



LABORATOIRE MIXTE INTERNATIONAL
MACOTER
RECONFIGURATIONS MALIENNES
COHESIONS - TERRITOIRES - DEVELOPPEMENT



Campus de Kabala, Bâtiment de la Faculté des Sciences Humaines et des Sciences de l'Éducation, 2^e étage droite / www.lmi-macoter.net

Séminaire des doctorants du LMI-MaCoTer

Sixième séminaire de l'année 2021

Bamako, 12 novembre 2021

Présentateur : Amidou SOGODOGO

Modérateur : Soumana A MAIGA

Rapporteur : Amadou NIANG

Introduction

Le vendredi, **douze novembre deux mille vingt et un**, les doctorants de LMI MaCoTer ont tenu leur sixième séminaire de l'année, dans la salle de réunion de MaCoTer à Kabala. Ce séminaire portait sur une présentation d'**Amidou SOGODOGO** sur le thème « **Le numérique dans l'exercice de la démocratie au Mali** ».

Le séminaire s'est déroulé de 09h00 à 12h00.

Étaient présents :

N°	PRENOM	NOM	DISCIPLINE	NIVEAU	ADRESSE E-MAIL
1	Hama	YALCOUYE	Sociologie	Doctorant	hmyalcouye@yahoo.fr
2	Amidou	SOGODOGO	Sociologie	Doctorant	sogohamid@yahoo.fr
3	Nana	KIMBIRI	Anthropologie	Doctorante	nanakimbiri@yahoo.com
4	Amadou	NIANG	Economie	Doctorant	niang2008@yahoo.fr
5	Soumana	MAIGA	Géographie	Doctorant	maigasoumanaa@gmail.com

Ce rapport comprend deux (02) parties : Présentation du texte et Discussions.

I- Présentation du texte

Introduction

Cette partie de notre travail de thèse s'attache à appréhender, les pratiques, les usages du numérique par les divers acteurs et ceux médiatiques comme contribution à la gouvernance dans système démocratique. L'élan du numérique découle du développement des technologies né avec l'Internet. On pourrait donc expliquer qu'avec le numérique, l'entrée dans l'ère moderne s'est fait en rupture avec un ordre ancestral, où dominaient la lenteur et un temps cyclique. (Legavre & Rieffel, 2017). Depuis sa création, Internet s'est transformé pour devenir de plus en plus un objet médiatique, culturel et social (Merra, 2013) et se caractérise par un rapport particulier au temps, fondé sur l'instantanéité et la vitesse, ainsi que par une conception individuelle et égalitaire de la communication (Steiner, 2011). Il ouvre la porte à la société de l'information et fait de celle-ci « la richesse d'un Etat plus que le pétrole, le diamant etc¹. »

Cependant, au Mali, l'engouement pour les technologies de l'information et de la communication (TIC) est porté par une volonté politique du Président Alpha Oumar Konaré à travers la tenue de la conférence de « Bamako 2000 » et « Bamako 2002 ». La vulgarisation d'Internet dans l'esprit des acteurs de l'insertion d'Internet au Mali était une tâche dévolue essentiellement aux télécentres communautaires et aux cyberespaces privés. Ces structures d'accès à Internet étaient considérées comme des points d'accès à Internet où les populations

¹ Entretien du avec Ousmane Bamba, cyber-juriste, fondateur du journal Info-sept, ancien coordinateur du réseau ANAIS

devaient accéder à l'information susceptible d'accroître leurs capacités (Sidibé, 2018). Depuis, on assiste à une forte digitalisation occasionnant une transformation du paysage médiatique en réponse aux problématiques de suppression d'inégalité sociale et géographique grâce au NTIC de la Conférence Régionale Africaine Préparatoire au Sommet Mondial sur la Société de l'Information en 2002 à Bamako et Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI) Tunis 2003.

La Naissance des cybercafés à Bamako a constitué des espaces idéaux pour découvrir les pratiques numériques (Steiner, 2011) et permis la montée en puissance de la presse en ligne, des réseaux sociaux ou médias sociaux limitant la forte attractivité de la radio, de la télévision et de la presse écrite en matière d'information. La diversité des acteurs et entreprises médiatiques avec de nouveaux savoir-faire constituent une nouvelle façon de produire et de diffuser de l'information et au-delà en instaurant une communication avec les usagers, les communautés, les mobinautes, les fans tous en constituant « un instrument nécessaire à la l'extension de la démocratie » (Bertho Lavenir, 2000) dans une élasticité occasionner par le développement des technologies.

1.1. La naissance du numérique et la reconfiguration des entreprises médiatique

Pour l'histoire, nous pouvons rappeler en nous focalisant sur le discours de Diallo IAM selon lequel : « L'année 1993 marque le début de la connexion internet au Mali. Elle a été introduite grâce à une collaboration entre l'ORSTOM (actuel IRD) et la CNRST-Mali qui permettait l'échange de document entre chercheurs à travers RIO²-internet. Cela a été possible grâce à l'installation de serveur à Montpellier et à Dakar. Pour Sidibé, il s'agissait de « réseaux électroniques » (Sidibé, 2018) permettant aux chercheurs maliens et africains de travailler avec leurs homologues étrangers sur des projets et des sujets de recherches. Ce dispositif donnait la possibilité aux chercheurs de pouvoir se connecter aux maximum cinq (5) fois par jours soit pour envoyer ou recevoir des documents. A la même année fut créer le point (.ml) l'identifiant du Mali dans la gestion était assuré par le CNRST³ ».

Parallèlement à ce réseau « pré-Internet » qu'est RIO, d'autres réseaux se mettent en place et interconnectent les chercheurs maliens et leurs homologues étrangers, notamment européens et américains. Parmi eux, on peut noter le réseau Healthnet de l'organisation SatelLife qui a fonctionné de 1989 à 1997 pour les professionnels de la santé. Il y a aussi le réseau GreenNet de 1991 à 1996 pour les écologistes, le réseau REFER de l'AUPELF de 1991 à 2002. Enfin, de 1995 à 1997, l'ONG Spider fournissait des services via Fidonet et grâce à l'appui du groupe néerlandais Toolnet (Sidibé, 2018 : 22).

² Le Réseau Intertropical d'Ordinateurs (RIO) est un réseau d'ordinateur mise en place par l'Office français de la Recherche Scientifique et Technique d'Outre-mer qui permet d'échanger de documents et d'informations entre chercheurs.

³ Entretien du 06/10/21 avec Mamadou Diallo IAM

Un autre projet non moins important est le lancement de l'initiative le land en 1994 à travers l'USAID permettant l'installation d'un serveur au Mali au niveau de la SOTELMA. Ce fut ainsi le début de la permanence de la connexion et le transfert de la gestion du point (.ml) à la SOTELMA et le mettant au centre de la fourniture et l'accès à l'internet au Mali. A partir de cette même époque, on assiste à la naissance des premiers fournisseurs privés d'accès à l'internet comme BINTTA, DATATTECH (tous deux créés en 1994), CEFIB, Spider (créés en 1997) et Afribone (1999). Ce moment fut aussitôt marqué par le développement des initiatives privées avec l'implantation des Cybercafés dont le nombre passa de moins d'une dizaine en 1997, année où le Mali fut connecté au *ful internet* ; à presque une centaine dix ans plus tard (Steiner, 2011). Cette libéralisation s'accroîtra avec Ikatel en 2002 et Malitel en 2004 suite à la privatisation de la Société des Télécommunications du Mali (SOTELMA), l'opérateur historique créé en 1989 (Sidibé, 2018), deux opérateurs de téléphonie mobile qui devenaient aussi des fournisseurs d'accès à l'internet. Cela va entraîner un étouffement de l'engouement suscité par la création des cyber café à Bamako.

L'évocation de cette période marque une certaine ancienneté de l'internet au Mali qui connaîtra un boom à Bamako 2000 et Bamako 2002, deux événements d'envergure mondiale mettant la Mali dans une dynamique de l'usage des nouvelles technologies comme un potentiel de développement. A la suite de ces événements naissait ainsi la Mission de l'Informatique et des Nouvelles Technologies de l'Information et de la communication (MINTI), l'ancêtre de l'AGETIC. Tout l'intérêt accordé à cette naissance de l'Internet nous permet de faire le lien avec les médias numériques. Il faut cependant appréhender le site d'information comme un canal par lequel on publie des informations. Aujourd'hui, Internet est devenu un bien collectif et une « infrastructure de libertés » : liberté d'expression et de communication, liberté d'accès au savoir et de partage, mais aussi liberté d'entreprise et d'innovation. [...] Il a permis une libération inédite des échanges telle qu'il a transformé et continue à transformer en profondeur la société et l'économie (ARCEP, 2017 : 4). Pour Vedel, il suscite l'espoir d'une rénovation de nos systèmes politiques. En fluidifiant la circulation de l'information et en facilitant l'interaction des individus, les réseaux électroniques permettraient aux citoyens de participer plus activement à la vie de la cité et annonceraient une démocratie revitalisée (Vedel, 2003)

Les médias numériques au Mali

Le terme « numérique » renvoie dans une certaine mesure au concept de digital par opposition à ce qui est analogique ou classique. Aujourd'hui, quel que soit le domaine ou le secteur d'activité, on constate une touche du numérique. C'est cette dématérialisation qui ébranle tous les secteurs d'activité dans un contexte de modernité et de changement. Nous pouvons de ce fait dire avec Bakary Kouyaté que :

« Dans le temps, les gens prenaient des cours par correspondance et pour cela on utilisait la poste comme moyen, aujourd'hui, ce moyen s'est digitalisé donnant ainsi lieu à des plateformes en ligne. On parle aujourd'hui de E-learning, de E-commerce. Il faut comprendre le numérique comme la digitalisation de tout ce que nous connaissons.

Qu'on soit de la communication ou en dehors de la communication, qu'on soit simple utilisateur de l'internet, c'est difficile d'échapper à l'utilisation des médias sociaux⁴. »

A l'origine, les Technologies de l'information et de la communication (TIC) étaient la chasse gardée des forces armées américaines. A partir des années 2000, les TIC se sont démocratisées. Avec l'évolution, elles s'ouvrirent à d'autres domaines : médecine, transport, agriculture, éducation, communication, journalisme, etc. C'est ainsi que les TIC ont fait irruption dans notre vie quotidienne et bouleversent aujourd'hui nos habitudes souvent avec des outils pratiques, performants et presque accessibles à tous⁵. Ce glissement du numérique dans tous les secteurs d'activité est évoqué en terme « d'élasticité » et repose sur la convergence des secteurs de l'informatiques, des télécommunications et l'audiovisuel (Legavre, 2017). C'est donc à part des années 2000, avec le basculement des médias audiovisuels de l'enregistrement analogique au codage digital des sons et des images, la terminologie « numérique » s'impose progressivement au côté des technologies de l'information et de la communication » (Breton & Proulx, 2012). Par médias numériques, il faut comprendre, non seulement les site web d'information, mais aussi les « médias sociaux » avec l'avènement de Facebook, de tweeter, de YouTube etc. si les premiers est l'apanage des journalistes et des professionnels, le second, c'est-à-dire les médias sociaux sont envahis par des amateurs qui, dans les usages et pratiques s'emblent parfois se substituer en journaliste. L'entrée du Mali dans le régime du numérique commence à cette période avec le boom de l'internet, qui est à l'origine de la cybernétique, des médias numériques, électroniques ou ligne etc.

La presse en ligne au Mali

Au Mali, la presse numérique a débuté depuis 1999. Déjà à cette époque, des quotidiens tels que « InfoMatin » produisait des versions numériques, c'est-à-dire une version PDF⁶ qu'ils envoyaient à certains sites d'information en vue de leur publication. Avec les « Echos » ce sont les premiers quotidiens à avoir leur propre site ou portail d'information dans les années 2000. Il est cependant difficile de parler de la presse en ligne sans faire recours aux sites d'actualités tel que celui d'Afribone, premier fournisseur d'accès à internet hors téléphonie mobile et portail d'informations locales⁷ créé en 1999. La société se diversifie aussitôt dans les formations, l'hébergement des sites internet. Il faudra trois ans plus tard pour voir la

⁴ Entretien du 04/10/21 avec Bakary Kouyaté, ingénieur en génie industriel, gestionnaire du centre d'incubation AGETIC et président du chapitre malien de ISOC.

⁵ **Amadou B. MAÏGA**, Développement du numérique au Mali : Le journalisme s'adapte, non sans mal. Article de *L'Essor*- 28 Août 2019 reprise par le site <https://www.maliweb.net/pressejournalisme/developpement-du-numerique-au-mali-le-journalisme-sadapte-non-sans-mal-2835935.html>. Consulté le 23/10/2021.

⁶ Le PDF, (Portable Document Format), est un format de fichier pratique et ouvrable par tous les ordinateurs et autres appareils tels que les smartphones, les tablettes etc.

⁷Voir : Marie Zinck, Internet : Le moteur alsacien du Mali du 25 déc. 2015 à 05 :00 | mis à jour le 11 juil. 2019 à 08 :53 sur <https://www.lalsace.fr/actualite/2015/12/25/le-moteur-alsacien-du-mali>. Consulté le 23/10/2021.

création de Maliweb.net, crée en 2002 et de Malijet.com, maliactu.net en 2007 des portails d'information essentiellement dans la reprise des articles des journaux. En 2008, avec l'arrivée de la fibre optique au Mali, s'accéléra la création d'autres sites d'information tels que, Malikunda, mais aussi « maliactu.net », « journaldumali.com » entre 2008-2010. Seul, « journaldumali.com » a créé une rédaction web et a engagé les journalistes sur le terrain pour la recherche d'information et pour une publication quotidienne. La passade de la connexion par modem⁸ téléphonique aux liaisons radios en 2005-2006⁹ et l'avènement de la fibre optique ont augmenté les capacités de connectivité et l'ouvertures à plus d'utilisateur. Ainsi pour Marie Zinck :

« Par ce biais, une nouvelle clientèle s'est ouverte au marché d'internet et des connexions. Pour d'autres, la connexion ne tient plus forcément compte d'un ordinateur ou d'un abonnement à fort coût : le téléphone mobile 3G a conquis toute la population malienne, avec un prix d'achat plus qu'alléchant. Sur une population d'environ 15,4 millions d'habitants, seules 83 615 personnes, soit 0,5 % de la population, disposaient d'un abonnement internet en 2014. »

La digitalisation engendrée grâce à la connexion à l'internet est à la base d'élargissement du champ médiatique avec de nouvelles possibilité de traitement et de la diffusion de l'information et conditionne les médias traditionnel (journaux en papier, radios, télévisions) à une adaptation. Le journal en ligne à la même valeur que journal papier en plus, il donne la possibilité d'associer la vidéo, le son. Il permet de l'interaction à travers les commentaires des internautes qui est impossible dans la version papier. Cette dynamique laisse voir un système Bi-média c'est-à-dire l'existence simultanée du support papier et numérique. On enregistre trente-deux (32) médias en ligne à Bamako (Annuaire des médias au Mali, 2017) et deux dans la ville de Kayes. Parmi les sites les plus connue avant 2012, il faut noter : maliweb.net, malijet.com, maliactu.net aBamako.com et afribone.net. L'après 2012 à été une période favorable à la création des sites d'information. « Précisément au niveau des sites d'information nous comptons une quarantaine mais les vraies entreprises peut-être une vingtaine qui ont tous leur site d'information, leur petite rédaction, qui fond de production et qui payes aussi les impôts, des taxes¹⁰.»

⁸ Le terme modem est par définition l'abréviation de « modulateur-démodulateur », un matériel informatique délivré par les fournisseurs d'accès à internet qui permet d'établir la connexion entre le réseau domestique et le réseau internet en général.

⁹ Marie Zinck, Ibid.

¹⁰ Entretien du 28/09/2020 avec Modibo Fofana, journaliste, président d'APPEL-Mali

Bamako					
N°	Organes	Année de création	N°	Organes	Année de création
1	maliweb.net	2002	17	maliactu.net	
2	malijet.com	2007	18	kunafoni.com	
3	journaldupeuple.com		19	maliexpress.com	
4	depechedumali.com		20	maliflash.net	
5	aBamako.com		21	railda.info	
6	bamanet.net		22	lecombat.ml	
7	afribone.net	1999	23	lesphonx.com	
8	malisante.net		24	alvi.net	
9	ankamali.net		25	maliglobe.com	
10	notrenation.com		26	malinet.net	
11	quotidiendumali.com		27	ampmali.net	
12	Studiosamani.org		28	baobabpresse.info	
13	Mali24.info		29	malikunafoni.ml	
14	Essor.ml		30	30minutes.net	
15	Malizine.net	2007	31	thewomenstorch.com	
16	journal dumali.com		32	lesechos.ml	

Les réseaux sociaux

Parlant de médias sociaux ou de réseaux sociaux c'est faire référence à ces plateformes qui permettent l'interaction entre les utilisateurs en ligne c'est-à-dire de façon virtuelle. En se référant à Adrien GUILLE, un média social est un service en ligne qui permet essentiellement deux choses à ses utilisateurs : premièrement, créer une page de profil sur laquelle ils peuvent publier des messages et deuxièmement, se connecter à d'autres utilisateurs afin de suivre leurs publications (Guille, 2014). Aujourd'hui, Facebook, WhatsApp, Télégram, LinkedIn, Tweete Tik-tok etc. sont rassemblé sous le vocabulaire de réseaux sociaux ou de médias sociaux.



Source : capture d'écran du 25-10-2021 à 12.40.38. Par Alhouss ALHADJI Mali : Les médias traditionnels dans le piège des réseaux sociaux le 3 mai 2019 sur <https://benbere.org/terre-dopportunités/medias-traditionnels-reseaux-sociaux-mali-piege/>

L'avènement de ces nouveaux outils a modifié notre rapport à l'information du point de vue production, diffusion, consommation (Guille, 2014). En outre, ils se sont substitués en vecteurs d'information travers leurs usages tant individuel que collectif et gagnent en terrain par leur capacité à influencer la société, à dénoncer des actes en vue d'un changement. Ces plateformes

Dont le fonctionnement est basé sur le principe de réseautage, connaissent de part et d'autre de différences quant à l'accessibilité entre utilisateurs. Si Facebook se caractérise par une liaison d'amitié bilatérale pour le partage et la visibilité des contenus, Telegram et WhatsApp fonctionnent sur le principe de réseautage par entité « groupe ». Twitter et LinkedIn n'exigent pas ces liens pour l'interaction des utilisateurs.

Il faut reconnaître que ces réseaux sociaux n'ont pas commencé aujourd'hui. Beaucoup de réseaux ont existé plusieurs années avant Facebook. Parmi ceux-ci on peut noter : Hi5, Badoo, et plus loin Gazz.com, Messenger (MSN, Yahoo, Hotmail). Ces réseaux fonctionnaient essentiellement sur la base du chat en direct avec les amis en ligne. Avec l'évolution, la forme a connu des changements et cette évolution continuera. Cela dénote de l'évolution fulgurante du domaine de l'informatique. « Les communications d'aujourd'hui ont existé dans le temps sous la forme classique ou analogique. Il y a une autre manière de donner l'information. L'information n'est plus l'apanage des seuls journalistes, mais des simples citoyens peuvent aussi donner l'information. Il y a une grande part de la téléphonie mobile dans la forte digitalisation au Mali. Elle élargit l'utilisation de l'internet au-delà des seuls détenteurs d'ordinateurs¹¹. »

¹¹ Entretien du 04/10/21 avec Bakary Kouyaté, ingénieur en génie industriel, gestionnaire du centre d'incubation AGETIC et président du chapitre malien de ISOC.

1.2. Mutations dans la pratique médiatique

Les mutations induit par le numérique dans le secteur des médias peut être vu sous l'angle de pratiques, mais aussi la mutation de l'information en tant que telle. En termes de pratique, le journaliste dans son activité à l'époque était quelqu'un qui allait sur le terrain, qui collectait des informations, les traitaient et qui les diffusait. Il n'avait pas forcément une contrainte de temps. La seule contrainte était pour la télévision et à la radio la « grande édition de 13h ou 20 h », pour la presse écrite c'était avant le bouclage s'agissant d'un quotidien, une semaine pour l'hebdomadaire et tout le mois pour le mensuelle. Pour Fidel Guindou, « Aujourd'hui on a plus ce temps parce que internet vient tout bouleverser. Il n'est plus question de « garder l'info dans le frigo » ou sur « la glace » pour attendre. Tout de suite, quand le journaliste part sur le terrain avant même que lui ne puisse traiter et diffusé son info., il y'a déjà d'autre personne qui ont fait irruption dans l'espace médiatique pour donner l'info. Donc le journaliste est tenu soit de se conformer à cette manière de travailler c'est-à-dire à la rapidité, l'instantanéité tout en respectant les normes de son métier, c'est-à-dire la vérification des faits, de recouper les informations avant de les diffuser¹². »

Le monopole de l'information n'est plus dans la main des journalistes. En nous référant à l'entretien avec Ramata Dia nous pouvons soutenir qu' :

« Aujourd'hui chaque citoyen peut être déjà un facteur d'information. On peut donner l'information sur Facebook, on peut donner sur des sites internet sans être des journalistes professionnels. Quelqu'un qui travaille dans d'autre secteur peut tenir un blog, chaque fois à sa descente de service il peut mettre quelque chose là-dessus. Une page Facebook s'inscrit dans cette dynamique et la radio Guintan en dispose. Avant on savait que "ni information nin dira" on demandait quel média l'avait donné, mais aujourd'hui quand on te dit il y'a telle information, la question est : tu as vu sur quelle page. Ça peut être la page d'un média officiel comme la nôtre "Radio Guintan", ça peut être la page de liberté, ça peut être la page de lamine Sidibé que personne ne connaît¹³. »

De l'accent sur l'organe qui est la source d'information à passe à une responsabilité individuelle avec les plateformes ou les réseaux sociaux qui aujourd'hui face à une information, on se pose la question ; ça vient de qui ? Et cela dévient au nouveau facteur de crédibilité de l'information. L'apport de médias numériques dans la pratique du journalisme et à la presse malienne est très important. Les médias numériques ou en lignes ont donnés l'opportunité à beaucoup de gens de devenir journaliste. On observe de plus en plus ce type de journaliste appelé « journaliste citoyen » qui sont sur les réseaux sociaux. Dans leur pratique, ils s'investissent beaucoup dans la citoyenneté et sont regardant sur la bonne gouvernance.

¹² Entretien du 15/09/2020 avec Fidel Guindou

¹³ Entretien du 24 sept 2020 avec Ramata Dia Promotrice de la radio Guintan

L'une des plus grandes évolutions du paysage médiatique et celle introduite par les nouvelles technologies. Hier ont été dans la société de l'information mais actuellement on est dans la société de la communication. Aujourd'hui même les télévisions sont dans la communication. Aujourd'hui avec le Web 2.0 tout individu est à la fois émetteur et récepteur, fabriquant que récepteur et cela a été facilité par Facebook, YouTube, Tweeter. La conception des sites suit ce dynamisme en donnant la possibilité de réaction des internautes. Le potentiel de la digitalisation est un atout considérable qui compromet l'existence du journal papier demain.

Avec les médias numériques aujourd'hui, on remarque un penchant des gens vers la lecture à travers leur Smartphone ne serait-ce que les titres des articles. Parce que l'écriture Web, exige d'écrire court en intégrant le facteur temps de la lecture des internautes. En plus, ils ont amené plus d'audience aux journaux. Avant internet et Facebook, il était difficile d'être lu en dehors d'un cercle restreint encore moins par ceux qui sont à l'extérieur. Cet élargissement du public a beaucoup soulagé les journaux sur le plan économique.

« Aujourd'hui avec le numérique, le scoop n'existe plus dans les journaux papier. Le scoop c'est quoi ? Moctar Ouane est nommé premier ministre, s'il y'avait pas de médias en ligne ou bien des réseaux sociaux, le premier journal qui va paraître ça en premier demain son journal va faire feu avant 10 heures, tout le monde va acheter son journal. Parce que tu es le premier à sortir avec l'information. D'habitude « l'Indépendant », le « Républicain » sortaient avec des gros titres : « Désormais Moctar Ouane, Premier ministre » et tout le monde s'acharnait sur ces journaux et depuis, avec les médias en ligne, ce n'est plus le cas, parce que tout le monde est au même niveau d'information. Imaginez quand Moctar Ouane a été nommé ou quand Bah Daw a fait son discours, on avait déjà fini nos analyses avant 00 heure, les réseaux sociaux étaient inondés¹⁴. »

Cette course aux scoops se transforme en course aux buzz sur les réseaux sociaux. L'engouement pour le numérique a fait qu'aujourd'hui en France il y'a eu la disparition du journal « France soir » au profit de sa version numérique. On constate déjà ce fait au Mali le journal papier « Benkady Sport » qui est uniquement sur le Net. On peut donc envisager la poursuite de cette logique le jour où la connexion sera gratuite au Mali.

Le rapport entre médias traditionnels et numérique

Avec les pages Facebook, les groupes WhatsApp etc. on tend vers une mutation de la consommation de l'information qui se passe plus sur les réseaux sociaux que dans les médias traditionnels. C'est-à-dire des images sur une page Facebook, sur YouTube seront plus vues qu'une télé. L'évolution que connaît les réseaux sociaux draine les autres médias. Si avec la presse en ligne on parle de système bi-médias, avec les réseaux sociaux on est dans un système « multimédias ». Ainsi on peut donc parler de complémentarité entre les acteurs évoluant sur les réseaux sociaux et les journalistes professionnels. Dans une certaine manière ils facilitent le travail des journalistes en étant des sources. Pour illustrer cela nous faisons appel à cet exemple donné par Malick Konaté « un habitant de Abeibara peut constater un fait et le

¹⁴ Entretien du 28/09/2020 avec Modibo Fofana, journaliste, président d'APPEL-Mali

balancer sur les réseaux sociaux. Au lieu que les journalistes se déplacent pour aller là-bas, ils peuvent rentrer en contact avec la personne comme un lanceur d'alerte pour demander et récolter plus d'informations. Les journalistes ont plus de chance qu'avant pour vérifier les informations à travers les moyens numériques. Un journaliste peut passer toute une année dans son bureau sans sortir et traiter ses papiers à travers ces médias¹⁵. Sous un autre aspect, Salif Diarra évoque :

« Nous produisons des articles, des vidéos professionnels et qui sont postés sur les réseaux sociaux. On se pose sur le terrain des réseaux sociaux sans en faire la même utilisation. Ce qu'il faut comprendre par rapport à la complémentarité, au niveau des sites web d'actualité, notre modèle économique est basé sur le nombre de vues, le nombre de clics. Ce qu'il faut comprendre c'est quand on crée un site web d'actualité et qu'on a une certaine visibilité, il y a le service marketing de Google (le Google AdSense) qui nous attribue de la publicité en fonction du nombre de vues. Pour avoir plus de visiteurs, nous sommes obligées de travailler dur et d'aller à l'encontre des internautes peu importe la plateforme qu'elles utilisent. À la différence des vidéomans (producteurs de contenus), nous ne sommes pas à la recherche du buzz¹⁶. »

Le modèle économique des nouveaux médias

Lire un article ou un contenu semble banal et on se demanderait comment le site en question fait pour prendre en charge les frais d'hébergement, l'entretien et la prise en charge de l'équipe de rédaction.

« Imaginez chaque rédaction web c'est au minimum quatre ou cinq (4 ou 5) personnes, mais par contre la WebTV peut aller jusqu'à sept (7) personnes. Parce que la WebTV c'est aujourd'hui un style journalistique qui a le vent en poupe parce que beaucoup sont sur le net. Je peux dire une fois qu'on se lève le matin, au lieu de prier on se connecte d'abord pour voir ce qui se passe. Les WebTV généralement c'est qu'il y a assez de débats sur Internet qui ne se passent pas sur la télévision nationale en plus, ça ne demande pas assez de moyens pour créer la WebTV comparativement aux télévisions traditionnelles¹⁷. »

D'un autre côté, les places formes sur internet génèrent de la publicité donc de l'argent. Plus on a un clic sur un contenu, plus on a de l'argent. Aujourd'hui « Gog web acens » permet de générer de la publicité qui donne la possibilité aux sites et pages de libérer de la place permettant à Google d'insérer des publicités. Chaque clic sur le contenu équivaut à une vue de la publicité et permet au site de générer de l'argent chaque mois, chaque deux mois ou chaque fin d'année. Cela fait que les gens ne misent pas forcément sur un contenu qualitatif en termes d'information, mais plutôt sur le sensationnel : faire en sorte d'attirer le plus grand nombre

¹⁵ Entretien du 28/09/2020 avec Malick Konaté, journaliste-reporter, blogueur.

¹⁶ Intervention de Salif Diarra, journaliste à Maliactu.net, Février 2021 au cours de la Semaine nationale de la presse à la maison de la presse

¹⁷ Entretien du 28/09/2020 avec Modibo Fofana, journaliste, président d'APPEL-Mali

d'internautes et générer beaucoup plus d'argent en termes de publicité. On est dans cette conquête de « nouveau marché » qui lie les contenus et la publicité. Ce à quoi on assiste, ce n'est plus le journalisme de qualité mais du journalisme axé sur la recherche de gain.

La disposition d'un espace sur les réseaux sociaux avec un certain nombre d'abonnés à un enjeu économique. Elle attire de plus en plus des jeunes notamment sans emploi se lancer dans « l'activisme » en se référant parfois à des semblables qui ont acquis une certaine influence. Avoir des followers, c'est être attiré par les entrepreneurs, pour avoir une audience, une visibilité. C'est également le même cas pour les hommes politiques les ONG. Pour gagner de l'argent ces jeunes sont souvent dans de véritables compromissions qui passe souvent par des contrats avec des hommes politiques, des associations. Il n'est pas rare de voir des pages individuelles, des vidéomans au d'un parti pour dénigrer d'autre homme politique.

II- Discussions (questions, suggestions et éléments de réponse)

La présentation du texte, ci-dessus, a été basée sur un chapitre de la thèse de **SOGODOGO « Le médias et le pouvoir dans la médiation de la démocratie au Mali »**.

Dans son exposé, **SOGODOGO** a mis l'accent sur le lien entre l'importance du numérique, l'essor de la mondialisation et la rupture avec certaines pratiques politiques. Il a fait l'historique des médias au Mali de 1991 à nos jours, en mettant l'accent sur l'évolution des pratiques, les différentes mutations et leurs conséquences.

Les discussions ont été ouvertes par **Soumana MAIGA**, au travers des commentaires, des questions et des suggestions. Il a mis l'accent sur la distribution des débats publics, l'apparition de nouveaux acteurs dans l'espace public, la vie politique et la liberté d'expression. Il a demandé à **SOGODOGO**, s'il a pris en compte l'aspect rural de l'utilisation de l'internet. Il a estimé que la couverture médiatique n'est pas assurée au Nord, en mettant l'accent sur l'instabilité des réseaux. Pour terminer, il a mis l'accent sur la personnalisation des médias et s'est interrogé sur l'avenir des médias classiques.

Nana KIMBIRI a poursuivi la discussion, en demandant à **SOGODOGO**, s'il y a un lien entre la réélection du Président IBK en 2018 et l'influence des réseaux sociaux. Elle estime que la machine électorale d'IBK reposait sur les religieux et l'administration publique. Elle s'est interrogée sur le lien entre le nombre d'électeurs et le nombre d'utilisateurs d'internet. Pour terminer, elle a posé la question, à savoir, comment les internautes parviennent-ils à distinguer la fausse information de la vraie information ?

NIANG a suggéré à **SOGODOGO** de prendre en compte la relation entre les différentes institutions démocratiques et l'utilisation des réseaux sociaux. En outre, il a demandé si les médias ont-ils contribué au progrès de la démocratie au Mali ? Ou s'ils ont constitué un frein.

YALCOUE a suggéré à **SOGODOGO** d'intégrer les différents médias qui sont utilisés par les partis politiques au Mali. Il a expliqué la manière dont les religieux se servent des médias pour faire passer leurs messages.

A la fin des discussions, **Soumana** a proposé à **SOGODOGO** de prendre compte les différentes suggestions pour améliorer son document.

Avant la levée de la séance, **Soumana** a demandé aux doctorants de se prononcer sur la participation des étudiants en master aux séminaires. A l'unanimité, les doctorants ont salué cette initiative et ont proposé à **Nana et Soumana** de prendre contact avec les délégués, pour définir les conditions de leur participation.