

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

La moyenne générale des cinq objectifs est de 2,21 pour le Nigéria. On note cependant une disparité assez marquée entre les objectifs. Les panélistes ont déploré la faiblesse des deux premiers objectifs, liberté d'expression et journalisme professionnel, et leur ont attribué respectivement une note de 1,80 et de 1,88. Quant à l'objectif 3, pluralité des sources d'information, il s'est classé juste au-dessus de la moyenne. Les objectifs 4 et 5, gestion des affaires et institutions



NIGÉRIA

de soutien, ont obtenu une note forte de 2,40 pour l'un et de 2,7 pour l'autre.

Le 29 mai 2007, le président Umaru Yar'Adua prend les rênes du pouvoir des mains d'Olesegun Obasanjo, qui avait dirigé le pays pendant huit ans après la restauration de la démocratie civile en mai 1999. Le président Obasanjo, un général à la retraite, éprouvait une aversion avouée pour les journalistes et les médias. Bien que sous le régime Obasanjo les médias aient eu un meilleur sort que pendant les 16 années précédentes de dictature militaire, les huit ans de son règne ont été une période d'épreuve. En effet, Obasanjo a maintenu les pratiques répressives qu'utilisaient les militaires avant lui pour se débarrasser des journalistes; les médias ont révélé avoir subi diverses formes d'attaques sous sa présidence, par exemple, des arrestations fréquentes et la détention de journalistes, des raids menés par les responsables de la sécurité dans les entreprises de presse et dans leurs installations, la confiscation d'exemplaires de publications d'information, des assauts et des voies de fait contre les journalistes, et d'autres injustices visant l'intimidation.

Le président Yar'Adua est arrivé au pouvoir après l'élection présidentielle très contestée du 21 avril 2007. Umaru Yar'Adua, un homme à la voix et aux manières douces, a immédiatement annoncé son intention d'éliminer les nombreuses violations des droits de l'homme qui ont caractérisé la présidence d'Olesegun Obasanjo. Il a affirmé avec force que la primauté du droit et le traitement équitable seront les principes directeurs de son gouvernement, ce qui a ouvert la voie à un environnement plus favorable aux médias. Alors que le président Obasanjo avait refusé d'approuver une loi sur la liberté d'accès à l'information votée par l'Assemblée nationale, le président Yar'Adua a déclaré qu'il l'approuverait, accordant ainsi aux citoyens nigériens, y compris aux journalistes, le droit d'accès à l'information publique.

La moyenne générale des cinq objectifs est de 2,21 pour le Nigéria. On note cependant une disparité assez marquée entre les objectifs. Les panélistes ont déploré la faiblesse des deux premiers objectifs, liberté d'expression et journalisme professionnel, et leur ont attribué respectivement une note de 1,80 et de 1,88. Quant à l'objectif 3, pluralité des sources d'information, il s'est classé juste au-dessus de la moyenne. Les objectifs 4 et 5, gestion des affaires et institutions de soutien, ont obtenu une note forte de 2,40 pour l'un et de 2,7 pour l'autre.

COUP D'ŒIL SUR LE NIGÉRIA

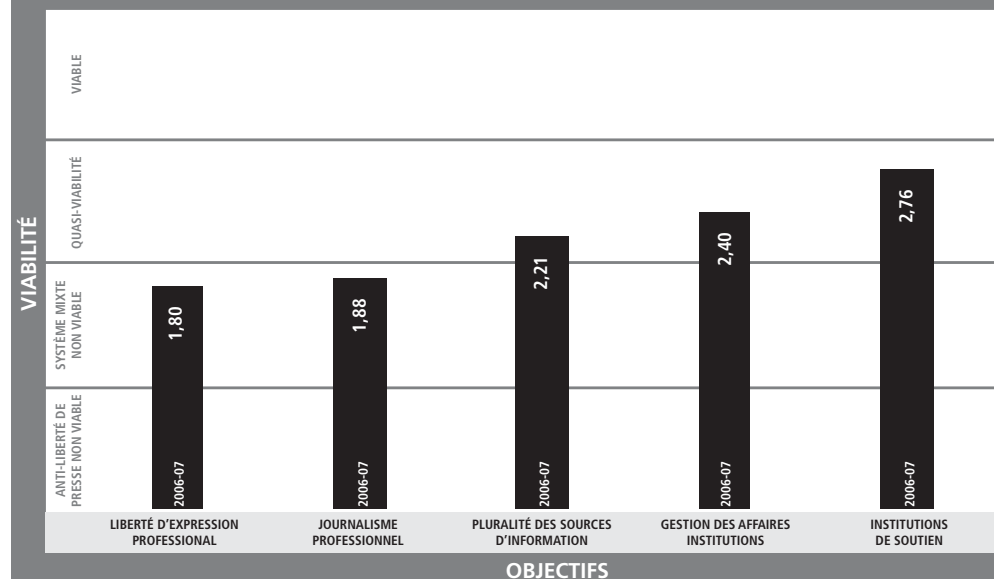
GÉNÉRAL

- > **Population** : 140 003 542 (recensement national de la population 2006, National Population Commission, Abuja)
- > **Capitale** : Abuja
- > **Groupes ethniques (% de la population)** : Hausa 21 %, Yoruba 20 %, Igbo 18 %, ijaw 10 %, Ibibio 4 %, Kanuri 4 %, Tiv 3 %, autres 20 % (*Nigeria Population Census 1991 Analysis, National and State Population Projections*, Volume 6, août 2002, National Population Commission Abuja)
- > **Religions (% de la population)** : musulmans 50 %, chrétiens 40 %, religions autochtones 10 % (*CIA World Factbook*)
- > **Langues (% de la population)** : anglais 76%, pidgin anglais 74%, hausa 37%, yoruba 30%, igbo 21% (*Nigeria Population Census 1991 Analysis, National and State Population Projections*, Volume 6, août 2002, National Population Commission Abuja)
- > **RNB (Atlas 2006)** : 92,358 milliards de dollars US (Banque mondiale de développement, 2007)
- > **RNB par habitant (Atlas 2006)** : 640 \$ US (Banque mondiale de développement, 2007)
- > **Taux d'alphabétisme** : 68% (hommes 75,7%; femmes 60,6%) (estimation 2003, *CIA World Factbook*)
- > **Président ou autorité suprême** : président Umaru Musa Yar'Adua

DONNÉES RELATIVES AUX MÉDIAS

- > **Nombre de médias de la presse écrite, de stations de radio et de télévisions en activité** : 95 journaux paraissant assez régulièrement (20 quotidiens nationaux, 23 hebdomadaires nationaux, 10 quotidiens régionaux, 19 hebdomadaires régionaux, 6 quotidiens provinciaux ou locaux et 17 hebdomadaires provinciaux ou locaux); 100 stations de radio (16 propriétés privées, une radio de campus à but non lucratif, 45 appartenant au gouvernement fédéral et 38 appartenant au gouvernement de divers États); 144 stations de télévision (14 propriétés privées, 98 appartenant au gouvernement fédéral et 32 appartenant au gouvernement de divers États), (sources : *Media World Yearbook 2004—A Resource Guide to the Nigerian Media*, et la *National Broadcasting Commission: A Handbook*)
- > **Statistiques sur la circulation des journaux** : les trois principaux : *The Sun*, *The Punch*, et *The Guardian* (tous propriété privée) sont considérés comme ceux qui ont le plus grand tirage, dans cet ordre. Il n'existe pas de données ou de chiffres à l'appui.
- > **Indices d'écoute** : Il n'existe pas de données ou de sources d'information vérifiables sur les indices d'écoute
- > **Agences de presse** : News Agency of Nigeria (propriété de l'État)
- > **Revenu annuel du secteur des médias provenant de la publicité** : S. O.
- > **Investissement étranger important dans les médias** : S. O.
- > **Utilisation d'Internet** : 8 000 000 (estimation de 2006, *CIA World Factbook*)

INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS: NIGÉRIA



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 : 1,80

La note globale de l'objectif 1 s'établit à 1,80. Il s'agit de la note la plus basse des cinq objectifs, ce qui indique que pour les panélistes, les normes juridiques et sociales ne protègent pas suffisamment la liberté d'expression et ne la favorisent pas. Il est à noter que l'indicateur mesurant l'accès du public à l'information a été évalué bien au-dessous de la moyenne. Les indicateurs 8 et 9, mesurant l'accès aux sources internationales d'information et les restrictions légales à l'entrée dans la profession journalistique se sont beaucoup mieux classés, près d'un point entier au-dessus de la moyenne.

Il y a eu consensus parmi les panélistes sur le fait que même si l'article 39 de la constitution nigériane protège la liberté d'expression, cette disposition de la loi n'est pas rigoureusement mise en application et les normes sociales ne la protègent pas. Les nombreuses années de régime militaire ont créé une « mentalité de caserne » chez une grande partie de la population et par conséquent, on s'attend à ce qu'il y ait des violations des droits de l'homme, y compris du droit à la liberté d'expression, et personne ne s'en offusque. Il n'existe pas de droit d'accès légal à l'information publique. Au contraire, une culture du secret sévit dans les institutions publiques et, de façon générale, les fonctionnaires n'accordent pas facilement aux journalistes ou à d'autres personnes l'accès à l'information publique.

La Charte africaine des droits de l'homme et des peuples s'ajoute à la constitution et a été incorporée aux lois nigérianes. Elle protège la garantie de la liberté d'expression, bien qu'en termes assez timides. Par contre, d'autres lois en vigueur relatives à la liberté d'expression inhibent cette liberté et celle des médias plutôt que d'agir en leur faveur. De telles lois, et d'autres, visaient à réglementer divers aspects de la pratique médiatique. Il s'agit, notamment, de : la Commission nationale de la radio et de la télévision de 1992 (National Broadcasting Commission Act) et son amendement par le décret n° 55 de 1999; la loi sur le Conseil nigérien de la presse de 1992 (Nigerian Press Council Act) et son amendement par le décret n° 60 en 1999; la loi sur les agences de presse du Nigéria de 1976 (News Agency of Nigeria Act); la loi sur la Société fédérale de radio du Nigéria de 1976 (Federal Radio Corporation of Nigeria); la loi sur l'Autorité nigériane de la télévision de 1976 (Nigerian Television Authority Act); le Code pénal; la loi sur le secret de fonctions (Official Secrets Act); la loi sur les publications obscènes de 1962 (Obscene Publications Act); et la loi sur les publications diffamatoires et offensantes de 1966 (Defamatory and Offensive Publications Act).

La vision générale des panélistes était que, même s'il existe une protection constitutionnelle à l'égard de la liberté d'expression, la mise en application des garanties est faible et inefficace. Les journalistes sont aux prises avec d'autres lois et règlements qui sont répressifs envers la liberté d'expression et propices au harcèlement et à l'intimidation, par exemple, les lois relatives à la diffamation, à la sédition, à la sécurité nationale, etc.

Ambibola Amosun, une journaliste qui a travaillé pour les médias publics pendant les 17 dernières années, a affirmé que malgré l'existence d'une protection juridique et constitutionnelle de la liberté d'expression, « cette protection est aussi efficace que si elle n'existait pas en raison de la façon dont elle est appliquée ». Elle a mentionné le cas de deux journalistes, Fidelis Mbah, un correspondant local de la British Broadcasting Corporation (BBC), et Tade Oludayo, de la Silverbird Television et de Rhythm FM radio, qui ont été arrêtés et détenus le 10 janvier 2008, à Ibadan, la capitale de l'État d'Oyo, dans le sud-ouest du Nigéria, pour avoir photographié la statue controversée d'un « soldat inconnu » érigée par le gouverneur dans un lieu public.

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.

Par contre, dans les affaires criminelles, tenter de prouver la vérité ne fait qu'aggraver le cas allégué diffamatoire. L'État n'a pas à prouver que l'allégation est fautive, au contraire, il doit prouver que l'histoire a été écrite par le journaliste ou l'entreprise de presse en cause et que sa publication a eu une portée négative sur un fonctionnaire aux yeux « des membres sensés de la société ».

Lanre Arogundade, ancien activiste syndical et actuellement coordonnateur du Centre international de la presse de Lagos (International Press Center), a observé que la mise en application de mesures juridiques et constitutionnelles est inefficace, car la plupart du temps, les journalistes ne vont pas devant les tribunaux pour faire valoir leurs droits lorsqu'ils sont attaqués. Il a ajouté, « dans bien des cas, les attaques viennent de membres du gouvernement qui n'ont qu'à présenter leurs excuses pour clore l'affaire. J'aimerais bien voir une situation où ces cas sont présentés en cour afin de créer des précédents. »

L'octroi de licences de diffusion est régi par la Commission nationale de la radio et de la télévision (National Broadcasting Commission ou NBC), le ministère de l'Information et des Communications, et le président qui détient le pouvoir ultime d'accorder ou de refuser une licence. Alors que l'octroi de licences de diffusion ne semble pas soumis à des considérations politiques déclarées, personne ne conteste que le processus n'est ni équitable ni compétitif. La NBC a les pleins pouvoirs de décider quelle demande de licence devrait être recommandée au président, qui a la liberté absolue de décider à qui une licence sera accordée. La procédure est opaque et non ouverte à l'examen du public. Les exigences relatives à l'obtention d'une licence sont publiques, mais le fait de les satisfaire ne garantit pas une réponse positive. Il est difficile de dire quelles considérations entrent en jeu au moment de déterminer les demandes qui seront ou non approuvées. On n'explique pas les raisons du refus au demandeur, le cas échéant, et il n'y a pas de procédures d'appel ou de révision judiciaire du cas.

En ce qui concerne les journaux, le cadre législatif garantit leur entrée dans le marché sans aucune restriction. Mais dans le cas de la radio et de la télévision, les restrictions sont beaucoup plus nombreuses que pour n'importe quelle autre entreprise non médiatique. La NBC a le pouvoir

discrétaire d'établir les droits de licence, qui, pour la radio et la télévision, se situent entre 7,5 millions de nairas (environ 64 000 \$ US) et 20 millions de nairas (environ 170 000 \$ US), selon l'endroit. Les droits de licence pour les stations de télévision sont un peu plus bas que pour les stations de radio, étant donné que les frais de démarrage d'une station de télévision sont plus élevés. La loi exige également que les stations de radio et de télévision paient 2,5 pour cent de leur revenu annuel brut à la NBC à titre de contribution, mais elles ne se plient pas à cette exigence. Un tel pourcentage est plus élevé que ce qui est exigé des entreprises d'autres secteurs : certaines paient un ou deux pour cent de leur revenu brut dans des fonds comme le Fonds fiduciaire pour l'éducation (Education Trust Fund).

Aucune exemption fiscale n'est prévue pour les produits ou le matériel de production, comme l'encre d'imprimerie et le matériel de diffusion.

Les journalistes sont souvent agressés par les gardiens de la loi qui vont parfois jusqu'à détruire leur équipement. Les principaux coupables sont les agents des services de sécurité de l'État, les responsables de la sécurité rattachés aux fonctionnaires ou aux représentants de l'État, la police et les politiciens. Jamais ni d'aucune façon n'ont-ils été jugés ou punis. Parfois, des excuses ont été présentées aux victimes et le matériel endommagé remplacé. Malgré tout, les journalistes ne sentent pas que leur sécurité est menacée, et ce, même si certaines attaques ont été meurtrières. À titre d'exemple, en décembre 2006, un éminent journaliste, Godwin Agbroko, a été assassiné dans son auto, très tard le soir, alors qu'il retournait chez lui après son travail. La police a conclu qu'on avait voulu le voler et non l'assassiner en conséquence de ce qu'il aurait écrit dans son journal. Même s'il y avait lieu de croire que le but de l'attaque n'était pas le vol et qu'une enquête ait été réclamée pour voir s'il s'agissait bien d'un meurtre, aucun fait n'est ressorti pour appuyer la théorie de l'assassinat. Malgré tout, les attaques contre les médias ou contre les journalistes sont dévoilées dans les médias et le public réagit fortement.

La loi ne garantit pas l'indépendance des médias, qu'ils soient publics ou privés. Au contraire, elle les soumet au contrôle politique. Par exemple, de nombreuses dispositions de la loi sur l'Autorité nigériane de la télévision ont été utilisées pour garder la mainmise du gouvernement fédéral sur les médias qui lui appartiennent. Les articles 10, 11, 12 (3) et 12 (4) portent sur le devoir qu'ont les stations de diffuser les annonces du gouvernement. L'article 13 de la loi accorde au ministre de l'Information le pouvoir d'émettre des directives aux stations et de les obliger à s'y conformer. De la même façon, les articles 10 (1) et 10 (2) de la loi sur la Société fédérale de radio du Nigéria exigent que Radio Nigeria

diffuse, à ses propres frais, toute émission du gouvernement à la demande d'un fonctionnaire qui a reçu une autorisation du président. Les articles 11 (3) et 11 (4) donnent au ministre de l'Information le pouvoir de déterminer comment des émissions spéciales, destinées spécifiquement aux écoles ou au public en général, devraient être produites. La loi lui accorde également le pouvoir de donner des instructions aux stations sur leur mode de fonctionnement et les oblige à suivre ces instructions. Une disposition semblable est stipulée à l'article 7 de la Voice of Nigeria Act. Au niveau des États, ce sont les commissaires à l'information qui tiennent en main les médias étatiques.

Selon la loi et selon la coutume, les rédacteurs en chef et les patrons des médias publics sont sous l'emprise du gouvernement et du parti au pouvoir. Les divers conseils et la direction des médias publics sont nommés par les politiciens et leur mandat n'est pas assuré. D'où l'absence d'indépendance rédactionnelle. Des entreprises puissantes exercent un degré de suprématie moindre, mais influencent néanmoins le contenu des médias privés et, jusqu'à un certain point, celui des médias publics grâce au pouvoir que leur donne la publicité.

Selon la loi nigériane, le libelle diffamatoire est affaire civile et affaire criminelle, mais aucun procès de journaliste ne s'est terminé par une condamnation pour libelle criminel. Lorsqu'une accusation de diffamation criminelle est portée contre un journaliste, elle a pour but de le harceler. Les instances d'accusation de libelle criminel sont presque invariablement suivies de critiques par des groupes de revendications et des gens du public, ce qui incite le gouvernement à clore le cas. Parfois, l'entreprise de presse présente des excuses au représentant du gouvernement ou publie une rétractation, après quoi, l'accusation est retirée.

Le plaignant (dans les cas de diffamation civile) ou la partie poursuivante (dans les cas de diffamation criminelle) doit prouver qu'il y a effectivement eu diffamation; les fonctionnaires doivent alors établir leur preuve conformément à des règles strictes. La tendance, dans les cas civils, a été d'accorder des dommages-intérêts importants aux fonctionnaires lorsqu'il est prouvé qu'il y a eu diffamation. Aucun cas de corruption n'a été rapporté de la part des juges ou des procureurs qui ont traité les cas de libelle diffamatoire, même si un ressentiment à l'égard des médias transparait parfois chez certains d'entre eux et que de lourds dommages-intérêts sont imposés lorsque la diffamation est prouvée. Dans les affaires civiles, la vérité constitue une défense complète contre une accusation de libelle diffamatoire. Par contre, dans les affaires criminelles, tenter de prouver la vérité ne fait qu'aggraver le cas allégué diffamatoire. L'État n'a pas à prouver que l'allégation est

fausse, au contraire, il doit prouver que l'histoire a été écrite par le journaliste ou l'entreprise de presse en cause et que sa publication a eu une portée négative sur un fonctionnaire aux yeux « des membres sensés de la société ». Des témoins sont appelés pour attester que leur estime de ce fonctionnaire a baissé après la lecture de la publication, l'écoute de l'émission de radio ou le visionnement de l'émission de télévision en question.

Les journalistes n'ont pas facilement accès à l'information publique, cependant, les médias publics jouissent d'un traitement préférentiel lorsqu'ils cherchent de l'information ou souhaitent réaliser une interview, sous réserve que l'information ne soit pas potentiellement embarrassante pour le gouvernement ou un fonctionnaire. Il n'y a pas de loi sur l'accès à l'information. Au contraire, certaines lois, comme la loi sur le secret des fonctions et le Code criminel stipulent que le fait pour un fonctionnaire de dévoiler des renseignements à quelqu'un du public constitue un crime passible d'emprisonnement. Bien d'autres lois comportent des dispositions moins effrayantes, mais tout aussi efficaces, qui empêchent les fonctionnaires de révéler de l'information qu'ils obtiennent dans le cadre de leur travail. Ces dispositions apparaissent également dans les règlements de la fonction publique (Public Service Rules), au niveau fédéral, et dans les règlements du service civil (Civil Service Rules) au niveau de l'État. Ainsi, ni le gouvernement ni les fonctionnaires n'ont l'obligation légale de fournir des renseignements à la population ou aux journalistes. Les journalistes nigériens, représentés par divers organismes ou personnellement, ont participé à une campagne pour l'adoption d'une loi sur la liberté d'accès à l'information au Nigéria.

La loi sur l'Agence nigériane de presse confère aux agences appartenant au gouvernement le « monopole de la collecte de l'information qui sera vendue aux agences de presse étrangères ». Toutefois, les médias et les citoyens ordinaires ont accès à Internet et aux nouvelles internationales par le câble et par la télévision satellitaire. Les stations de radio et de télévisions n'ont pas le droit de rediffuser l'information internationale en direct, mais elles peuvent enregistrer des émissions d'information et les diffuser à un autre moment. Il n'existe aucune restriction à la reproduction dans les journaux de nouvelles internationales ou d'information venant des agences. De nombreux journalistes et rédacteurs en chef peuvent utiliser Internet en tant que source d'information. Les patrons des médias n'abonnent pas leurs employés à Internet, mais certaines salles de presse disposent d'accès Internet que les journalistes peuvent utiliser. Le coût d'un abonnement est relativement élevé, compte tenu du salaire en général et de celui des journalistes. Aucune loi n'encadre l'accès aux publications en langues étrangères ou leur distribution.

Selon les panélistes, la majorité des reporters ne vérifient pas toute l'information ni tous les faits qu'ils avancent. Ils ont ajouté que la plupart du temps, les journalistes ne consultent pas une grande variété de sources pertinentes ou n'obtiennent pas tous les détails d'un évènement.

Le décret n° 60 de 1999 (amendement) du Conseil nigérian de la presse lui confère le droit de tenir un registre des journalistes autorisés à pratiquer leur métier. Selon la loi, les journalistes doivent s'inscrire au registre tous les ans. Ces mesures s'appliquent tant aux reporters qu'aux rédacteurs en chef. Dès lors, aucun groupe en particulier ne profite de privilèges spéciaux ou n'est soumis à des restrictions. Toutefois, les dispositions du décret du Conseil nigérian de la presse ne sont pas mises en application, car des professionnels et des patrons de médias ainsi que des organismes prônant la libre expression s'y sont opposés et ont contesté leur constitutionnalité en cours. Si elle était appliquée, cette loi pourrait être utilisée pour empêcher tous les journalistes qui ne sont pas inscrits de faire leur travail. Une accréditation est cependant nécessaire pour couvrir certains secteurs ou des exclusivités et le processus d'accréditation, qui s'avère parfois très lourd, peut servir à écarter des entreprises de presse ou des journalistes. L'admission aux écoles de journalisme n'est pas règlementée et l'embauche de journalistes débutants n'est pas soumise à l'influence du gouvernement ou à celle d'autres intérêts politiques. Les journalistes sont libres de veiller à leurs intérêts et de les protéger. En outre, ils sont habituellement membres de l'Union des journalistes nigériens ou d'autres organismes.

OBJECTIF 2 : JOURNALISME PROFESSIONNEL

Note : 1,88

La note globale de cet objectif est de 1,88, ce qui laisse entendre que les panélistes ne croient pas que le journalisme satisfait les normes de qualité professionnelle. Ils ont attribué à la plupart des indicateurs une note proche de la moyenne globale sauf à l'indicateur 3 sur l'autocensure, qui s'est classé beaucoup plus bas, et à l'indicateur 8, sur la programmation spécialisée, qui lui, était beaucoup plus élevé.

Selon les panélistes, la majorité des reporters ne vérifient pas toute l'information ni tous les faits qu'ils avancent.

Ils ont ajouté que la plupart du temps, les journalistes ne consultent pas une grande variété de sources pertinentes ou n'obtiennent pas tous les détails d'un évènement. Il arrive également que des reporters omettent les recherches préliminaires sur un cas à traiter. De plus, les interviews ne sont pas menées de façon professionnelle. Il arrive que des contraintes de temps soient à l'origine de ces manquements, car elles empêchent parfois les journalistes de remplir toutes les exigences du professionnalisme. Le manque de ressources financières serait également à blâmer.

En mars 1998, les Organisations de la presse nigériane (Nigerian Press Organisations) composées de l'Union des journalistes (Union of Journalists), de la Guilde nigériane des chefs de rédaction (Nigerian Guild of Editors) et de l'Association des propriétaires de journaux du Nigéria (Newspapers Proprietors Association of Nigeria) en collaboration avec le Conseil nigérian de la presse ont adopté un code de déontologie pour les journalistes nigériens. Le contenu de ce code rejoint les normes éthiques en vigueur dans le monde, mais nombreux sont les journalistes nigériens qui ignorent son existence tout aussi bien que son contenu. Par conséquent, ses directives sont très peu suivies. Les journalistes les violent pratiquement toutes, y compris en acceptant d'être payés pour la publication d'articles favorables ou la suppression d'articles négatifs. Ces violations sont toutefois plus courantes chez la jeune génération. Qui plus est, des stations de radio et de télévision imposent des taxes officielles sur la couverture d'évènements qui autrement ne seraient pas jugés dignes de faire les manchettes. Des panélistes ont reproché à certaines dispositions du code

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'évènements 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).

d'être irréalistes dans le contexte sociopolitique du Nigéria, notamment, l'article 10 qui stipule, « un journaliste devrait s'efforcer d'employer des moyens honnêtes et transparents pour obtenir de l'information ».

L'autocensure est largement répandue parmi les rédacteurs en chef et les reporters des médias d'État qui craignent de perdre leur emploi ou de mettre leur sécurité à risque. Dans les médias privés, l'autocensure vient aussi de la peur d'offenser des fonctionnaires et des groupes religieux ou de nuire à des intérêts commerciaux. Beaucoup de reporters disent pratiquer l'autocensure en raison des pressions de leur rédacteur en chef, une pression qui restreint leur capacité de rapporter ouvertement les faits.

Eme Okon, rédacteur en chef de l'Autorité nigériane de la télévision (NTA), propriété du gouvernement, située à Calabar, dans la région du Delta du Niger a déclaré : « Les journalistes et les chefs de la rédaction, surtout dans les médias publics, pratiquent l'autocensure sous prétexte d'un journalisme de développement (un journalisme non critique qui met en évidence les aspects positifs de la vie nationale). NTA et toutes les radios et télévisions appartenant à l'État sont coupables. Elles le font pour la sécurité d'emploi et par crainte pour leur vie. »

Dans l'ensemble, la plupart des entreprises de presse, selon leur auditoire et leur auditoire cumulé, traitent tous les événements majeurs et toutes les questions importantes au pays. Cependant, les médias publics ou d'État évitent souvent de parler des manifestations et des ralliements antigouvernementaux et, quand ils le font, l'exactitude et la vérité ne sont pas au rendez-vous. D'autres exercent aussi la prudence lorsqu'elles parlent de conflits religieux ou ethniques par crainte de provoquer une escalade. Dans tous ces cas, les rédacteurs en chef empêchent les journalistes de rapporter les événements. En de rares occasions, ils peuvent aussi leur interdire de se pencher sur d'autres sujets liés à leurs intérêts ou à ceux de leurs patrons, et cela, pour des raisons sociales, ethniques, commerciales ou politiques. Les journalistes traitent habituellement les questions de sécurité locale ou internationale lorsqu'ils peuvent obtenir l'information, même si par la suite, ils risquent d'être harcelés par les responsables de la sécurité. Les événements importants reçoivent une meilleure couverture dans la presse écrite (publications nationales et provinciales) qu'à la radio et à la télévision.

La montée des médias électroniques ces dernières années a généré une hausse des salaires des journalistes et des autres professionnels du secteur. Leurs salaires ont augmenté beaucoup plus que ceux de leurs confrères de la presse écrite. Il arrive cependant qu'on négocie une rémunération élevée, mais que les paiements soient irréguliers et que les arriérés s'accumulent sur plusieurs mois. Quoi qu'il en soit, les

C'est à l'égard de la distribution de l'information que le manque d'installations et d'équipement techniques se fait le plus sentir, tant dans la presse écrite qu'en radiodiffusion. Selon les panélistes, la façon la plus efficace d'utiliser l'aide reçue serait de l'injecter dans la distribution par satellite ou la distribution en général et aussi dans la formation des journalistes et des autres professionnels des médias afin qu'ils apprennent à utiliser la technologie moderne.

échelles salariales demeurent généralement basses dans toute l'industrie et ne suffisent pas à décourager la corruption. De nombreux rapports font état de paiements incitatifs donnés par des politiciens ou des hommes d'affaires en échange de la publication d'articles favorables et de la suppression de commentaires négatifs ou défavorables. En fait, l'excuse la plus fréquente à la corruption généralisée dans les médias est le salaire de misère, qui est aussi la cause de déplacements massifs de journalistes vers d'autres secteurs, le nec plus ultra étant un poste en relations publiques, de directeur des affaires générales pour une entreprise ou d'attaché de presse pour une instance politique.

Il existe une grande variété de médias au Nigéria, et l'équilibre information/divertissement varie beaucoup selon le type de média et l'orientation qu'il se donne. En général, il est facile de trouver de l'information à la radio ou à la télévision même si, vraisemblablement, les sujets ne sont ni détaillés ni examinés en profondeur. Certaines stations de radio et de télévision se spécialisent en divertissement et y consacrent une proportion importante de leurs émissions, éclipant complètement l'information et les nouvelles. Même dans les stations traditionnellement axées sur l'information, la difficulté de survivre dans un climat économique aussi difficile fait reculer l'actualité et l'information derrière le divertissement et la publicité. Dans les stations qui ciblent les jeunes en offrant une abondance d'émissions divertissantes, l'inclusion d'information pourrait certainement se traduire en perte d'auditoire. En outre, bien qu'une génération plus âgée d'auditeurs et de téléspectateurs réclame des nouvelles et de l'information, le coût de production élevé rend la demande très difficile à satisfaire.

Les résidents des villes importantes, surtout ceux de la capitale, Abuja, et du centre commercial névralgique, Lagos, jouissent d'un accès plus grand aux médias que les gens des petites villes et des villages. La radio est le média le plus accessible aux auditoires ruraux, tant en raison de leurs faibles revenus que des pannes habituelles d'électricité qui les privent de la télévision. Bien que de nombreuses stations rurales de radio aient été établies au cours des dernières années en tant que sous-stations de Radio-Nigéria, propriété du gouvernement fédéral, il n'y a pas de véritables radios communautaires.

Les panélistes ne s'entendaient pas au sujet de l'efficacité et de la modernité des installations et du matériel destiné à la cueillette, à la production et à la diffusion de l'information. Alors que pour certains, les installations et le matériel sont modernes, efficaces et faciles à obtenir dans l'industrie, particulièrement pour la production de nouvelles, pour d'autres, la vaste majorité des médias utilisent des outils anciens et vétustes, bien que fonctionnels dans certains cas.

Jika Attoh, professionnel chevronné de la radiotélévision, actuellement directeur général de la radio Cosmo FM, dans le sud-est du Nigéria, a indiqué que « les stations de radiodiffusion ont du vieil équipement qui fait leur affaire et dont ils ne veulent pas se débarrasser. Aucune station n'est entièrement numérique, mais elles combinent toutes le numérique et l'analogique, et utilisent ce qu'elles ont et qui les sert bien. »

En ce qui concerne la radio et la télévision, l'absence d'installations et d'équipement modernes donne des images et un son médiocres. La réception est aussi très mauvaise. Dès lors, même lorsque la station est située à une courte distance des spectateurs ou des auditeurs, il leur faut ériger de très hautes antennes et poser des préamplificateurs pour améliorer la qualité du signal. Quant aux journaux, la qualité de l'impression laisse habituellement à désirer et dans certains cas, des sections entières de pages sont couvertes de papillotage. En outre, la plupart d'entre eux ne peuvent pas circuler au pays le jour même de leur publication, car

la distribution pose problème. En de nombreux endroits du pays, ils n'arrivent donc qu'un jour ou deux plus tard.

C'est à l'égard de la distribution de l'information que le manque d'installations et d'équipement techniques se fait le plus sentir, tant dans la presse écrite qu'en radiodiffusion. Selon les panélistes, la façon la plus efficace d'utiliser l'aide reçue serait de l'injecter dans la distribution par satellite ou la distribution en général et aussi dans la formation des journalistes et des autres professionnels des médias afin qu'ils apprennent à utiliser la technologie moderne.

La presse écrite produit des reportages spécialisés plus nombreux et de meilleure qualité que la radio et la télévision. Les principales contraintes des radiodiffuseurs sont le temps que nécessitent les reportages, leur coût de production et la disponibilité du temps d'antenne pour les diffuser. De plus, la plupart des reporters et des rédacteurs en chef manquent de formation professionnelle et d'expérience pour produire des reportages spécialisés. Très peu de reportages d'enquête sont réalisés actuellement, bien que certains soient de bonne qualité. Mais récemment, des comptes rendus sur la corruption ont eu beaucoup de retentissement. Les reportages sur les affaires, l'économie et la santé sont effectués par des journalistes spécialisés qui traitent ces sujets régulièrement. Les compétences et la qualité de leur travail varient d'un média à l'autre, par contre, certains d'entre eux sont très respectés.

OBJECTIF 3 : PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION

Note : 2,21

La note de l'objectif 3, établie à 2,21 est légèrement au-dessus de la moyenne générale et rejoint l'opinion des panélistes selon laquelle le paysage médiatique du Nigéria est composé de multiples sources d'information et l'information que la population reçoit est fiable et objective. Ils estiment que le gouvernement ne restreint pas l'accès des citoyens aux médias ni à Internet. D'un autre côté, ils sont préoccupés parce que le gouvernement fédéral et celui des États dominant la radiodiffusion et que dès lors, ces médias publics ne jouissent pas de l'indépendance rédactionnelle. Les indicateurs ont obtenu des notes plus ou moins éloignées de la moyenne. L'indicateur 2, accès aux médias, et le 5, production de ses propres émissions, l'ont dépassée de beaucoup, alors que les indicateurs 4, agences de presse, et 6, transparence de la propriété, étaient assez loin derrière.

Le Nigéria compte une grande variété d'entreprises de presse. Environ une douzaine de journaux privés et une demi-douzaine de magazines privés hebdomadaires

fournissent une couverture nationale. Plusieurs douzaines d'autres journaux s'intéressent aux zones locales, des petites collectivités aux États en passant par les régions. Seule l'élite peut se procurer les journaux régulièrement, car ils sont très chers comparativement aux revenus. Les résidents des villes importantes, surtout ceux de la capitale, Abuja, et du centre commercial névralgique, Lagos, jouissent d'un accès plus grand aux médias que les gens des petites villes et des villages. La radio est le média le plus accessible aux auditoires ruraux, tant en raison de leurs faibles revenus que des pannes habituelles d'électricité qui les privent de la télévision. Bien que de nombreuses stations rurales de radio aient été établies au cours des dernières années en tant que sous-stations de Radio-Nigéria, propriété du gouvernement fédéral, il n'y a pas de véritables radios communautaires.

La Commission nationale de la radio et de la télévision et le gouvernement fédéral n'ont pas encore émis de licences pour les radios communautaires. Il existe des journaux communautaires dans quelques collectivités urbaines, mais ces journaux ne peuvent subsister dans les collectivités rurales, car le taux d'alphabétisme y est très faible. Là où ils sont présents, ils publient des nouvelles et de l'information locale. Une faible proportion de la population en territoire urbain utilise Internet pour s'informer, bien que généralement, ces gens ne soient pas en quête d'actualités. De plus, Internet n'est pas très répandu au pays, surtout à l'extérieur des

grandes villes. L'accès à Internet ainsi qu'aux chaînes câblées et satellitaires est également limité par les bas revenus. Alors que les cybercafés proposent Internet aux résidents des grandes villes à un prix de plus en plus bas, seuls les riches peuvent se payer un abonnement aux services de diffusion par câble ou par satellite.

Le gouvernement ne restreint pas l'accès des citoyens aux médias, qu'il s'agisse de médias nationaux ou internationaux. Les gens sont libres d'écouter des émissions étrangères, mais seules quelques personnes peuvent se payer un abonnement au câble ou à la télévision par satellite. La presse écrite étrangère est présente dans les principales villes, mais son coût est très élevé et seulement quelques personnes peuvent l'acheter. On ne la trouve pas en milieu rural. Un réseau de cybercafés s'étend dans les principales villes et offre Internet à leurs résidents. Toutefois, il est utilisé principalement pour le courrier électronique et très peu pour la consultation des médias étrangers. Le gouvernement ne bloque pas l'accès aux sources d'information étrangères du Web.

Les médias qui appartiennent au gouvernement ne sont pas d'authentiques médias de service public. Ils ne sont pas indépendants de l'État et sont souvent dominés par le parti au pouvoir, tant au niveau fédéral qu'à celui des États. S'ils s'ouvrent parfois à des points de vue et à des commentaires divergents, ils ne le font pas de façon suivie. En général, on les perçoit plutôt comme des outils de propagande des représentants du parti au pouvoir. Les rédacteurs en chef et les journalistes des médias publics ou d'État ne croient pas que leur rôle consiste à servir les intérêts publics de façon non partisane. En gros, ils se voient aider le gouvernement à atteindre ses objectifs. Ils passent beaucoup de temps à faire des reportages sur les autorités gouvernementales et sur leurs activités, et très peu, si tant est qu'ils le fassent, à parler de l'opposition et de ses points de vue. Cela se voit particulièrement chez les médias qui appartiennent aux divers États. Les médias publics et d'État sont cependant mieux financés et mieux équipés que les médias commerciaux privés et, dès lors, mieux à même de produire des magazines. Pourtant, malgré un meilleur réseau de reporters et une meilleure équipe de rédaction, leurs reportages ne sont pas plus fouillés que ceux des médias privés. Les médias publics et étatiques favorisent aussi le développement d'émissions éducatives et culturelles. En conclusion, bien que ces médias constituent une source d'information plus complète que les médias privés, ceux qui ont besoin d'information d'origine indépendante ne leur font pas confiance.

Qasim Akinreti, professionnel d'expérience au journal *Voice of Nigeria* (propriété du fédéral) et président du comité pour l'éducation et la formation du Conseil de l'Union des journalistes du Nigéria de l'État de Lagos, a

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 réseaux d'imprimerie et de distribution en radiodiffusion sont, eux aussi, bien administrés. Ils ne reçoivent pas de subventions de l'État. Ils sont privés et se maintiennent grâce aux revenus et aux profits qu'ils génèrent de l'entreprise.

affirmé : « L'information des médias publics penche du côté du gouvernement et des dirigeants au pouvoir. NTA et la radio d'État font des reportages sur le président et sur les gouverneurs des États. »

Le Nigéria ne possède qu'une agence de presse, l'Agence nigériane de presse (News Agency of Nigeria, NAN). Elle n'est pas indépendante du point de vue rédactionnel, tel que le stipule l'article 4 (1) de la loi, qui accorde au ministre de l'Information le pouvoir d'émettre des directives aux agences et de les obliger à s'y soumettre. Mais cette agence fournit ses services, y compris l'information, aux médias indépendants de la presse écrite et radiodiffusée aussi bien qu'aux médias publics et d'État de façon non discriminatoire tant qu'ils paient leurs frais d'abonnement. Cependant, les petites entreprises trouvent ses services trop chers et ne peuvent se les payer. Par conséquent, elles ne les utilisent pas. Celles qui utilisent les services de la NAN la citent parfois comme source, exigence de base de l'entente que la NAN conclut avec ses abonnés, mais qui n'est pas toujours respectée. La NAN offre des services comme l'imprimerie et le matériel audio et vidéo. Les plus grandes entreprises médiatiques ont aussi recours aux agences internationales, comme Reuters, AP et AFP.

Les radiodiffuseurs nigériens produisent leurs propres émissions en plus d'en acheter. La programmation des médias privés diffère beaucoup de celle des médias publics ou d'État. Les médias privés traitent l'information plus objectivement que les médias publics et peuvent produire des reportages plus approfondis en présentant un sujet sous tous ses angles. La plupart des stations, grandes ou petites, locales ou nationales, produisent leurs propres émissions d'information. Les médias indépendants ou d'État obtiennent souvent leur information internationale auprès de sources étrangères ou internationales.

La propriété des médias au Nigéria n'est pas transparente, car les gens ont parfois de la difficulté à savoir à qui appartiennent ceux qu'ils utilisent. Les renseignements relatifs aux propriétaires des différents médias ne sont pas rendus publics. Lorsque les propriétaires d'un média sont connus, ils ne dévoilent ni leurs affiliations politiques ni leurs intérêts commerciaux ni leurs revenus ni leur situation fiscale. Aucune

loi ni aucun règlement ne régissent la divulgation de la propriété des médias, bien qu'il y ait une tentative vague, et de ce fait inefficace, de restreindre la propriété multiple de médias dans la loi sur la Commission nationale de la radio et de la télévision. Ainsi, la propriété multiple existe, mais il est difficile de savoir dans quelle mesure puisqu'elle est gardée secrète. Il n'y a cependant pas de monopole ou d'oligarchie, même si la scène médiatique est dominée par le gouvernement fédéral, qui possède environ 75 pour cent des médias. Les conglomerats commerciaux ne sont pas propriétaires de médias au Nigéria.

Segun Fatuase, un journaliste qui a travaillé dans plusieurs journaux privés sur une période de 20 ans a dit : « Il y a beaucoup d'embrouilles (manque de clarté et inquiétudes) sur la nature transparente des propriétés de médias privés. Pour des raisons évidentes, les propriétaires de médias qui ont des antécédents douteux ne veulent pas dévoiler ouvertement leurs intérêts. »

Il n'y a pas de résistance envers l'inclusion d'une variété d'enjeux sociaux dans les médias, et les journalistes qui traitent des questions relatives aux minorités ne se font pas harceler. On ne trouve pas de médias en langues minoritaires, bien qu'il n'y ait pas d'entraves d'ordre juridique à leur existence; le marché des langues minoritaires dans les médias est sans importance en raison du nombre relativement faible de destinataires et de leur situation économique précaire. Les grands intérêts sociaux sont présentés dans les principaux médias, mais il n'existe pas de médias spécialisés dans un domaine particulier destiné à un auditoire restreint, sinon des revues sur les célébrités qui plaisent à l'élite.

OBJECTIF 4 : GESTION DES AFFAIRES

Note : 2,40

La moyenne globale de l'objectif 4 est de 2,40 selon le point de vue général des panélistes pour qui, dans une grande mesure, les médias au Nigéria, tant publics que privés, sont administrés de façon professionnelle et fonctionnent comme des entreprises efficaces et compétentes malgré un faible capital de base. Quelques indicateurs se sont classés beaucoup plus bas ou ont beaucoup dépassé cette moyenne. L'indicateur 7, concernant les renseignements statistiques, le tirage des journaux et les indices d'écoute, a obtenu une note de plus d'un point inférieure à la moyenne, tandis que les indicateurs 3 et 4, sur les agences publicitaires et les revenus tirés de la publicité, ont tous deux mérité une bonne note.

Les médias privés exercent leurs activités comme des entreprises commerciales à but lucratif. La plupart des

entreprises de presse commencent par effectuer des études de faisabilité et monter des plans d'affaires qui doivent être soumis en tant que partie intégrante de la demande de licence. Les meilleures organisations les révisent périodiquement. Parce que la plupart des entreprises sont mises sur pied par des hommes d'affaires qui n'ont aucune expérience des médias, les patrons engagent des spécialistes pour prendre en charge l'aspect commercial des activités et des professionnels des médias pour la rédaction. Afin de protéger leur investissement, ils adoptent habituellement de bonnes pratiques comptables pour prévenir la fraude qui, néanmoins, réussit parfois à s'introduire.

Les réseaux d'imprimerie et de distribution en radiodiffusion sont, eux aussi, bien administrés. Ils ne reçoivent pas de subventions de l'État. Ils sont privés et se maintiennent grâce aux revenus et aux profits qu'ils génèrent de l'entreprise. Mais, il n'est pas économiquement avantageux pour les journaux de faire affaire avec eux, car il y a parfois des files d'attente. Il arrive aussi que l'impression soit retardée par la lenteur de l'imprimerie, ce qui repousse la distribution des journaux et produit un effet négatif sur la circulation de sorte que les imprimeries finissent par entraver le travail des médias.

Les médias privés sont financés par des revenus provenant de la publicité, de partenaires qui les soutiennent, de suppléments et, dans le cas des journaux et des revues, des ventes. Les médias privés ne reçoivent aucune subvention sous aucune forme. Par contre, les médias publics dépendent grandement de diverses subventions des gouvernements (fédéral ou des États) qui les ont mis en place, ce qui ouvre la porte à l'ingérence politique. Ils génèrent aussi parfois des

revenus de la publicité, de suppléments et de commandes. Les médias ont activement recours aux services des agences, même s'ils se plaignent souvent que l'argent qu'elles leur doivent pour des annonces publiées se fait attendre. Dans le cas des médias publics ou d'État, les gouvernements, qui constituent la principale source de revenus, influencent sérieusement les politiques rédactionnelles, la gestion et le contenu des émissions. Bien que les sources de revenus puissent influencer certains reportages des médias privés, elles n'influencent pas leur politique rédactionnelle dans son ensemble ni l'administration.

Selon Oluchi Obiozor, reporter au journal spécialisé des affaires, *Business Eye*, « parce que notre média dépend de nos partenaires, l'ingérence politique est grande, bien que non directe. Les agences publicitaires constituent la principale source de revenus des médias, mais ces derniers accumulent des dettes importantes parce que les annonceurs ne paient pas toujours. Il arrive que les publicitaires influencent le contenu des médias. » Certains d'entre eux ont menacé de cesser de faire publier leurs annonces par un média qui les présentaient de façon négative. Ils demandent que les sujets qui les décrivent de façon peu flatteuse ne soient pas abordés et que certaines questions soient traitées sous un angle particulier. Cela est surtout vrai des banques, qui sont des annonceurs importants.

L'industrie de la publicité est bien établie dans les grandes villes et les professionnels des médias privés sont qualifiés pour trouver des possibilités d'en tirer des revenus. Les agences de publicité travaillent avec tous les médias : presse écrite, radio et télévision. Il n'en va pas de même à l'extérieur des grandes villes. La propriété du marché de la publicité est assez bien répartie entre les agences locales et internationales.

La plupart des entreprises médiatiques n'ont pas de pratique courante à l'égard du pourcentage de publicité qu'elles devraient publier relativement au pourcentage d'information. Mais le besoin de générer des revenus pour soutenir leurs activités crée une pression croissante qui pousse les patrons à avoir de plus en plus recours à la publicité, la source de revenus par excellence de toutes les entreprises de presse. Les annonces prennent ainsi fréquemment la place de nouvelles ou d'émissions d'information. L'abonnement n'est pas courant dans l'industrie nigériane de l'imprimerie et il ne rapporte qu'une part infime de revenu aux journaux qui l'offrent. Même si les tarifs de publicité sont élevés, les annonces ne génèrent pas suffisamment de revenus pour suffire au besoin des médias en raison des coûts de production élevés. Le manque d'infrastructure de base pour soutenir les activités des médias, particulièrement, une alimentation stable en électricité, oblige les entreprises à faire d'énormes dépenses

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.

Les programmes d'étude en journalisme qu'offrent l'État et les établissements privés sont généralement de bonne qualité, à quelques exceptions près. Certains de ces programmes comportent beaucoup de formation orientée vers la pratique, donnée tant par l'établissement d'enseignement que par l'entreprise médiatique où se déroule le programme de stage.

pour l'achat et l'entretien de génératrices. Par conséquent, elles sont constamment pressées d'augmenter la part de publicité pour combler leurs besoins. Dans bien des cas, on demande aux reporters d'ajouter la recherche d'annonces à leurs tâches habituelles.

Julianna Francis, correspondante au tabloïd privé, *The Sun*, a observé, « la direction de la majorité des journaux est pressée d'augmenter la publicité parce que c'est là principalement qu'elle se procure l'argent des salaires. Cela donne beaucoup de pouvoir aux agences de publicité. Même avec un bon tirage, les médias ne peuvent pas boucler le budget prévu pour une période donnée. Pourquoi? Parce que la société n'a pas une culture de lecture. Même parmi ceux qui savent lire, combien peuvent se payer un journal dans un pays aux prises avec la pauvreté, la faim et le chômage? »

Les médias qui ne sont pas publics ou qui n'appartiennent pas à l'État ne reçoivent aucune subvention du gouvernement, mais certains gouvernements peuvent, à l'occasion, faire un don à un média privé pour combler un besoin. Par exemple, en 2007, les locaux de *This Day*, un journal national privé de Lagos, ont été frappés par un incendie qui a détruit l'équipement et une partie de l'édifice. De nombreux représentants gouvernementaux des États y ont rendu des visites de sympathie et certains ont fait des dons au patron afin qu'il reconstruise ses locaux et remplace son équipement.

Des études de marché sont fréquemment réalisées pour connaître les préférences des clients et sonder le marché de la publicité, mais certains rédacteurs en chef et dirigeants de médias continuent de jouer aux devinettes. Les études de marché sont faites dans le cadre d'une planification stratégique des activités en vue d'augmenter les revenus de la publicité. Néanmoins, dans la plupart des cas, elles ne sont pas menées de manière cohérente, professionnelle ou systématique. Les médias s'en remettent plutôt aux émissions téléphoniques et aux commentaires de l'auditoire. Un petit

nombre organise des groupes de travail et fait des recherches sur commande. Les rédacteurs en chef et les journalistes essaient d'adapter leurs produits aux besoins du marché lorsqu'ils les discernent. De meilleures études de marché se traduisent souvent en information de meilleure qualité et mieux distribuée.

On ne fournit pas d'indices d'écoute au Nigéria, bien que certains diffuseurs émettent des déclarations non fondées sur la taille de leur auditoire. L'Audit Bureau of Circulation (ABC) (Bureau de vérification des tirages) a été établi il y a deux décennies pour observer les tirages des journaux et les chiffrer. Les activités du Bureau ont cependant été mises en veilleuse en raison de difficultés financières générales et parce qu'elles ont révélé que de nombreux journaux avaient de très bas tirages. Cela a beaucoup nui aux opérations publicitaires des journaux et la plupart d'entre eux n'ont pas payé leur cotisation à l'ABC. Par conséquent, on ne dispose plus de chiffres fiables sur le tirage des journaux; et les querelles sur les déclarations de ces derniers au sujet de leur tirage sont fréquentes. Les responsables d'études de marché mènent périodiquement des recherches et des enquêtes sur le lectorat des journaux afin de déterminer quelles sortes de journaux lisent les différentes classes de personnes, et pour produire des rapports sur les habitudes médiatiques des politiciens et des fonctionnaires. Bien que ces recherches soient de grande qualité, elles ne sont pas effectuées régulièrement.

OBJECTIF 5 : INSTITUTIONS DE SOUTIEN

Note : 2,76

La moyenne globale pour cet objectif est de 2,76, la plus haute note de tous les objectifs, car les panélistes croient fermement que les associations professionnelles agissent dans l'intérêt des médias indépendants et proposent toute une gamme de soutiens et de services. Les panélistes ont particulièrement souligné le rôle important que jouent les organisations non gouvernementales (ONG) par leur effet positif et, conséquemment, ont accordé la meilleure note à l'indicateur 3. L'indicateur 4, sur les programmes d'enseignement en journalisme, a obtenu la note la plus basse, mais n'était pas très loin derrière la moyenne globale.

Le Nigéria compte plusieurs organisations et associations professionnelles dans le secteur des médias. Notamment : le Newspaper Proprietors Association of Nigeria (Association des propriétaires de journaux du Nigéria), qui représente les éditeurs de journaux et les dirigeants des médias; la Nigerian Guild of Editors (Gilde nigériane des chefs de rédaction), composée de chefs de rédaction des secteurs de la presse écrite et de la radiodiffusion; la Nigerian Union of Journalists

(NUJ) (Union nigérienne des journalistes), qui se dit être à la fois une organisation professionnelle de journalistes et un syndicat représentant les journalistes praticiens; la National Association of Women Journalists (Association nigérienne des femmes journalistes), qui représente les femmes journalistes; la Radio, Television, and Theatre Workers Union (Union des travailleurs de la radio, de la télévision et du théâtre); les Broadcasting Organisations of Nigeria (les Organisations de radiodiffusion du Nigéria), composées de tous les propriétaires et patrons d'entreprises de radiodiffusion; et l'Independent Broadcasters Association of Nigeria (Association des radiodiffuseurs indépendants du Nigéria), composée des propriétaires d'entreprises privées de radiodiffusion. Chaque groupe est représenté par une seule association ou un seul organisme et il n'existe pas d'associations multiples représentant chacun d'entre eux. Seule la NUJ s'occupe principalement de questions liées au bien-être de ses membres. En général, tous ces organismes veillent à protéger les intérêts de leurs membres; la NUJ leur offre des programmes de formation, intervient en leur nom lorsqu'ils sont en difficulté et parfois fait pression auprès des gouvernements pour obtenir des politiques ou des règlements avantageux sur des questions touchant leurs intérêts. Tous ces groupes prônent l'indépendance des médias et le professionnalisme.

La NUJ est la seule association professionnelle qui travaille pour les journalistes. Mais ils se sont souvent plaints de son inefficacité et de son manque d'efficacité. Elle s'efforce néanmoins de fournir de l'aide juridique et des conseils professionnels à ses membres. Elle exerce des pressions en

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

INDICATEURS DES INSTITUTIONS DE SOUTIEN :

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

leur nom et dans leurs intérêts, et fait la promotion du journalisme auprès du public d'une façon positive. Chaque journaliste qui exerce son métier devient automatiquement membre de la NUJ, mais jusqu'à maintenant, l'association n'est pas parvenue à établir un registre des membres qu'elle maintiendrait à jour. C'est pourquoi leur nombre est imprécis. Bien qu'elle compte surtout sur les cotisations des membres (habituellement transmises par l'employeur qui les a déduites de leur chèque de paie) comme source principale de revenus, la NUJ et la plupart de ses sections d'État dépendent beaucoup du gouvernement fédéral et de celui des États, de qui elles reçoivent des dons en argent et en biens, comme des véhicules, des ordinateurs, des immeubles à bureaux, etc. Ce qui donne des raisons de douter de leur indépendance.

Selon Laure Arogundale, ancienne présidente du Lagos State Council of the Nigeria Union of Journalists (Conseil de l'Union des journalistes du Nigéria de l'État de Lagos) et actuelle coordonnatrice de l'International Press Centre (Centre international de la presse), « l'adhésion (à des organismes professionnels) a été assez stable même si une organisation, comme la NUJ, a été critiquée pour ne pas lutter assez vigoureusement afin d'améliorer la condition des journalistes, principalement au moyen du mécanisme de la négociation collective. Même si ces organismes sont censés être indépendants, il est notoire qu'ils acceptent occasionnellement de l'argent du gouvernement en échange de l'organisation de réunions et de conférences. »

Les associations représentant des secteurs spécifiques de la profession prolifèrent. Nous avons par exemple : la Sports Writers Association of Nigeria (Association des rédacteurs sportifs du Nigéria); Aviation Correspondents (Correspondants pour l'aviation); Crime Reporters (Reporters de la scène criminelle); Business Reporters (Reporters des affaires); Energy Correspondents (Correspondants du domaine de l'énergie); Judicial Correspondents (Correspondants du domaine juridique); etc. Cependant, le rôle de ces organismes a été très controversé, et la direction de la NUJ et la Guild of Editors ont tenté de les faire bannir. Ils sont perçus comme des cartels et comme une source majeure de corruption qui ne fait pas vraiment avancer le reportage professionnel dans leur domaine respectif ni les intérêts de leurs membres. Il a été dit, mais non prouvé, qu'ils reçoivent des sommes d'argent imposantes d'institutions ou d'organisations dont ils parlent dans leurs publications. Les membres se partageraient ces sommes d'argent afin de s'assurer que les reportages sont favorables et que les commentaires négatifs sont éliminés. De plus, ils organisent souvent des cérémonies de remise de prix pour des institutions ou pour des personnes qui font l'objet de leurs reportages. Selon certains, l'organisation logistique de ces cérémonies est financée par les personnes ou les institutions, qui ensuite, reçoivent les prix.

Certaines ONG travaillent avec les médias pour promouvoir la liberté d'expression ou l'indépendance des médias. Elles ont des liens étroits avec les entreprises et les organisations professionnelles, et sont considérées comme efficaces et efficaces dans leurs efforts de défense des médias. Media Rights Agenda (MRA) (Programme des droits des médias), Center for Free Speech (Centre pour la liberté de parole), Journalists for Democratic Rights (Journalistes pour les droits démocratiques), Institute for Media and Society (IMS) (Institut pour les médias et la société) et l'Independent Journalism Center (IJC) (Centre du journalisme indépendant) sont du nombre. MRA publie un journal mensuel appelé *Media Rights Monitor* dans lequel, entre autres, il surveille, documente et dévoile les attaques contre les professionnels des médias, la liberté des médias et la liberté d'expression. Il a aussi dirigé la campagne pour l'entrée en vigueur de la loi sur la liberté d'accès à l'information en 1999. Le centre IJC offre de la formation dans les divers aspects du journalisme à ceux qui exercent déjà le métier et à des journalistes potentiels. IMS a mené une campagne pour l'adoption d'un cadre juridique et réglementaire pour permettre la radiodiffusion communautaire, qui n'existe pas actuellement au Nigéria. D'autres organismes émettent généralement des alertes et des déclarations publiques quand surviennent des attaques envers les professionnels des médias ou envers les médias eux-mêmes. Ces groupes sont présents dans les grandes villes et travaillent en coopération avec les organisations internationales qui militent pour la liberté d'expression.

Les programmes d'étude en journalisme qu'offrent l'État et les établissements privés sont généralement de bonne qualité, à quelques exceptions près. Certains de ces programmes comportent beaucoup de formation orientée vers la pratique, donnée tant par l'établissement d'enseignement que par l'entreprise médiatique où se déroule le programme de stage. Par contre, bien des établissements ne disposent pas d'installations qui leur permettraient de donner une formation pratique adéquate pour préparer les jeunes à entrer dans la profession. Il n'y a pas assez de place dans les programmes menant à l'obtention d'un diplôme pour satisfaire la demande, car le nombre d'étudiants potentiels et futurs en journalisme dépasse la capacité d'accueil des établissements. Les possibilités d'obtenir un diplôme à l'étranger sont nombreuses, mais ceux qui en profitent préfèrent souvent travailler dans le pays où ils ont reçu leur formation pendant quelque temps et revenir au Nigéria avec une expertise et de l'expérience. Ces programmes donnés outremer sont aussi très coûteux et seuls les étudiants issus de familles très riches peuvent les payer, car il n'y a pas vraiment de programmes de bourses en vue d'une préparation à la formation journalistique. Les entreprises de presse sont assez nombreuses pour engager les candidats refusés.

Elles sont cependant souvent insatisfaites de la qualité des diplômés en journalisme, surtout de ceux issus des établissements privés. La plainte la plus fréquente se rapporte aux faibles compétences en rédaction, attribuées à une baisse générale des normes d'excellence en formation, non seulement en journalisme, mais aussi dans d'autres secteurs. La plupart des diplômés en journalisme n'ont absolument aucune connaissance pratique de quelque aspect que ce soit du journalisme, ce qu'on attribue à l'absence de services techniques appropriées dans la plupart des établissements de formation.

De nombreuses formations à court terme sont offertes aux journalistes. Ces programmes sont facilement accessibles pour les professionnels actifs des médias. Des programmes sont dispensés par des organisations internationales et d'autres, par des organisations locales. Les étudiants semblent toutefois préférer les programmes des organisations internationales. Les cours les plus populaires sont la rédaction de nouvelles, le reportage d'enquête, les nouveaux médias et le journalisme en ligne, les reportages sur l'environnement, sur la santé et le journalisme économique. Selon les panélistes, les cours correspondant aux besoins les plus grands sont le reportage d'enquête, l'environnement, l'économie et le développement social, et le cyberjournalisme. Certaines entreprises hésitent à libérer leurs employés pour qu'ils suivent des programmes de perfectionnement professionnel, car cela les met parfois à court de personnel.

Les programmes offerts répondent surtout aux besoins en matière de rédaction alors que les possibilités de combler des besoins dans d'autres domaines sont presque nulles; par exemple, en publicité et en gestion des affaires. La plupart des offres consistent en stages pour des candidats débutants ou en mi-carrière, mais il existe aussi des possibilités de formation en gestion, quoique non spécifique aux médias. Bien que quelques programmes et cours soient gratuits ou financés, d'autres exigent des frais de participation. Stella Sawyer, rédactrice chevronnée de la revue privée *Tell*, a noté : « En ce qui concerne la formation et le perfectionnement des travailleurs des médias, des établissements d'enseignement facilement accessibles dispensent une telle formation. Le seul problème, c'est que peu d'entreprises paient pour la formation de leurs employés. L'acquisition de compétences se fait personnellement. » En revanche, des entreprises de presse publiques acceptent parfois de payer le perfectionnement de leur personnel et de payer certains des cours. Dans la vaste majorité des cas, les journalistes se cherchent du financement auprès d'agence de coopération ou de fondations.

Les sources de papier journal et les imprimeries du Nigéria sont entre des mains privées et administrées comme des entreprises à but lucratif. Les imprimeries privées offrent

leurs services sans parti pris, sans tenir compte d'intérêts politiques ou commerciaux Par contre, en décembre 2007, une imprimerie, propriété d'un groupe religieux, a refusé d'imprimer une édition d'un journal commercial dont l'article-vedette examinait l'entreprise florissante que sont les religions au Nigéria. Quant à l'État, il ne possède pas d'imprimerie.

Les canaux de distribution des médias au Nigéria sont privés et administrés pour être autosuffisants. Les réseaux de distribution des grandes villes sont plus grands et plus efficaces que ceux des petites villes et des villages. Les émetteurs de radiodiffusion ne sont pas entre les mains du gouvernement, mais entre celles de propriétaires privés. Le gouvernement et les conglomérats commerciaux ne régissent en aucune façon l'accès à Internet. Les services Internet sont gérés par des entités privées et ne sont pas politisés, bien qu'on ait déjà rapporté que certains fournisseurs de service Internet donnaient à leur personnel de sécurité l'accès aux réseaux afin qu'il puisse surveiller le courrier électronique et sa circulation.

Liste des participants au panel

Jika Attoh, directeur général, radio Cosmo FM, Enugu

Lanre Arogundade, coordonnateur de l'International Press Centre, Lagos

Eme Asuquo Okon, rédacteur en chef, Nigerian Television Authority, Calabar

Okwy Iroegbu, assistant rédacteur en chef, journal *The Nation*, Lagos

Abimbola Katherine Amosun, reporter, Radio Nigeria, Abuja

Sequn Fatuase, chef du service étranger, journal *Daily Independent*, Lagos

Funsho Arogundade, correspondant, revue *Insider Weekly*, Lagos

Qasim Olalere Akinreti, directeur intérimaire, Online News, *Voice of Nigeria*, Lagos

Stella Sawyer, rédactrice principale, revue *Tell*, Lagos

Juliana Francis, reporter, journal *The Sun*, Lagos

Oluchi Obiozor, reporter, *Broad Street Journal*, Lagos

Modérateur

Edetaen Ojo, directeur administratif, Media Rights Agenda, Lagos