

INDEX **DE VIABILITÉ DES** **MÉDIAS**

2006/2007

**Développement de
Médias Indépendants
Viables
au Afrique**



INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS 2006-2007

Le développement de médias indépendants viables au Afrique

www.irex.org/msi

Copyright © 2008 par IREX

IREX

2121 K Street, NW, Suite 700

Washington, DC 20037

E-mail: msi@irex.org

Téléphone : (202) 628-8188

Télécopieur : (202) 628-8189

www.irex.org

Coordonnateur de projet : Leon Morse

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

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

Conception et mise en page : OmniStudio, Washington, DC

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

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

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

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

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

ISSN 1546-0878

Des développements négatifs ont toutefois été rapportés au cours de l'année examinée. Bien que les actes d'impunité et les restrictions qui caractérisaient la période précédant le retour à la gouvernance démocratique n'aient plus eu cours, des menaces insidieuses sous forme d'amendes punitives imposées par le tribunal, de rapports sporadiques d'agressions physiques sur des journalistes, de coûts de fonctionnement élevés, sans compter la médiocrité des institutions,



GHANA

entravaient le développement des médias, tant sur le plan institutionnel que professionnel.

Jusqu'en 1992, le développement des médias au Ghana a été entravé par le cheminement politique cahoteux d'un cortège de dictatures militaires et de restrictions législatives. Mais le retour, en 1993, d'une gouvernance publique pluripartite et démocratique a fourni les garanties constitutionnelles d'une société ouverte et d'un régime médiatique libre et pluriel. L'intérêt des hommes d'affaires envers le secteur des médias a dès lors bondi. Aussi, le paysage médiatique sous la présente constitution (1992) est devenu libertaire et pluraliste, et les frontières de la libre expression et de la liberté des médias ont été repoussées très loin.

Des développements négatifs ont toutefois été rapportés au cours de l'année examinée. Bien que les actes d'impunité et les restrictions qui caractérisaient la période précédant le retour à la gouvernance démocratique n'aient plus eu cours, des menaces insidieuses sous forme d'amendes punitives imposées par le tribunal, de rapports sporadiques d'agressions physiques sur des journalistes, de coûts de fonctionnement élevés, sans compter la médiocrité des institutions, entravaient le développement des médias, tant sur le plan institutionnel que professionnel.

Moins de six mois après son entrée en fonction en janvier 2001, le gouvernement du Nouveau parti patriotique, pour tenir une promesse électorale, a abrogé les dispositions du Code pénal de 1960 sur la diffamation criminelle. Malgré cela, le gouvernement s'est montré plutôt réticent à donner son assentiment législatif à un avant-projet de loi sur la liberté de l'information présenté à l'initiative de la société civile.

Le panel IVM a accordé une note positive, indicatrice de progrès, aux médias du Ghana. L'évaluation la plus optimiste, 2,97, est celle de l'objectif 5 : institutions de soutien. Par contre, l'objectif 2, les normes de la pratique journalistique, reçoit l'évaluation la plus pessimiste de toutes et ne récolte qu'une note de 2,09. Enfin, le fait que le panel IVM ait accordé au Ghana une note de plus de 2,00 pour chacun des cinq objectifs de viabilité démontre que le pays progresse nettement vers la mise en oeuvre d'un système de médias indépendant et efficace.

COUP D'ŒIL SUR LE GHANA

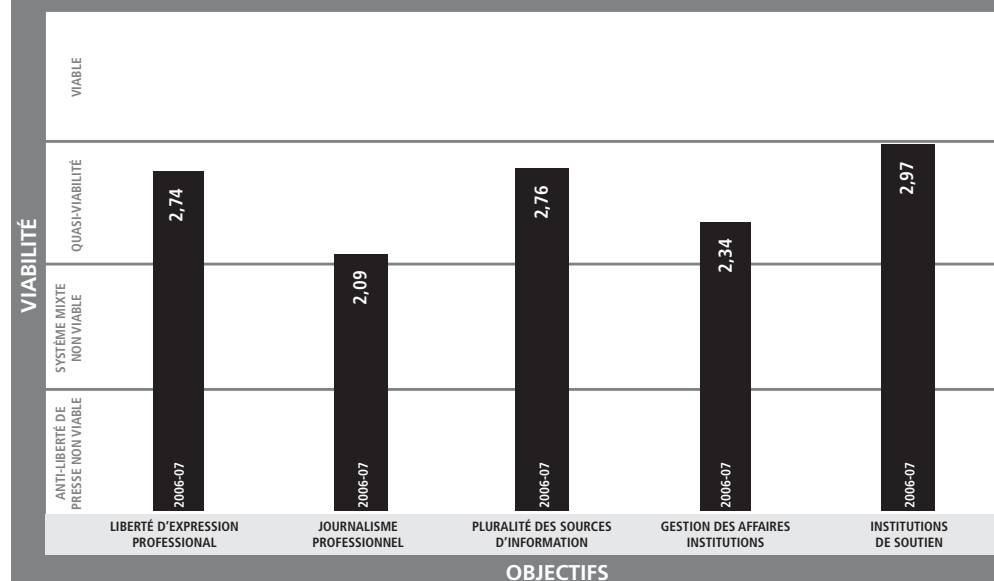
GÉNÉRAL

- > **Population** : 23 382 848 (estimation de juillet 2008, *CIA World Factbook*)
- > **Capitale** : Accra
- > **Groupes ethniques (en % de la population)** : Akan, 45,3 %, Mole-Dagbon, 15,2 %, Ewé, 11,7 %, Ga-Dangme, 7,3 %, Gan, 4 %, Gourma, 3,6 %, Grousi, 2,6 %, Mandé-Busanga, 1 %, autres tribus, 1,4 %, autres, 7,8 % (recensement de 2000, *CIA World Factbook*)
- > **Religions (en % de la population)** : chrétiens, 68,8 % (pentecôtistes, charismatiques, 24,1 %, protestants, 18,6 %, catholiques, 15,1 %, autres, 11 %), musulmans, 15,9 %, traditionnelles, 8,5 %, autres, 0,7 %, aucune, 6,1 % (recensement de 2000, *CIA World Factbook*)
- > **Langues (en % de la population)** : akan (asante) 14,8 %; éwé 12,7 %; akan (fante) 9,9 %; brong (abron); dagbani 4,3 %; dangme 4,3 %; dagarte (dagaba) 3,7 %; akan (akyem) 3,4 %; ga 3,4 %; akuapem 2,9 %; autre 36 % (y compris l'anglais qui est la langue officielle) (*CIA World Factbook*)
- > **RNB (Atlas 2006)** : 11,78 milliards de dollars US (World Bank Development Indicators 2007)
- > **RNB par habitant (PPP 2006)** : 1 240 \$ US (World Bank Development Indicators 2007)
- > **Taux d'alphabétisme** : 57,9 % (hommes 66,4 %, femmes 49,8 %) (recensement 2000, *CIA World Factbook*)
- > **Président ou autorité suprême** : Président John Agyekum Kufuor (depuis le 7 janvier 2001)

DONNÉES RELATIVES AUX MÉDIAS

- > **Nombres de médias de la presse écrite, de stations radios et de stations de télévision en activité** : presse écrite : 466; stations de radio : 166 (122 en activité); stations de télévision : 25 (10 en activité) (sources : National Media Commission, décembre 2006, National Communications Authority, janvier 2007)
- > **Statistiques sur la circulation des journaux** : environ 1 million de journaux en circulation quotidiennement (<http://www.populstat.info/Africa/ghanag.htm>)
- > **Indices d'écoute** : S. O.
- > **Agences de presse** : Ghana News Agency (propriété de l'État depuis 1957)
- > **Revenu annuel du secteur des médias provenant de la publicité** : S. O.
- > **Utilisation d'Internet** : 609 800 (estimation de 2006, *CIA World Factbook*)

INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS: GHANA



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

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

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

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

OBJECTIF 1 : LIBERTÉ D'EXPRESSION

Note : 2,74

La plupart des indicateurs obtiennent une note proche de la note globale. Par contre, deux paires d'indicateurs très éloignés de la moyenne s'équilibrent. Du côté des notes élevées, les panélistes accordent aux indicateurs 8 et 9, accès des médias aux sources d'information internationale et libre accès à la profession de journaliste, des notes également bonnes et presque d'un point supérieure à la moyenne; mais les indicateurs 2 et 7, octroi de licences aux médias et accès à l'information, récoltent des notes remarquablement plus basses que la moyenne, la pire étant celle de l'indicateur 2.

La liberté de parole et d'expression, le droit à la pluralité des points de vue et les droits des médias sont solidement garantis par l'article 21 (1) (a) (b) (d) et (f) et par le chapitre 12 de la constitution. L'article 21 (1) (a), en particulier, accorde à chacun la « liberté de parole et d'expression, laquelle doit inclure la liberté de la presse et des autres médias. » De l'avis des panélistes de l'IVM, ces protections législatives et constitutionnelles ont insufflé un vent de liberté sur les Ghanéens afin qu'ils soutiennent et expriment leurs points de vue différents et même dissidents. Le panéliste Egbert Faibille, rédacteur en chef et propriétaire du *Ghanaian Observer*, s'exprime : « fondamentalement, si l'on considère les protections législatives et sociales, je crois qu'au Ghana, nous avons la liberté de parole ». Godfred Yeboah Dame, homme de loi en entreprise privée et avocat spécialisé en droit des médias, ajoute : « Les dispositions de la constitution remplissent les exigences internationales en matière de libre circulation, d'expression des opinions et de diffusion de l'information ». Les détails de ces dispositions de la constitution sont présentés en annexe. Par exemple, l'article 162 (3) prévoit ceci : « Il ne doit y avoir aucune barrière à l'établissement de la presse privée ou des médias... » L'article 162 (4) cherche à protéger « les éditeurs de journaux et les autres institutions de médias de masse » de l'influence ou de la main-mise sur la rédaction. En dernier lieu, l'article 163 impose tout particulièrement l'obligation aux médias d'État « de donner à tous la chance égale de présenter des points de vue divergents et des opinions dissidentes ».

Malgré tout, un certain nombre de facteurs importants entravent toujours l'exercice de la liberté d'expression. Le panel s'est montré particulièrement préoccupé par le fait que l'absence d'une loi sur le droit à l'information limite les libertés accordées aux journalistes et aux médias par la constitution. Il rapporte que l'accès à l'information et aux documents publics est essentiellement sujet au bon vouloir et à la discrétion du gouvernement et des autorités publiques. Pour reprendre les

paroles de Rejoice Esi Asante, rédactrice de la page féminine du journal d'État *Ghanaian Times*, « des journalistes ont un meilleur accès à l'information parce qu'ils travaillent pour certains médias et ont un cercle d'amis particulier — des relations. » Les panélistes maintiennent que même si la loi sur la diffamation criminelle a été abrogée, la poursuite civile en diffamation, laquelle au Ghana tend à faire peser le fardeau de la preuve sur l'accusé (plutôt que sur la victime), rend la promulgation d'une loi sur le droit à l'information urgente et cruciale. Selon Georges Sarpong, secrétaire général de la National Media Commission (l'organisme de surveillance des médias), « sans une loi sur le droit à l'information, l'accès à l'information suffisante pour retirer le poids juridique des épaules de la victime est très difficile ».

Cette loi est particulièrement importante à présent que se pointe une tendance inquiétante chez des politiciens et d'autres individus qui cherchent — et réussissent — à obtenir des dommages et intérêts punitifs pour des préjudices causés par la diffamation. Ainsi, en 2005, un ministre d'État a reçu 1,5 milliard de Ghana Cedi (160 000 \$ US) en dommages pour diffamation, et 20 millions de Ghana Cedi (2 200 \$ US) additionnels pour les coûts relatifs à une poursuite contre

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

INDICATEURS DE LIBERTÉ D'EXPRESSION :

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

Ainsi, d'après Egbert Faibille, « la technique et la planification lamentables des montages font en sorte que la plupart des journaux, spécialement ceux de propriété privée, sont une véritable horreur ».

un quotidien partisan de l'opposition. La dernière poursuite engagée est celle de 2 milliards de Ghana Cedi (225 000 \$ US) intentée par un ministre du gouvernement contre certains journaux privés perçus comme ayant un penchant en faveur de l'opposition.

Bernardind Koku Avle, journaliste de la radio et de la télévision, animateur d'une émission radiophonique matinale (lauréate) sur Citi FM, rapporte que « des professionnels des médias ont été attaqués, dans l'exercice de leur profession, par des partisans de partis politiques, par la police et par des individus douteux sans qu'aucune accusation sérieuse n'ait été déposée ni aucune sanction réellement appliquée. Il cite l'exemple d'un journaliste qui travaille à la même station que lui, victime de voies de fait commises par le garde du corps d'un présumé baron de la drogue qui subit un procès pour des infractions liées à la drogue.

Egbert Faibille mentionne aussi l'une des choses qu'il a l'habitude de faire lorsqu'il conduit son automobile : « J'utilise le conditionneur d'air parce que si je m'immobilise à un feu de circulation, que mes vitres sont baissées, et que j'ai publié récemment un article qui brosse quelqu'un dans le mauvais sens du poil, je parie qu'un passant viendra m'administrer une gifle avant de poursuivre son chemin. Si je rapporte l'incident sur les ondes, quelqu'un appellera et me dira : "Egbert, c'est toi qui as raconté cette histoire? Tant pis pour toi." »

Augustina Oti-Twumasi, qui travaille pour STB McCann, est d'avis que la société ne condamne pas avec fermeté les violations de la liberté d'expression. En fait, certaines normes socio-culturelles découragent l'expression de points de vue critiques particulièrement à l'égard des aînés et des personnes en position d'autorité. « Cela fait partie de notre patrimoine, de nos origines, dit-elle. Nous interprétons encore maintenant le fait de parler contre l'autorité comme un manque de respect. Pour ceux qui sont très conservateurs, c'est même traiter leurs idoles avec insolence. »

Malgré tout, Bright Kwame Blewu, secrétaire général de la Ghana Journalists Association (GJA), note ceci : « Le fait que de nombreux Ghanéens appellent les stations de radio pour rapporter des crimes plutôt que de les rapporter à la

police montre qu'ils croient à la libre expression. » Bright Blewu rapporte qu'il y a deux ans, le directeur de la National Commission for Civic Education a proposé de mettre fin aux émissions au cours desquelles les auditeurs peuvent s'exprimer par l'entremise du téléphone. « Sa proposition a soulevé un tollé », dit-il. Il semble donc que le tollé ou l'indifférence générale envers un journaliste agressé en raison de son travail dépend parfois de l'identité du propriétaire du cheval politique ou sectaire qui a été encorné.

Les panélistes ne croient pas que le processus d'obtention de licence pour la radio et la télévision soit suffisamment transparent ou apolitique. En fait, cet indice a enregistré la note la plus basse de tous les indices de l'objectif 1, car le panel est d'avis que la délivrance des licences de diffusion électronique est partielle. Le témoignage suivant, celui de Charlie Sam, célébrité des ondes qui s'occupe à présent de formation dans ce domaine à l'Africa Institute of Journalism & Communications, est révélateur : « Je ne peux m'empêcher de lire l'influence politique dans ce processus, car je suis associé à une organisation dont la demande pour une licence est en suspend depuis l'an 2000, c'est-à-dire depuis sept ans. Depuis ce temps, plusieurs stations ont fait leur entrée sur les ondes. Ces stations avaient-elles présenté leur demande avant l'an 2000? Je ne le pense pas. Je crois donc que parfois, les choses avancent en fonction de l'étendard politique que vous agitez. ». Bernardind Avle ajoute : « Les critères de délivrance des licences pour la radio et la télévision ne sont pas clairs. » Isaac Sam-Mensah, réalisateur à Radio Peace, une station de radio communautaire, le confirme en ces mots : « Les activités de la NCA (National Communications Authority, agence responsable de la délivrance des licences de diffusion électronique) ne sont pas entièrement transparentes. »

Le panel s'est exprimé sur le fait que la taxe sur l'importation d'équipement de radiodiffusion est lourde et hors de prix. « J'aimerais particulièrement qu'on accorde des remboursements de taxe sur les droits à l'importation de papier et d'autre matériel d'impression », dit Oti-Twumasi.

L'accès à l'information et aux nouvelles internationales est quant à lui libre et ouvert. Seule la disponibilité et le prix en fixent les limites. De même, l'entrée dans la profession est libre, et même laxiste dans la mesure où, selon certains panélistes, il devrait y avoir des critères d'entrée mieux définis et des critères minimums à remplir pour être reconnu en tant que journaliste. Comme l'a fait remarquer Hamida Maalim Harrison, une militante oeuvrant au sein d'une ONG féminine, « il y a même des DJ, à la radio, qui s'autoproclament journalistes. » Les panélistes ont manifesté leur inquiétude devant le fait que des imposteurs et des charlatans auraient présenté de fausses références journalistiques et obtenu l'accès à des événements médiatiques et à des services.

OBJECTIF 2 : JOURNALISME PROFESSIONNEL

Note : 2,09

Toutes les notes de l'indicateur sont proches de la moyenne générale, sauf deux : l'indicateur 4, les journalistes sont affectés à la couverture d'événements importants, qui a reçu une note plutôt élevée, et l'indicateur 5, le salaire des journalistes, qui a récolté une note plutôt inférieure à la moyenne.

De tous les objectifs de l'Index de viabilité des médias, le journalisme professionnel est celui qui a le moins impressionné. Les panélistes attribuent cet état de chose au moins à deux facteurs liés l'un à l'autre qui sont apparus dans l'histoire des médias et de la politique du Ghana. D'abord, il y a ce sentiment exubérant de triomphe, conduisant fréquemment à l'excès, des professionnels des médias qui ont longtemps vécu dans la culture du silence au début de la dictature militaire de l'ancien président J. J. Rawlings. Ensuite, les médias du pays, et particulièrement la presse privée, font preuve de beaucoup de partisanerie, et ce, de façon éhontée. « Ils ont tendance à adopter et à défendre des positions partisans sur presque tout, y compris le soccer », a lancé un des panélistes. Par conséquent, les journalistes ignorent souvent les principes fondamentaux de l'objectivité et déshonorent le contenu le plus élémentaire des codes de déontologie professionnelle.

Par ailleurs, le panel mentionne qu'il n'y a pas eu d'améliorations importantes de la qualité de la présentation et du contenu des émissions et des publications à mesure que

LE JOURNALISME RESPECTE LES NORMES PROFESSIONNELLES DE QUALITÉ.

INDICATEURS DU JOURNALISME PROFESSIONNEL :

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

les chaînes de radio et de télévision ainsi que les journaux et les magazines se sont multipliés au pays. Le panel a de nouveau pointé du doigt, en partie du moins, l'absence de normes objectives pour l'obtention du titre de professionnel. Comme le dit Oti-Twumasi, « le journalisme semble être une profession "portes ouvertes". Même avec une instruction limitée, n'importe qui peut y entrer pour peu qu'il ait de l'intérêt et de la facilité. L'association professionnelle (GJA), quant à elle, n'a pas la détermination voulue pour remettre les choses en ordre. »

En ce qui concerne l'honnêteté, l'impartialité et le bien-fondé des reportages, Rejoice Asante se fait l'écho du sentiment général qui prévaut chez les panélistes : « Il y a tant de conjectures, surtout du côté des médias imprimés privés et de certaines stations radios! » Le panel attribue aussi le manque d'objectivité dans le traitement des événements et des débats au fait que plusieurs journaux ont « leur petit plan (politique) en tête lorsqu'ils traitent de différents sujets », comme le dit si bien Bernard Avle. Augustina Oti-Twumasi ajoute que cela tient au fait que « la politique paie ». D'après Egbert Faibille, « certains journalistes recueillent ce qu'on appelle un "soli" des organisateurs d'événements. » Le soli (de *solidarité*) est un paiement, accordé aux journalistes qui assurent la couverture d'un événement, dans l'espoir d'obtenir un reportage positif. Il est fréquent de trouver, dans les journaux, des articles dont les sources, les références ou les auteurs ne sont pas mentionnés.

Bien que le GJA dispose d'un code de déontologie, l'adhésion à l'association est très optionnelle. On ne semble donc généralement pas éprouver l'obligation de se conformer aux injonctions déontologiques. Même chez les membres de l'association, le panel a remarqué que la violation des principes du code n'avait pour conséquence que la sanction morale ou la condamnation publique, rarement appliquée d'une part et d'un pouvoir dissuasif insuffisant d'autre part. Par conséquent, nous dit Charlie Sam, « la poursuite d'une exclusivité, une échéance à respecter ou simplement la volonté de nuire (politiquement) incitent certains journalistes à balancer les normes de la déontologie par-dessus bord. » Il ajoute : « Parfois, les manchettes tape-à-l'oeil et leurs photos n'ont aucun rapport avec le contenu d'un article. »

Le haut niveau de pluralisme médiatique dans le pays offre une vitrine médiatique toujours ouverte pour attirer l'attention du public sur des événements. De ce fait, les panélistes sont d'avis que les rédacteurs en chef ne sont pas directement forcés de pratiquer l'autocensure. Par ailleurs, l'article 162 (2) de la constitution garantit expressément « ... il ne doit y avoir aucune censure au Ghana ». Pourtant, Rejoice Asante mentionne que « les journalistes et les rédacteurs en chef pratiquent l'autocensure afin de protéger

les intérêts d'un parti ou par crainte de perdre leur emploi ». Les panélistes constatent que la couverture d'événements est souvent inspirée par la propagande politique, surtout dans certaines sections de la presse écrite privée. On peut retracer l'origine de cette tendance dans l'histoire de la propriété de la presse au Ghana, nous dit George Sarpong, alors que « des gens passionnés créaient un média afin d'exprimer leurs inclinations philosophiques et idéologiques. »

Dans l'ensemble, selon le panel, plutôt que de se pencher sur les questions et les événements sérieux en fournissant des contextes et des sources, les journalistes tendent à s'arrêter sur les choses sans importance. Mise en page négligée, manchettes à sensation, grammaire fautive et inexactitudes des faits rapportés, caractérisent une bonne partie de la presse privée. Ce sont essentiellement de basses considérations qui dictent les choix rédactionnels. Comme le disent les panélistes, celui qui paie le flûtiste choisit la musique.

La maigreur des salaires touchés par les journalistes et les autres professionnels des médias a fait en sorte que l'indicateur 5 de l'objectif 2 s'est vu épingler la plus basse note de l'objectif. Le panel attribue la fréquence élevée de compromissions des journalistes, dans l'exercice de leur profession, à leur faible rémunération. Bernardind Avle dit que ce fait soulève de nouveau la question du « soli », lorsqu'un journaliste est « payé » pour assurer la couverture d'un événement. Isaac Sam Mensah se montre encore plus critique. Il affirme que « les journalistes rédigent de fausses nouvelles pour de l'argent ou se retiennent de rapporter des nouvelles importantes qui pourraient déranger certains fonctionnaires du gouvernement. » Le fait que les journalistes se font graisser la patte en échange d'une version particulière des faits a tendance à miner la confiance du public envers les médias. Ainsi que l'explique le panéliste Charlie Sam, « Ce soli a abaissé les journalistes aux yeux des gens riches et puissants. Certains politiciens considèrent les journalistes locaux avec dédain et préfèrent traiter avec les médias étrangers ou internationaux. »

Ce sont des considérations de basse classe et non le manque de volonté ou l'incapacité de discuter de questions sérieuses qui emmènent les médias électroniques à adopter une programmation simpliste, composée principalement d'émissions de divertissement, qui laissent peu de place aux émissions d'information et aux nouvelles. C'est ainsi que Charlie Sam nous dit que « les stations de télévision assoiffées de téléspectateurs consacrent une quantité démesurée de temps aux télé-vérité, aux sports et aux feuilletons, au détriment des nouvelles et des émissions d'information. » Isaac Sam-Mensah, pour sa part, soulève la tempête lorsqu'il affirme : « Il n'y a que les stations de radios communautaires (...) suivies par la radio publique qui fournissent du

divertissement instructif. Toutes les stations commerciales ne sont là que pour l'argent, aussi ne sont-elles intéressées que par les publicités. » Et même s'il faut louer certains journaux et certaines stations pour l'importance qu'ils attachent aux nouvelles et à l'actualité, il n'en demeure pas moins que cette importance est accordée surtout aux affaires politiques plutôt qu'aux affaires sociales ou humanitaires.

Le reportage spécialisé est relativement rare pour trois raisons. Peu de professionnels sont qualifiés pour ce type de reportage. La capacité des journaux d'entretenir des sections ou des bureaux spécialisés est faible et, en dernier lieu, la politique tend à être le sujet de prédilection de tous les journalistes

Les petits journaux, en particulier, disposent d'un faible capital, étant des entreprises à propriétaire unique qui fonctionnent avec un minimum d'équipement et de ressources par exemple, quelques ordinateurs et des magnétophones, sans plus. Un tel équipement n'est certes ni moderne, ni efficace. Ainsi, d'après Egbert Faibille, « la technique et la planification lamentables des montages font en sorte que la plupart des journaux, spécialement ceux de propriété privée, sont une véritable horreur ». De son côté, Bernardind Avle ajoute que le manque « d'argent pour acheter du bon équipement » est à la source du « manque de documentaires pour la radio ».

OBJECTIF 3 : PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION

Note : 2,76

Le panel IDM a attribué à cet objectif une note passablement élevée, légèrement inférieure à la plus haute, celle de l'objectif 5, institutions de soutien. Tous les indicateurs se sont classés près de la moyenne, sauf l'indicateur 2, l'accès des citoyens aux médias n'est pas restreint, qui a reçu une note beaucoup plus élevée, dépassant les autres par plus de trois quarts de point.

Le groupe est d'avis que, collectivement, les médias peuvent présenter une pluralité de points de vue à partir d'une diversité de sources d'information. Ils attribuent surtout cela au fait que le secteur des médias, au Ghana, a grandement profité du retour de la démocratie constitutionnelle dans la gestion publique. Avant 1992, il n'y avait environ qu'une douzaine de journaux de huit pages de même format qu'un tabloïd. De plus, ils n'apparaissaient que sporadiquement dans les kiosques à journaux. Mais en décembre 2006, 466 journaux, magazines et périodiques étaient inscrits auprès de l'organisme de surveillance des médias, la National Media Commission (NMC) en plus de 160 stations de radio FM et de

25 stations de télévision (bien qu'environ la moitié d'entre elles seulement soient en activité). Une croissance semblable a été observée du côté d'Internet, de la téléphonie cellulaire et de services, autres que les médias de masse, fournis dans les secteurs de l'industrie. Ainsi donc, selon le panel, le régime médiatique libéral actuel veille à ce que des personnes aux points de vue différents ou même diamétralement opposés sur les questions de l'heure aient accès aux médias du pays et se fassent entendre.

Cet optimisme doit cependant être tempéré, car, comme l'ont constaté les membres du panel, des impératifs commerciaux ont dicté aux journaux privés et aux stations de télévision et de radio de s'installer surtout dans les villes et de promouvoir les intérêts de leurs habitants à l'exclusion relative de la majorité de la population rurale. Isaac Sam-Mensah a remarqué « qu'il y a peu de radios communautaires au pays parce que la plupart des simples citoyens ne sont préoccupés que par l'argent ». Il ajoute que « les connexions à Internet ne sont pas répandues à l'ensemble du pays, et là où elles existent, l'accès est très lent ». L'anecdote suivante, racontée par Charlie Sam, illustre de façon frappante à quel point l'accès est limité dans les régions rurales : « Alors que j'étais en visite dans mon village, il y a quelque temps, il m'a fallu parcourir une distance de 32 kilomètres jusqu'à la grande ville la plus rapprochée afin d'envoyer un urgent courriel à Accra. »

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

INDICATEURS DE LA PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION :

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

Les panélistes ont aussi exprimé leur grande déception devant la polarisation partisane persistante et extrême de la plupart des médias du Ghana. « Nos journalistes, nous dit Oti Twumasi, prennent les choses au pied de la lettre et se font tout simplement l'écho d'un point de vue individuel. Un journaliste devrait pourtant creuser plus en profondeur, rechercher les points de vue différents, brosser un tableau historique et contemporain. »

Les panélistes saluent la présence importante de médias électroniques internationaux (BBC, CNN, RFI, VOA, DW, et Al Jazeera) accessibles soit par abonnement à des chaînes de télévision ou par des partenariats avec des médias locaux. Il est facile, également, de se procurer les magazines internationaux d'actualité les plus importants, tels que *The Economist*, *Newsweek*, *Time*, *FT*, et *Mirror*, dans les supermarchés et dans certains postes d'essence.

La question de l'accessibilité a cependant soulevé un débat très animé. La majorité des panélistes étaient d'avis que l'absence de restrictions légales à l'accessibilité aux sources d'information et aux nouvelles locales et internationales est satisfaisante. Mais Bernardind Avle a pour sa part insisté sur le fait que pour être accessibles, les services, tels que l'abonnement à la télévision et à Internet doivent aussi être abordables. « Avec mon revenu, dit-il, je ne peux pas me payer le service de câblodistribution, et je crois qu'il faut interpréter cela comme un manque d'accessibilité ». Hamida Harrison lui réplique alors que « même en Grande-Bretagne, tout le monde ne peut pas s'abonner à la télévision ». Mais Bernardind Avle reste sur sa position en avançant « qu'en principe, tous peuvent avoir accès à une maison de trois étages. Mais si je suis handicapé, à bien y penser je n'ai pas accès à cette maison. »

Les médias électroniques produisent généralement leurs propres émissions d'information. Ainsi que le dit Bernardind Avle, « la plus grosse partie de ce qui est diffusé sur les ondes et imprimé est produite localement », même si quelques médias retransmettent les nouvelles internationales en provenance d'organisations telles que la BBC et VOA. Il existe toutefois plus de 20 entreprises indépendantes de production qui réalisent principalement des publiereportages télévisés commandités, des documentaires et des spectacles en direct. Notons, entre autres, la présence de Charterhouse Productions, Channel 2 Productions, Sparrow Productions, Eagle Productions, Village Communication, Premier Productions, Point Blank Media Concept, Deltrack, et Bullseye.

Bien que la constitution cherche à protéger les médias de l'ingérence, politique ou autre (article 162), et oblige les médias d'État en particulier à laisser le champ libre à la diversité des points de vue (article 163), les membres du panel ne croient pas qu'on adhère nécessairement à

ces dispositions dans la pratique. Ainsi, Egbert Faibille se prononce : « Nous sommes là à dire que les médias d'État sont à l'abri de l'ingérence politique parce que c'est la National Media Commission qui nomme les membres de leurs conseils d'administration; pourtant, nous savons tous qu'un ministre d'État peut très bien téléphoner au rédacteur en chef de n'importe quel grand média et lui dire d'éliminer tel article ou de faire paraître tel autre article. Oui, la loi est là, mais je ne crois pas qu'elle garantisse quoi que ce soit; et cela se reflète dans la note que j'ai décidé de donner. » Rejoice Asante ajoute que « les médias d'État ne reflètent pas toujours le point de vue de l'éventail politique ».

Il n'existe qu'une seule agence officielle locale de transmission, l'agence de presse Ghana News Agency, fondée en 1957, qui a lutté pour survivre à ses difficultés financières. Les entreprises de médias électroniques et imprimés peuvent également s'abonner à un certain nombre de services internationaux de nouvelles tels que Reuters et AP.

L'identité des propriétaires des médias n'est pas gardée secrète. On peut la connaître par l'entremise du Registrar General's Department, où toutes les entreprises se font enregistrer, de même qu'auprès des deux instances de réglementation du pays, la NMC et la NCA. En réalité, les propriétaires de médias n'ont aucune raison de dissimuler les intérêts que leurs partenaires peuvent avoir dans leur média puisque la Constitution établit qu'il « ne doit y avoir aucun obstacle à la mise en place d'entreprises privées de presse ou de médias » (article 162 (3)). Le panel observe la tendance, grandissante, aux propriétés partagées et aux partenariats dans le secteur de la radio FM; mais il ne croit pas qu'il y ait lieu de s'inquiéter, du moins pour l'instant, des conséquences négatives d'un conglomérat. Il attribue plutôt ce phénomène grandissant aux forces du marché en présence.

Bien qu'il n'y ait pas de journaux en langue locale, le panel relève que la radio et la télévision offrent des débouchés intéressants à la programmation en langue locale. Ces débouchés, cependant, ne sont offerts qu'aux langues locales dominantes, telles que l'akan et, dans une moindre mesure, le ga, l'ewe, le dagbani, le nzema et le krobo. À cet égard, les langues minoritaires sont désavantagées, situation que Godfred Dame attribue « à l'absence de directives sur l'usage des langues minoritaires dans les médias. » Il insiste sur le fait que « ces directives sont nécessaires à la préservation de la diversité culturelle et linguistique des tribus et des personnes minoritaires dans le pays. » Hamida Harrison ajoute ensuite que « la programmation de la radio et de la télévision ne plaide pas souvent pour le bien-être de certains groupes par exemple, les femmes. »

OBJECTIF 4 : GESTION DES AFFAIRES

Note : 2,34

Pour cet objectif, tous les indicateurs ont au moins atteint la note de 2, tandis que l'indicateur 5, subventions gouvernementales aux médias privés, s'est détaché du peloton avec presque un point de plus que la moyenne.

L'opinion qui prévaut parmi les panélistes au chapitre de l'efficacité de la gestion des affaires dans l'industrie des médias est que les médias électroniques privés et les journaux d'État sont mieux gérés, tant sur le plan du professionnalisme que sur celui de la rentabilité, que les médias électroniques d'État et les journaux privés. En deux mots, le verdict que le panel prononce sur les perspectives commerciales des médias se résume à ceci : « Tout dépend de... »

La bonne ou la mauvaise fortune d'une entreprise de presse dépendra du fait qu'elle est électronique ou écrite, de grande taille et urbaine, ou petite et rurale, et que l'orientation de la rédaction soit ou non perçue comme « politiquement correcte ». Aussi existe-t-il des différences frappantes dans la gestion des médias en tant qu'entreprises. En général, les stations de radio et de télévision exercent plus d'attrait sur les publicitaires et les parraineurs que les médias imprimés. En général, les grandes stations urbaines sont gérées de façon plus professionnelle et s'attirent plus de publicité et de commandites que les petites stations rurales. Quant aux journaux privés aux tendances politiques connues ou perçues comme étant progouvernementales, ils obtiennent

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

INDICATEURS DE GESTION DES AFFAIRES :

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

généralement plus de publicité de l'État, plus de commandites et d'autres formes d'appui financier que les journaux privés qui sont en faveur de l'opposition ou qui ont l'esprit critique.

De toute évidence, les médias qui se montrent critiques et appuient l'opposition, bien qu'ils soient aussi soutenus par leurs bienfaiteurs politiques et leurs sympathisants, ne peuvent pas vraiment être qualifiés d'entreprises.

Les entreprises de presse écrite privée vivent pour la plupart avec un petit budget. Mis à part les journaux d'État et une poignée de journaux de la presse privée dont les pages débordent de publicité, les journaux vivent essentiellement grâce aux abonnements et aux ventes dans les kiosques à journaux, leur tirage moyen s'élevant entre 1000 et 5000 exemplaires. En fait, le panel estime que pour certains journaux, le nombre d'exemplaires invendus compte sans doute pour 30 à 40 pour cent du tirage total. Une crise de l'énergie électrique, qui sévit dans le pays depuis août 2006 a fait grimper encore plus les coûts de production.

En somme, l'incapacité de générer des revenus de façon autonome à la manière d'entreprises qui font vraiment des affaires expose la presse privée en général à la manipulation des financiers politiques. Selon Egbert Faibille, « l'indépendance de la rédaction est compromise dans certaines entreprises de presse pour des raisons de partisanerie politique et autres. »

Avec la libéralisation du marché et des médias est apparue une panoplie d'entreprises de publicité, petites et grandes, locales et multinationales, qui roulent grâce aux besoins et aux désirs d'une grande variété de clients. Par conséquent, les panélistes ont observé une augmentation de la quantité comme de la variété de la publicité et croient que cela est de bon augure pour l'industrie des médias dans son ensemble. Malgré tout, Isaac Sam-Mensah exprime ainsi son inquiétude : « Les stations de radio communautaire travaillent dans des conditions extrêmement difficiles. Elles n'obtiennent pratiquement aucune publicité des grandes agences. Elles sont incapables d'atteindre le seuil de rentabilité. Elles ne sont même pas capables de payer leurs factures de services publics. » Même les médias qui sont mieux placés pour toucher un revenu de la publicité éprouvent des difficultés. Selon Bernard Avle, ces difficultés découlent « de la bureaucratie reliée à la procédure de paiement ou carrément, dans certains cas, d'une insensibilité et d'une manipulation volontaire. » Il cite en exemple le cas d'une agence de publicité qui est en retard de paiement pour plus d'un milliard de GHC (113 000 \$ US) à l'égard de la station radio pour laquelle elle travaille.

Les médias indépendants du Ghana ne bénéficient d'aucun crédit gouvernemental ou fonds affecté à la subvention de

Godfred Dame adopte un ton particulièrement grave lorsqu'il parle du pouvoir de l'allocation sélective de fonds reliés à la publicité gouvernementale en tant qu'instrument de ce qu'il appelle la « censure adoucie ». Il insiste sur le fait « qu'il en est ainsi parce que le gouvernement peut, sans restrictions, canaliser les fonds de l'État en vue de privilégier certains médias et stimuler leur croissance au détriment de celle de certains autres qui manifestent un esprit critique ».

l'industrie. En ce qui a trait à la publicité gouvernementale, toutefois, le panel croit que l'habileté à se procurer des revenus de cette source s'explique par le favoritisme politique plutôt que par l'efficacité de la gestion ou les qualifications professionnelles. Godfred Dame adopte un ton particulièrement grave lorsqu'il parle du pouvoir de l'allocation sélective de fonds reliés à la publicité gouvernementale en tant qu'instrument de ce qu'il appelle la « censure adoucie ». Il insiste sur le fait « qu'il en est ainsi parce que le gouvernement peut, sans restrictions, canaliser les fonds de l'État en vue de privilégier certains médias et stimuler leur croissance au détriment de celle de certains autres qui manifestent un esprit critique ».

D'autre part, des publicitaires non gouvernementaux y pensent à deux fois avant d'insérer leurs publicités dans certains journaux de peur que cela soit interprété comme de la sympathie envers les activités politiques de ces journaux et les causes qu'ils défendent. Mais Augustina Oti-Twumasi n'est pas d'accord. Selon elle, les principales agences de publicité utilisent de préférence une combinaison de médias qui leur permet de rejoindre la variété de personnes composant leur principal auditoire cible. Elle reconnaît, toutefois, « qu'il n'existe pas beaucoup d'agences de publicité à l'extérieur d'Accra, pour la simple raison que le plus gros de la publicité s'adresse aux habitants d'Accra. »

Les entreprises indépendantes qui effectuent des études de marché, les médias les mieux nantis et les agences de publicité conduisent des études de marché qui leur servent de fondement pour la recherche de client ou pour la publicité. Mais ces études sont peu nombreuses et espacées en raison de leur coût prohibitif. D'autres médias présentent à l'occasion

des statistiques non vérifiables sur leur tirage, et les chiffres qu'ils avancent sont peu crédibles, car il y a conflit d'intérêts. Les données obtenues par les agences indépendantes de recherche, plus crédibles, sont très jalousement gardées et sont vendues selon des ententes de stricte confidentialité aux quelques médias qui peuvent se les offrir.

OBJECTIF 5 : INSTITUTIONS DE SOUTIEN

Note : 2,97

Cet objectif a reçu la plus haute note, et tous ses indicateurs sont près de la moyenne.

Le foisonnement des organisations médiatiques, jumelé aux conditions démocratiques favorables à la liberté d'association, a emmené des journalistes et des propriétaires de médias à se regrouper au sein d'associations ayant pour mission de les représenter et de promouvoir leurs aspirations. Aussi retrouvons-nous aux côtés de la GJA d'autres associations et d'autres affiliations de médias et de professionnels de la communication telles que la Ghana Independent Broadcasters Association, le Ghana Community Radio Network, l'Institute of Public Relations, l'Advertisers Association of Ghana, la Film Makers Guild, l'Association of Women in the Media, le Women in Broadcasting, l'Internet Society of Ghana, la West Africa Journalists Association, la Sports Writers Association of Ghana, la Sports Broadcasters Association, l'Environmental Club of Journalists, l'Economic and Financial News

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

INDICATEURS DES INSTITUTIONS DE SOUTIEN :

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

Reporters Association, l'Association of Past Broadcasters, la Communication Workers Union, et la Ghana Association of Writers. Tous ces syndicats et toutes ces associations œuvrent à la préservation de l'intégrité professionnelle et à la défense des intérêts et du bien-être de leurs membres.

Ainsi que le fait remarquer Charlie Sam, ces associations de professionnels des médias et de la communication « font du bon travail pour ce qui est de représenter leurs membres et de soutenir leurs intérêts ». Elles offrent de l'aide sociale, notamment, le soutien financier aux membres dans le besoin, la sécurité d'emploi et de l'aide pour les questions reliées aux conditions de travail telles que les salaires et les avantages sociaux; elles proposent aussi des possibilités de développement professionnel, par exemple, des ateliers de formation et des cours. Bernard Avle émet toutefois des réserves au sujet de la GJA, qu'on soupçonne parfois de coucher avec le gouvernement. Augustina Oti-Twumasi ajoute « qu'il faut revêtir la GJA du pouvoir de sévir contre les journalistes qui méprisent de façon éhontée les normes professionnelles. »

Il existe un certain nombre d'ONG qui travaillent en collaboration avec les médias pour soutenir la liberté de la presse, la liberté d'expression et le développement professionnel. Au premier plan figurent la Media Foundation for West Africa (MFWA), la Commonwealth Human Rights Initiative et la Friedrich Ebert Stiftung (FES). La GJA et les autres associations de professionnels des médias exercent aussi ce type d'activités. Charlie Sam cite comme exemple le cas de l'assistance technique et financière fournie par la MFWA et la FES aux associations de journalistes et aux médias ruraux ou démunis. Cette assistance est venue sous forme d'ateliers, de programmes d'orientation et d'écrits sur les violations des droits des médias et les normes de la pratique professionnelle éthique.

Les ONG et la société civile ont joué un rôle dans l'abolition de la diffamation criminelle et de la loi sur la sédition au Ghana. Ils ont aussi entrepris la rédaction d'un projet de loi sur le droit à l'information et travaillent activement dans le domaine juridique, depuis 2001, pour que ce projet de loi finisse par être adopté.

Il existe au moins une douzaine d'établissements accrédités de formation aux métiers reliés au journalisme, à la communication et aux médias. Notons la Graduate School of Communication Studies à l'University of Ghana, le Ghana Institute of Journalism, l'African Institute of Journalism and Mass Communication, le National Film and Television Institute, la Manifold Academy, le Jayee Professional Institute, le Ghana Telecom University College, et la GBC Training School. La quantité des programmes de formation ne cesse d'augmenter et l'accès à ces établissements de formation

est libre. Les conditions d'admission sont les mêmes que dans les autres établissements d'enseignement secondaire et d'enseignement supérieur au pays.

Au chapitre de la qualité de la formation, cependant, l'enthousiasme des panélistes s'est refroidi. Ils jettent le blâme pour la médiocrité de la pratique professionnelle, évidente chez certains journalistes, sur les normes de formation de ces établissements, qu'ils jugent inférieures. Selon Godfred Dame, « les normes de la profession enseignées dans les établissements de formation dans le pays semblent insatisfaisantes ». Le panel en conclue qu'il faut organiser des ateliers et des formations en milieu de travail sur une plus grande échelle afin d'assurer de façon continue la formation et l'amélioration des compétences professionnelles.

L'approvisionnement en papier journal, sa disponibilité, les imprimeries et la distribution, toutes ces questions sont d'abord liées à des impératifs économiques et n'ont absolument rien à voir avec l'ingérence ou les restrictions politiques. C'est ainsi qu'Hamida Harrison explique, en partie, la raison pour laquelle les productions médiatiques et les réseaux de distribution se retrouvent en grand nombre dans les centres urbains commerciaux, tandis que la région rurale et les intérêts de ses habitants sont généralement laissés pour compte. C'est à cause de ces mêmes impératifs que les journaux mettent souvent plus de 24 heures à parvenir dans certaines régions du pays. Or une couverture limitée des événements empêche une grande partie de la population d'être bien informée et de pouvoir, de ce fait, participer pleinement aux décisions touchant la gestion publique de la nation. George Sarpong en appelle à l'État pour qu'il accorde des subventions, des remboursements de taxe, du soutien logistique aux investisseurs privés qui seraient peut-être intéressés à combler les besoins des communautés rurales défavorisées, en insistant que ce serait là une façon, pour le gouvernement, de rendre opérantes la liberté d'expression et l'accès aux médias garantis à tous les citoyens par la Constitution

Liste des participants au panel

Bernardind Avle, animateur d'émission matinale, Citi FM, Accra

Isaac Sam-Mensah, réalisateur, Radio Peace, Winneba

Rejoice Asante, rédactrice de la page féminine, journal Ghanaian Times, Accra

Egbert Faibille, rédacteur en chef, journal The Ghanaian Observer, Accra

Hamida Harrison, agente de programme, ABANTU for Development, Accra

Godfred Yeboah Dame, homme de loi et avocat spécialisé en droit des médias, Akuffo Addo Prempeh and Company, Accra

Charlie Sam, enseignant, Africa Institute of Journalism & Communications, Accra

Augustina Oti-Twumasi, directrice suppléante au service et à la clientèle, STB McCann Advertising Company, Accra

George Sarpong, secrétaire général, National Media Commission, Accra

Bright Blewu, secrétaire général, Ghana Journalists Association, Accra

Modérateur

Gilbert Tietaah, enseignant, Graduate School of Communications Studies, University of Ghana, Legon

Observateurs

Beatrice Amoah, agente de programme, recherche et publications, MFWA

Samara Montgomery, Université de l'Oregon, É.-U.

L'étude sur le Ghana a été coordonnée et menée en association avec la Media Foundation for West Africa, Accra.