sup>26</sup>

District	Commune	Village	Nombre de participants	
Moramanga	Beforona	Marozevo	7	
		Marozevo Kely	7	
Nombre total d'interviews : 14				

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Un nom de village a été manquant (Forme No: 5) probablement un villageois venant de la commune de Beforona

District	Commune	Village	Nombre de participants
Moramanga	Ambohibary	Ampitambe	15
Nombre total d'interviews :			15

Site 3: Tsiroanomandidy<sup>27</sup>

District	Commune	Village	Nombre de participants
Tsiroanomandidy	Ankadinondry	Antsahatanteraka	5
		Antsahatselatra	1
		Antsahavelatra	9
		Mahatsinjo	14
Nombre total d'inter	views :		29

# Recherche qualitative

Des discussions « focus groupe » ont été tenues par des leaders locaux et des représentants des média locaux. Les sujets à discuter ont été fournis par le PNUD et ont été animés par les consultants locaux.

Chaque "focus groupe" a duré environ 2 à 3 heures, et des sujets de discussion et réactions (feedback) ont été notés. Chaque « focus groupe » est composé de neuf personnes en moyenne et inclut la représentation des autorités locales, enseignants, pasteurs, associations de femmes et des leaders traditionnels :

Antsirabe	7 femmes et 5 hommes
Beforona (Moramanga)	4 femmes et 4 hommes
Sakay (Tsiroanomandidy)	2 femmes et 7 hommes

Un total de 13 femmes et 16 hommes= 29

Les répliques ont été classées comme documents et présentées dans la section de présentation du profil de chaque site ci-dessous.

# Recherche quantitative

Des interviews semi directives individuelles ont été menées en suivant un questionnaire fourni par la gestion du projet. Nous avons accosté les gens en parlant tout d'abord avec le représentant de la communauté. Cette personne a alors transmis le message de l'étude à la communauté, et la mission a été entamée le jour suivant.

Trois assistants de recherche ont été recrutés pour chaque commune – hommes et femmes – choisis en se basant sur leurs expériences antérieures en recherche et sur le fait qu'ils viennent des différentes zones en question. Leur mission se déroule dans l'ambiance avec les populations locales.

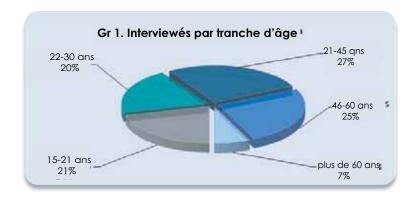
- Il a été convenu que chaque site prendrait trois jours pour entreprendre la recherche.
  - jour 1 : arrivée auprès d'un consultant national et des chercheurs principaux dans le village, rencontre avec les autorités locales, rencontre avec les assistants de recherche précédemment identifiés et formation des assistants sur le questionnaire d'interview individuelle, organisation des réunions dans différents villages
  - jour 2 : recherche dans un village
  - jour 3 : recherche dans un second village

A un certain point, pendant les trois jours, lorsque les assistants de recherche se sont bien débrouillés dans leur travail, le consultant national a mené les discussions « focus groupe » avec les leaders locaux et des discussions avec des journalistes locaux dans la capitale du district.

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Aucun nom de village n'a été donné pour un village à Firaisantsoa, commune Ankadinondry (Forme No 4).

# Sondage par groupe

Les participants sont choisis parmi la population pauvre et vulnérable, et sont sélectionnés par genre et par cinq tranches d'âge.



L'équipe a convenu qu'il serait préférable d'interviewer plus de femmes que d'hommes. Cependant, la plupart des interviews se passent l'après midi, après la visite des sites, moment où beaucoup de femmes sont retenues par leurs tâches ménagères: puiser de l'eau et/ou préparer le dîner. Par conséquent il est difficile de trouver des femmes pouvant recevoir les chercheurs. Ainsi, seulement neuf femmes sont interviewées dans la Commune d'Ankadinondry, district de Tsiroanomandidy.

Site 1: (Antsirabe) Manandona 19 femmes / 11hommes

Site 2 : (Moramanga)Beforona et Ambohibary 11 femmes / 19 hommes Site 3 : (Tsiroanomandidy) Ankadinondry Sakay 9 femmes / 21hommes

Au total, le sondage par groupe a fini par pencher en faveur des hommes, avec 39 femmes comparées à 51 hommes.



Les groupes vulnérables ont été soumis au sondage; très peu ont des téléphones mobiles. Cependant, certains membres de la communauté relativement riches sont également représentés par des gens possédant un poste téléviseur. Quant à la possession de postes radios, ceux-ci sont maintenant disponibles à 3.000 – 10.000 Ariary, donc plus accessibles pour les pauvres.

Les groupes vulnérables ont été soumis au sondage; très peu ont des téléphones mobiles. Cependant, certains membres de la communauté relativement riches sont également représentés par des gens possédant un poste téléviseur. Quant à la possession de postes radios, ceux-ci sont maintenant disponibles à 3.000 – 10.000 Ariary, donc plus accessibles pour les pauvres.

# **Enregistrement de Données**

En sachant qu'il y a très peu de différence sur les conclusions exactes entre les deux communes à Moramanga (l'une ayant accès aux média et l'autre n'en ayant pas accès), les données sont enregistrées collectivement. Il est possible que les données soient similaires parce que, même là où il n'y a pas de média local, notamment à Beforona, les signaux radios nationaux et autres régionaux sont accessibles. Dans les deux autres sites, une seule commune est visitée pour chaque étude par sondage.

Le temps limité pour l'étude signifie également le temps limité pour la formation des techniciens à élaborer les questionnaires, ex: les tester et les former pratiquement sur terrain. Il y a toutefois des exemples de questions sur lesquels les techniciens semblent ne pas savoir ce qu'ils doivent demander ou ne sont pas capables d'expliquer clairement les questions à poser aux interviewés.

Afin de les améliorer en vue de les utiliser plus efficacement – une adaptation et un test avant le terrain sur les questionnaires peut prendre beaucoup de temps à cause de la complexité des dialectes locaux et de la diversité des conditions locales à Madagascar, surtout dans les zones rurales. Cela fait fera également appel à un temps supplémentaire pour chacun des interviews. Il est important de les considérer dans les prochaines missions.

# PROFILS DU SITE 28

## Site 1: ANTSIRABE

Situé à 170 kilomètres au Sud d'Antananarivo, Antsirabe est la capitale de la région du Vakinankaratra ; elle est la seconde ville la plus grande de Madagascar en faisant référence à la taille de la population et est considérée comme une ville industrielle. Plusieurs grandes usines et unités de production y sont installées.

L'économie de la région elle-même est dominée par l'agriculture, principalement la production laitière et la culture d'arbres fruitiers et de légumes auxquelles les agriculteurs locaux se consacrent toute l'année. Grâce à ces activités, le développement de la population rurale locale est relativement élevé par rapport à la moyenne nationale.

La population locale dans la zone rurale d'Antsirabe est largement formée d'agriculteurs avec seulement 5% environ des salariés ou de gens à professions libérales. Dans la zone urbaine d'Antsirabe la majorité de la population à professions libérales ont leurs ressources pécuniaires régulières. La ville est relativement riche avec une économie épanouie dans la production de fruits, de produits laitiers ainsi que le tourisme incluant la fameuse station d'eau thermale locale.

Antsirabe est également une ville intellectuelle; à part les écoles dans la région ainsi que d'autres centres de formation professionnelle, il y a l'université catholique. Grâce à sa proximité avec Antananarivo, Antsirabe reçoit tous les journaux publiés dans la capitale.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Madagascar est divisé en Régions, Districts, Communes, et Fokontany, ce dernier étant l'unité administrative primaire au sein de la communauté. Le Chef du Fokontany est nommé par le Chef du District suivant les nominations venant du Maire local qui propose cinq personnes, tous élus par le Fokontany.

Manandona est une commune dans la partie rurale d'Antsirabe II de la région du Vakinankaratra, dans la province de Tana. Elle est entourée de montagnes allant du Nord-Est vers l'Est. Il n'y a pas d'électricité ni aucune source principale d'eau. Il n'y a qu'un seul Centre de Santé de Base CSB II géré par un médecin et une infirmière. On y trouve des écoles primaires publiques et une école primaire privée gérée par la mission catholique.

Les réseaux téléphoniques de CELTEL et d'Orange sont disponibles – CELTEL, en particulier, a une bonne couverture étant donné que son antenne est placée sur une montagne.

La population d'Antsirabe adopte la langue officielle, le Merina (Hauts Plateaux) et, par conséquent, a peu de difficulté à comprendre la communication provenant de la capitale dont les retransmissions radio et TV d'Antananarivo (ou "Tana"). La plupart des types de média sont disponibles dans la ville incluant la télévision (TVM), les stations diffusant à l'échelle nationale (RNM, MBS, Radio Don Bosco), les stations radio locales. Les journaux provenant de Tana arrivent quotidiennement et il y a une prolifération de l'Internet. Cependant, pour les communes rurales, seule la radio est accessible pour la population. (Plus de données sur les trois sites peuvent être consultées dans l'Annexe 4.)

## SITE 2: MORAMANGA

Moramanga se situe à quelques centaines de kilomètres à l'Est d'Antananarivo dans la région d'Alaotra-Mangoro. Comme tout autre ville de Madagascar, Moramanga est entouré d'une ceinture de petites banlieues. La riziculture y est la principale activité économique. Avec ses usines de transformation de bois tel le Fanalamanga, l'exploitation forestière dans les différentes plantations de conifères et d'eucalyptus fait le renom du district. Des gisements miniers y sont également localisés.

Cependant, la partie Est du district est soumise à une exploitation massive des forêts primaires avec la pratique traditionnelle du tavy (culture sur brûlis) et la production de bois pour la combustion à usage ménager. Le gingembre, la banane, le riz et le manioc constituent les principales ressources de la population.

Une station radio locale de basse puissance est opérationnelle dans la principale ville du district. La population peut, cependant, écouter les émissions radiophoniques diffusées de la Capitale malgré la situation montagneuse de la région qui constitue un handicap majeur dans la réception des signaux radios. Les mêmes problèmes se rencontrent aussi pour la réception des émissions télévisées. Tandis que pour la presse écrite en provenance d'Antananarivo, seule, une poignée de ménages peut en avoir accès.

A Beforona, la population est principalement composée d'agriculteurs avec un faible pourcentage de gens exerçant un métier professionnel (environ 15%), bien que la grande majorité comprenne la langue officielle. Même si la population utilise le dialecte local Betsimisaraka, la majorité des gens comprend la langue officielle.

Dans cette région, l'accès à l'information se fait par la radio, la place du marché ou lors des réunions locales. L'église joue également un rôle dans la diffusion d'informations. Il n'y aucune station radio fonctionnelle à Beforona. Une petite station radio indépendante (Akon'Ambanivolo) fondée par un programme environnemental financé par l'USAID n'a pas tardé à cesser de fonctionner à cause d'un manque de personnel.

La RNM, radio nationale, ainsi que la Radio Don Bosco, la MBS et une autre station adventiste émettant d'Antananarivo sont captées par la population malgré une mauvaise qualité de la réception à cause de sa situation géographique. Etant située dans une cuvette, Beforona, connaît une difficulté dans la réception d'un signal FM. Les émissions radios sont surtout composées d'émissions musicales et de divertissement (75 % environ) et celles sur l'éducation, les informations diffusées par la RNM couvrent une partie de la programmation (25%). Les informations nationales sont les plus diffusées – il y a des émissions évangéliques.

## **SITE 3: TSIROANOMANDIDY**

Le district de Tsiroanomandidy est situé dans la partie Centre Ouest de Madagascar. Les principales activités économiques sont l'élevage de bétail ainsi que la culture du riz et du manioc dont les produits sont acheminés vers Antananarivo pour son approvisionnement.

Située dans l'extrême partie Est du district, Sakay (150km à l'Ouest de Tana) est l'entrée incontournable de ce vaste district et de la région de Bongolava ayant pour capitale Tsiroanomandidy. La formation géographique du district est constituée par un vaste plateau permettant à la population de capter des radios FM (diffusant généralement de la capitale). Toutefois, plusieurs communes dans le district ont monté leurs propres stations radios, la station à Sakay cherche par exemple à améliorer la communication dans la région encore assombrie par l'insécurité engendrée par des vols réguliers de zébus.

L'accès aux journaux n'étant pas encore démocratisé, leur répartition et leur disponibilité sont encore très limitées. Les postes téléviseurs sont toujours considérés comme des articles de luxe appartenant à une minorité de ménages dans la ville principale et dans quelques communes rurales où l'Etat en a distribué gratuitement.

La majorité de la population vit de l'agriculture, avec seulement 10% de fonctionnaires et de salariés exerçant des professions libérales. La langue la plus utilisée est la langue officielle malagasy.

Il y a un certain nombre de média opérationnels notamment les radios et les télévisions nationales telles que la TVM, la MBS, la RNM, la Radio Don Bosco ainsi que des stations radios FM régionales; une livraison hebdomadaire de journaux et un bulletin d'informations bimensuel se fait pour les enseignants et les professeurs dans les écoles publiques.

La qualité du signal de la TVM ainsi que celle de certaines stations radios présentant des problèmes, la MBS reste la plus populaire. De fréquentes coupures d'électricité perturbent les émissions. Cependant, les principales sources d'informations sont la radio, la place du marché, les réunions avec les autorités locales et les églises.

# **ANALYSE ET DISCUSSION**

La recherche est effectuée dans trois régions non loin de la capitale, Antananarivo. Les sites sont essentiellement choisis pour les contraintes de temps et la stabilité des déplacements; en plus, ils remplissent les conditions des régions pilotes pour les informations voulues, pour tester la méthodologie utilisée, pour fournir des aperçus et des conclusions sur la façon d'aborder les manques en information et en communication à Madagascar, particulièrement pour les personnes très pauvres et marginalisées.

La majorité de la population représentée dans cette étude sont des non-salariés, vivant essentiellement d'agriculture et d'élevage de bétail. On estime que la moitié de ces gens ont reçu une éducation primaire et comprennent la langue officielle malagasy enseignée dans le programme scolaire de l'Etat.



A cause du profil de la répartition des groupes et sachant la représentation rationnelle des hommes et des femmes, certaines des conclusions peuvent être interprétées comme typiques, particulièrement aux populations rurales. Cependant, les extraits des données représentent un aperçu d'une petite partie de la population bénéficiant de leur proximité avec la capitale et dont le dialecte est similaire à la langue officielle (le Merina). Ainsi, ces données ne représentent pas nécessairement toutes les régions de Madagascar.

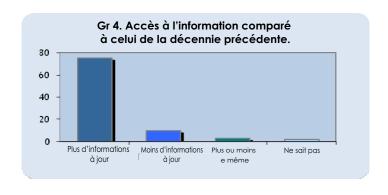
Cette analyse visera à distinguer l'image spécifique de l'image générale et, là où elle est considérée utile, elle inclura des références et des informations, d'autres expériences et des recherches médiatiques effectuées dans d'autres parties du pays<sup>29</sup>.

# L'ACCES AUX MEDIA

Au cours des dix dernières années, il y a eu une prolifération de nouvelles stations radios à travers le pays. Heureusement, 200 stations radios ont récemment été enregistrées au Ministère des Postes, de la Télécommunication et de la Communication. Depuis l'arrivée du nouveau régime en 2008, le nombre des journaux publiés a augmenté.

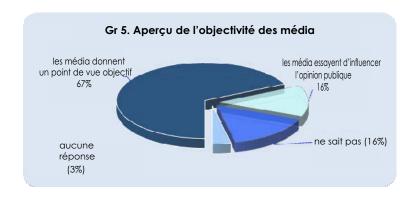
Le nouveau Président a lancé son propre réseau de station radio, la MBS, en 2001 ainsi que son propre réseau de station télévisée et de presse écrite (Circa 2002). Approximativement 10.000 radios solaires et à manivelle ont été distribuées à travers les 22 régions de Madagascar pendant les quatre dernières années, lors d'une campagne nationale de sensibilisation contre le VIH/SIDA, financée par la Banque Mondiale, stimulant les groupes d'écoute locaux et fournissant des initiatives de formation sur la production d'émissions sur le VIH/SIDA pour les journalistes.

L'administration des critiques médiatiques engendre un intérêt croissant dans les média et a amélioré l'accès à l'information de manière générale à Madagascar. Cela est reflété dans les conclusions où plus des deux tiers des personnes interrogées ont constaté que l'accès à l'information s'est amélioré au cours des dix dernières années.

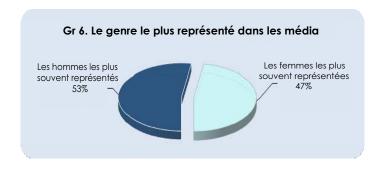


<sup>-29</sup> Cette section d'analyses a estimé des pourcentages moyens tirés des profils des sites afin de souligner les tendances générales. Les figures en diagramme dans cette section, cependant, démontrent des pourcentages récents tirés des données à travers les trois sites.

L'accroissement des média a inévitablement amélioré la couverture en information et trois quarts des personnes interviewées dans cette étude ont pensé que les informations fournies par les média sont d'une grande importance pour eux. De plus, plus de deux tiers (67%) ont trouvé que les média donnent des points de vue objectifs au lieu de chercher à influencer l'opinion publique. Ces deux tiers ont manifesté un niveau de confignce élevé aux média.



En terme d'équilibre des deux genres, les interviewés ont pensé que les média représentent légèrement plus les hommes que les femmes et seulement une personne sur les 90 interviewés a pensé que les femmes ont été représentées négativement (en tant qu'objets sexuels par exemple).



# La presse

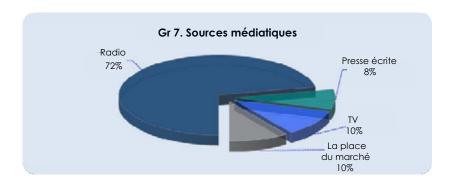
Les conclusions démontrent que bien que le nombre des journaux nationaux publiés à Madagascar ait augmenté sous le nouveau régime, la répartition à travers la grande île est encore assez insuffisante.

Le nombre de journaux disponibles est très limité dans plusieurs villes provinciales. Leurs livraisons sont parfois retardées par des problèmes de transport, et particulièrement parce que les régions rurales manquent de moyens de livraisons directes. Par conséquent, les journaux sont inaccessibles pour la majorité des personnes couvertes par cette étude.

La presse locale est presque inexistante. Il n'y a pas de presse d'imprimerie en dehors de Tana et l'effectif limité des lecteurs ou acheteurs potentiels des journaux signifie que la publication locale n'est pas financièrement viable.

La faible répartition des journaux associée aux niveaux d'instruction de la population rurale réduit la puissance de la presse comme les conclusions le démontrent ; en moyenne seulement 6,67% des interviewés considèrent la presse écrite comme la première source d'information.

Ceux qui lisent les journaux plus d'une fois dans la semaine représentent une minorité à travers les 3 sites (la moyenne était de 8%) et plusieurs de ces interviewés ont déclaré que les journaux ne sont pas accessibles.



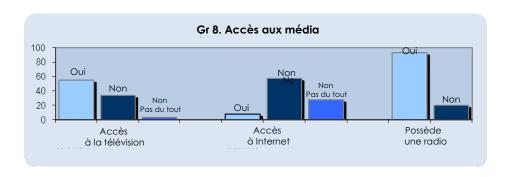
On pourrait affirmer que l'amélioration de l'accès aux documents écrits peut aider à maintenir le niveau d'instruction élémentaire suivant l'éducation primaire. Cependant, dans l'urgence de lancer une action de développement et de l'amélioration de l'administration dans le contexte rural actuel, les ONG et les autorités locales minimisent l'utilisation de l'information écrite pour se focaliser sur les supports audio et visuels.

## L'Internet

L'Internet est principalement disponible dans les centres villes de Madagascar. Le gouvernement a lancé un projet de mise en place de télé centres en 2003 afin d'ouvrir des centres Internet dans plusieurs villes provinciales. Néanmoins, les gens très pauvres et marginalisés ne peuvent pas bénéficier de ces centres faute d'instruction et de connaissance en technologie de l'information.

Cette recherche a démontré que bon nombre de gens à Antsirabe ont affirmé avoir des ordinateurs chez eux mais cette information est contredite par les rapports des consultants régionaux qui ont observé que les interviewés habitent dans des maisons où le sol sert de plancher, sans électricité. Ainsi, on considère que les résultats concernant ce problème peuvent être considérés comme erronés.

La majorité des personnes interrogées (une moyenne de 63,33%) ont affirmé qu'ils n'ont aucun accès à l'Internet.



Les personnes interrogées dans cette étude ayant affirmé avoir accès à l'internet sont peu nombreux : seulement 3,33% et 6,67% dans deux sites et personne dans le troisième.

L'internet est encore un média relativement nouveau pour beaucoup de gens hors de la capitale et des grandes villes, comme il n'est pas disponible dans plusieurs petites villes que récemment. Le projet du gouvernement à mettre en place des télécentres – associé à l'amélioration de la connexion téléphonique jusqu'à une meilleure concurrence dans le secteur – engendre une amélioration de la performance des prestataires de service et accroît le choix et l'accès de ceux qui ont les moyens et les compétences aux services Internet.

Actuellement, l'Internet est réservé aux instruits et est hors de la portée des ruraux. Considérant la croissance potentielle de ce secteur, les possibilités pouvant répandre le service de l'Internet, son intégration dans des projets de communication pour le développement mérite d'être entièrement exploré.

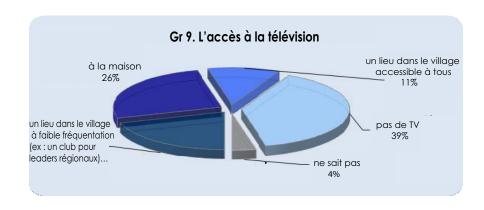
# La télévision et l'audiovisuel

Les Malagasy, comme n'importe où dans le monde, sont attirés par la télévision et les média audiovisuels. Malheureusement, l'accès à ces différents média est très limité pour les plus pauvres et marginalisés. En dépit des marchandises électriques chinoises à bon marché importées à Madagascar, le prix d'achat d'un poste téléviseur est en dessus des moyens de tous sauf pour les familles les plus riches. La plupart des gens ne peuvent accéder à la télévision que dans un lieu public comme un bar, un café ou un vidéo club.

Si les gens ont les moyens de s'acheter un poste téléviseur, l'électricité n'est encore disponible que dans les zones urbaines. Les groupes électrogènes peu coûteux nécessitent encore l'achat régulier de carburant, une option qui n'est pas viable pour les familles rurales, beaucoup d'entre eux luttent déjà pour s'acheter des piles pour leur radio comme cette étude le montre.

Il y a un grand nombre d'intérêts dans le développement de la télévision au niveau régional. Certaines provinces ont soit développé leur programmation locale pour les diffusions nationales, soit joui de la disponibilité des stations TV locales privatisées, comme à Fianarantsoa et à Tuléar, qui peuvent couvrir les événements et sujets locaux.

Bien que certains des interviewés prétendent avoir accès à la télévision chez eux, l'accès à celle-ci est en réalité limité pour la majorité de la population rurale : en moyenne , environ 11% des interviewés affirment qu'ils peuvent effectivement avoir accès à la télévision dans le milieu rural. Cette situation reflète la plus grande réalité à Madagascar.



Il y a une popularité croissante des vidéos clubs<sup>30</sup> qui semblent être des moyens plus accessibles et abordables pour les populations rurales afin de jouir du média visuel de la télévision et de la vidéo. Cependant, la plupart des films diffusés dans ces clubs ne sont souvent ni censurés ni supervisés. Il n'y a aucune restriction d'âge pour entrer dans ces clubs dans lesquels des films violents (visa B) provenant de l'étranger y sont fréquemment diffusés.

Bien que les ciné mobiles ne fassent pas partie des recherches dans cette étude, ils sont introduits dans plusieurs parties de Madagascar par le CNLS lors des campagnes de sensibilisation sur le VIH/SIDA pour diffuser des films éducatifs; mais leur saturation dans les régions plus éloignées et rurales n'est peut-être pas encore suffisante. Ils ont effectivement le potentiel d'être une source d'information audiovisuelle immédiate pour les populations très isolées. L'USAID a lancé un projet de cinés mobiles pour l'éducation sur la santé et les maladies sexuellement transmissibles dans les villages.

Les vidéos clubs et les cinés mobiles constituent actuellement les moyens les plus efficaces et plus accessibles pour diffuser des émissions audiovisuelles pour la population rurale. Les programmes vidéo participatifs pourraient aider à explorer les opinions, les modes de vie et les défis de développement locaux pour une plus grande diffusion par ces média populaires.

Il est sans doute important de découvrir la potentialité de l'audiovisuel par la création des occasions pour utiliser le média et la TV comme outil de communication pour le développement.

## La radio

Pour la majorité des personnes interrogées, la radio reste la première source d'informations (90%).

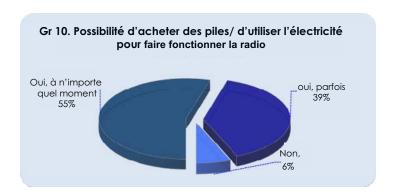
#### L'écoute

Au cours des dix dernières années, environ 33.000 radios solaires/à manivelle ont été distribuées par le CNLS, l'UNICEF et des ONG à des groupes d'écoute villageois . Grâce à cette technologie et à l'afflux des radios bon marché venant de Chine (disponible au marché pour la somme de 3.000 à 10.000 Ariary ou 2 à 6 dollars), l'accès à la radio a certainement augmenté.

Cette étude montre que presque la moitié des gens interviewés (48%) affirment que les hommes dans la famille possèdent un poste radio contre 29% seulement de femmes. Cependant, dans un site, 30% des interviewés assurent qu'aucune famille n'en possède. Lorsqu'il s'agit de l'écoute, la moitié d'entre eux répondent que la décision d'en acquérir est partagée par tous les membres de la famille.

Bien que la radio soit accessible, les piles sont encore très coûteuses pour la plupart des ruraux et environ la moitié seulement des interviewés peuvent dire qu'ils peuvent facilement acheter des piles/utiliser de l'électricité pour faire fonctionner leur radio. Mais ce pourcentage pourrait être bien plus faible dans des régions plus enclavées et plus arriérées. Dans beaucoup de communautés rurales, l'écoute de la radio peut être sérieusement interrompue faute de moyens pour acheter des piles. L'approvisionnement insuffisant en électricité peut également limiter les horaires d'émission des stations radios, ou interférer l'écoute régulière.

<sup>30</sup> Un vidéo club est une petite pièce montée comme un mini cinéma, mais on y utilise plutôt un poste téléviseur qu'un projeteur et on utilisé des cassettes vidéo pour diffuser des films audiovisuels, par exemples des programmes télévisés et des films. Les villageois payent des frais d'entrée. Plusieurs vidéos clubs diffusent des films d'action et d'arts martiaux qui sont populaires à Madagascar. L'ADRA (Agence Adventiste d'Aide pour le développement), une ONG qui se trouve à Moramanga, utilise des vidéos pour diffuser des films éducatifs



Dans cette étude, même si plusieurs personnes mentionnent la propriété ou la capacité d'acheter des radios solaires/ à manivelle, on pense que ce résultat est erroné étant donné que ces radios ne sont pas disponibles au marché et à cause de leur coût bien au-dessus des moyens (voir aussi les notes dans les sections du profil de sites ci-dessus).

Toutefois, les radios distribuées aux groupes d'écoute, par le CNLS par exemple, parviendront sans doute à d'autres personnes que les membres des groupes d'écoute. Les traditions orales sont encore très influentes à Madagascar et les recherches effectuées dans le Sud démontrent que même ceux qui n'appartiennent pas directement à un groupe d'écoute bénéficient également des informations émises par la radio, car de telles informations sont partagées et retransmises lors de réunions traditionnelles et par le bouche à oreille dans la communauté locale (Smith, 2000, et Vadgama, 2006).

Les groupes d'écoute ont le potentiel de créer une communication améliorée au sein de la communauté. Ils ménagent une place dans le village où la population locale peut discuter et débattre sur les informations diffusées et s'entendre sur une action de développement pratique. Dans certains cas, la création de groupes d'écoute peut développer les associations locales. Par exemple, dans la région d' Androy: dans trois villages, les participants ont révélé qu'ils entreprendraient un exercice pratique ensemble après avoir entendu quelque chose à la radio. «Lorsque le groupe d'écoute entend des programmes importants à la radio, les membres organisent une réunion au village pour annoncer la nouvelle et mettre en pratique ce qui a été dit; grâce à cela nous évoluons peu à peu individuellement ainsi que le village tout entier.» Après les émissions des programmes, nous réunissons le village pour mettre en pratique les techniques sur l'agriculture, l'élevage de bétail et plus particulièrement la santé. Grâce à cette programmation, nous connaissons beaucoup de choses et le groupe d'écoute peut donner des conseils et peut également aider à fonder une association ».

Trois groupes d'écoute sur dix ont déclaré avoir fondé une association autour de leur propre groupe d'écoute et deux de ces groupes ont mentionné la création d'une association villageoise comme étant le plus important impact de la radio, de plus, le groupe d'écoute « peut non seulement créer une association mais il peut également conseiller les autres sur la façon de créer des associations semblables » (FGD5). Ces associations peuvent postuler un financement par des projets de développement ou pour pouvoir y participer, comme ceux du PSDR (Programme de Soutien pour le Développement Rural).

http://www.andrewleestrust.org/Reports/10%20Androy%20Report%20-20L%20Metcalf.pdf

Dans cette étude, en moyenne, la moitié des interviewés pensent que la radio fournit l'information la plus fiable sur la véracité des nouvelles émises et dissipe ainsi les rumeurs (en moyenne 37,14%), ainsi, elle exerce une puissante influence sur les opinions et les croyances.

# La radio pour le développement et la gouvernance

La recherche de Francken expose une corrélation directe entre la disponibilité de l'information à travers les média locaux et la capacité de la population locale à faire un suivi de la distribution des fonds gouvernementaux consacrés aux écoles locales. Une campagne de la masse média (un des quatre éléments utilisés par le gouvernement pour le suivi de la distribution des fonds pour l'éducation) est utilisé pour « stimuler le suivi évaluation du fonds pour l'éducation aux bénéficiaires, c'est-à-dire les écoles locales et les parents d'élèves». La campagne médiatique incluant les journaux, la radio et la télévision a réussi à conscientiser le cible et a permit le renforcement du processus de suivi évaluation qui empêche le « détournement » des fonds, en d'autres termes, une affirmation que les fonds gouvernementaux n'ont pas connu de détournements

#### L'étude a révélé que :

L'impact de l'accès à la radio locale sur la réduction des captures est plus important lorsque l'analphabétisme est plus répandu. Les conclusions générales ont indiqué que la corruption peut être efficacement contrôlée. Une grande partie des fonds fut parvenue (a été reçu) jusqu'aux écoles dans le programme scolaire de 2003-2004 à Madagascar et alors qu'il y a eu un grand retard, 98% du budget total alloué par le gouvernement central arrivait au niveau du district et 90% de la somme totale des futures aides, allouées à tous les officiers du district, parvenaient au niveau des écoles. <sup>31</sup>

Ce système de suivi évaluation local devient important lorsqu'on considère le rôle joué par les média dans le processus de décentralisation actuellement en cours à Madagascar; non seulement les média peuvent servir de moyen d'information public - surtout dans le cadre des détails du MAP - mais aussi ils peuvent aider à assurer la transparence et le bon suivi, par la population locale elle-même, des processus administratifs locaux confiés aux autorités appropriées.

Dans le rapport rédigé par Metcalf, Hardford et Myers, la radio a également un impact important sur l'accès à l' information des individus leur offrant la responsabilité d'améliorer leur condition de vie et de réduire les méfaits de la pauvreté. Une partie de la recherche entreprise dans les villages de l'Androy mesure spécifiquement les différences entre les gens qui ont accès à la radio et ceux qui n'y ont pas accès du tout :

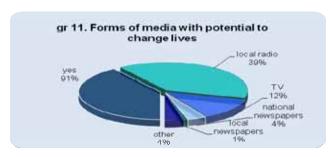
- □ Une distinction importante et nette sur le niveau élevé de connaissances des femmes, leur accès croissant aux émissions radiophoniques lors de leur participation aux sujets relatifs à la réduction de la pauvreté tirés des programmes en cours actuellement.
- De claires indications de l'impact sur le comportement à partir de ces programmes, dans le cas de la vaccination des enfants, l'utilisation des biocarburants, la visite des hommes auprès des cliniques pour s'informer sur les vaccinations et celle des femmes pour s'informer sur le planning familial;
- De plus grands bons résultats sur les attitudes de la population, en se sentant apte pour donner des réponses aux questions posées et ne pas se faire passer automatiquement pour des ignorants, de discuter sur de sujets délicats (comme la consommation de tortues) considérés comme tabous.
- □ Une large amélioration en nombre des femmes ayant accès aux sources d'information, constaté en baisse auparavant comparé aux hommes, grâce à l'arrivée des stations radios.

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Pour le rapport complet, visitez le site wed du DCERN http:// www.dcern.org/portal/document.asp?ContributionID=132<sup>j</sup>

Cette étude particulière sur l'Androy a également entrepris une élaboration de carte extensive des sources d'information et a fourni un exemple détaillé du des moyens par lesquels la population rurale ont accès à l'information dans la plus grande totalité de la communauté.

Ces deux études récentes montrent clairement que la présence des média – par exemple la radio - peut affecter de manière positive la vie des gens dans le pays rural qu'est Madagascar.

Dans cette étude, presque tous les interviewés (91%) ont également senti que les média pourraient les aider à améliorer leur condition de vie, ou celle de leur famille et de leur communauté. La radio est reconnue comme principal moyen le plus apte à réaliser cette tâche, et les opinions pour les radios nationales et locales sont équitables dans le cadre de la diffusion des programmes même si un tiers des personnes interviewés ont qualifié « pas encore assez bon » le contenu du programme



### Les ressources de la radio

Dans plusieurs régions, la réalité est que les stations radio locales luttent pour faire durer leurs opérations. L'insuffisance de moyens pécuniaires signifie un équipement médiocre ayant des impacts sur la qualité et la fiabilité des émissions. Les journalistes n'ont pas les moyens d'assurer des reportages réguliers hors des villes et communiquent rarement avec les populations rurales. Peu d'entre eux ont les niveaux de formation nécessaires ou peuvent accéder à l'équipement pour atteindre des niveaux professionnels de production de programmes.

Bien que la moitié des interviewés, en moyenne, aient déclaré la visite de leur village ou de leur district par des journalistes pour un reportage sur les problèmes locaux, peu d'entre eux ont discuté avec des journalistes. Ainsi, Le manque de moyens pour des reportages sur terrain connaît un taux exceptionnellement élevé pour les journalistes ruraux.

Les études entreprises dans le Sud et dans le Nord (ALT/Globecom pour l'UNICEF) en 2007 a permis de dénombrer plus de 50 stations radios FM de faible ressources pour la plupart ; les journalistes y opéraient sans aucune rémunération et dépendaient par conséquent des aides diverses (des ONG ou des autorités locales par exemple) pour contribuer à n'importe quelles activités de reportages hors des villes urbaines, lieux où elles étaient souvent implantées. La capacité de production, plus précisément au niveau des stations étudiées dans le Nord, fut généralement faible (Note : Beaucoup de stations FM dans le Sud ont bénéficié d'aides/ d'équipements de la part du Projet de l'ALT, Programme de Communication Radio depuis 1999). La faible puissance de signal au niveau de plusieurs stations rurales représente également une autre contrainte. Outre les restrictions légales à le devoir limiter à 500 watts pour les ondes FM, plusieurs stations rurales ne parviennent pas à émettre au-dessus de 250 watts, au maximum à cause de la mauvaise qualité des équipements techniques et l'insuffisance de compétence à maximiser le potentiel de la transmission. Les dommages régulièrement engendrés par la foudre dans certaines stations ont entraîné par conséquent, dans bon nombre de régions rurales, la puissance du signal FM local au maximum entre 30 et 1100 Km, laissant les vastes régions de la campagne ainsi que leur population sans accès à la radio. (Des études sur des stations dans le Nord effectuées par l'ALT/ Globecom pour l'UNICEF en 2007 montrent que c'est est un problème commun).

des stations dans le Nord effectuées par l'ALT/ Globecom pour l'UNICEF en 2007 montrent que c'est est un problème commun).

Dans cette étude, les interviewés dans l'un des 3 sites de recherche ont rapporté qu'environ dix différents signaux radios sont disponibles chez eux. Cela est inhabituel et pourrait être rare dans plusieurs régions de Madagascar où les communautés hors des périmètres d'une grande ville provinciale sont plus susceptibles d'être desservies par une station radio FM locale et pourraient connaître un accès limité à la RNM à cause des contraintes géographiques.

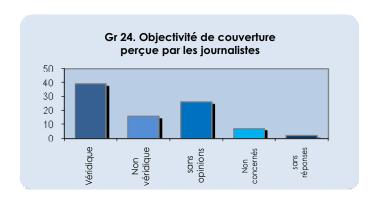
De tous les média à Madagascar, la radio possède actuellement le potentiel d'atteindre la population locale – étant largement accessible et considérée comme la source d'informations la plus efficace.

### D'autres accès à l'information

Cette étude démontre que la population locale possède beaucoup de chance pour accéder à l'information et à l'assistance provenant de plusieurs sources locales tels que les autorités locales, les centres de santé, les Chefs de District, les enseignants, les pasteurs, la police, les aînés et les ONG.

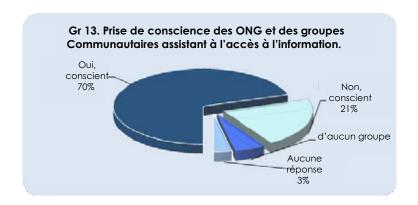
Le rassemblement villageois est l'une des principales sources d'informations traditionnelles. Les Chefs de Fokontany, les Chefs de Districts et d'autres dirigeants aînés sont censés apporter des informations à leur communauté respective et conseiller la population sur les manières de faire face à plusieurs obstacles et aux problèmes de la vie quotidienne allant de l'infrastructure (ex : adduction d'eau) au litige foncier.

Une évaluation des besoins a permis de déceler qu'une dépendance sur les rassemblements villageois et sur les conseils détaillés et plus pratiques des aînés locaux, faces aux problèmes communs importants, tient encore même si la radio est fortement considérée traditionnellement comme principale source d'information et censée de répandre toutes les nouvelles au sein de la communauté. Les tableaux fournis à la fin de chaque profil de site ci-dessus reflètent l'importance de chaînes de discussions et d'assistance.

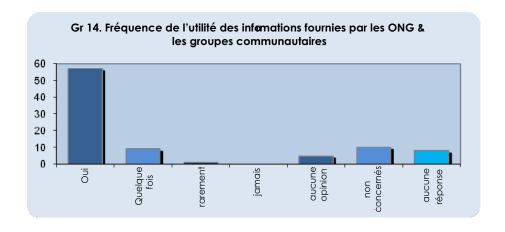


La place du marché est également une place traditionnelle pour échanger des informations et d'en découvrir de nouvelles. Dans la première partie du questionnaire, la plupart des personnes ont mentionné les média comme leur principale source d'informations et peu d'entre elles ont mentionné la place du marché. Cela est peut être dû au fait qu'ils ont compris que la recherche était sur les média et ont par conséquent orienté leurs réponses vers ce sujet. Traditionnellement, la bouche-à-oreille à la place du marché joue encore un rôle dans la transmission d'informations, le débat et l'échange d'idées sur les actualités, et cela a été mis en évidence par les leaders locaux pendant les focus groupes dans tous les 3 sites.

Au début, les ONG ne sont pas citées (non sollicitées) comme principale source d'informations dans l'évaluation des besoins, mais lorsque la question est soulevée plus tard, les interviewés ont démontré que la présence des ONG est fortement ressentie dans chacun des trois sites et que leur rôle est potentiellement important.



Par exemple, plus de 90% des personnes interviewées à Beforona ont affirmé que les ONG les aident à accéder aux informations qu'elles demandent. Particulièrement, dans cette région, 80% d'entre elles ont mentionné l'ADRA et croient qu'elles peuvent lui faire confiance et 93% ont pensé que les informations qu'elle donne sont utiles, montrant particulièrement un niveau élevé de conscience et d'efficacité de cette ONG locale.



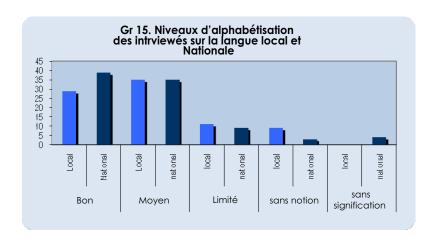
Les deux autres sites ont également montré une présence et une confiance raisonnables aux ONG et en moyenne plus de la moitié des interviewés ont affirmé que les informations venant des ONG sont utiles.

Les ONG utilisent une variété de média pour atteindre leurs bénéficiaires, y compris les vidéos (ex ADRA à Moramanga) et la radio (SAHA à Fianarantsoa et à travers le réseau ALT PCID dans le Sud). Leur avantage est qu'ils sont très proches des groupes bénéficiaires et peuvent par conséquent fournir un suivi face à face avec les villageois pour répondre à leurs questions, animer les débats et les recherches et évaluer les besoins. Dans plusieurs régions, les ONG ont également distribué des radios à manivelle à des groupes d'écoute des villages.

Les conclusions soulignent le potentiel des ONG et des leaders de la communauté locale à avoir des impacts positifs sur la communication locale en utilisant les média pour fournir de l'éducation et de l'information, pour promouvoir les services locaux et engager les villageois dans des activités de communication participatives.

# Langue et compréhension

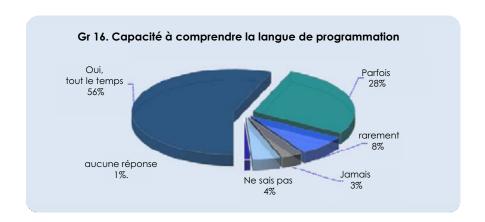
Cette étude montre une moyenne de 50 à 60% du niveau d'instruction au niveau primaire parmi la population sondée, reflétant approximativement la moyenne nationale. Certains de ces interviewés ont participé à une classe d'alphabétisation pour adultes, d'autres ont fréquenté l'école mais les niveaux d'instruction peuvent être plus médiocres à cause du « manque de pratique »



La langue officielle malagasy est enseignée dans les écoles et on peut s'attendre à un niveau d'instruction plus élevé dans la langue nationale que dans le dialecte local qui n'est pas utilisé dans l'éducation conventionnelle. Dans cet extrait particulier de recherche, étant très rapproché de la capitale, la majorité des interviewés ont souligné le fait que la langue « officielle », le Merina est très similaire à leur propre dialecte local et les conclusions ont rapporté peu de différence entre les niveaux d'instruction dans le dialecte local et la langue officielle.

Cependant, les niveaux d'instruction varient dans tout le pays selon l'accès à l'éducation, au niveau de pauvreté et à l'infrastructure. Dans les régions rurales enclavées, les niveaux d'instruction peuvent être aussi faible que 37% dans le Sud (PAM 2006). Dans une étude effectuée dans l'Androy afin d'analyser l'assiduité aux classes d'alphabétisation pour adultes (Lellelid 2006, plus de la moitié des participants étaient inscrits pour apprendre à signer de leur noms afin de ne pas se faire avoir dans des affaires judiciaires, et pour réaliser un minimum d'admission sociale.)

Etant donné la similarité entre la langue officielle et le dialecte local des interviewés, il devrait y avoir peu de difficultés dans la compréhension des programmes diffusés au niveau local ou national dans les 3 sites. Toutefois, seulement deux tiers des interviewés sur deux des sites de recherches ont affirmé qu'ils pouvaient « toujours » comprendre facilement la langue utilisée dans les média (surtout la radio. Dans le troisième site, seulement plus d'un quart ont déclaré qu'ils pouvaient « toujours » comprendre la langue utilisée (la moyenne des trois sites : 54%) Au total, environ un quart des interviewés ont affirmé qu'ils comprenaient juste « parfois ».



Il est également à noter, par conséquent, et à prendre en grande considération lorsqu'il s'agit de planifier un travail de communication aux niveaux locale et régional, que les 18 ethnies dans toute l'île ont leur dialecte respectif. Dans les régions côtières rurales, ces dialectes sont habituellement la principale langue utilisée dans la vie quotidienne.

Les niveaux d'instruction varient également dans toutes les régions, les femmes sont généralement moins instruites que les hommes, comme cette étude le montre. La langue peut ainsi devenir un problème critique dans la production d'information via les média sur des thèmes cruciaux aux développements tels que la santé sexuelle, le VIH/SIDA et les allocations sociales – surtout là où les femmes sont responsables des enfants et de la nutrition.

La langue est souvent liée à des pratiques et croyances culturelles qui ont de grandes significations pour la population locale. L'utilisation d'une langue locale délicate et la considération des tabous et des coutumes locaux peuvent avoir une grande influence sur l'acceptabilité et le résultat des messages émis à travers tous les média.

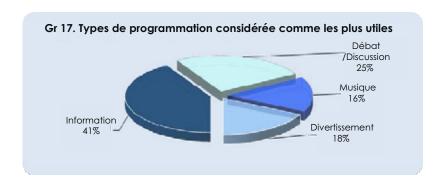
Un certain nombre d'études a montré que la population rurale ne comprend pas toujours la langue officielle, le Merina, ou ne sont pas disposé à l'écouter les programmes radio. Dans la région d'Androy, particulièrement, la popularité des programmes radio locaux est due principalement à l'utilisation de la langue locale : « nous détestons les programmes qui ne sont pas produites avec le dialecte Atandroy » (Vadgama 2006).

Cependant, plusieurs diffuseurs et producteurs ont un point de vue fort sur la langue et insistent sur l'utilisation de la langue officielle pour communiquer leurs informations. Lors d'une revue extensive des stations radios dans la province de Fianarantsoa en 2004 (Globecom/ALT pour l'USAID) un journaliste à expliqué que la langue officielle malagasy est perçue comme la langue des modernistes, tandis que le dialecte local était perçu comme quelque chose des ruraux. Ce point de vue n'est pas inhabituel et n'est pas non plus appuyé par le fait que peu de stations radios locales mènent des enquêtes sur l'auditoire ni qu'elles ont les moyens et les compétences pour faire un suivi et évaluer les feedback provenant des auditeurs ruraux sur une base régulière.

Les niveaux d'instruction et les occasions de pratiquer la lecture et l'écriture après un apprentissage de base ainsi que les mécanismes de gouvernance devraient être spécialement pris en compte lorsqu'on parle de presse écrite. Le dialecte local est une solution pour communiquer efficacement avec la population rurale sur des sujets de développement.

# Programmation et qualité des média

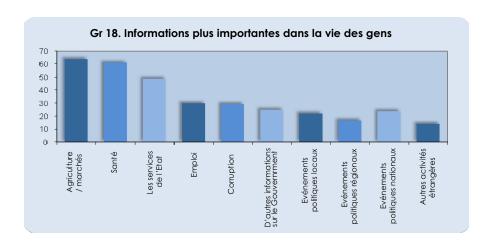
Les informations sont d'une grande importance pour la population locale (en moyenne 69,9%), mais la plupart des programmes d'information sont produits dans la capitale et ils sont soit rediffusés à partir des stations nationale affiliées (stations FM locales recevant une transmission satellite venant de la capitale comme la MBS ou la RNM par exemple) soit lus (à partir des traduction ou des journaux) par des stations radio FM.



Les informations ainsi que les programmes diffusant des débats et discussions sont très importantes pour la population locale mais l'insuffisance des moyens et des connaissances techniques du personnel sous entend une capacité de production et d'émission d'informations locales extrêmement limitées.

Cependant, la radio locale peut fournir des services d'annonce et des prévisions météorologiques surtout lorsqu'il y a un cataclysme naturel ou des problèmes d'insécurité comme le vol de zébus et d'autres actions illégales, les cyclones et les incendies, ....Ces types d'information sont d'une importance vitale pour la population locale. Les stations FM sont également très importantes pour la communication locale entre les communautés et sont utilisées pour envoyer des messages en vue d'informer les parents et les amis des événements sociaux et familiaux tels que les naissances, les mariages ou les décès, des informations qui pourraient sinon exiger des jours de marche.

Beaucoup d'auditeurs ont un penchant sur la programmation locale principalement concentrés sur des émissions musicales et de divertissements (environ 42,8%); pourtant les programmes cités ci-dessous leur sont quand même utiles dans leur vie quotidienne:



En moyenne, à travers les 3 sites, et par ordre d'importance :

Agriculture/marché	74,44%
Santé	64,44%
Les services de l'Etat	54,44%
Corruption	32,22%
Etat /gouvernement	27,77%
Emploi	36,66% quoique cela ait été mentionné

La plupart des interviewés mentionnent que la programmation actuelle « n'est pas encore assez bonne » et que la plupart des informations dont la population locale a besoin ne sont pas diffusés. L'enquête a donné des listes de sujets de programme dignes d'attention selon les auditeurs, reflétant largement les mêmes priorités que celles cités ci-dessus ; même si les thèmes ne sont pas détaillés (voir la section sur les manques d'information ci-dessus).

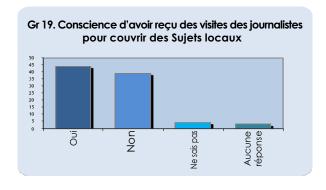
seulement dans les 2 sites

# Les occasions pour participer dans les média.

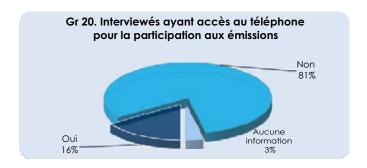
Les principales occasions de participation présentées par les média locaux sont à travers les stations radios fournissant une émission pour des séquences de dédicace, des horaires durant lesquels les auditeurs peuvent s'envoyer des messages. Néanmoins tout cela est payant et tend à être de nature personnelle/familiale plutôt que relative à un thème politique, social ou de développement plus large.

Les stations radios locales ne rediffusent pas gratuitement les programmes demandés par les auditeurs et ne donnent généralement aucun moyen de les contacter, comme des numéros de téléphones ou d'autres détails.

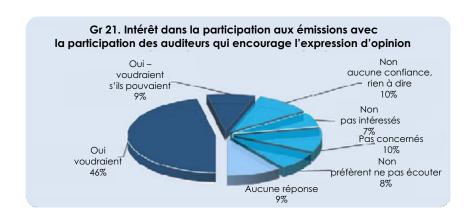
Les journalistes radiophoniques ont généralement peu de ressources pour la production de programme locale. Cependant seulement moins de la moitié des interviewés dans cette étude ont affirmé qu'ils sont étaient au courant de la visite d'un média local dans leurs communautés. Ce chiffre semble être extrêmement élevé étant donné les contraintes budgétaires de la plupart des stations FM dans les zones rurales et pourrait être typiques au(x) station(s) dans. Dans l'Androy où les stations radios sont vraiment groupés dans un réseau pendant plusieurs années et sont formées à monter des programmes avec la participation des villageois, seulement 8% des villageois ont déclaré avoir eu un contact avec des journalistes radios (Vadgama 2006).



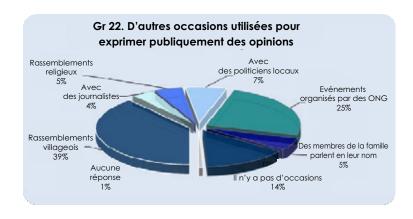
Malgré la conscience apparente des visites des journalistes, il est clair que ces visites ne présentent nécessairement pas des occasions pour la population à participer dans la communication médiatique locale.



Moins de la moitié des personnes interrogées sont au courant de toutes les émissions qui favorisent la participation des auditeurs, et plus de trois quarts n'ont pas accès aux téléphones mobiles. Cependant, étant donné l'occasion, presque la moitié des personnes interrogées ont témoigné de l'intérêt et de l'enthousiasme à l'idée de faire participer les auditeurs dans les émissions radiophoniques et ils ont affirmé qu'ils voudraient y prendre part. Lorsqu'ils sont poussés davantage à ce sujet, beaucoup ont répondu qu'ils préfèrent écouter ou qu'ils n'ont pas confiance en eux-mêmes.



Les ruraux sont plus habitués à s'entretenir face-à-face avec leurs dirigeants locaux et les ONG s'ils veulent discuter de certains problèmes ou exprimer leurs opinions, notamment sur les sujets reliés au développement local, et ils sont susceptibles de considérer ce processus d'interaction plus conforme à leurs pratiques et structures sociales traditionnelles.



### Coutumes sociales et barrières à la communication

La coutume locale peut avoir d'importants impacts sur la communication. Dans le cadre villageois, il est probablement vu comme fortement inacceptable que personne outre le chef de village ou les aînés ne puissent prendre la parole publiquement sur des sujets concernant la communauté, et ces pratiques hiérarchiques évoluent étroitement dans les normes acceptées de la vie quotidienne.

Comme exemple, lors d'une étude de groupe focus réalisée par la WWF dans le Sud, les villageois masculins sont peu disposés à expliquer les Dina et Fady traditionnels appliqués à l'administration de leur forêt locale parce qu'ils sentent que ce rôle revient au chef du village.

Le Dina est un pacte décidé par les habitants d'un village ou un groupe de villages en vue de gouverner la vie de leur communauté. C'est une coutume pratiquée depuis le règne du Roi Andrianampoinimerina, où un Dina est ratifié suivant une assemblée de validation dans laquelle les membres concernés de la communauté ont participé. De nos jours, le Dina est généralement lié à l'insécurité rurale (ex : vol de bétail, banditisme). Depuis quelques années maintenant, les Dinas s'appliquent également à la protection de l'environnement. Traditionnellement, une communauté sacrifie un bœuf pour renforcer davantage le pacte du Dina.

Le Fady – Madagascar est considéré comme un pays plein de Fady (tabous). Ces Fady jouent un rôle intégral dans l'ascendance malagasy traditionnelle. Les Fady sont généralement liés aux croyances locales (il est interdit d'inhumer les morts le mardi, interdit de manger les jambes des palmipèdes, etc...). Les Malagasys respectent et croient à tous les Fady. En fait, la notion de « Ala Fady » (littéralement traduit par forêt interdite) a été initiée pour contribuer à la protection de l'environnement, surtout des réserves naturelles et d'autres aires protégées.

Dans beaucoup de villages, les Fady sont un moyen bien étudié pour assurer la cohésion sociale et protéger les ressources naturelles et sont souvent basés sur des raisonnements pratiquement sensés. Par exemple, dans un village à Anosy (Ambinanibe), un fady local dissuade les gens de laver la viande dans la rivière. Ceci empêche l'eau d'être salie et a pour but d'entretenir une ressource propre en eau. Comme des étrangers transgressent actuellement ce fady, le village subit des problèmes sanitaires croissants.

La façon dont les tabous et les coutumes sociales affectent la communication à Madagascar exerce une grande influence sur les recherches approfondies et les débats, du fait que les Fady peuvent varier d'un village à un autre, d'une région à une autres. Par ailleurs, la culture malagasy jouit d'une richesse en croyances spirituelles et culturelles et en expressions contribuant vers un sens de respect de soi et de fierté culturelle. Certains d'entre eux incluent l'importance des esprits ancestraux et le Hasina (pouvoir sacré) qui pourraient être anéantis par des influences et des perspectives extérieures.

Une étude écrite par Øyvind Dahl «Malagasy Meanings»-Les Significations Malagasy- (publiée par le Centre for Intercultural Communication School of Mission and Theology – Centre pour la Communication Interculturelle, Ecole de Mission et de Théologie 1993) fournit beaucoup d'aperçus sur les aspects plus complexes des processus de communication locale à Madagascar et souligne des différences intéressantes entre les manières dont les occidentaux et les Malagasy communiquent et interprètent le sens, et la façon avec laquelle ces différences peuvent décrire les comportements et les expressions.

Dans un chapitre, Dahl observe les différentes approches par rapport au temps (linéaire, cyclique, relative aux événements) et démontre la perception cyclique et l'événement relatif au temps les plus potentiels à Madagascar, comparées à l'approche linéaire des occidentaux. Par exemple, comment un événement banal présente deux perceptions distinctes : un garage local commande un nouvel approvisionnement en essence uniquement quand la quantité existante est épuisée. La perspective occidentale peut conclure : «Les Malagasy ne prévoient jamais l'avenir. Ils perdent du temps et de l'argent ; le manque de prévoyance cause beaucoup de problèmes au développement ». Tandis que les Malagasy peuvent conclure que « les occidentaux sont toujours pressés. Ils ne donnent pas de priorité à l'art de vivre. Ils sont possédés par l'argent. Ils ne donnent pas de priorité aux gens »

Dahl essaie également d'expliquer la philosophie plus large qui influence la société malagasy. Plusieurs observateurs ont soutenu que les Malagasy n'aiment pas les extrêmes. Le philosophe Rahajarizafy établit le principe relatif comme tel : « ceci est l'abécédaire de la sagesse : pas trop par ici, pas trop par là, pas trop serré et pas trop relâché. Antonontonona (la moyenne) est un bon idéal »

Cette quête de la manière de vivre harmonisée et équilibrée est davantage dénouée dans les explications de Dahl sur le Tsiny et le Tody, un système complexe de croyances influençant et modérant la communication et le comportement.

Le Tsiny est le blâme qu'on risque à chaque fois qu'on agit ou parle, délibérément ou non. Le blâme peut se manifester en sanctions, comme des incidents, maladies voire une mort subite.

Le Tody peut signifier retourner au point de départ, ou le résultat, réaction ou retour selon ses actes. Si quelqu'un a fait quelque chose de mal sans être puni par un voisin, Tody – une force impersonnelle – viendra et châtiera le fautif. D'où, respecter le Fady c'est respecter un ordre du monde. « Ota Fady » transgresser le tabou est dangereux. Vous aurez le Tsiny et serez très probablement frappé par le Tody. Le non respect du Fady peut bloquer la communication. En terme pratique, un Fady peut être levé mais cela requiert une cérémonie, qui souvent implique le sacrifice d'un bœuf, et des accords rituels avec les ancêtres.

Appliqués à des scénarios de développement dans des régions rurales, les systèmes de croyances locaux jouent un rôle important dans la définition des approches et résolutions des obstacles. En vue de faire

avancer la construction sur une terre qui est tabou, d'abord le Fady doit être levé. En 1999 dans le Sud, le Projet Radio de l'ALT a réclamé la levée du Fady dans des villages Androy dans le but de diffuser des émissions sur la santé sexuelle aux groupes villageois qui écoutaient, parce qu'en ces temps-là, il était considéré comme tabou pour les hommes et les femmes de parler de sujets relativement sexuels dans la même pièce. L'importance de la protection des hommes et des femmes contre la menace d'une quelconque maladie est considérée comme assez importante par les ancêtres pour que le Fady soit levé.

D'autant plus la compréhension de l'axe fondamentale du message doit être associée à l'identification et le respect d'un cadre culturel de référence. Par exemple, un enseignant n'est pas correctement performant à l'école; l'approche occidentale dirait simplement que la personne devrait être renvoyée. Le Malagasy prendrait la position qu'elle doit être réélue. D'après Dahl, les normes qui traduisent ces positions peuvent être interprétées comme suite:

Occidentale: La sphère publique est séparée de la sphère privée

Les hommes ont des rôles interchangeables

On valorise la compétence

Malagasy: La sphère publique n'est pas séparée de la sphère privée

Intérêt pour les affaires des autres On valorise la non confrontation

Le respect des aînés est primordial. Lors d'un récent exercice de communication dans le Sud (ALT/ PANOS Novembre 2007), un grand nombre de villageois sont formés pour enregistrer des interviews avec des membres de leur communauté et on leur a demandé d'inclure les femmes et les jeunes dans l'activité. Ces groupes sont observés quand les stagiaires ont commencé le travail dans les villages – tous ont commencé par interviewer les aînés (hommes) du village, vu que n'importe quelle autre chose aurait paru irrespectueuse. Ils ont interviewé les femmes et les autres dans le village seulement après avoir respecté le protocole local.

Les femmes et les jeunes hommes dans les communautés villageoises sont souvent exclus des processus de prise de décisions, réduisant leurs occasions d'exprimer leurs besoins et leurs opinions. Dans cette étude, dans des milieux ruraux, les femmes qui sont souvent largement dépendantes des hommes, notamment des aînés locaux, possèdent rarement des postes radio pour l'acquisition d'informations et sont réticentes à l'expression de leurs besoins.

Dans le Sud, cette structure commence à changer là où les groupes d'écoute sont menés par des femmes qui maintenant citent la radio comme principale source d'informations (66%), par opposition aux femmes dans les villages sans radios, qui dépendent encore des hommes aînés (75%) (Metcalf, Harford, Myers 2007)

Les traditions culturelles influencent également les préférences de l'auditoire dans les formats médiatiques : les gens ruraux tendent à apprécier les chansons, les poèmes, les sketchs / les contes. Les modes de vie traditionnelle influencent aussi les comportements relatifs aux média. Etant donné que la majorité de la population sont des producteurs ruraux, les heures d'écoute sont plus populaires dans la soirée après que les gens soient de retour des champs, en particulier avant ou juste après les nouvelles du soir.

Il est plus probable que les femmes soient dans le village pendant la journée et peuvent écouter la radio à des moments alternatifs, comme au déjeuner et le matin, excepté durant les saisons de culture et de moisson lorsque tous les membres de la famille doivent s'aider dans les champs. Les hommes doivent souvent déplacer le bétail (transhumance) pour trouver des pâturages et sont plus susceptibles de quitter le village pendant de longues périodes pour trouver du travail dans les villes. D'importantes cérémonies comme les funérailles peuvent durer des semaines et il se peut que les familles ne se regroupent pas pour écouter la radio. D'où, les écoutes régulières de la radio peuvent être interrompues par des événements sociaux ou économiques.

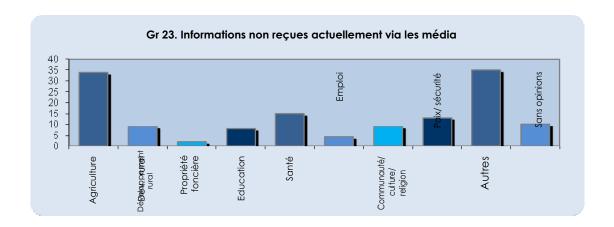
### LE MANQUE D'INFORMATION

Les gens locaux aiment bien exprimer leurs points de vue mais sont gênés par le manque d'occasion par le biais des média. Le manque d'expérience dans l'expression d'opinions en public, l'influence de l'atmosphère politique locale, des coutumes sociales et des traditions traduisent l'incapacité des gens à s'exprimer en public.

Les initiatives de communication visant à augmenter les occasions pour responsabiliser les gens les plus vulnérables et marginalisés de Madagascar devraient rechercher et considérer entièrement les croyances locales, les pratiques et les contraintes.

Ces sujets essentiels sur lesquels la population a besoin d'être informée sont :

- ☐ L'accès à l'eau potable
- □ L'agriculture et l'agriculture de réserve
- □ L'accès à la propriété foncière
- □ La santé
- L'environnement



Ces thèmes sont actuellement plus ou moins traités lors :

- de visites de foyers et des campagnes de sensibilisation par les ONG
- de visites sur terrain des services publiques décentralisés
- de réunions des autorités locales (quartiers mobiles et présidents de Fokontany)
- entre les membres de la communauté villageoise
- a la place du marché
- □ à la radio nationale

(Remarque: pour des statistiques d'estimation fournies par les dirigeants/consultants locaux, voir annexe 1)

Des actualités et des débats sont également mentionnées par certaines personnes interrogées, aussi bien que des émissions sur la sécurité/ la paix.

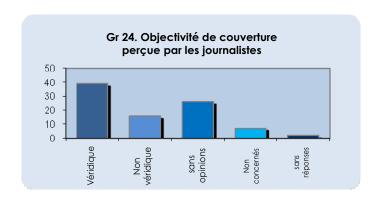
Comme démontré ci-dessus, l'attention est encore largement portée sur les dirigeants locaux et la « bouche-à-oreille » pour fournir des informations et répondre aux questions.

Cependant, le choix des sujets de développement est primordial alors qu'on ne peut pas supposer les dirigeants locaux techniquement compétents. De manière analogue, les ONG tendent à se spécialiser dans un ou deux domaines de technique d'expertise mais ne peuvent pas répondre convenablement à toutes les exigences des informations. Les journalistes locaux ne sont pas souvent formés, et rencontrent ainsi des difficultés à maîtriser les thèmes de développement dans n'importe quel détail technique.

La partialité de la plupart des informations factuelles diffusées à travers les média est encore largement concentrée sur des questions d'ordre national – actualités, la météo et les informations politiques. Certains média nationaux abordent des thèmes tels que le VIH/ SIDA, et des thèmes environnementaux comme les feux de brousse, considérés comme thèmes généraux qui ne sont pas appropriés et inadaptés aux réalités spécifiques, aux problèmes locaux et au langage de certaines localités.

Les traditions culturelles, les coutumes et tabous, les infrastructures disponibles, l'environnement et le langage, jouent un rôle adéquat et efficace dans l'éducation au développement et dans la transmission des messages d'information via les média; alors que, les initiatives nationales de communication, quoique importantes, n'arrivent pas à lever ces défis localisés.

Le reportage sur des actualités et sujets locaux est limité, alors que les conclusions de l'évaluation de ces besoins suggèrent qu'un reportage local convient à la situation, ce qui renforce une fois encore la puissante perception des média en tant que fournisseurs d'informations factuelles et évaluées ainsi qu'un moyen d'améliorer les modes de vie des gens.



Même si la programmation radio d'émissions éducatives reflète actuellement les principales priorités de l'auditoire en terme de thèmes diffusés, comprenant l'agriculture et la santé, la plupart des gens critiquent que ce n'est pas encore assez satisfaisant.

Il y a un besoin fort et croissant d'augmenter et d'améliorer la production locale d'actualités et de programmation éducative pour répondre aux besoins en informations locaux. Ceci requiert d'importantes contributions à l'infrastructure et aux capacités des média locaux.

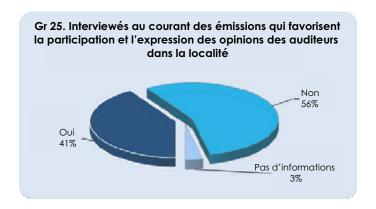
### LE MANQUE DE COMMUNICATION

Des opérateurs média – stations radios locales et stations télévisées locales – se focalisent sur les divertissements, la musique et les actualités. Il y a peu d'occasions ou de formats permettant à la population de s'engager dans des débats ou d'autres genres d'émissions dans lesquelles ils peuvent s'exprimer.

La majorité des stations radios locales n'offrent pas des espaces/horaires pour entrer en directe et participer à des débats et recevoir les commentaires du public.

De manière plus significative, il est clair qu'en général, la majorité de l'auditoire rural a peu d'interaction avec les stations au-delà des dédicaces de chansons et le fait de passer de petites annonces/communiqués familiaux – tels que les avis de naissances, de décès ou de mariages. Ils sont aussi largement inconscients des occasions de participation aux média à travers les émissions radios à ligne ouverte.

Moins de la moitié des personnes interrogées connaissent des émissions qui favorisent la participation de l'auditoire, en dépit du fait de vivre dans une région où il y a une couverture substantielle de signal radio des stations nationales et locales, et où on adopte une telle programmation de diffusion.



Un espace est disponible pour publier des articles dans les journaux, mais encore ce dernier doit être achetés dont le prix très élevé n'est pas à la portée de la plupart de la population. Les niveaux d'instruction, associés aux contraintes financières ne font pas des journaux une chaîne viable pour l'expression de soi. En outre, des questions plus larges existent sur la manière dont la presse peut être utilisée pour publier des articles de nature fortement personnelle, parfois incendiaire lorsqu'ils n'ont pas été suffisamment examinés pour garantir un reportage équilibré ou exact.

Les émissions télévisées comprennent la couverture, les interviews et les reportages d'événements locaux mais ces occasions sont dirigées et contrôlées par le journaliste/ le diffuseur et les gens locaux n'ont aucun moyen d'influencer le contenu des émissions télévisées.

L'accès à l'Internet est généralement médiocre, ainsi la plupart des gens sont dans l'impossibilité de se connecter pour participer à d'autres formes de communication médiatique interactive. Néanmoins, le réseau croissant de signaux téléphoniques mobiles à Madagascar pourrait offrir des occasions pour une communication plus vaste au travers des limites sociales et médiatiques.

Actuellement, pour la majorité de la population, les principales chaînes pour exprimer des opinions et soulever des questions sont à travers des rassemblements villageois, lors de débats avec des ONG, ou dans la communauté avec les dirigeants locaux. En général, les média ne jouent pas encore un rôle dans l'amplification des opinions de la population.

# IV Conclusions, Recommandations et Perspectives futures

# Conclusions et recommandations principales

### **Conclusions**

### L'accès aux média

- 1. La majorité des gens pensent que le média peut aider à changer leur condition vie, ou celle de leur famille et de leur communauté.
- 2. La plupart des gens croient et ont confiance aux informations fournies par le média. Ils pensent que ces informations sont plus utiles et plus accessibles qu'une décennie auparavant.
- 3. Le média est généralement pris comme objectif.
- 4. La radio fournit le principal accès, et est perçue comme la source d'information la plus fiable pour la majorité de la population rurale.
- 5. Moins de femmes que d'hommes possèdent une radio, mais tous les membres de la famille peuvent décider d'écouter la radio.
- 6. Les gens pensent que le genre est plus ou moins représenté d'une manière égale dans les média, et que les femmes sont présentées dans une variété de rôles allant d'épouse, amie et mère, à la femme d'affaires et preneuse de décisions.
- 7. Les pauvres peuvent se permettre maintenant d'acheter un poste radio, pourtant l'accès et le prix des piles aussi bien que l'approvisionnement et la fiabilité des ressources électriques peuvent réduire considérablement l'écoute régulière.
- 8. La radio est le média que la plupart des gens pensent capable de les aider à changer leur condition des vie.
- Des études ont démontré que la radio utilisée comme outil de développement, peut affecter positivement la gouvernance locale (Franken) et produire un impact sur les conclusions des Objectifs de Développement du Millénaire (Metcalf, Harford, Myers)
- 10. La télévision et Internet sont encore respectivement l'apanage des gens aisés et instruits.
- 11. Les journaux sont produits à Tana et il n'y a pas de presses d'imprimerie locales.
- 12. Les journaux ne sont pas distribués largement dans les régions rurales et les niveaux d'instruction réduisent le nombre des lecteurs potentiels de la presse.
- 13. Les vidéos clubs présentent une occasion croissante pour regarder des programmes audiovisuels mais les clubs sont irréguliers en matière de censure, de restrictions d'âge, le contenu du programme diffusé etc.

# La programmation

- 14. Les média se concentrent actuellement sur la diffusion d'actualités, d'émissions musicales et de divertissements avec seulement un quart d'émissions en direct (approximativement) consacrées aux informations de développement et aux émissions éducatives.
- 15. Les actualités sont produites en grande partie dans la capitale, Antananarivo, et rediffusées à travers les stations locales. Il y a localement une production limitée d'actualités.
- 16. Les auditeurs considèrent les actualités, suivies par des émissions comprenant des discussions et des débats, comme étant les émissions les plus importantes, même si les gens veulent également de la musique et des divertissements.
- 17. Les émissions médiatiques ne répondent pas actuellement à tous les besoins en informations de la population et le contenu n'est « pas encore assez satisfaisant ».
- 18. Les émissions qui sont appropriées à la vie quotidienne de l'auditoire sont, par ordre décroissante d'importance : l'agriculture, la santé, l'emploi, la corruption, les informations gouvernementales, les événements locaux et politiques, la politique nationale, et d'autres activités civiques.
- 19. Seulement un peu plus de la moitié des auditeurs comprennent le langage dans les émissions médiatiques à tout moment.

### La participation

- 20. En général, les média n'offrent pas actuellement des occasions aux gens de participer ou d'exprimer leurs opinions dans les émissions locales ou nationales, et là où elles existent, la plupart des gens demeurent sans connaissance de ces occasions.
- 21. En cas de la présence d'une occasion, à peu près la moitié des interviewés aiment participer aux émissions médiatiques qui leur offrent l'occasion d'exprimer leurs opinions.
- 22. Des journalistes locaux visitent parfois les communautés locales, mais ils impliquent rarement les gens dans la production d'émissions, dans les débats, ou des formats encourageant à s'exprimer.
- 23. La majorité des gens ruraux n'ont pas accès à la téléphonie mobile.
- 24. Peu de ruraux savent où accéder à l'Internet et comment l'utiliser.
- 25. Des réunions locales avec des ONG et des dirigeants locaux sont les meilleures chaînes de communication pour les gens au niveau local.
- 26. Les ONG sont perçues pour fournir des informations utiles au moins la moitié de leur temps de travail.
- 27. Quelques barrières culturelles existent à l'encontre de l'expression d'opinions en public, et plusieurs personnes pensent qu'elles ont une certaine réticence à s'exprimer dans les média.

### **Recommandations**

En vue de répondre aux besoins d'informations et de responsabiliser les gens locaux à communiquer, quelques mesures à large portée sont requises.

Globalement, il y a un besoin de développer le dialogue et la consultation en vue d'établir des mécanismes d'échanges entre trois groupes :

- □ l'auditoire (la population locale)
- □ les média (la radio et autres)
- les sources d'informations locales et nationales (dirigeants/ services locaux, fournisseurs/ ONG/ gouvernement/ agences)

Bon nombre des possibilités dépendent des ressources pécuniaires, des infrastructures locales, des ressources et des capacités locales, aussi bien que de la politique gouvernementale et du soutien international.

Pour les objectifs de ce rapport, les recommandations se concentrent et se construisent sur les prémisses que la radio est le média le plus accessible, le plus abordable et le plus fiable pour la majorité de la population.

De plus amples recommandations pour augmenter l'utilisation de la télévision, de l'Internet et de la presse requérront plus d'études détaillées, et de contributions futures venant de professionnels experts et expérimentés dans ces média.

# 1. Améliorer la capacité des gens locaux à accéder et à participer aux média locaux

Les gens locaux aiment participer plus activement dans les média et demandent davantage des informations de meilleure qualité. La radio à elle seule, en diffusant dans le vide, ne peut pas apporter un changement à long terme dans les attitudes et les pratiques des gens. La programmation radiophonique devrait être accompagnée d'un dialogue, d'un support, d'une formation et des services provenant des autorités locales, les ONG et les prestataires de service. Par conséquent, nous recommandons :

### des groupes d'écoutes villageois

- Distribuer des radios solaires ou à manivelle et établir des groupes d'écoute villageois dirigés par des femmes, ou par des associations de développement locales.
- ☐ Engager les villageois par le biais d'enquêtes auprès de l'auditoire et de focus groupes (séparément avec des hommes/ des femmes/ des jeunes hommes)
- □ Former des groupes d'écoute à débattre lors des émissions et à développer des questions pour plus de contenu d'émissions.
- Promouvoir les occasions dans les rassemblements villageois pour identifier les besoins en informations.

### la participation active et l'action des média

- detablir des boîtes postales villageoises pour les requêtes, les suggestions et les réactions aux média locaux (il y aura habituellement des membres du village qui peuvent aider ceux qui ne possèdent pas les niveaux d'instruction demandés ou identifier un individu pour assumer la fonction de rapporteur pour la communauté).
- émissions, évaluer et tester en avance les émissions avec des villageois et utiliser les feedbacks pour orienter le contenu des émissions futures.
- ournir une formation et des équipements aux gens locaux pour piloter l'interview et l'enregistrement villageois de problèmes/ questions/ opinions à diffuser aux preneurs de décisions (radio et télé, Internet).
- établir des dates de production avec des unités mobiles de production pour enregistrer des émissions avec des villageois.
- □ inciter les dirigeants locaux à participer activement dans une plateforme de communication locale et à rapporter les opinions et les besoins de la communauté.
- établir des points d'accès téléphonique dans les communautés à des moments précis de la semaine pour passer dans les émissions des stations radios locales (comme convenu avec les stations).
- □ identifier des moyens d'impliquer de manières adéquate et croissante les communautés marginalisées et vulnérables dans la production d'émissions.
- considérer des scénarios de développement à plus long terme augmentant la possession et la gestion de radio par la communauté, portant la responsabilisation plus loin à travers l'action et le contrôle communautaires.

# 2. Renforcer la capacité des média

Les initiatives des média nationaux sont importantes et possèdent des auditeurs identifiables, mais ils ne sont pas toujours capables de refléter les priorités locales ou régionales ou d'adapter une programmation pour tenir compte des dialectes et des nuances sociales. Les média locaux sont actuellement inadéquats pour répondre aux besoins locaux et requièrent d'importantes contributions, surtout si on devrait donner aux gens des occasions de s'engager dans des débats et des discussions concernant leurs opinions. Par conséquent, nous recommandons :

### Au niveau national – un environnement légal et réglementaire

- □ Le cadre légale et réglementaire tirerait avantage des média et de l'accès aux lois d'informations.
- □ La loi de 1992 sur l'abolition de la censure dans la presse devrait être dûment appliquée.
- Les lois sur la diffusion devrait être soit appliquées soit réformées. La législation actuelle qui limite la portée des stations radios et télévisées est enfreinte au dépens de la communauté à diffusion plus vaste.
- Les lois sévères contre la diffamation peuvent bénéficier d'une révision étant donné qu'elles ont un effet glaçant.
- Les associations de journalistes devraient, et être autorisées à faire plus pour protéger leurs membres, notamment dans un environnement d'autocensure
- □ Les normes de journalisme devraient être élevées à travers un renforcement des capacités et une sensibilisation.

### Au niveau national – une portée de programmation

- □ Améliorer la couverture des signaux de la radio nationale dans les régions rurales par les relais.
- Augmenter la programmation/couverture radios et télévisées des événements et des actualités régionaux.
- Promouvoir et développer plus de programmation éducatives et de développement.
- ☐ Faire un sondage sur l'impact des émissions nationales aux niveaux locaux.
- Explorer des occasions pour rediffuser des émissions éducatives nationales efficaces en dialectes locaux à travers des réseaux de stations radios FM locales et de stations télévisées régionales.
- □ Lancer des émissions pilotes avec la participation de l'auditoire (le leadership par exemple).

### Des stations radios FM locales – un renforcement de capacité

- Améliorer les capacités techniques et la capacité de transmission.
- Fournir une formation en gestion de stations pour un maintien et une utilisation efficace des ressources.
- □ Fournir une formation sur les enquêtes auprès des auditeurs.
- ☐ Fournir une formation sur la production d'émissions participatives.
- □ Développer une capacité locale de production d'actualités des techniques de journalisme, de l'éthique etc.
- □ Identifier un développement à plus long terme d'une radio communautaire pour le développement et l'empowerment.

### Une programmation avec participation de l'auditoire

- Relier les stations radios aux groupes d'écoute et aux associations locales.
- Promouvoir une participation accrue des auditeurs à travers des événements communautaires, des jeux/compétitions radiophoniques, une boîte postale d'idée ou de requêtes du village ou du groupe d'écoute.
- Développer des programmes à ligne ouverte, des débats en direct, la couverture de rassemblements villageois, des groupes de discussion, et d'autres formats amplifiant l'expression des voix des gens locaux
- □ Promouvoir l'usage de dialectes locaux pour des émissions de développement ciblées.

- Accroître le potentiel de rediffusion des stations locales en utilisant les connexions Internet dans les centres régionaux (accès aux radios internationales/CTA/ et d'autres sources sur Internet de matériel de transmission).
- □ Fournir une formation sur l'accès aux matériels d'informations/d'émissions pour les journalistes locaux.
- □ Etablir des médiathèques d'émissions nationales et régionales pour l'échange d'émissions.
- Augmenter des liens/réseaux directs avec les ONG et les prestataires de service locaux.

# 3. Développer la collaboration entre les dirigeants locaux, les ONG et les média locaux

Les réunions, et les contacts face-à-face avec les dirigeants locaux et les ONG représentent deux des chaînes les plus directes et les plus accessibles pour que les gens locaux puissent accroître leur compréhension des questions de développement local et exprimer leurs opinions. Par conséquent, nous recommandons :

### Des dépositaires locales – structures

- Identifier et promouvoir l'engagement des prestataires de service locaux et des ONG, disposés à participer aux activités de communication et qui peuvent fournir des démonstrations, services et formations pratiques de suivi.
- □ Créer des plateformes pour la communication avec les dépositaires au niveau local/ régional incluant les ONG, les stations radios, les dirigeants communautaires, les représentants du village.
- Associer formellement le réseau régional et lancer des centres d'informations locaux avec un centre de studios de production (matériels d'édition) / bibliothèque/ connexion à Internet, qui sert d'infrastructure pour le développement stratégique de la communication locale pour les partenaires (voir les cadres de travail futurs ci-dessous).

#### Les solutions aux besoins locaux

- □ Identifier les besoins locaux à travers les études de focus groupe, les évaluations de besoins, l'évaluation rurale.
- □ Former les ONG et les prestataires de service à produire des émissions radiophoniques utilisant des techniques participatives.
- □ Former les ONG et les prestataires de service à établir et à travailler avec les groupes d'écoute.
- □ Fournir des enregistreurs cassettes aux ONG identifiés/associations locales pour les communautés en marge des signaux radios pour rediffuser les émissions éducatives importantes et enregistrer les points de vue.
- Mobiliser les cinémobiles dans les régions isolées en collaboration avec les ONG/ les prestataires de service.
- Développer la production d'émissions interactive, enregistrer les points de vue des gens locaux sur des thèmes locaux en faisant usage d'unités mobiles de production/ de visites d'ONG.
- □ Initier des projets vidéo participatifs pour enregistrer les opinions locales, les modes de vie, les défis de développement.
- Développer des matériels audiovisuels dans la localité en langages locaux/avec des acteurs locaux pour la transmission via les clubs vidéo, les cinémobiles, la télévision.

Un centre régional qui accorde des occasions de système de réseaux, et des équipements aux initiatives de communication locale pourrait fournir l'appui et les structures nécessaires pour maximiser le potentiel et les ressources locaux existants, et axer des solutions créatives et l'intérêt des bailleurs de fonds vers le développement d'une capacité de communication au niveau régional.

Voir ci-dessous pour plus de discussion.

### Les cadres de travail futurs

# Centres Régionaux de Communication et d'Informations pour le Développement (CRCID)

Chaque région identifierait une base géographique principale pour l'établissement d'un centre source d'information et de communication qui couvrirait la région locale et les environs. Le centre serait une base pour les partenariats de communication stratégique, une plateforme comprenant les dépositaires locaux, telles que les stations radios, les dirigeants des communautés locales, les ONG et les prestataires de service ou les représentants de village.

Ce centre viserait à accroître l'accès et la circulation des informations dans la région, à créer des occasions d'apprentissage, à appuyer l'action de développement régional et rural, et à servir de centre de formation et pourrait comprendre un nombre d'unités en interaction, et qui s'alimentent les uns les autres :

- ☐ Une salle de formation/réunions pour les activités des dépositaires pour la formation sur l'agriculture et la santé
- Un bureau consultatif/de plaidoirie pour les citoyens locaux, (en particulier pour aider les populations locales analphabètes à accéder aux fonds locaux, à comprendre les droits civiques ou les lois sur le droit foncier)
- Une unité de production régionale pour développer des matériels audio et visuels
- □ Internet comme ressource
- ☐ Une unité de production mobile pour enregistrer des émissions dans les villages
- Des cinés mobiles qui feraient le tour de la région, travaillant parallèlement pour assurer l'approvisionnement et d'autres initiatives (comme la distribution de condoms)
- □ Travailleurs/ consultants agricoles formés (hommes et femmes) pour fournir des appuis face-à-face, des formations, répondre aux questions et enregistrer les problèmes/orienter les individus vers services locaux
- Dans un plus long terme avec des stations radios communautaires plus petites en direct, le centre régional serait un centre d'appui de facilitation dans toutes les régions.

Ce centre aurait une bonne publicité dans la région via la radio en vue de créer l'accès à ses services et encourager la participation aux occasions de communication qu'il offrira aux gens locaux.

# Une approche multi sectorielle/ multi disciplinaire

### Partenaires locaux – mise en réseau

Le Centre dépendrait d'un nombre de partenaires locaux et des dépositaires pour mettre en œuvre ses objectifs.

Un partenariat serait établi avec les leaders locaux, les représentants villageois des stations radios, les ONG et la société civile pour servir de plateforme en vue de développer des stratégies de communication régionales en synergie avec les initiatives de développement local, et de produire des radiodiffusions informatives et éducatives (en suivant une formation) qui répondent aux besoins locaux.

Les partenaires pourraient être formés à développer une variété d'occasions de communication avec les groupes bénéficiaires locaux tels que les cycles de production participative pour la programmation radio, la vidéo participative, les techniques de focus groupe ou le témoignage oral.

Les partenaires seraient d'accord sur le processus local d'utilisation des ressources du centre et travailleraient étroitement ensemble.

### Formation et plaidoirie

## Formation et plaidoirie

Une formation locale sur d'importants thèmes de développement local tels que l'agriculture, la santé et le VIH se tiendraient au centre. Cette formation pourra donc être enregistrée et diffusée – et conservée sur DVD/CD – afin de partager les informations avec les autres groupes de développement à travers la région. On pourrait aussi les repasser dans des clubs vidéo et via les cinémobiles pour qu'un auditoire local plus large puisse également accéder aux informations et à la formation.

D'autres dépositaires locales peuvent également utiliser les ressources et les équipements du centre pour augmenter le nombre et les capacités des travailleurs agricoles sur le développement rural de la région.

Les gens locaux peuvent bénéficier du centre pour s'informer sur une série d'activités locales, les politiques gouvernementales et les événements, et participer aux débats à la radio enregistrés dans l'unité de production du centre.

Les questions soulevées avec les consultants dans le centre peuvent former les bases d'évaluations des besoins pour davantage de production d'émissions locales – assurant une plus grande gouvernance dans la région aussi bien que des occasions pour une plus vaste plaidoirie pour les populations rurales plus isolées.

### Stations radios

Le centre appuierait l'échange et la formation des stations radios locales dont les capacités seraient renforcées pour améliorer leurs techniques de production participative et leurs qualifications de gestion de réseau.

Ils seraient formés à générer de plus grandes occasions à la participation des communautés locales à leurs horaires de diffusion et à convenir sur les horaires de transmission des émissions produites par les dépositaires dans le centre.

Le centre peut servir de ressource aux stations locales pour former des journalistes et développer leur propre gestion et leurs potentiels de réseaux radiophoniques.

Un groupe de stations locales et communautaires mis en réseau, incluant les stations nationales affiliées, avec un appui technique, pourrait avoir un pouvoir de diffusion suffisant pour les groupes cibles à travers la région. Les stations utiliseraient l'accès à Internet du centre pour télécharger des émissions et des informations de développement (peut-être via les radios internationales ou les initiatives/projets du CTA) et les traduiraient pour la diffusion locale (eux-mêmes ou avec l'aide des ONG partenaires).

La médiathèque d'émissions locale ferait des copies des émissions pour les distribuer aux stations FM locales à l'intérieur et en dehors du réseau pour les rediffuser à différents moments de la journée – assurant une circulation d'informations à travers la région. La médiathèque régionale peut également envoyer et recevoir des émissions venant de la capitale en utilisant l'Internet comme ressource

### Internet comme ressource

En fournissant un accès essentiel au web, cette unité peut aider les gens à faire des recherches et à identifier d'importantes actualités nationales et internationales et d'autres rubriques d'information en ligne qui pourraient intéresser les populations locales et les passer à la station radio et à la médiathèque.

La question sur l'Internet peut également être un outil de recherche pour les services locaux et les agences de développement et améliorer la communication aux niveaux local, régional et national.

Cette source peut également créer des occasions pour former ceux qui ont quitté les bancs de l'école et les producteurs ruraux dans la recherche sur le web, l'identification d'occasions d'échange commercial et d'emploi, des occasions de financement et de formation.

# Unité de production mobile (UMP)/ cinémobile

L'unité de production mobile peut rassembler des émissions radio produites localement pour les partager avec la médiathèque locale et – et plus importance encore – enregistrer des émissions, des débats et les feedbacks des populations locales (et des groupes d'écoute) en contrepartie de ce qu'elles reçoivent des diffusions des dépositaires et de la médiathèque locale.

La cinémobile transportera des vidéos éducatives importantes aux villages isolés et travaillera au cours des rassemblements villageois sur les problèmes communautaires tels que le VIH/ SIDA. L'unité pourrait également livrer des condoms aux distributeurs, et d'autres matériels dans les régions éloignées.

### Valeur ajoutée

Les centres maximiseraient les ressources et les capacités existantes de la région. Un large groupe de dépositaires peut apporter une variété de connaissances techniques, de ressources et de qualifications à partager au sein du centre, d'où la capitalisation sur le potentiel local pour développer les activités d'information et de communication.

Etapes suivantes: une évaluation complète des besoins en infrastructure et en équipements, en formation et en ressources humaines d'un centre de communication et d'information pour le développement (CCID) serait requise conjointement avec une analyse des exigences budgétaires, une analyse des coûts, un plan d'affaires pour générer les revenus de l'Internet/médiathèques et des sources potentielles de financement.

L'identification des manières de faire – aux heures supplémentaires – des espaces pour les dialogues et les débats communautaires, procurant une opinion et l'empowerment qui en résulte. Cela serait possible à travers des émissions d'accès communautaires dans les stations locales existantes et à plus long terme à travers le développement des stations radios communautaires.

Les exercices de planning seraient requis pour identifier les meilleurs sites pour un CCID régional et pour identifier les principaux acteurs dans l'exécution d'une telle stratégie. D'autres considérations et facteurs devraient être pris en compte tels que l'accès aux routes, les serveurs Internet, l'alimentation en énergie électrique, les vitesse de connections téléphoniques et la sécurité locale.

Les intervalles de temps pour introduire toutes les parties composantes de tels centres peuvent retarder le démarrage des activités locales, ainsi, il est recommandé de lancer d'abord quelques éléments du centre ; établir la plateforme locale des dépositaires, produire des émissions locales, mettre en réseau les stations radios.

Les unités de production régionales fournissant des équipements d'édition et de réunion aux réseaux des dépositaires locales (ONG, prestataires de service, stations radios) sont déjà opérationnels à Tuléar, Fort Dauphin, Ambovombe, et Fianarantsoa sous le Projet Radio de l'ALT financé par l'EC et peuvent fournir un modèle en œuvre pour alimenter les discussions concernant les prochaines étapes possibles, à côte des méthodes et des expériences d'autres initiatives de communication à Madagascar.

# Les initiatives de communication pour le développement actuelle à Madagascar

Un nombre d'initiatives sont en cours à Madagascar pour améliorer la communication pour le développement au niveau local et cela mérite que l'on étudie entièrement celles qui démontrent des impacts positifs afin de comprendre les modèles et les méthodologies testés, et de partager et d'appliquer les expériences acquises et pour garantir une collaboration et une synergie maximale. Quelques exemples suivants :

Le Ministère de la Communication – une programmation de communication rurales à l'échelle nationale

Le Ministère de l'Education – distribution de radios à manivelle dans les écoles et promotion de l'enseignement primaire.

CNLS – émissions de sensibilisation nationales sur le VIH/ SIDA – distribution de radios solaires/ à manivelle, formation de journalistes, cinémobiles, production d'émissions, production de films, publication de prospectus et d'autres supports visuels, sponsorisation des activités des associations locales, sponsorisation des événements communautaires locaux, bannières, supports publicitaires, partenariats aux niveaux local et national.

AEPA – UNICEF – une initiative de communication dans une émission nationale sur l'hygiène : développer les diffusions radiophoniques et la capacité de production dans trois domaines pour les émissions sur la santé et l'hygiène. Renforcer la capacité des stations radios par l'équipement et la formation, établir des groupes d'écoute.

L'UNICEF appuie les initiatives du Ministère de la Communication, de la Santé, de l'Education et de la Jeunesse :

- Santé : ateliers radios
- Jeunesse et Communication : 15 Clubs de reporters Junior
- Education : 22.000 radios à manivelle distribués aux écoles et à un programme d'éducation pour renforcer la capacité

SAHA – Coopération Suisse au Développement, province de Fianarantsoa – appui au développement rural suivant les requêtes des communautés villageoises, utilisant la radio pour la communication

Projet Radio – Andrew Lees Trust – Réseau de Radios Rurales pour le développement – provinces de Tuléar et de Fianarantsoa – production mensuelle et régulière d'émissions éducatives produites par 48 ONG et prestataires de service locaux, de radiodiffusion via 21 stations, de distribution de radios, 3.000 groupes d'écoute, 4 médiathèques d'émissions locales et infrastructures de production, renforcement de capacité et formation des ONG et des journalistes locaux, une mise en réseau, des équipements pour les partenaires et les stations radios (financés par l'EC).

ACORDS – EC – des unités d'administratives locales, UADELS, produisent actuellement des émissions pour promouvoir les processus de l'ACORDS et améliorer la gouvernance de ce financement du développement communautaire.

ATEC - USAID - appuyant les enseignants par l'utilisation de supports radios - ex : Tuléar, Fianarantsoa

Projet cinémobile – l'USAID apportant une éducation sanitaire aux régions rurales à travers des cinémas mobiles.

ADRA – à Moramanga, utilisation de cabines de vidéo projection pour diffuser des émissions éducatives

Pour de plus amples publications de recherches et d'informations sur la communication pour les projets de développement à Madagascar, et dans le monde, visiter le site :

http://www.comminit.com/ouhttp://www.dcern.org

# **BIBLIOGRAPHIE**

Andrew Lees Trust, 2005 – Les Communications Radio dans la Province de Fianarantsoa, Journal de Discussion : USAID Madagascar

ALT/ Globecom - Etude de Diffusion Technique pour l'émission de l'AEPA: UNICEF Madagascar

Øyvind Dahl – 'Les Significations Malgaches' 1993, Centre pour l'Ecole Interculturelle de Communication de Mission et de Théologie

Francken, Minton, Swinnen, 2005 – Ecoutez la Radio! Média et Corruption: Preuves de Madagascar. Université de Cornell/ la Banque Mondiale de Madagascar

Lellelid, S., 2005 – ALT Projet Radio : Le Statut des Stations Radios Associées du Sud de Madagascar ALT : Londres & Madagascar

Lellelid, S., 2006 – Rapport d'Etude sur l'Evaluation de l'alphabétisation (Sud de Madagascar) ALT : Londres & Madagascar

Metcalf, L., 2005 – L'Impact de Projet Radio sur la Réduction de la Pauvreté dans la Région d'Androy : ALT Londres & Madagascar

Metcalf, Harford, Myers, 2007 – La Contribution de la Radio aux Objectifs de Développement du Millénaire dans le Sud de Madagascar ALT : Londres & Madagascar

Smith, R., 2000 - Evaluation du Projet Radio, Madagascar ALT: Londres & Madagascar

Vadgama, J., 2006 – Etude des Groupes d'Ecoute Etablie par l'ALT/ PR à Madagascar ALT : Londres & Madagascar

# ANNEXE 1 - LISTE COMPLETE DES 198 STATIONS RADIO

Liste des 198 stations de radio, montrant région, la fréquence, la capacité de radiodiffusion et de diffusion de couverture.

L'autorisation de reproduction du texte suivant a été accordée par l'auteur, M. Andriantsoa Rakotonavalona Pascal. Ce rapport doit beaucoup à lui pour son excellent travail.

**Note:** Certaines stations à faible puissance d'émission sont diffusées plus loin que d'autres ayant la même puissance en raison de l'absence d'obstacles naturels, comme les montagnes.

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
1	R.T.A.	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	102.00	1500	300	90
2	MAFM	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	105.20	1200	500	150
3	RADIO DON BOSCO	ANAL/GA	A/DRATRIMO	IVATO Aéroport	93.40	1000	500	150
4	TOP RADIO	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	102.80	300	50	15
5	MESSAGERS RADIO EVANGELIQUE	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	95.00	250	200	30
6	RADIO MADAGASIKARA HOAN'I KRISTY	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	102.40	250	25	3,75
7	RADIO MADA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	100.80	500	500	150
8	RADIO ACEEM	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	103.40	1000	300	90
9	RADIO VAOVAO MAHASOA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	106.80	1000	380	114
10	RADIO FREQUENCE PLUS MADAGASCAR	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	92.80	1000	500	150
11	RADIO FANAMBARANA ANTANANARIVO	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	98.40	2000 ?	300	90
12	RADIO RECORD	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	92.40	500	500	150
13	RADIO MISSION PAR VISION	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	103.80	500	10	3
14	RADIO FARIMBONA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	104.60	100	100	30
15	RADIO FAHAZAVANA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	88.60	1200	500	150
16	RADIO FM FOI	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	107.40	300	300	90
1 <i>7</i>	RADIO FEON'IMERINA - SCOPE S.A.R.L.	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	101.60	300	300	90

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
18	RADIO BALSAMA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	100.40	50	13	3,9
19	RADIO NY ANTSIVA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	97.60	500	350	105
20	RADIO ADVENTISTE TANA OASIS	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	106.40	1000	450	130
21	RADIO "O" OLIVASOA FM 91	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	91.00	100	25	3,75
22	RADIO LAZAN'IARIVO	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	106.00	2000	300	90
23	RADIO TECHNIMAD	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	104.20	250	18	5,4
24	RADIO RAVINALA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	98.80	1000	400	120
25	RADIO MBS ANTANANARIVO	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	95.40	500	500	150
26	RADIO DE L'AMITIE	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	96.50	100	25	3,75
27	RADIO TANA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	94.40	1000	500	150
28	RADIO ANJOMARA	ANAL/GA	ANJOZOROBE	CR.AN/ZOROBE	95.40	500	100	30
29	RADIO DES JEUNES	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	96.60	1000	500	150
30	RADIO SOA AFAFY	ANAL/GA	AVARADRANO	CR.A/HIGAKELY	93.80	100	100	30
31	RADIO LOHARANO VELONA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	90.20	500	240	72
32	RADIO VOIX DE LA SAGESSE	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	90.20	500	400	120
33	RADIO SAMBAINA MANJAKANDRIANA	ANAL/GA	MANJAKANDRI	CR.SAMBAINA	91.80	500	500	150
			ANA					
34	ASSOCIATION ALLIANCE FM 92	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	92.00	500	500	150
35	RADIO SERASERAN'NY ASA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	90.00	500	NC	NC
36	RADIO FIAINANA ANDRAMASINA	ANAL/GA	andramasina	CR A/MASINA	90.40	500	250	75
37	RADI O HERY FITIAVANA	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	97.20	100	40	12
	FAHAMASINANA							
38	RADIO IARIVO HOAN'I KRISTY	ANAL/GA	ANT/REV	CUA	105.60	500	180	54
39	RADIO VAKINIADIANA	ANAL/GA	MANJAKANDRI ANA	CR M/DRIANA	91.60	500	300	90
40	RADIO HAJA	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	100.00	500	250	75
41	R.T.V.A.	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	102.00	500	500	150
42	RADIO FM SANTATRA	VAKINA	ANTANIFOTSY	CR A/FOTSY	103.20	50	5	1,5
43	RADIO ASSOCIATION DU CHRIST RADIO	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	104.00	100	40	12
	EVANGELIQUE (ACRE)							
44	RADIO SOANIVO	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	107.80	500	100	30
45	RADIO M.R.E. ANTSIRABE	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	95.00	100	25	3,75
46	RADIO RURALE ANTSALY	VAKINA	AMBATOLAMPY	CR A/TOLAMPY	93.20	500	300	90

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
47	RADIO TANTSAHA IMERIN'AKANGA	VAKINA	AMBATOLAMPY	CR A/TOLAMPY	94.00	100	25	7,5
	(R.T.I.A.)							
48	RADIO FEON'NY MPITILY	VAKINA	ANTSIRABE I	A/BE I	92.00	500	100	30
49	RADIO FANDRESENA	VAKINA	ANTANIFOTSY	CR A/FOTSY	97.00	100	10	3
50	RADIO ZARASOA	VAKINA	BETAFO	CR BETAFO	97.00	500	300	90
51	RADIO FANAMBARANA ANTSIRABE	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	100.60	100	30	9
52	RADIO FEON'I FARATSIHO	VAKINA	FARATSIHO	F/TSIHO	94.20	500	500	150
53	RADIO FEO MEVAN'I	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	105.00	100	50	15
	VAKINANKARATRA							
54	RADIO MBS ANTSIRABE	VAKINA	ANTSIRABE	A/BE I	95.40	500	500	150
55	RADIO FEON'NY BETAFO	VAKINA	BETAFO	CR BETAFO	93.00	50	12	3,6
56	RADIO BONGOLAVA	B/GOLAVA	TSIROANOMAN	TSI/DIDY	100.00	100	80	24
			DIDY					
57	RADIO EVANGELIQUE LAZAN'I	B/GOLAVA	TSIROANOMAN	TSI/DIDY	97.00	50	20	6
	TSIROANOMANDIDY		DIDY					
58	RADIO TANTSAHAN'I SAKAY	B/GOLAVA	TSIROANOMANDIDY	CR SAKAY	96.20	50	10	3
59	RADIO AKO KANTO MAHASOLO	B/GOLAVA	TSIROANOMANDIDY	MAHASOLO	103.60	50	20	6
	(AKAMA)							
60	RADIO EKAR TSIROANOMANDIDY	B/GOLAVA	TSIROANOMANDIDY	CR TSI/DIDY	94.60	500	500	150
61	MAH-RADIO	B/GOLAVA	TSIROANOMANDIDY	CR TSI/DIDY	98.60	500	300	90
62	RADIO FANILO SY FAHAZAVANA	ITASY	Soavinandriana	CR S/DRIANA	91.20	50	10	3
63	R.T.S. ex RADIO RAVINALA	ITASY	Soavinandriana	CR S/DRIANA	97.00	500	100	30
64	RADIO FEON'ITASY AMPASAMBAZAHA	ITASY	MIARINARIVO	CR M/RIVO	105.00	500	100	30
65	RADIO TANORAN'ITASY	ITASY	Soavinandriana	CR S/DRIANA	102.80	100	15	4,5
66	RADIO ALTA FREQUANZA	ITASY	Soavinandriana	CR S/DRIANA	93.80	500	100	30
	SOAVINANDRIANA							
67	RADIO AINA SY FAHAZAVANA	DIANA	antsiranana	A/RANANA I	103.00	500	100	30
68	RADIO EKAR HAFALIANA AMBANJA	DIANA	AMBANJA	AMBANJA	88.40	500	500	150
69	RADIO AVOTRA NOSY BE	DIANA	NOSY BE	NOSY BE	97.40	100	20	6

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
70	RADIO LAZAN'ANKARABE AMBILOBE-	DIANA	AMBILOBE	CR A/LOBE	95.00	100	25	7,5
	RLA							
<i>7</i> 1	RADIO DS FM	DIANA	antsiranana	A/RANANA I	90.00	500	250	75
72	RADIO ANKOAY AMBANJA	DIANA	AMBANJA	AMBANJA	105.00	100	35	10,5
73	RADIO EKAR ANTSIRANANA	DIANA	antsiranana	A/RANANA I	105.40	500	500	88,4
74	RADIO EKAR AMBANJA	DIANA	AMBANJA	AMBANJA	93.60	500	500	150
75	RADIO MBS ANTSIRANANA	DIANA	antsiranana	A/RANANA I	95.40	500	300	90
76	RADIO FEON'NY AKOMBA DARAINA	SAVA	VOHEMAR	CR DARAINA	100.00	500	500	150
77	RADIO NY ANTSIKA ANTALAHA	SAVA	ANTALAHA	ANTALAHA	102.00	100	25	7,5
78	RADIO CANAL 9 ANTALAHA	SAVA	ANTALAHA	ANTALAHA	95.40	150	70	21
79	RADIO Z FM VOHEMAR	SAVA	VOHEMAR	VOHEMAR	90.60	500	300	90
80	RADIO VANILLE SAMBAVA	SAVA	SAMBAVA	SAMBAVA	93.00	500	200	60
81	RADIO RAVINALA VOHEMAR	SAVA	VOHEMAR	VOHEMAR	96.20	500	120	36
82	RADIO MBS SAMBAVA	SAVA	SAMBAVA	SAMBAVA	95.40	500	300	90
83	RADIO AIDE FM ANTALAHA	SAVA	ANTALAHA	ANTALAHA	91.30	500	153	45,9
84	RADIO RAVINALA MANAKARA	Vato/Fito	MANAKARA	MANAKARA	97.60	100	55	16,5
85	RADIO SAMBATRA	Vato/Fito	MANANJARY	M/JARY	94.00	500	300	90
86	RADIO SOLEIL MANANJARY	Vato/Fito	MANANJARY	M/JARY	92.40	500	500	150
87	RADIO SOANALA VOHIPENO	Vato/Fito	VOHIPENO	VOHIPENO	90.60	100	55	16,5
88	RADIO RAKAMA	Vato/Fito	VOHIPENO	VOHIPENO	NC	NC	NC	NC
89	RADIO AVOTRA VOHIPENO	Vato/Fito	VOHIPENO	VOHIPENO	97.40	500	300	90
91	RADIO EKAR MANANJARY - RADIO	Vato/Fito	MANANJARY	M/JARY	93.60	500	500	150
	AINA							
92	RADIO TARATR'I VATOVAVY	Vato/Fito	MANANJARY	M/JARY	100.00	500	300	90
	MANANJARY							
93	RADIO FIHAVANANA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	101.00	500	250	75
94	RADIO MAMPITA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	94.00	500	500	150
95	RADIO EVANGELIQUE JIRO SY	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	106.20	50	13	3,9
	FANASINA							
96	R.T.V. SOAFIA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	104.20	500	500	150
97	RADIO "FY" ECAR DIOSEZY	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	105.00	500	300	90

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
98	RADIO NY AINGA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	102.60	50	7,5	2,25
99	RADIO AKON'I TSIENIMPARIHY	Haute/Mtra	AMBALAVAO	CR A/VAO	95.00	500	200	60
100	RADIO SAKAIZAN'NY VAHOAKA	Haute/Mtra	fianarantsoa	FIANAR I	91.00	500	130	39
101	RADIO TOHIVAKANA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	90.00	500	500	150
102	RADIO MBS FIANARANTSOA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	95.40	500	500	150
103	RADIO EKAR FIANARANTSOA	Haute/Mtra	FIANARANTSOA	FIANAR I	93.60	500	500	150
104	RADIO FEON'I MANIA	Am/mania	AMBOSITRA	A/SITRA	104.60	100	25	7,5
105	RADIO FEON'I FANDRIANA	Am/mania	FANDRIANA	CR FANDRIANA	105.80	100	20	6
106	RADIO RIJAN'AMBATO	Am/mania	ambatofinan draha	CR A/DRAHANA	102.40	500	250	75
107	RADIO EVANGELIQUE FITIAVANA	Am/mania	AMBOSITRA	A/SITRA	95.00	100	20	6
108	RADIO ONJAN-DRANOVELONA	Am/mania	AMBOSITRA	A/SITRA	107.00	100	25	7,5
109	RADIO SAMBATRA SADY SALAMA	Am/mania	AMBOSITRA	A/SITRA	102.20	500	500	150
110	RADIO EVANGELIQUE FANILO	Atsi/Atsinan	FARAFANGANA	F/GANA	95.80	100	18	5,4
	F/GANA	a						
111	RADIO KATOLIKA MAZAVA	Atsi/Atsinan	FARAFANGANA	F/GANA	103.40	500	150	45
112	RADIO SOANALA VANGAINDRANO	a Atsi/Atsinan	VANGAINDRAN	V/DRANO	102.40	100	45	13.5
112	RADIO SCANALA VANGAINDRANO	a	O	VIDRANO	102.40	100	45	13,3
113	RADIO FANILON' I MAGNANARA	Atsi/Atsinan	VANGAINDRAN	V/DRANO	94.40	500	500	150
	V/DRANO	а	Ο					
114	RADIO AVEC	IHOROMBE	IHOSY	IHOSY	94.00	500	500	150
115	RADIO MADAGASIKARA MISSION IHOSY	IHOROMBE	IHOSY	IHOSY	104.00	500	250	75
116	RADIO MAHERILAHY ILAKAKA	IHOROMBE	ILAKAKA	ILAKAKA	NC	NC	NC	NC
117	RADIO JUPITER ILAKAKA	IHOROMBE	ILAKAKA	ILAKAKA	96.00	100	20	6
118	RADIO REVEIL IHOSY	IHOROMBE	IHOSY	IHOSY	98.40	100	30	9
119	RADIO FEON'IHOSY	IHOROMBE	IHOSY	IHOSY	96.00	100	40	12

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
120	RADIO FANAZAVA IHOSY	IHOROMBE	IHOSY	IHOSY	104.80	100	20	6
121	RADIO M3FM MAHAJANGA	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	105.00	500	300	90
122	RADIO CAVEM	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	97.00	500	190	57
123	RADIO FEON'I MAROVOAY	BOENY	MAROVOAY	MAROVOAY	104.20	500	150	45
124	RADIO TELEVISION KALIZY	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	103.00	500	500	150
125	RADIO FANAMBARANA AMBATO-	BOENY	AMBATO-	A/BOENY	98.40	100	18	5,4
	BOENY		BOENY			2		
126	RADIO LA BAIE DES ANGES	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	102.40	500	500	150
127	RADIO MESSAGER RADIO	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	101.00	500	300	90
	EVANGELIQUE				Į			
128	RADIO FAHAZAVANA MAHAJANGA	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	96.40	500	280	84
129	RADIO MBS MAHAJANGA	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	95.40	500	300	90
130	RADIO DON BOSCO	BOENY	MAHAJANGA	M/JANGA I	93.60	500	500	150
131	MAEVA-RADIO	BETSIBOKA	MAEVATANANA	M/TANANA	91.00	500	500	150
132	MAEVA-RADIO	BETSIBOKA	MAEVATANANA	M/TANANA	91.00	100	18	5,4
133	RADIO LAZAN'I BETSIBOKA	BETSIBOKA	MAEVATANANA	M/TANANA	102.00	500	150	45
134	RADIO FEON'I MAMPIKONY	SOFIA	MAMPIKONY	M/KONY	103.20	100	30	9
135	RADIO MBS ANTSOHIHY	SOFIA	antsohihy	antsohihy	95.40	500	300	90
136	RADIO FEON'I BORIZINY	SOFIA	PORT-BERGE	PORT BERGE	104.60	100	50	15
137	RADIO Feon' ANTSINGY ANTSALOVA	MELAKY	ANTSALOVA	ANTSALOVA	NC	NC	NC	NC
138	RADIO Feon' ANTSINGY MAINTIRANO	MELAKY	MAINTIRANO	MAINTIRANO	NC	NC	NC	NC
139	RADIO TV SOA SAFA MAINTIRANO	MELAKY	MAINTIRANO	MAINTIRANO	NC	NC	NC	80
140	RADIO MBS MAINTIRANO	MELAKY	MAINTIRANO	MAINTIRANO	95.40	500	280	84
141	RADIO REFI (EVANGELIQUE FIAINANA)	atsinanan	TOAMASINA	TOAMASINA I	96.00	500	350	105
		Α						

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
142	RADIO MAFM TOAMASINA	atsinanana	TOAMASINA	toamasina i	105.20	500	500	150
143	RTT TOAMASINA	atsinanana	TOAMASINA	toamasina i	102.00	500	500	150
144	Société Nouvelle RADIO VOANIO	atsinanana	toamasina	toamasina i	98.20	1000	1000 (š)	300
145	RADIO UNIVERSITE-CICOR	atsinanana	toamasina	toamasina i	91.40	500	100	30
146	RADIO FEON'I TOAMASINA	atsinanana	TOAMASINA	toamasina i	101.00	500	400	120
147	RADIO TOAMASINA EVANGELIQUE	atsinanana	toamasina	toamasina i	94.60	100	25	7,5
148	RADIO FEO MAZAVA ATSINANANA	atsinanana	toamasina	toamasina i	90.00	500	500	150
149	RADIO NY ANTSIKA TOAMASINA	atsinanana	TOAMASINA	toamasina i	95.00	200	100	30
150	RADIO MBS TOAMASINA	atsinanana	toamasina	toamasina i	95.40	500	480	144
151	RADIO SKY FM	atsinanana	toamasina	toamasina i	100.00	500	300	90
152	RADIO AKON' I MAROANTSETRA	AN/JFO	MAROANTSETRA	M/TSETRA	103.00	100	25	7,5
153	RADIO FM 2000 MAROANTSETRA	AN/JFO	MAROANTSETRA	m/tsetra	96.60	500	500	150
154	RADIO LAZAN'I LADOANY	AN/JFO	MANANARA	M/NORD	100.00	250	100	30
	MANANARA NORD		NORD					
155	RADIO FANANTENANA VAOVAO	AN/JFO	MANANARA	M/NORD	102.00	500	200	60
	(R.F.V.)		NORD					
156	RADIO FEON'NY TANTSAHA	AN/JFO	MANANARA CENTRE	M/ CENTRE	90.00	100	25	7,5
157	RADIO FORUM	AN/JFO	FENERIVE-EST	F/RIVE EST	102.00	50	3	0,9
158	RADIO ASSOCIATION FELAMAMY	AN/JFO	FENERIVE-EST	F/RIVE EST	93.80	500	200	60
	FENERIVE EST							
159	RADIO VAHINIALA	ALAOT/Mgro	andasibe	andasibe	103.00	50	10	3
160	RADIO RELAX	ALAOT/Mgro	A/DRAZAKA	A/DRAZAKA	103.60	100	65	19,5
161	RADIO QUARTZ	ALAOT/Mgro	MORAMANGA	M/GA	104.20	100	50	15

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
162	RADIO BARAWA	ALAOT/Mgro	A/DRAZAKA	A/DRAZAKA	101.00	500	200	60
163	RADIO BEFORONA	ALAOT/Mgro	MORAMANGA	BEFORONA	100.00	500	250	75
	AKON'AMBANIVOLO MORAMANGA							yanaan
164	RADIO FEON'I MORAMANGA	ALAOT/Mgro	MORAMANGA	M/GA	105.80	100	15	4,5
165	RADIO MAMI-FM	ALAOT/Mgro	ANDILAMENA	ANDILAMENA	104.00	100	30	9
166	RADIO AMOMIX A/DRAZAKA	ALAOT/Mgro	A/DRAZAKA	A/DRAZAKA	96.00	500	150	45
167	RADIO DON BOSCO MORAMANGA	ALAOT/Mgro	MORAMANGA	par faisceau TNR	90.40	500	500	150
168	RADIO MBS A/DRAZAKA	ALAOT/Mgro	A/DRAZAKA	A/DRAZAKA	98.40	500	500	150
169	RADIO RURALE MAZAVA	Atsim/and	TOL IARY II	ANKILILAOKA	97.00	250	100	30
	ANKILILAOKA							
170	RADIO SOLEIL	Atsim/and	TOLIARY	TOLIARY I	90.00	500	500	150
171	RADIO SAY	Atsim/and	TOLIARY	TOLIARY I	103.4	500	500	150
172	RADIO FANDRESEN'I KRISTY	Atsim/and	TOLIARY	TOLIARY I	97.00	500	500	150
173	RADIO FANILO AMPANIHY	Atsim/and	AMPANIHY	AMPANIHY	102.00	500	250	75
174	RADIO RAGNALAHY	Atsim/and	SAKARAHA	SAKARAHA	92.00	500	500	150
175	RADIO TANTSAHA AKON'I	Atsim/and	ankazoabo	A/BO SUD	91.20	500	300	90
	MANAMANA		SUD					
176	RADIO LONGO FEON'NY LINTA	Atsim/and	AMPANIHY OUEST	A/OUEST	95.00	500	500	150
177	RADIO UNIVERSITE TOLIARA	Atsim/and	TOLIARY	TOLIARY I	91.40	250	100	30
178	RADIO FEON'NY ATSIMO	Atsim/and	BETIOKY ATSIMO	B. ATSIMO	101.00	500	250	75
179	RADIO EKAR TOLIARA (DON BOSCO)	Atsim/and	TOLIARY	TOLIARY I	93.60	500	500	150
180	RADIO SAKATOVO (R.N.M. locale)	Atsim/and	AMPANIHY OUEST	A/HY OUEST	98.20	NC	NC	NC
181	RADIO JOSVAH	ANOSY	FORT-DAUPHIN	FORT D	90.00	500	100	30
182	RADIO KALETA FORT-DAUPHIN	ANOSY	FORT-DAUPHIN	FORT D	92.00	100	25	7,5
183	RADIO KALETA AMBOASARY	ANOSY	amboasary Sud	A/ SUD	90.00	200	100	30

	Name	Region	District	Commune	Frequency	Broadcast Capacity in Watts	Actual broadcast (Watts)	Distance in kilometres
184	RADIO JET "A"	ANOSY	FORT-DAUPHIN	FORT D	95.40	500	250	75
185	RADIO EKAR TAOLAGNARO (DON BOSCO)	ANOSY	FORT-DAUPHIN	FORT D	103.00	500	500	150
186	RADIO MBS FORT DAUPHIN	ANOSY	FORT-DAUPHIN	FORT D	NC	500	500	150
187	Radio Association MAGNEVA Andakabe Morondava	MENABE	MORONDAVA	M/DAVA	94.00	500	300	90
188	Radio Association MAGNEVA Andakabe Morondava	MENABE	MORONDAVA	M/DAVA	102.00	500	300	90
189	RADIO IMANOELA	MENABE	MORONDAVA	M/DAVA	98.40	25	7	2,1
190	RADIO SOA ALOKY MENABE	MENABE	MORONDAVA	M/DAVA	93.20	100	30	9
191	RADIO ANTSIVABE	MENABE	MORONDAVA	M/DAVA	101.20	500	500	150
192	RADIO MASOANDRO FANANTENANA	MENABE	MIANDRIVAZO	M/VAZO	96.20	100	25	7,5
193	RADIO EKAR MORONDAVA	MENABE	MORONDAVA	M/DAVA	93.60	500	500	150
194	RADIO MATSEROBOLA BELO TSIRIBIHINA	MENABE	BELOTSIRIBIHINA	BELO T	100.20	500	500	150
195	RADIO FEON'I TSIRIBIHY	MENABE	BELOTSIRIBIHINA	BELO T	99.20	NC	500	NC
196	RADIO CACTUS AMBOVOMBE ANDROY	ANDROY	AMBOVOMBE	AMB/BE	91.00	NC	NC	NC
197	RADIO HODOHODO AMBATOSOA TSIHOMBE	ANDROY	tsihombe	A/TOSOA	100.00	500	500	150
198	RADIO TV MENARANDRA BEKILY	ANDROY	BEKILY	BEKILY	97.00	NC	NC	NC

# ANNEXE 2 - liste des associations de journalistes

### Ce qui suit n'est pas une liste exhaustive

- Ordre des Journalistes de Madagascar (OJM)
- Concorde
- Club des Journalistes Doyens (CJD)
- Association des Femmes Journalistes (AFJM)
- Association des Journalistes Radios Privées (AJRP)
- Associations des Journalistes pour l'Environnement (AJE)
- Club des Journalistes d'Investigation (CJI)
- Association des Chroniqueurs Politiques (ACHROPOL)
- Association des Journalistes du Moyen Ouest (AJMO)
- Association des Journalistes de Mahajanga (AJM)
- Club des Journalistes Economiques (CJE)
- Association des Sortants de la Formation en Journalistique (ASFJ)
- Amicale des Reporters Photographes de Madagascar (AMIPHOM)
- Association de Journalistes de Culture

# ANNEXE 3 LISTE DE LA TELEVISION ET LA PRESSE ECRITE EN DECEMBRE 2007

### Les journaux

- 1. Midi-Madagasikara- Antananarivo Quotidien
- 2. Madagascar-Tribune Antananarivo Quotidien
- 3. L'Express Antananarivo Quotidien
- 4. La Gazette de la Grande IIe Antananarivo Quotidien
- 5. Les Nouvelles Antananarivo Quotidien
- 6. Gazetiko Antananarivo Quotidien
- 7. Le Quotidien Antananarivo Quotidien
- 8. Ny Vaovaontsika Antananarivo Quotidien
- 9. Telo noho refy Antananarivo Quotidien
- 10. Ao raha Antananarivo Quotidien
- 11. Taratra Antananarivo Quotidien
- 12. Lakroa (La Croix) Catholique Hebdomadaire
- 13. Dans Les Media Demain Antananarivo Hebdomadaire
- 14. L'hebdomadaire : Antananarivo Hebdomadaire
- 15. Feon'ny Merina (La Voix des Merina) - Hebdomadaire
- 16. <u>Jureco</u> privé, mensuel
- 17. Revue de l'Ocean Indien Mensuel, diffuse également dans les lles de l'Océan Indien

### **Télévision**

- 1. Télévision Malagasy (TVM) Public
- 2. Radio-Television Analamanga (RTA) Privé, Antananarivo et 6 villes de province
- 3. Madagascar TV (MATV) Privé, Antananarivo
- 4. MBS TV commercial, appartenant à Monsieur le Président Marc Ravalomanana
- 5. Viva TV— commercial, Antananarivo appartenant au Maire d'Antananarivo
- 6. OTV commercial, Antananarivo
- 7. TV Record -commercial, Antananarivo
- 8. TV Plus commercial, Antananarivo

## **Annexe 4**

# Communication pour l'Empowerment Audit sur L'information la communication

# Effectuée dans trois Districts pilotes à Madagascar

# **PROFIL DES SITES**

### Introduction

Cet annexe du rapport de recherche sur l'appropriation à la communication globale de Madagascar (C4E) présente les conclusions détaillées de ces trois processus de recherche menés dans les trois Districts pilotes à Madagascar pendant dix jours en Novembre 2007. Les trois Districts pilotes sont les suivants:

Site 1: (Antsirabe) Manandona;

Site 2: (Moramanga)Beforona et Ambohibary; Site 3: (Tsiroanomandidy) Ankadinondry Sakay

Bien que l'ensemble du projet soit présenté dans l'introduction de ce rapport global, le processus de recherche nationale a été géré, mis en œuvre et rapporté par un consultant national engagé par le bureau national du PNUD. Le consultant national à Madagascar a été Andrew Lees Trust.

Dans chacun des trois sites identifiés, le consultant national a identifié, formé et travaillé avec trois assistants de recherche. Il a été convenu que pour chaque site, il faudrait trois jours pour la recherche à faire:

- Jour 1: Arrivée du consultant national dans le village, rencontrer les autorités locales, répondre aux assistants de recherche précédemment identifiés t les former sur le questionnaire d'interview individuel, organiser des réunions dans les différents villages Jour 2: l'enquête dans le premier village (un total de 15 entretiens, 5 par personne et par jour)
- Jour 3: enquête dans le deuxième village (encore une fois: 15 entretiens, 5 par personne)

À un certain point pendant les trois jours où les assistants de recherche étaient bien dans leur travail, le consultant national procéderait à des discussions des groupes de réflexion avec les dirigeants et à un débat avec les journalistes locaux dans la capitale du District.

Les profils suivants présentent les 1) les commentaires des groupes de discussion et 2) les données de réponses au questionnaire.

Une analyse complète de ces résultats est présentée dans la prochaine section intitulée "Analyse et discussion".

Les notes en italique énoncées ci-dessous exposent leurs commentaires spécifiques sur les données trouvées

Les villages qui ont participé à chaque profil de site ci-dessous sont inscrits dans la "Méthodologie - sélection des lieu de recherches" ci-dessus. Ils sont détaillés dans les tableaux qui indiquent également les Districts et des Communes où ils sont situés.

Afin de guider le lecteur à comprendre les structures administratives de Madagascar, et comment ils sont composés et géré, une brève explication suivante est fournie:

## Les divisions administratives à Madagascar

Depuis l'adoption de la nouvelle constitution par référendum, Madagascar sont actuellement subdivisées en Régions, Districts, Communes et Fokontany.

Madagascar est composé de 22 Régions administratives dont chaque Région est divisée en Districts, des Communes et des Fokontany. Les Régions et les Communes sont des collectivités territoriales; Les Districts et Fokontany sont des circonscriptions administratives décentralisées. Le Fokontany est la principale organisation administrative au sein de la communauté.

Chaque Région est dirigée par un **Chef de Région** qui est nommé par le conseil des ministres. Toutefois, selon la Constitution en vigueur, le Chef de Région sera élu au suffrage universel à partir de 2008, en même temps que les élections pour les conseillers Régionaux Le nombre de conseillers élus est encore à déterminer. Le Chef de Région est le représentant direct de l'État et est responsable de Districts, des Communes et des Fokontany dans la Région.

Chaque Commune est dirigée par un **Maire**, qui est également élu au suffrage universel pendant les élections des conseillers municipaux.

Le **Chef du District** est nommé par décret du conseil des ministres. Il est sous l'autorité directe du Chef de Région. Le chef du District nomme le **Chef du Fokontany** après la nomination du Maire local qui propose cinq personnes, tous sont élus par le Fokontany.

## Site 1: ANTSIRABE

Situé à 170 kilomètres au Sud d'Antananarivo, Antsirabe est la capitale de la Région Vakinankaratra, elle est la deuxième plus grande ville malgache en termes de la taille de la population et est également considérée comme une ville industrielle. Plusieurs usines et des unités de production malgache réussies sont basées ici.

L'économie de la Région elle-même est dominée par l'agriculture, principalement les produits laitiers et la culture de fruits et légumes avec lesquels les agriculteurs locaux se consacrent tout au long de l'année. Grâce à ces activités, le mode de vie de la population rurale est relativement élevé par rapport à la moyenne nationale.

La population locale dans les zones rurales d'Antsirabe est en grande partie des agriculteurs avec seulement environ 5% de revenus réguliers ou professionnels indépendants. Dans la zone urbaine d'Antsirabe la population est en grande partie des salariés et des professionnels indépendants locaux. La ville est relativement riche avec une économie florissante dans la production de fruits, de laits et des produits touristiques dont le célèbre locales d'eau chaude thermale.

Antsirabe est aussi une ville «intellectuelle», outre les écoles de la Région et d'autres collèges de formation professionnelle, il y a une Université catholique. Grâce à sa proximité à Antananarivo, Antsirabe reçoit tous les journaux publiés dans la capitale.

Manandona est une Commune dans la zone rurale d'Antsirabe II, Région Vakinankaratra,

dans la province de Tana. Il est entouré par des montagnes du Nord-Ouest juste en face de l'Est. Il n'y a pas d'électricité et aucune principale source d'eau potable. Il y a seulement un Centre de Santé de base (clinique sanitaire) CSBII, géré par un médecin et une sage-femme. Il y a des écoles primaires publiques et une école primaire privée gérée par la mission catholique.

Il y a les réseaux de téléphonie mobile de CELTEL et de Orange disponible – l'opérateur CELTEL, en particulier, a une bonne couverture parce que l'antenne est placée en haut d'une colline.

# <u>Commentaires du groupe de discussion avec les dirigeants et les</u> représentants des médias

La population d'Antsirabe adoptent la langue officielle du merina (Haut-Plateau) et, par conséquent, ont peu de difficulté à comprendre les communications de la capitale dont la radio et la TV au sujet de l'émission d'Antananarivo (ou de Tana).

La plupart des types de médias sont disponibles dans la ville y compris la télévision (TVM), les stations de radios nationales (RNM, MBS, Radio Don Bosco), et les stations de radio locales. Les journaux de Tana arrivent chaque jour et il y a une prolifération de l'Internet. Toutefois, pour les communautés rurales la radio seulement atteint la population.

L'accès aux médias s'est amélioré au cours des dix dernières années avec la création de plusieurs stations radio privées. En outre, l'amélioration de l'approvisionnement en électricité a augmenté la capacité des populations locales à utiliser les appareils électriques tels que les lecteurs vidéo, et ainsi, de nombreux clubs vidéo ont été mis en place dans les villages pour fournir des services de divertissement.

Le coût de la radio est également faible grâce à des importations à bon marché et à environ 3000-10000 Ariary sont plus facilement accessibles aux membres de la communauté les plus pauvres.

Les participants affirment que plus de deux tiers de la population sont alphabétisés, mais il y a seule une faible proportion de la population suit la presse écrite jusqu'à présent. La plupart des médias se concentre sur le divertissement, avec environ un quart du temps d'antenne consacré à l'éducation ou d'information. La majorité des programmes d'informations est celle de la presse nationale (env. 60%) avec les bulletins de nouvelles locales représentant environ 30% du temps d'antenne et celles religieuses ou d'autres informations d'occupation à seulement 5% de temps d'antenne.

Il y a une très faible participation des populations locales dans les médias. L'accès est considéré comme difficile pour les personnes aux niveaux défavorisées de la société, et les populations rurales y ont à peine participé.

La population a le sentiment que les besoins les plus importants en matière d'information sont centrés sur:

- □ L'agriculture et l'élevage
- □ L'accès à l'eau potable
- □ L'accès à la terre et des biens
- □ La santé

Toutefois, il n'y avait pas de demande spécifique pour augmenter le montant de ce type de programmation. Selon les participants, des commentaires environ 25% des médias devraient être consacrées à l'éducation, alors qu'ils s'attendent toujours que les médias concentrent en grande partie au divertissement, par exemple musique.

Cela dit, les participants ont indiqué que 95% des gens croient ce qui sont dit à la radio et suggèrent qu'il s'agit là d'un des plus puissants moyens de communiquer des informations, d'améliorer l'accès aux programmes éducatifs, et ouvrir les communications générales au niveau local.

La population locale se fonde sur les réunions avec les dirigeants locaux, par exemple Chef de Fokontany, afin de communiquer et d'accéder aux informations dont ils ont besoin (environ 40%), sur les radio avec une source importante (environ 30%), et sur des projections vidéo et suivants la bouche à oreille comme des chaînes supplémentaires.

# Les données sur les questionnaires des échantillons de population

La radio est la principale source d'information pour 83,33% des personnes interrogées, avec le marché la deuxième la plus importante source (30%), suivie par les chaînes de télévision (13,33%), et les journaux (6,67%).

La bouche à oreille est toujours aussi importante au niveau du village. Personnes se partagent souvent des informations et des renseignements avant les réunions de village, en attendant les aînés, Chef du Fokontany, ou les tiers d'arriver et de parler. C'est pourquoi près de 13% des répondants ont perçu des réunions de village à être une source d'information - il en est de même pour l'échange qui a lieu dans les champs, et dans des manifestations locales.

Parmi les principales sources de moyens d'information disponibles, 6 stations de radio sont diffusées dans la Région, y compris la radio nationale RNM et une station de radio locale Haja qui concurrence pour le plus grand auditeurs entre 72-80%, même si le RNM a été signalé pour avoir une meilleure qualité sonore et le contenu des programmes.

Le Gazetiko est le plus populaire journal à 15%. Toutefois, seulement 16,67% des répondants ont dit qu'ils lisent les journaux (5 sur 30, et 4 d'entre elles avaient un bon niveau en lecture et écriture). Sur les chaînes de télévision nationales, la TVM a été la plus populaire à 46,67%

La majorité des répondants étaient d'avis que l'accès à l'information s'est améliorée par rapport à ce qu'il y a plus d'une décennie, à Madagascar (83,33%); seulement un peu (6%) estiment qu'il ne s'est pas améliorée, et la plupart des gens estiment que l'information est plus utile qu'auparavant (86,67%).

La Radio a toujours été en tête comme la principale source de médias qui fournit les informations les plus importantes à 64,71%. La raison invoquée pour justifier la place des médias est qu'il rapporte des faits réels (34,78) et est compréhensible par tout le monde (17,39).

Une grande proportion des personnes interrogées ont estimé que les médias pourraient aider à améliorer leurs conditions de vie (86,67%), celle de leur famille et de leur communauté. Toutefois, seulement, peu d'entre eux font le lien entre les médias et le développement rural (13,04%) et un tiers estiment que les programmes ne soient «pas encore suffisamment bon».

Les nouvelles et les informations ont été jugées les plus utiles dans le programme (34,25%) suivi de débats et de discussions (26,03%), et la radio nationale a été considérée comme la meilleure source d'information (73,33%) avec les radios locales qui sont légèrement moins importante (66,67%). La presse nationale a été mentionnée par 6,67% seulement.

Presque tous les répondants estiment que le programme sur l'agriculture et les prix du marché sont les plus pertinentes pour leur vie quotidienne (93,33%), suivi des programmes de santé (83,33%), les événements politiques et nationaux (63,33%) et les services de l'Etat (60%). Près

de la moitié (46,67%) pensent à des programmes sur la corruption et d'autres informations sur le gouvernement (43,33%) étaient également pertinentes.

Lorsqu'on leur a demandé sur quels sujets ont-ils besoin de plus amples informations, il y avait une diversité des réponses si près d'un quart n'ont pas d'avis. L'agriculture, le développement rural et la santé étaient les plus fréquemment cités.

La meilleure couverture médiatique est considérée provenir de la radio, des télévisions et des journaux (77,78%), mais seulement 2,78% ont mentionné que les programmes avec la participation du public sont importants.

Les médias ont pensé à fournir un point de vue équilibré sur les sujets qu'ils diffusent (60%) et seulement 6,67% des répondants estimaient que les médias ont tenté de les influencer. Toutefois un tiers a estimé incapable de dire d'une manière ou d'une autre.

Les femmes sont perçues comme étant également représentées dans les médias que les hommes, et ne sont pas perçues comme des objets sexuels, mais dans une variété de rôles de mère et d'épouse par le biais de femme d'affaires et de décideurs.

Environ deux tiers ont estimé que la langue utilisée dans les programmes de médias est "toujours"facile à comprendre, avec près d'un quart des rapports que la langue n'est que "parfois" facile à comprendre. Près de la moitié des répondants estime que entre 50-75% de leur communauté pourrait lire et écrire à un niveau de base de l'éducation. Les femmes ont été connues à avoir le plus faible taux d'alphabétisation avec un peu plus d'un tiers en mesure de lire et écrire.

Le consultant local a noté que dans l'échantillon de répondants, 22 personnes qui ont signalé que tous qui ont un niveau d'alphabétisation «bon» à «moyen» ont été à l'école, mais ont eu des problèmes avec la lecture et l'écriture en raison de manque de pratique. 8 répondants que avec l'alphabétisation «limitée», ils ont participé à un programme d'alphabétisation des CRS pour les adultes, et sont donc en mesure de lire et écrire, mais pas très bien

En dépit de leur estime sur les niveaux d'alphabétisation, les journaux ont été lus par seulement 10% avec un peu moins d'un quart des rapports qu'ils n'étaient pas intéressés à eux, et plus d'un tiers indiquant que l'accès à des journaux était médiocre.

L'appropriation des Radios est plus élevé chez les hommes avec deux fois plus d'hommes qui possèdent une radio à la maison que les femmes (41,18% et 20,59% respectivement.) Les chiffres montrent également que certains répondants ont dit plus d'une fois à cette question en suggérant la possibilité de plus d'une radio dans la maison, bien que peu probable. Plus d'un tiers des répondants ont déclaré que toute personne dans la famille était responsable de décider ce qui a été joué à la radio (37,50%)

Près de la moitié des répondants ont dit qu'ils pouvaient se permettre d'acheter des piles ou de l'électricité (43,33%), même si un tiers a dit qu'ils étaient seulement en mesure de le faire «parfois». Parmi ces personnes interrogées, près d'un quart (23,33%) ont déclaré avoir un radio qui marche avec la lumière du soleil et le vent. Aux Réponses à la question de savoir s'ils pouvaient acheter radios solaires sur le marché semble erronée avec 43,33% disant «oui», et plus de la moitié citant qu'ils pourraient également supporter d'en acheter un.

Il est à noter que ces réponses sont contestables. Les postes de radio alimentés par l'énergie solaire ne sont pas disponibles dans le commerce à Madagascar et, même s'il y en a, ce serait au-delà de la portée financière de la plupart des populations rurales. Ceux qui existent ont été distribués à des groupes d'écoute par des projets tels que campagne VIH / SIDA du gouvernement actuel du par la comité nationale de lutte contre le SIDA (CNLS), le Ministère de l'éducation (dans les écoles) et par des communications pour les projets de développement tels que Andrew Lees Trust "Projet Radio" dans le sud (1998-présent), Dodwell Trust Saravolana du programme (1996-2000). Ou bien ce sont des radios qui ont trouvé leur

chemin dans une maison individuelle à travers la mauvaise répartition des techniques ou des pressions politiques locales. Il est également possible que les gens croient qu'ils peuvent les payer sur la base des prix «normale» des radios sur le marché.

Trois personnes sur 30 ont mentionné qu'ils ont la TV à la maison - les plus susceptibles citadins salariés sont représentés dans l'échantillon.

Un très petit pourcentage des personnes interrogées a déclaré avoir accès à la télévision dans leur village, dans les clubs ou chez un voisin (6,66%) La plupart des villages ruraux n'ont pas accès à l'électricité et ne pouvaient le faire fonctionner à partir d'un combustible du générateur entraîné en permanence (batterie).

Plus de la moitié des répondants (53,33%) ont indiqué qu'il y avait une présence des ONG, des groupes ou des organisations qui pourraient aider les communautés à avoir accès à l'information. La plupart de ces ONG qui a été mentionnée est en mesure de fournir le nom d'un groupe local ou de l'organisation et 43% ont répondu positivement lorsqu'on leur a demandé s'ils font confiance à ces groupes. Près de la moitié des répondants ont dit que les ONG et les associations locales ont de différents points de vue (46,67%) – ce n'est pas seulement eux-mêmes, et la moitié pense que l'information fournie était utile.

L'accès à Internet est limité. Seulement 5 des 30 répondants ont mentionné qu'ils avaient accès à l'Internet à la maison contre 21 qui a dit qu'ils n'en ont pas.

Néanmoins, de la part d'une population vulnérable ou marginalisé cinq semble avoir donné une réponse très élevé et suggère l'électricité, capacités d'entretien, l'alphabétisation et les compétences en TI (technologie d'information) - qui ne sont pas possibles pour les producteurs ruraux moyens. Le consultant local a noté qu'aucun des répondants n'avaient l'Internet dans leurs maisons qui ont des étages en argile sans ligne téléphonique ni d'électricité. Suggérant que les réponses étaient pour ceux qui ont pensé être requis par les chercheurs plutôt que relevant de la situation réelle - bien que certains répondants peuvent avoir penser que l'accès en ville leur a permis de dire «oui». Ou bien la question pourrait être mal traduites.

#### Participation avec les médias

Interrogés sur leur connaissance des programmes locaux dont les débats et l'émission au cours de laquelle les auditeurs ou les téléspectateurs peuvent intervenir par téléphone, les réponses des personnes interviewées ont été presque clairement réparties, entre environ un tiers a dit que de tels programmes existent (36,67%), et les deux autres tiers a dit qu'il n'y en a pas (63,33%). Parmi ceux qui ont répondu positivement, 20% ont déclaré les écouter par «toujours» ou «souvent». Près de la moitié ont dit qu'ils aimeraient participer (46,67%) dans de tels programmes, mais un petit nombre ont répondu qu'ils préfèrent écouter ou qu'ils ne se sentent pas en confiance pour vouloir quelque chose à dire (10%). Le même nombre a déclaré qu'ils n'étaient pas intéressés. C'est peut-être une réflexion de la plus grande réalité qui montre que seulement 3 des 30 répondants avaient accès à un téléphone.

Le consultant local a noté que, pendant les entretiens, même pas les représentants des autorités locales avaient des téléphones mobiles avec eux. Il a également noté que, bien que Telma était présent à Antsirabe, il n'existe pas de téléphones publics en bon état de fonctionnement. Il se peut qu'il pourrait toutefois avoir l'accès à un "taxi phone 'où les vendeurs ambulants vendent des minutes d'appels sur un mobile à gens qui y passent.

La participation à la programmation locale est encore limitée par le manque de visites des journalistes locaux à la collectivité. Plus des deux tiers des répondants ont dit il n'y avait pas de visites de journalistes dans leur localité (70%), le reste a affirmé qu'ils avaient été visités par

les journalistes, mais les réponses étaient divisés également vue comment la manière véridique de la couverture de la situation locale a été présentée (20 / 20)

# Autres possibilités de communication

Les opportunités d'exprimer des opinions ou d'échanger des points de vues dans un contexte local ou Régional sont limitées.

Plus d'un quart (27,78%) des répondants ont déclaré avoir une occasion de partager leurs points de vues sur les affaires publiques lorsqu'ils assistent à des réunions de village, mais seulement 3 sur 30 (8,33%) ont dit qu'ils pouvaient parler aux journalistes à propos de questions d'intérêt public. Les visites et réunions organisées par l'ONG ont fourni la meilleure occasion d'exprimer ses opinions (22,22%). Personnes n'a mentionné un contact direct avec les politiciens locaux et plus d'un tiers (38.89%) dit qu'il n'existe pas de possibilités de parler qui peut être également dû à la vie sociale, culturelle, ou des questions de ce genre (voir l'analyse et la discussion ci-après).

Lorsqu'on leur a demandé à qui les gens vont se confier quand ils ont un problème ou une question à poser, les réponses varient en fonction de la question - voir le tableau ci-dessous.

En particulier, dans ce domaine, il n'y avait pas de voies de la gouvernance ou de discussion si les problèmes sont liés à la corruption ou le logement

N=72	Nombre	%	Détails	
Santé	20	27,78	<ul><li>(6) Village animateur (VIH / sida)</li><li>(14) Centre de santé de base II (CSB II)</li><li>(1) Service de santé de District (SSD) Antsirabe</li></ul>	
Infrastructures locales	6	8,33	<ul><li>(5) Localité Manandona</li><li>(1) Personne responsable de l'infrastructure locale</li></ul>	
Hébergement	0	0,00		
Éducation / enseignement	17	23,61	(7) chef ZAP (10) l'école ou des enseignants	
Emploi / litiges Fonciers	3	4,17	(1) chef de District (2) délégué administratif (fonctionnaire)	
Land litiges	3	4,17	(2) chef de District (1) Principaux citoyens (1) Programme spécial (pas de contact)	
Corruption	0	0,00		
Autres services publics	10	13,89	<ul><li>(9) Région</li><li>(1) La justice</li><li>(1) délégué administratif</li></ul>	
Vos droits en tant que citoyen	3	4,17	<ul><li>(1) Principaux citoyens</li><li>(1) Mobile trimestre</li><li>1) chef de District</li></ul>	
Autres réponses	10	13,89	(10) chef de District (1) Principaux citoyens	

#### SITE 2: MORAMANGA

Moramanga est situé à quelques centaines de kilomètres à l'Est d'Antananarivo au sein de la Région Alaotra-Mangoro. À l'instar d'autres villes typiquement malgache, Moramanga est périphériquement entouré de campagne, la culture du riz étant la principale activité économique de la population locale. Le District est également connu pour son exploitation des forêts de conifères et les plantations d'eucalyptus qui se trouvent sur la partie occidentale équipé d'usines de traitement du bois comme Fanalamanga II y a également une exploitation minière dans la Région.

En revanche, l'Est du District commence à être touché par l'exploitation massive des forêts primaires avec la pratique ancestrale de «tavy» (agriculture sur brûlis) et la production de bois utilisé comme combustible. Les Gingembres, les bananes, le riz et le manioc sont les principales ressources de la population.

Une station de radio locale avec une puissance relativement faible est opérationnelle dans les principales villes du District, mais la majorité de la population peut écouter les programmes radiophoniques de Tana ou d'autres villes quand il n'y a pas de perturbations du signal radio et des ombres à cause de la topographie montagneuse de la Région.

Les journaux qui arrivent de Tana sont lus par les quelques familles qui sont abonnées. C'est le même cas pour la télévision comme la puissance d'émission est très limitée.

# Commentaires du groupe de discussion avec les dirigeants et les représentants des médias

Un groupe de réflexion a été mené dans la Commune de Beforona et un autre qui s'est tenue à Moromanga ville.

En Beforona, la population comprend principalement une population agriculteur ayant un faible pourcentage de personnes employées dans les emplois locaux (env. 15%). Si la grande majorité de la population comprend la langue officielle, la langue qu'ils utilisent est le dialecte local de Betsimisaraka.

Dans cette Région l'accès à l'information se fait par la radio, sur le marché ou par des réunions locales. L'église joue également un rôle dans la diffusion d'informations. Il n'existe pas de stations radio locales fonctionnel. Une petite station indépendante a été créée par un programme environnemental financé par l'USAID (Akon'Ambanivolo), mais a cessé de fonctionner en raison du manque de personnel.

La radio nationale RNM, la Radio Don Bosco et le MBS de Tana atteint la population, de même qu'une une station radio adventiste, mais la qualité de la réception est très difficile à cause de la topographie. Beforona est situé dans une dépression et ne peut donc que difficilement recevoir un signal FM. La majorité de la programmation reçue est composée de musique et de divertissement (environ 75%) et quelque programme sur l'éducation et information diffusés par RNM (25%). La plupart des informations diffusées est les infos au niveau national - il n'y a pas de bulletins d'information locales mais il y a des émissions évangéliques.

Dans l'ensemble, les participants estiment qu'il y a une amélioration de l'accès à l'information au cours des dix dernières années. Les gens écoutent la radio même si l'achat de piles, en raison de coût, est un problème pour de nombreuses familles.

Les gens ne lisent pas la presse bien que les participants ont fait un rapport de 50% sur le taux

d'alphabétisation dans la Région (au niveau de l'école primaire). La toute nouvelle forme de communication est l'introduction de "vidéo club" dans divers villages.

Les priorités des besoins d'information de la population ont été examinées et identifiées comme :

- □ Accès à l'eau potable
- □ L'agriculture et l'élevage
- Accès à la propriété foncière
- □ La Santé

L'accès aux médias traditionnels (TV, radio et presse) est difficile. Dans de rares cas où les gens doivent faire passer un message par radio, ils doivent aller dans les villes les plus proches comme Moramanga ou Brickaville.

Le principal moyen de communication est les réunions avec les représentants de l'administration locale par exemple le Chef du Fokontany, mais la radio joue un rôle, tout comme les clubs vidéo. La bouche à oreille est également une conduite traditionnelle des nouvelles et d'informations. Les participants ont estimé que l'éducation et les programmes de sensibilisation sont importantes mais la musique et la «publicité» (il s'agit en général d'un message local pour la famille, les dédicaces) est également importante. La radio a été considérée comme moins importante (30%) que des réunions de village (50%), mais cela peut être reflété par le manque actuel de l'accès, en particulier compte tenu du fait que les participants ont convenu que presque tout le monde croit ce qu'ils entendent à la radio.

Un vidéo club est une petite cabine mise en place comme un mini-cinéma, mais emploie une télévision au lieu d'un écran et utilise les enregistreurs vidéo de «projet» des matériels audiovisuels - par exemple les programmes de télévision et les films. Les villageois sont facturés un prix minime pour l'entrée. Beaucoup de clubs vidéo montrent l'action et les films d'arts martiaux qui sont populaires à Madagascar ce qui conduit l'ADRA, une ONG sise à Moramanga à utiliser les clubs vidéo pour montrer des vidéos éducatives.

A Moramanga ville, les réactions diffèrent en grande partie due à la présence active des médias dans la ville et un représentant du ministère de la communication présent à la réunion. Il y a aussi la présence d'une ONG ADRA-qui utilise activement le dialecte local et les médias locaux pour diffuser des informations et transmettre des messages éducatifs à leurs bénéficiaires.

L'accès à l'information est uniformément réparti entre la radio, les réunions locales, le marché, et avec les Eglises locales en offrant des pistes pour la diffusion. Il y a une station de radio locale active (Radio Quartz), mais la RNM, le MBS et le Don Bosco de Tana restent les plus diffusées. La télévision nationale TVM est également disponible avec une programmation locale produite par le Délégué du Ministère de la communication local à Moramanga.

Les journaux de Tana sont disponibles mais la plupart sont déjà commandées pour les abonnés et le nombre restant est insuffisant pour la vente ouverte.

La projection vidéo est devenue de plus en plus populaire comme nouveau moyen de communication et il est également utilisé par certaines associations locales, par exemple l'ONG adventiste ADRA.

Les participants ont aussi estimé que l'accès à l'information s'est amélioré notamment en raison de l'ouverture de stations radio privées et l'accessibilité des importations de récepteurs radio chinois à bas prix qui sont facilement disponibles. Les batteries sont toujours un problème en raison du coût, mais un nombre croissant de la population urbaine est en

mesure d'offrir des générateurs d'électricité grâce à des prix compétitifs des produits asiatiques arrivés sur le marché.

La majorité de la population écoute la radio pour la musique et le divertissement, même si une proportion d'environ de 25% diffuse la valeur de l'éducation et d'information- la plupart de ces nouvelles est une information national sur la politique, l'économie etc.

Les bulletins de nouvelles locales est jugée insuffisante; la presse écrite, qui est imprimé dans la langue officielle, est réservé à une petite proportion de la population, pour la plupart des fonctionnaires, même si chaque journal est partagée avec au moins trois personnes. Les tentatives de Radio Quartz visent à atténuer les pauvres à accéder à des journaux en fournissant un résumé quotidien du journal qui est diffusé en direct.

Les principaux canaux de communication sont les radios les TV locales et nationales, la bouche à oreille, les affiches et les bannières, les réunions avec l'administration locale, les projections vidéo et les formats préférés sont le théâtre ou la série de drames à la radio, les dédicaces et les petites annonces, les infos sur la radio et TV, les chansons, les vidéos et les affiches.

Les besoins d'information de la ville sont à peu près les mêmes que pour la population rurale. Toutefois, malgré l'accroissement des accès aux médias dans la ville, la participation locale de la population est très limitée. L'accès pour les populations locales aux médias est difficile. Les gens n'osent pas s'exprimer à la radio ou à la télévision, bien que les auditeurs sont attirés par des interventions de personnes qu'ils connaissent et reconnaissent.

Le coût des annonces et la dédicace à la radio sont considérées comme trop coûteux par rapport au de pouvoir de dépense de la population locale, et il en est de même pour les annonces presse. La Radio Quartz fournit gratuitement du temps d'antenne publicitaire, des ONG telles que ADRA disposent d'un financement pour payer les frais de temps d'antenne. Les formes traditionnelles de communication Locales offrent un accès plus large à la participation - telles que les réunions locales et les échanges dans les marchés.

#### Les données sur les questionnaires avec des échantillons de population

Trois personnes sur les trente interrogées ont été des salariés réguliers, un d'eux avait un emploi au sein de la communauté locale et deux étaient des fonctionnaires. Dix-sept des répondants étaient exploitants de terres cultivables. Aucune information n'était disponible sur les autres personnes interrogées.

Dans le village, 70% des gens utilisaient la langue nationale et non le dialecte local pensant que c'est la marque de leur niveau d'éducation. Or le niveau "moyen" de l'alphabétisation, l'utilisation du dialecte local est devenu plus fort à 30%, contre 13,3% à l'aide de langue nationale.

La radio a été la principale source d'information pour 86,67% des répondants, avec la télévision (26,67%) score supérieur à la presse (16,67%). Sur les huit répondants qui ont mentionné la télévision comme une source d'information, six dit qu'ils possédaient un poste télévision à la maison et les autres regardent la télévision dans un lieu du le village qui est accessible pour eux.

D'autres formes de communications traditionnelles continuent à jouer un rôle, comme le «Kabary» (discours locale), les réunions de village et les visites des entités extérieures telles que les ONG.

Sur dix des signaux radio possible à la disposition de la population, RNM a été le plus populaire (70%), suivie de près par le SCG (56,67%) et Radio Don Bosco (40%), - le tout à partir

de Tana. D'autres stations de radiodiffusion de Districts voisins ont été moins populaires, répartis dans 5-6 stations FM.

Le nombre de signaux radio dans cette Région est très élevé, principalement en raison de la proximité de Tana. La préférence pour les stations de Tana peut être en raison d'une meilleure qualité sonore et de programmation, et est possible en raison de l'harmonisation de cette Région avec la langue «officielle» Merina celle de Tana. Il a été noté qu'il y avait des manquements d'interférences et de programmation avec plus de signaux FM localement disponibles.

Trois journaux sont disponibles mais le nombre de personnes qui ont lu ou accès à ceux-ci est très faible, à seulement 6,67%. L'accès à des journaux n'est pas moins limité en raison de retards dans le transport à partir de Tana.

Un peu plus de la moitié des répondants ont déclaré que la TVM est la station la plus populaire des chaînes de télévision, avec un quart préférant MBS.

La quasi-totalité des répondants estiment qu'il y a une amélioration de l'accès à l'information par rapport à ce qu'il y a dix ans (90%) avec seulement 6,67% qui pense qu'il y a moins d'informations disponibles. Parmi ceux qui ont répondu positivement, 83,33% pensent l'information plus pertinente avec près d'un tiers dit qu'il y a une amélioration des connaissances; près d'un quart a dit que les nouvelles quotidiennes ont augmenté.

Les sources d'informations fiables ont été également attribués à la radio (30%) et à des réunions de village (30%), et le village président (26,67%). 16,67% des répondants estiment que cette information provenait de faits établis. Cela a été considéré comme l'aspect le plus utile à l'amélioration de l'accès et la fiabilité des informations en ce sens qu'elle a empêché la propagation de rumeurs (23,33%) et l'amélioration de la connaissance (23,33%). Un autre 20% à penser le développement, elle a augmenté et amélioré la vie des agriculteurs (10%).

En effet 96,67% des répondants estimaient que les médias pourraient aider à améliorer leurs conditions de vie, et celle de leurs familles et la communauté. Parmi les programmes d'information, les actualités et les informations ont été jugées la plus utile (45,16%) avec encore une très forte demande pour la musique (22,58%) et des intérêts aussi dans les débats et les discussions (17,74%).

Les radios Locales et nationales ont été vus également à être le meilleur support pour fournir des informations utiles (38,71%), suivie par la télévision (17,74%) - qui reflète encore une plus grande disponibilité et l'accès à la radio dans la Région.

Les répondants estiment qu'il y avait une variété de sujets qui pourraient être abordés dans la programmation, notamment parler avec des interviews d'actualité (40%) et les programmes où les invités et le public peut participer en appelant directement (26,67%).

Les plus pertinentes de programmation actuelle a trait à l'agriculture et les marchés (90%), l'information sur la santé (76,67%), des informations sur les services de l'Etat par exemple l'éducation (73,33%), suivie par des informations sur l'emploi (43,33%), des sensibilisations à la corruption, des informations sur le gouvernement et sur les événements politiques, ainsi que les citoyens et les activités régionales et nationales.

Une grande variété de sujets ont été identifiés comme ayant besoin d'une meilleure couverture allant de la santé et l'agriculture, le VIH / SIDA pour les entreprises et les jeunes en matière de programmation.

La meilleure couverture par les médias, considéré comme le plus important, a été estimé à venir par les nouvelles (radio, télévision et journaux), puis la programmation culturelle locale (36,67%) et, en général, les répondants estiment que les médias ont donné un point de vue

équilibré sur des sujets d'actualité (86,67%) . Les répondants estimaient que les hommes étaient légèrement plus représentés (49,17%) dans les médias que les femmes (33,83%), mais aucune ne pensait que les femmes sont négativement représentées.

L'alphabétisation chez les hommes a été signalée à être plus élevés dans la langue officielle (50%) plutôt que dans le dialecte local (36,67%). La langue officielle est généralement enseignée dans les écoles est donc plus susceptibles d'être la langue de lecture et d'écriture. Pour les femmes, les pourcentages sont sensiblement les mêmes.

Le langage utilisé dans les programmes n'est que «parfois» entendu par la majorité des répondants (50%), et seulement un quart ont dit avoir été en mesure de «toujours» comprendre. Peu de précisions ont été offerts sur ces questions linguistiques.

Malgré les taux d'alphabétisation, seuls 30% ont déclaré à lire les journaux, mais au moins une fois par semaine et 14% d'admis ne pas être en mesure de les lire. Près de la moitié a déclaré que les journaux ne sont pas suffisamment disponibles (43%). Parmi ceux qui déclarent qu'ils lisent les journaux, il est probable qu'ils ont pu les accéder directement en ville Moramanga.

L'appropriation de la Radio est le plus élevée chez les hommes (60%), même si les femmes ont également indiqué possédant des radios (40%) et la plupart ont indiqué que toute personne se trouvant dans la famille pourrait décider de jouer la radio (76,67%). Près des deux tiers des répondants ont déclaré qu'ils pouvaient facilement avoir accès à l'électricité ou à des piles à tout moment (60%) et 13% auraient une liquidation / radio alimenté par l'énergie solaire. 36,67% des répondants estiment qu'ils pourraient acheter une liquidation / radio solaire sur le marché et plus de la moitié ont déclaré qu'ils seraient en mesure de se permettre un (53%)

Le consultant local a noté qu'il n'y avait pas de précisions sur l'endroit où ces appareils radios sont venu (par exemple CNLS / Ministère de l'Éducation / ou autres) ou les prix auxquels ils sont soupçonnés d'être vendus sur le marché. Comme on l'a déjà proposé plus haut, la liquidation de la radio est impossible, car ils ne sont pas disponibles sur le marché local.

Un tiers des répondants ont déclaré avoir la télévision à la maison. Le consultant local a noté que, compte tenu, seulement trois des personnes interrogées avaient des salaires normaux, il émet un doute sur le nombre élevé de réponses positives et remet en question la validité du résultat. Près d'un quart (23,33%) ont déclaré avoir accès à un téléviseur dans le village. Bien qu'aucune précision ne soit offerte, il est plus probablement dûe à la présence d'une vidéo club ou café-bar avec un générateur.

Les ONG sont une bonne source d'information pour la quasi-totalité des répondants (90%) ADRA a le profil le plus élevé (80%), suivi par SEECALINE (éducation nutritionnelle) (20%). Treize autres associations extérieures ou organisations ont été évoquées même si certaines sont liées par exemple USAID / ERI / Koloharena (environnement adapté et programmes de culture), et il y avait un niveau élevé de confiance envers ces organisations (80%). La majorité des répondants étaient d'avis qu'ils promeuvent des points de vue différents et pas seulement les leurs et presque tous ont estimé que les renseignements qu'ils fournissent est utile (93%)

Personne n'a accès à l'Internet dans les communautés interrogées si près de la moitié n'a pas répondu à la question, ou ne savaient pas.

Participation avec les médias.

Il semble qu'il y a les programmes de radio en direct avec les débats par téléphone, mais ils sont diffusés directement ou re-diffusés à partir de Tana. MBS a un appel de dimanche matin dans le programme qui se concentre principalement sur des messages de la famille de différentes parties du pays. Radio Don Bosco a un programme intitulé «Karajia» qui permet de faire appel au public sur une variété de sujets. Un des chercheurs a indiqué avoir entendu des discussions sur l'achat de terres, des blocages au régime foncier et les questions de

corruption. Un autre suivait l'histoire d'une fausse annonce de garantir des emplois dans les Bahamas, qui ont suscité le débat sur la position d'intervention de l'État lorsque ces «scams» apparaissent.

Près d'un tiers des répondants ont déclaré avoir toujours écouté de tels programmes, et 16,67% ont dit qu'ils écoutent de temps en temps. Toutefois plus de la moitié (53%) a voulu participer à des programmes avec seulement 10% qui expriment leur préoccupation de ne pas être suffisamment confiant pour savoir quoi dire. Toutefois, lorsque qu'on leur pousse à dire s'ils appelleraient à ces programmes, seulement 3,33% ont dit que ce serait le cas avec la majorité qui préfère écouter ou de ne pas avoir accès à un téléphone (86,67%).

Deux tiers ont déclaré que les journalistes viennent dans leurs villages pour faire des programmes et presque le même nombre, la couverture de leurs questions locales a été véridique. Toutefois, seulement 6,67% a indiqué que les journalistes de radio ont fourni l'occasion de participer au débat public.

## Autres possibilités de communication

En termes de parler ouvertement en public, des réunions locales fournissent le meilleur forum (80%), avec les manifestations organisées par des ONG exécutant deuxième à 63,33%

Afin de trouver de l'information et / ou discuter de sujets qui les concernent, la plupart des répondants sont allés à une variété de sources locales - voir le tableau ci-dessous pour plus de détails:

N=30	Nombre	%	Détails	
Santé	27	90,00	(1) Les guérisseurs traditionnels (12) Centre de santé de base II (CSB II) (17) Dispensaire	
Education/enseignement	26	86,67	(4) CEG (25) Les enseignants (3) CISCO	
Emploi / litige foncier	20	66,67	<ul> <li>(2) chef de District</li> <li>(5) Localité</li> <li>(2) Délégué administratif (fonction publique)</li> <li>(1) District Moramanga</li> <li>(5) employeur</li> <li>(4) Personne en charge du recrutement</li> <li>(1) Emploi bureau</li> <li>(2) Thème de service</li> <li>(1) de service public</li> </ul>	
Infrastructures locales	16	53,33	(13) Localité Beforona (3) chef de District	
Litiges fonciers	16	53,33	(2) Région (1) District de Moramanga (13) Thème de service	
Hébergement	15	50,00	(12) chef de District (1) Localité (1) Les enseignants	
Autres services publics	15	50,00	<ul><li>(9) Région (</li><li>1) La justice</li><li>(1) délégué administratif</li></ul>	

Corruption	12	40,00	<ul><li>(2) chef de District</li><li>(2) Localité</li><li>(3) la police</li><li>(2) Gendarme</li><li>(3) Mobile une quarts</li><li>(2) Tribunal</li></ul>
Vos droits en tant que citoyen	10	33,33	<ul><li>(1) Tribunal</li><li>(2) Mobile une quarts</li><li>(7) chef de District</li><li>(4) Bureau de poste</li></ul>
Autres réponses	0	0,00	(10) chef de District (1) Principaux citoyens

## SITE 3: TSIROANOMANDIDY

Le District de Tsiroanomandidy est situé dans le Centre-Ouest de Madagascar, le principe de l'activité économique de la population locale est basé sur l'élevage, la culture du riz et le manioc. Les produits de cette Région sont exportés à Tana pour aider à nourrir la capitale.

Situé à l'extrême Est du point du District, la Commune de Sakay (150 kilomètres à l'ouest de Tana) est le point d'entrée de ce vaste District et dans la Région de Bongolava, de Tsiroanomandidy qui est la capitale.

La composition géographique du District est constituée par un vaste plateau qui permet à la population locale à l'écoute des stations de radio FM (en général la radiodiffusion de la capitale). Toutefois, plusieurs Communes de l'arrondissement ont créé leurs propres stations de radio, par exemple la Commune de Sakay; l'objectif principal de cette station est d'améliorer la communication dans la Région qui est toujours brisée par l'insécurité due à des vols de bétail.

L'accès aux journaux n'est pas encore démocratisée et généralisée parce que la distribution et la disponibilité des journaux est encore très limitée. Les postes télévisions sont toujours considérées comme un objet de luxe appartenant à une minorité dans les principales villes, et quelques Communes rurales où les postes de télévision ont été distribués gratuitement.

# Commentaires du groupe de discussion avec les dirigeants et les représentants des médias

Neuf personnes de milieu professionnel ont participé à la discussion, y compris les enseignants, un pasteur, les autorités locales, un représentant des associations de femmes, de radio et de personnel.

La majorité de la population sont des agriculteurs avec seulement environ 10% de fonctionnaires et salariés indépendants /professionnels. La langue principale est la langue officielle malgache.

Il existe une série de médias opérationnelle dans la Région y compris la radio et la télévision national, la TVM, MBS, RNM, Radio Don Bosco; les stations radio FM locales, la livraison hebdomadaire de journaux et un bulletin bimensuel parmi les enseignants et les professeurs à l'école publique.

La MBS est la chaîne de télévision la plus populaire comme il y a des problèmes avec la qualité du signal pour TVM ainsi que pour certaines stations de radio FM. Il y a souvent des coupures d'électricité qui interfèrent les émissions, mais les principales sources d'information sont la radio, les marchés, réunions avec les autorités locales et les églises.

Plus de trois quarts des participants estimaient qu'il y avait une amélioration par rapport à l'accès à l'information qu'il y avait dix ans avant grâce à l'existence de nombreuses stations de radio privées, mais le coût des piles pour concourir à un récepteur radio est exorbitant. Aussi les créneaux horaires de diffusion sont limités en raison de fréquentes coupures de courant.

Il y avait une distribution de la liquidation des radios manivelle dans le domaine, il semble que certaines écoles ont reçu ces appareils radio venant du ministère de l'Éducation et de partagé les informations qu'ils ont entendu à la radio.

Les participants estiment que 50% de la population sont alphabétisés à l'école primaire, mais la lecture de la presse écrite est très limitée. De nouvelles formes de communication avec les médias incluent les vidéos clubs et la disponibilité accrue des téléphones mobiles avec Celtel.

Dans l'ensemble, les principales informations disponibles à travers les médias sont l'actualité/les infos, et ce est plutôt en grande partie national que locale. La majorité des émissions sont la musique et le divertissement, avec peut-être juste un quart du temps d'antenne portant sur l'éducation ou sur des informations de programmation.

Les populations locales éprouvent des difficultés à accéder et participer dans les médias comme la télévision, la radio ou la presse, même si la radio est utilisée quand il est abordable (les créneaux horaires doivent être rémunérées), et ils trouvent des voies plus traditionnelles de réunions de village, la bouche à oreille, les salles de projection de vidéo sont leurs principaux canaux de communication.

Les informations sur les besoins ont été identifiées comme:

- □ L'accès à l'eau potable
- □ L'agriculture et l'élevage
- □ L'accès à la terre et des biens
- □ La Santé
- □ La protection de l'environnement.

L'éducation et le programme de sensibilisation dans les médias ont été considérées comme importants pour environ un quart des participants, bien que la moitié considère que la musique et le divertissement sont encore importants, ainsi que les news (approx10%). La radio est le média favoris parce que presque tout le monde a une grande confiance dans les informations fournies par la radio.

# Les données sur les questionnaires des échantillons de population

Plus de la moitié des personnes interrogées ont été des cultivateurs ou des éleveurs (70%) et la majorité des répondants sont plus alphabétisés dans la langue officielle (46,67%) que dans le dialecte local (30%).

Tous les répondants ont utilisé la radio comme la principale source d'information avec seulement 6,67% à l'aide de la presse écrite, et nul ne regarder la télévision. Dans ce domaine, il y avait au moins 9 des signaux radio FM qui seraient disponibles pour les différents répondants - une situation inhabituelle pour une Région, de Madagascar, sauf dans ou autour de la capitale.

Deux journaux sont à la disposition des personnes interrogées, Lakroa et Isika Mianakavy qui sont tous deux produits à Tana par une presse catholique et distribués par les Eglises.

TVM et MBS sont à la fois la radiodiffusion, mais seulement un répondant a indiqué à regarder la télévision.

Il semble y avoir confusion quant à la question relative à la façon dont les gens reçoivent des informations. Lorsqu'on leur a demandé, la plupart des gens cite la radio comme leur principale source d'information mais n'ont pas ensuite d'opinion à la question posée plus tard entre autres comment ils ont reçu les informations. C'était très probablement un problème de traduction ou les répondants estiment qu'ils ont déjà répondu à cette question.

Un peu plus des trois quarts des répondants estiment qu'ils ont maintenant reçu plus d'informations qu'il y a une décennie, et la quasi-totalité (96,67%) a estimé que l'information est plus utile que jamais. Cette situation a été attribuée principalement à la présence de la radio (60%), même si les présidents de village et le développement de vulgarisation a également contribué (16,67% et 13,3% respectivement).

La radio a reçu la plus haute priorité, car elle a estimé que l'information qu'elle diffuse est vrai (53,33%), même si un quart détenait encore la confiance dans les chefs de village, en particulier en ce qui concerne les programmes de développement local.

Près des trois quarts ont estimé les plus utiles de programmation sont les actualités et l'information (73,33%) avec la musique et le divertissement qui continuent de jouer un rôle vital pour près de la moitié des répondants (43,33% et 23,33% respectivement). Les discussions et les débats sont également évalués (13,33%).

Presque tout le monde pense que les médias pourraient aider à améliorer leur vie ou celle de leur famille et leur communauté (90%), en particulier par les organismes nationaux et les radios locales, même si la moitié pense toujours que les programmes ont encore besoin d'une amélioration en vue d'atteindre cet objectif. Seulement 10% pensent que la télévision pourrait être utile, même avec moins de soutien pour la presse écrite (6,67%)

La plupart des informations pertinentes fournies par les médias qui est connecté avec la vie quotidienne des répondants est l'agriculture et l'information sur le marché (40%) avec la santé presque aussi important (33,33%) et des informations sur les services de l'Etat (30%). Une information sur l'emploi a également été évaluée par un tiers des personnes interrogées et 16,67% évoque la question de la corruption, et les événements politiques régionaux.

Lorsqu'on les invite à suggérer d'autres sujets à couvrir, un nombre a été identifié sur la paix sociale / sécurité (20%) comme important, et plus d'information était nécessaire sur l'agriculture (43,33%) la santé et le développement rural.

Deux tiers des répondants pensaient que les meilleures informations proviennent de grands médias (radio, télévision et journaux) et 20% pensent que les programmes avec l'entre direct au téléphone peuvent également être utiles. Plus de la moitié estime que les médias ont donné une couverture équilibrée des événements (56,67%) mais près d'un tiers pense qu'ils tentaient d'influencer l'opinion.

La perception est que les hommes sont davantage représentés dans les médias que les femmes (42.57/34.67) mais en général, les répondants étaient d'avis que les femmes ont été respectées dans une variété de rôles. Seul un des 30 répondants estiment que les femmes sont traitées comme des objets sexuels par les médias.

Près des deux tiers pensaient que les programmes ont été faits dans une langue qu'ils comprennent facilement (60%), même si près d'un tiers a dit qu'ils pouvaient comprendre la langue seulement "parfois".

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer les niveaux d'alphabétisation dans leur communauté, près de trois quarts des répondants estiment que, entre 50-75% des hommes savaient lire et écrire la langue officielle, alors que seulement la moitié pensait que les mêmes pourcentages étaient alphabétisés dans le dialecte local. Des différences similaires ont été enregistrées pour les femmes s'il y avait un peu moins perçu écart entre la capacité en langue nationale ou locale (46,67% - 40% respectivement)

Malgré les niveaux d'alphabétisation revendiquée, peu de gens lisent les journaux. Seuls 10% affirment lire un document pour plus d'une fois par semaine et deux tiers, il a été dit que peu de gens ont accès aux journaux dans la Région.

L'appropriation des Radio est le plus élevée chez les hommes (43,33%) bien que les femmes possèdent également des radios (26,67%), mais toute personne dans la famille pourrait choisir la programmation (40%), même si souvent, il serait un homme (30%). Moins de la moitié des répondants ont pensé qu'il est facile d'acheter des piles / de l'électricité et la plupart ne sont pas propriétaires d'une liquidation de radio alimenté par l'énergie solaire (83,33%). Deux tiers ne pense pas qu'il soit possible d'acheter une radio solaire sur le marché si un tiers semblent penser que cela est possible et la moitié pensaient qu'ils seraient en mesure de se permettre d'en avoir une si elles étaient disponibles. (Voir aussi note dans les sites 1 et 2)

Un peu plus de la moitié des répondants (53%) ont indiqué qu'ils pourraient accéder à une TV dans un lieu particulier dans le village et un tiers a déclaré qu'ils avaient un à la maison. Une fois de plus, 10 des 30 personnes avec une TV dans une zone rurale semblent peu probables si les chercheurs n'ont pas fourni d'autres précisions sur ces réponses.

Deux tiers des personnes interrogées ont signalé, il y avait des ONG travaillant dans leur communauté qui leur a permis d'accéder à l'information et le même nombre fait confiance à ces organisations, et la plupart ont estimé qu'ils fournissent des points de vue différents. Près de la moitié pensaient que les informations fournies par les ONG ont été utiles. Pourtant, pour près d'un quart il n'y avait pas de présence des ONG. Certains répondants estiment que les ONG ne promeuvent que leur propre opinion (10%), et un quart pense que les informations qu'elles ont fournies, a été utile que "parfois"

Près des trois quarts des répondants ont déclaré qu'ils n'avaient pas accès à Internet (70%) et plus d'un quart n'avaient aucune idée s'ils avaient accès ou non (26,67%). Une seule personne a répondu positivement qu'il y avait quelque accès dans la localité.

#### <u>Participation avec les médias</u>

Il semble y avoir peu de possibilités pour la participation du public dans les programmes avec un peu plus d'un quart des répondants disant que de tels programmes existent, et seulement 30% à les écouter souvent.

Toutefois, un plus grand nombre a déclaré qu'ils seraient intéressés à participer, en particulier si elle était possible (jusqu'à 53,33%). Seulement 10% ont estimé qu'ils n'avaient pas la confiance nécessaire pour participer à de tels programmes et près des deux tiers ont dit qu'ils préféraient écouter.

La moitié des répondants ont déclaré que les journalistes rendent visite leur communauté locale afin de couvrir des sujets, alors que 43,33% ont déclaré n'y avait pas de contact. Les journalistes locaux ont été pensé pour donner une vraie couverture sur des questions/

problèmes locaux par 46,67% des répondants ayant un peu plus d'un quart le sentiment inverse.

# <u>Autres possibilités de communications</u>

En général, les réunions de village restent la plus grande opportunité d'exprimer une opinion (50%) et 26,67% également ont déclaré avoir eu l'occasion de discuter avec les politiciens locaux, ou que les membres de leur famille le sont (23,33%). L'église et les réunions d'ONG fournissent également des occasions de débat (13,33%) - en particulier l'ONG AFA et SEECALINE. Pour tous les autres problèmes ou des questions, une variété d'organisations et institutions a été placée en tant que sources - voir le tableau ci-dessous:

N=30	Number	%	Details
Santé	19	31,67	<ul> <li>(1) chef de District</li> <li>16) Centre de santé de base II (CSB II)</li> <li>(3) Communauté pharmacie</li> <li>(1) libre docteur</li> </ul>
Les infrastructures locales	10	16,67	(10) Personne responsable ou le gestionnaire du public pompe
Hébergement	1	1,67	(1) chef de District
Éducation / enseignement	8	13,33	(2) Chef ZAP (5) CISCO
Emploi /litiges fonciers	2	3,33	(1) chef de District (1) Principaux citoyens (1) comité local
Land litiges	1	1,67	(1) autorité locale (1) Principaux citoyens
Corruption	1	1,67	(1) Bianco (1) chef de District
Autres services publics	4	6,67	(1) Localité (1) chef de District (1) Autorité
Vos droits en tant que citoyen	9	15,00	(9) chef de District
Autres réponses	4	6,67	(2) chef de District

#### Le Projet de Communication pour l'empowerment

Dans la réflexion menée par le PNUD pour promouvoir un meilleur accès à l'information, la Communication pour l'empowerment est l'approche qui place les besoins en information et en communication des groupes défavorisés et marginalisés, au centre de l'appui des médias. Elle est partie du constat qu'un des problèmes auxquels les pays en développement font face est le manque d'appropriation et la faible participation des groupes vulnérables aux prises de décisions qui influent sur leur vie quotidienne. Plusieurs facteurs sont en cause, et parmi eux, le manque d'informations sur les questions qui touchent leur cadre de vie, et leur incapacité d'exprimer clairement leurs intérêts et leurs besoins au cours des discussions publiques et des débats politiques.

En 2006, Le PNUD, à travers le **Centre d'Oslo pour la Gouvernance**, a produit une note d'orientation sur la *Communication pour l'empowerment*, en étroite collaboration avec le **Consortium de Communication pour le Changement Social.** Cette note expose toute une gamme d'actions que les partenaires au développement peuvent entreprendre pour appuyer de manière optimale la communication pour *l'empowerment*. Des outils ont été développés, permettant de recenser et de mieux comprendre les besoins en information et en communication des groupes vulnérables et marginalisés. Car les plans et programmes de développement élaborés par les gouvernements, la société civile et les partenaires au développement devraient prendre en compte ces besoins en communication pour *l'empowerment*.

Le présent rapport fait partie d'une série d'audits pilotes réalisées au niveau de cinq pays du groupe des pays les moins avancés, et contribuera à alimenter le rapport global de synthèse qui suggèrera des outils pour la réalisation des futurs audits et analyses de besoins, et proposera des stratégies pour intégrer la **Communication pour l'empowerment** dans les planifications stratégiques et les projets de développement.

Les rapports nationaux et le rapport global de synthèse font partie des produits d'un projet initié par le Centre d'Oslo pour la Gouvernance qui relève du Groupe de la gouvernance démocratique du PNUD, et le Consortium de Communication pour le Changement Social, avec un financement de l'UNDEF, le Fonds des Nations Unies pour la Démocratie.