



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Internews
Local voices. Global change.



Rooted
in Trust

ROOTED IN TRUST 2.0 MALI

ENRACINÉ DANS LA CONFIANCE

NOTRE LANGUE, NOTRE INFORMATION

*Une analyse thématique de l'écosystème
de l'information des communautés déplacées au Mali*

FÉVRIER 2023



SOMMAIRE

Résumé sommaire	4
I. Périmètre de recherche et méthodologie	10
II. Constats principaux	13
2.1. Canaux et sources d'information accessibles aux populations déplacées	13
2.2. Besoins et déficit d'information	14
2.3. Cibles principales des médias et des acteurs humanitaires dans leur communication sur la COVID-19	15
2.4. Langues locales et barrières à la communication	16
2.5. Niveau d'utilisation des langues locales dans la réponse humanitaire	17
2.6. Impact de l'utilisation des langues locales sur la compréhension et la confiance aux informations	17
2.7. Impact de l'utilisation des langues locales sur les connaissances, la vérification des faits et les pratiques	19
2.8. Prise en compte du feedback des communautés déplacées dans le processus de communication	19
III. Perspectives et conclusion	20
Remerciements et crédits	22
Annexes	23



LISTE DES ACRONYMES

■ AEI

Analyse de l'écosystème de l'information

■ AMSODE

Association Malienne pour la Solidarité et le Développement

■ DONIBLOG

Communauté des blogueurs du Mali

■ MAG

Méthode d'Analyse en Groupe

■ UNOCHA

United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs

■ ONG

Organisations Non Gouvernementales

■ ORTM

Office de Radios et Télévisions du Mali

■ PDI

Personnes Déplacées Internes

■ RiT

Rooted in Trust

■ UNICEF

United Nations Children Fund



RÉSUMÉ SOMMAIRE

La recherche thématique sur les langues locales comme alternatives dans la communication avec les communautés déplacées sur la santé et la COVID-19 s'appuie sur l'analyse globale de l'écosystème de l'information (AEI ou Information Ecosystem Assessment IEA en anglais) conduite à travers le projet Rooted in Trust (RiT) pendant sa première phase en 2021. Utilisant une méthode de recherche mixte, qualitative et quantitative, cette étude a documenté la production de l'information autour de la pandémie de la COVID-19 au Mali ainsi que les pratiques informationnelles des personnes déplacées internes (PDI) dans les régions de Ségou, Sikasso, Mopti, Tombouctou et le district de Bamako. Les résultats de l'AEI ont montré que la faible utilisation des langues locales parlées par les PDI (ou l'inadaptation des langues mais aussi des contenus ou des formats) dans la production et la fourniture d'informations à leur égard constituait un des principaux obstacles à une communication efficace entre les acteurs de la réponse et les communautés déplacées.

Quand j'allume ma radio et que tout ce qu'on dit est en bambara alors que je ne comprends pas bien le bambara, je préfère éteindre ma radio et économiser mes piles. A quoi bon écouter sans comprendre ce qui se dit ?

Internews, AEI Mali, 2021.

Partant de ce constat, la présente étude thématique (ou Modular update) analyse les rôles et les impacts de l'utilisation des langues locales par les acteurs humanitaires, sanitaires et les médias dans leur communication avec les PDI. Menée dans les régions de Mopti, Sikasso et le district de Bamako,

l'analyse se focalise sur les langues locales comme alternatives de communication avec les PDI. En effet, les PDI étant des communautés déplacées qui viennent s'installer dans des zones linguistiques différentes des leurs, il apparaît essentiel que la communication des risques en matière de santé et sur la COVID-19 prenne en compte ces facteurs.

Les résultats de la recherche suggèrent que les besoins informationnels des populations déplacées ne sont pas suffisamment pris en compte par les acteurs humanitaires, sanitaires et les médias, ce qui mène à des communications inadaptées ou incomprises. Une information produite dans les langues locales et les formats préférés, la mise en place d'une communication bidirectionnelle en continu ou encore une participation régulière à la production de l'information qui les concernent sont autant de facteurs qui peuvent améliorer la compréhension des communications par les communautés vulnérables et leur accès à l'information et aux services nécessaires en temps de crise humanitaire et sanitaire. Pour ce faire, l'analyse retient les constats clés et formule les recommandations principales suivantes pour à la fois les acteurs humanitaires et sanitaires et les médias :

CONSTATS PRINCIPAUX

- 1. L'offre d'information ne répond pas suffisamment aux besoins des populations déplacées et n'utilise pas leurs langues.** La recherche d'informations n'est pas une priorité pour les PDI, leur priorité étant la survie. Les PDI disent dépenser peu d'énergie pour les communications qui ne s'adressent pas directement à elles ou qui sont dans une langue qu'elles ne comprennent pas.
- 2. Le déni de l'existence de la COVID-19 ou les doutes sur l'efficacité des vaccins sont en partie renforcés par l'inadaptation des communications** aux besoins et réalités des populations déplacées et à l'accès limité à l'information.

- 3. Les populations déplacées veulent davantage d'informations dans leur langue sur la sécurité autant que sur la santé.** La langue est un obstacle à une communication efficace, en particulier sur les informations de santé, et les PDI ont exprimé le besoin d'obtenir davantage d'informations sur la sécurité dans leur langue locale. La plupart des médias diffusent des informations en français et en bambara. Les PDI ont exprimé leur préférence pour une communication principalement en peulh, dogon (pour les communautés déplacées provenant ou vivant dans les régions du centre), puis en songhai (notamment pour les populations originaires ou vivant dans les régions du nord) et minianka (pour les populations déplacées provenant ou vivant dans la région de Sikasso), en plus du français et du bambara.

- 4. La langue permet la vérification des faits et renforce la confiance en l'information.** De nombreuses PDI ont une forte préférence pour la communication en bambara, qui est la langue parlée dans la plupart des communautés d'accueil. Cela s'explique en partie par le fait que les différences linguistiques pourraient constituer un obstacle à l'intégration. Cependant, les PDI ont été unanimes à dire que la communication dans les langues locales est importante pour établir la confiance et leur permet de vérifier, de s'approprier, de contrôler et de partager à leurs proches les informations.

- 5. L'inadaptation de la langue peut favoriser la désinformation.** La diffusion d'informations dans une langue que les PDI ne comprennent pas a été identifiée comme une source potentielle ou un facteur contribuant à la prolifération des rumeurs. Les PDI souhaitent partager les informations reçues, mais les malentendus peuvent fausser les messages.

- 6. Les sources et fournisseurs d'information de proximité sont les plus utilisés et de confiance.** Les PDI et la communauté d'accueil ont cité les mêmes sources d'information : radios, téléphones, Internet, organisations non gouvernementales (ONG), chefs religieux et réseaux de médias sociaux (Facebook et WhatsApp). La plupart des PDI n'ont pas

...

...
d'accès régulier à la télévision. Les femmes ont noté que les marchés et les réseaux sociaux en personne sont des sources d'information importantes. Il est intéressant de noter que les agents de santé communautaires n'ont pas été mentionnés. Les griots ou les communicateurs traditionnels ont été le plus souvent mentionnés comme étant ceux qui communiquent avec les PDI dans leur langue locale.

7. Les communautés déplacées ne sont pas suffisamment consultées ni écoutées. Une large majorité des PDI et représentants des communautés hôtes consultés n'ont pas l'impression que les humanitaires cherchent à connaître leur avis ni qu'ils en tiennent compte et ont déclaré que les communications n'étaient pas pré-testées avant d'être diffusées. Au cours des ateliers de la Méthode d'analyse en groupe

(MAG), les acteurs humanitaires n'étaient pas d'accord. Les PDI ont noté que les ONG utilisent souvent des affiches avec des textes en français ou dans les langues locales sans tenir compte du fait que très peu de personnes peuvent les lire.

8. L'inadaptation des communications des ONG et des médias peut créer de la confusion et de la méfiance chez les communautés déplacées. Pendant les sessions de la MAG, toutes les PDI ont estimé que les explications sur les mesures de prévention de la COVID-19 n'étaient pas toujours très claires, alors que les participants des ONG et des médias pensaient qu'ils expliquaient ces mesures de manière efficace.

9. La communication visuelle sur la COVID-19 n'est pas adaptée aux populations déplacées internes. L'utili-

sation des images n'est pas toujours efficace ou appropriée. Pendant la pandémie, la large diffusion de l'illustration du virus (la boule épineuse) a alimenté le doute sur la COVID-19, car les gens ne croyaient pas qu'un virus de cette taille et de cette substance puisse pénétrer dans leur nez.

10. Les médias ne produisent pas assez d'informations spécifiques pour les communautés déplacées, ni dans leurs langues. La plupart des médias ne ciblent pas spécifiquement les PDI, mais la population générale d'une région. Cela s'explique par le fait que les PDI sont considérées comme s'installant temporairement dans une zone et ne font donc pas partie de leur stratégie pour élargir leur diffusion.

...



RECOMMANDATIONS AUX DIFFÉRENTS ACTEURS

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

1. Lors de la conception des produits de communication, **tenir compte des préférences linguistiques et des besoins informationnels des PDI afin d'éviter toute frustration ou incompréhension.** Utiliser davantage le bambara, le peulh et le dogon (pour les communautés originaires du centre – Mopti et Ségou notamment), le songhai (pour certaines communautés originaires du nord – Tombouctou et Gao), le minianka (pour les communautés originaires de la région du sud – Sikasso) pour répondre aux préférences et préoccupations exprimées. Cela pourra renforcer la confiance et l'adhésion des déplacés internes aux communications diffusées.

2. Développer des outils et des produits de communication inclusifs et adaptés aux communautés déplacées **dans leurs langues locales les plus courantes et préférées dans des formats accessibles tel que l'audio, le visuel, ou encore l'audio-visuel** et encourager la diffusion des informations sur **les groupes WhatsApp** locaux des PDI, tels que Info PDI Babembabougou et Déplacés Garalo dans la région de Sikasso (bambara), Infos PDI Arhabou ou PDI Kadji dans la région de Gao (songhai) Déplacés Kadiolo, Infos PDI Sénou ou Infos PDI Centre Mabilé (peulh) pour n'en citer que quelques-uns.

3. Éviter une terminologie trop technique et mieux **expliquer les termes et les visuels** pour faciliter la compréhension des PDI et prévenir tout malentendu potentiel.

4. Faire appel à des experts (comme des médecins) dont **la langue maternelle est celle des PDI** pour élaborer des supports de communication et éviter que des non-experts traduisent les communications dans les langues locales. Les acteurs de la communication devraient **pré-tester les supports et les contenus** de communication avec les personnes déplacées avant de les diffuser. Cela permettra de vérifier et de s'assurer de la pertinence et de la clarté des informations, qu'il s'agisse de la terminologie, du langage, ou de l'adaptation des contenus, des visuels et des formats utilisés aux sensibilités locales.

5. Consulter et impliquer activement les **leaders communautaires et religieux et les communicateurs traditionnels** dans la production et la diffusion des informations. **Éviter d'utiliser des dépliants et d'autres supports** dont l'utilisation nécessite des compétences particulières. Privilégier des formats audios et visuels pour rendre accessible l'information dans les communautés où le taux d'alphabétisation est faible.

6. Mieux prendre en compte les **valeurs socioculturelles des populations** dans les zones d'intervention (par exemple

sur des questions comme la distanciation physique) dans la mise en œuvre des activités du projet et maintenir un dialogue permanent.

7. Mieux intégrer la communication en langues locales **dans les stratégies de communication des risques et d'engagement communautaire.**

8. Développer et renforcer la **coordination régulière entre les différents acteurs de la réponse** (humanitaires, sanitaires, médias, société civile) pour partager les informations et produire des communications pertinentes et adaptées aux besoins des communautés qui les reçoivent.

RECOMMANDATIONS POUR LES ACTEURS HUMANITAIRES

1. S'assurer que le personnel humanitaire de terrain **maîtrise ou soit de langue maternelle peulh ou dogon (ou toute autre langue locale la plus parlée localement)**, et recruter des agents parmi les PDI. En plus de faciliter la compréhension et la participation des communautés, cela pourrait contribuer à renforcer et rendre plus efficace l'engagement communautaire.

2. Impliquer davantage **les personnes influentes comme sources d'information sur les sites de PDI** (leaders, aidants naturels, etc.) **et les associer au développement du contenu** de la communication à diffuser.

3. Faciliter la mise en place et le développement de **programmes de radio temporaires en collaboration avec les radios communautaires existantes et/ou des programmes audio mobiles** sur les sites de déplacés pour diffuser des informations dans les langues locales, en tenant compte des différents dialectes. En plus d'informer et de guider la réponse humanitaire, des programmes d'information audio mobile/itinérante pour et préparé par/ou avec des correspondants PDI peuvent permettre une meilleure interaction, prise en compte et réponse aux besoins informationnels spécifiques des



RECOMMANDATIONS AUX DIFFÉRENTS ACTEURS



communautés déplacées. Ces relais mobiles assurent également une communication bidirectionnelle en continu entre les acteurs locaux de la réponse et les PDI sur le site.

4. Partager les informations pertinentes régulièrement aux médias et les accompagner à travers un renforcement de capacités sur les questions de santé, sur les enjeux des urgences humanitaires/sanitaires, et sur la communication des risques et l'engagement communautaire.

RECOMMANDATIONS POUR LES MÉDIAS

1. Renforcer les capacités des animateurs locaux de radio en matière de diffusion de l'information et de vérification des faits (fact-checking) sur les enjeux de santé.

2. Appuyer le développement de compétences en engagement communautaire des correspondants, et s'assurer que ces derniers parlent les langues des communautés.

3. Encourager le recrutement de correspondants dans les communautés qui vous écoutent, notamment dans les communautés vulnérables. En plus de mieux comprendre les perceptions et les préoccupations de la communauté, cela peut contribuer à renforcer le lien de confiance et l'engagement de la communauté (reconnaissance, représentation, insertion à travers une activité économique, etc.)

4. Adapter le contenu et le format des programmes et émissions radiophoniques pour répondre aux préoccupations et besoins spécifiques des populations déplacées, en utilisant les langues locales.

5. Faciliter l'accès et la participation des PDI comme contributeurs aux émissions de radio, notamment à travers les appels à l'antenne, les débats publics, les micros-trottoirs ou encore l'utilisation des médias sociaux comme les groupes WhatsApp.



...

CONTEXTE ET BESOIN D'ANALYSE

En août 2022, plus de 422 620 personnes déplacées internes ont été officiellement enregistrées au Mali, soit le nombre le plus élevé recensé depuis le début de la crise en 2012 ([DTM 08/2022](#)). Selon les projections de OCHA Mali ([OCHA, 2022](#)), 1,8 million de personnes étaient menacées et exposées à l'insécurité alimentaire aiguë entre juin et août 2022.

Les personnes déplacées font partie des populations les plus vulnérables du pays. Elles sont confrontées à de multiples facteurs de vulnérabilité, dont beaucoup sont aggravés par le manque d'informations contextuelles dans les langues de ces communautés sur les services disponibles, notamment de santé, qui répondent à l'évolution de leurs besoins. Les personnes déplacées viennent majoritairement des régions du Centre et du Nord du Mali. Les langues généralement parlées dans ces zones du pays sont le bambara, le peulh, le dogon et le songhaï.

Une fois installés à côté des grandes villes, ces déplacés reçoivent les radios communautaires disponibles localement, mais ils sont rarement les cibles privilégiées des différents programmes proposés sauf quand des ONG développent des interventions spécifiques de communication à leur intention en collaboration avec les radios. [L'Analyse de l'écosystème de l'information et des pratiques informationnelles des populations déplacées en temps de COVID-19](#) (Internews, 2021) a mis en lumière des défis importants en lien avec la problématique de la langue. Plus particulièrement, le défi de l'inadaptation des langues de communication à la radio a été un des constats les plus marquants.

En outre, les efforts pour établir des canaux de communication bilatérale pour écouter, comprendre et répondre aux besoins des PDI et aux gaps en matière d'information et de ressources ne semblent pas être suffisamment développés ni coordonnés.

Le taux d'alphabétisation est très bas au Mali. Il est de 28%

pour les femmes et 47% pour les hommes (EDS 2018). Ce taux pourrait être encore plus bas au sein des communautés déplacées internes qui n'ont plus accès aux écoles et centres d'alphabétisation. Selon les PDI, ce taux bas d'alphabétisation est un facteur qui rend l'accès à l'information difficile. Dans ce contexte, la langue de communication « *pourrait constituer une barrière à l'accès à l'information pour nous (PDI), pour la simple raison que nous n'avons pas été à l'école et nous ne pouvons pas comprendre les messages véhiculés dans d'autres langues* », Interview femme PDI.

En prenant en compte les dynamiques informationnelles et en engageant un dialogue continu avec les communautés dans leurs langues, cela peut contribuer à renforcer les sentiments de proximité, de représentation et de confiance. Un meilleur accès à des informations pertinentes et adaptées peut atténuer les facteurs de risque critiques, tandis que de meilleurs canaux/formats pour faire entendre la voix de ces communautés peuvent offrir une alternative valable à la désinformation et rendre plus efficace les réponses humanitaire et sanitaire.

La recherche a pour but d'approfondir l'analyse de la problématique de l'utilisation des langues locales dans la communication sur la santé en général et sur la COVID-19 en particulier auprès des communautés déplacées internes. Cette analyse fait le point sur l'utilisation actuelle des langues locales par les médias radios, télévisions (TV) et médias sociaux, ainsi que la perspective et l'appréciation des communautés déplacées sur la disponibilité ou non des communications dans des langues qui leurs sont adaptées. Les perceptions des acteurs humanitaires en général et des acteurs des médias en particulier sur la problématique ont été prises en compte et les pistes de réflexion et suggestions proposées par les communautés déplacées et les acteurs de médias sur la problématique ont été documentées. Des actions concrètes et des recommandations sur l'adaptation de la communication avec les communautés déplacées sont compilées dans ce rapport. ■



I. PÉRIMÈTRE DE RECHERCHE ET MÉTHODOLOGIE

Tout comme l'Analyse de l'écosystème de l'information (AEI), cette étude thématique suit le Human Centered Design d'Internews en plaçant au cœur de l'analyse les acteurs et les groupes cibles du projet. A cet effet, l'analyse a utilisé les méthodes suivantes :

- **UNE REVUE DE LA LITTÉRATURE** qui a mis en lumière les données et informations existantes sur la problématique de l'adaptation aux langues de communication des groupes cibles spécifiques. La revue de la littérature a aussi été une des méthodes essentielles pour l'analyse de la cartographie des médias et sources d'information communautaire (se référer au rapport de la cartographie des médias et sources d'information).
- **UNE MÉTHODE QUALITATIVE** combinant les techniques standards d'interview avec les informateurs clés, les focus groupes ainsi que l'écoute des différents médias pour analyser l'utilisation des langues locales des PDI dans la diffusion de l'information sur la COVID-19.
- **LA MÉTHODE D'ANALYSE EN GROUPE (MAG¹)**, une méthode de recherche participative (voir rapport MAG).

ECHANTILLONNAGE ET SÉLECTION DES PARTICIPANTS

INFORMATEURS CLÉS POUR LES INTERVIEWS INDIVIDUELLES

Au total sept (7) interviews individuelles ont été conduites dans chacune des trois régions sélectionnées, soit un total de 21 interviews individuelles. Les personnes participantes ont été choisies parmi les communautés hôtes à savoir celles qui ont accueilli les PDI dans leurs familles, les acteurs humanitaires qui interviennent et soutiennent les PDI à travers la fourniture de services spécifiques aux déplacés internes et les acteurs des médias (journalistes, animateurs). La participation aux interviews individuelles était libre et volontaire.

TABLEAU 1 : Composition des participants des interviews individuelles

INTERVIEWS INDIVIDUELLES PAR RÉGION				
CIBLES	BAMAKO	SIKASSO	MOPTI	TOTAL
COMMUNAUTÉS HÔTES HOMME ET FEMME	2	2	2	6
ORGANISATIONS HUMANITAIRES	1	1	1	3
PARTENAIRES MÉDIATIQUES	2	2	2	6
PDI HOMMES	1	1	1	3
PDI FEMMES	1	1	1	3
TOTAL	7	7	7	21

▲ PARTICIPANT.E.S AUX FOCUS GROUPES

Au total deux (2) focus groupes ont été organisés par région soit six (6) focus groupes. Chaque focus groupe était composé de dix (10). Ces focus groupes ont regroupé des leaders communautaires, des leaders religieux, des représentants des déplacés

internes (hommes et femmes), et des représentants des communautés hôtes. Les participants aux focus groupes ont été sélectionnés par les ONG partenaires de mise en œuvre du projet RiT 2.0, en charge de la collecte des données sur le terrain.

.....
1. La méthode d'analyse en groupe est une approche participative de recherche qui met l'accent sur la discussion contradictoire entre les participants. Contrairement aux méthodes standard de collecte, comme les focus groupes et les interviews individuelles, la MAG reconnaît les participants non seulement comme des producteurs d'informations et de données, mais aussi comme les premiers analystes de ces données. Voir aussi : Van Campenhoudt L., Chaumont J.-M., Franssen A. 2005. La méthode d'analyse en groupe. Applications aux phénomènes sociaux. Paris : Dunod.

I. PÉRIMÈTRE DE RECHERCHE ET MÉTHODOLOGIE

TABLEAU 2 :
Composition des participants aux focus groupes

PARTICIPANTS AUX FOCUS GROUPES PAR RÉGION	
CIBLES	#
LEADER RELIGIEUX	1
LEADER COMMUNAUTAIRE	2
PDI HOMMES	2
PDI FEMMES	2
COMMUNAUTÉS HÔTES, HOMME ET FEMME	2
AIDANTS NATURELS	1
NOMBRE TOTAL POUR CHAQUE FOCUS GROUPE	10

COLLECTE ET ANALYSE DE DONNÉES

Les données ont été collectées entre juin et juillet 2022. Le processus de collecte a commencé avec la formation des agents des ONG partenaires chargées de cette collecte. La formation a permis aux agents de se familiariser avec le plan de recherche et les outils de collecte. Pendant la formation, une traduction des guides d'interviews et de focus groupes a permis à l'équipe de procéder à des tests pratiques sur l'utilisation des guides en langues locales. Les répondants ont été sélectionnés de manière aléatoire par les ONG partenaires et un rendez-vous a été fixé pour mener les entretiens. La plupart des entretiens individuels et des focus groupes ont été réalisés sur les sites des populations déplacées internes. Cette recherche étant essentiellement qualitative, les interviews et focus groupes ont été enregistrés sur supports électroniques (dictaphones) et retranscrits pour fournir les données brutes. Les interviews individuelles et les focus groupes ont été réalisés dans trois

des régions d'intervention du projet tandis que la méthode d'analyse en groupe (MAG) a été pilotée à partir du district de Bamako. Les fichiers audios ont été retranscrits pour les besoins d'analyse. Tous les entretiens et focus groupes ont été menés en langues locales.

Les données qualitatives ont été traitées à travers une analyse de contenu. Les données ont été transcrites et une grille d'analyse développée en lien avec les thématiques retenues. Au besoin, les données et informations ont été codées pour un traitement et une analyse plus approfondie. L'analyse décrit le matériel d'enquête et en étudie la signification. Elle a permis de « rendre compte de ce qu'ont dit les interviewés de la façon la plus objective possible et la plus fiable possible. »

Dans le souci de respecter les principes éthiques liés à la recherche sur les sujets humains, un consentement éclairé a été développé, lu et signé par chaque participant avant de commencer la collecte des données. Les enquêteurs et superviseurs ont été formés sur l'éthique de la recherche avant de débiter la collecte sur le terrain. ■

◀ PARTICIPANT.E.S À LA MÉTHODE D'ANALYSE EN GROUPE (MAG)

Les participants étaient composés de quatorze personnes dont les aidants naturels, la communauté hôte, les PDI, les médias et les organisations humanitaires. Pour assurer leur bonne participation, les participants ont été disposés en cercle dans la salle afin de se faire face et de pouvoir nourrir des échanges directs. Chaque participant était identifié par son nom ou son prénom. Pour les besoins de cette activité, les deux chercheurs d'Internews ont joué le rôle d'animateur et les deux représentants des ONG partenaires, AMSODE et Doniblog, ont assuré la prise de notes.

DÉFINITION DE CONCEPT

Les aidants naturels sont une nouvelle catégorie d'acteurs au sein des communautés déplacées. Ils ne sont pas les leaders communautaires traditionnels et ne jouissent d'aucun privilège offert par les déplacés. Ils ne sont pas non plus des relais ou agents recrutés par les ONG pour mener leurs activités. Ce sont des hommes ou des femmes volontaires qui, au gré des circonstances, apportent un soutien et un appui aux déplacés dans leur vie au sein des camps d'hébergement. Cet appui couvre les activités de recensement, les activités de fourniture d'informations ainsi que l'accès à l'eau, aux aides humanitaires et aux soins de santé, etc. Les aidants naturels servent de trait d'union entre les partenaires extérieurs et les populations déplacées et jouissent d'une forte crédibilité au sein des populations déplacées, surtout pour les activités de communication. **Source :** Internews, 2021. AEI Mali, p. 4 et 5. https://internews.org/wp-content/uploads/2021/04/RiT_IEA_Mali_IDPs_202102_fr.pdf

II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.1. CANAUX ET SOURCES D'INFORMATION ACCESSIBLES AUX POPULATIONS DÉPLACÉES

Au Mali, les PDI peuvent se trouver dans deux situations. La première situation est de vivre sur un site PDI. Les sites PDI sont des endroits spécialement aménagés pour recevoir les personnes déplacées. Ces sites sont souvent soit à l'intérieur de villes soit à l'écart des villes. La deuxième situation est de vivre dans une famille d'accueil, une famille ayant de l'espace dans sa concession et qui accepte d'héberger des familles déplacées. Dans les deux cas, les sites de déplacés étant proches des villes, ils reçoivent généralement les mêmes médias en termes de sources d'information.

Dans le cadre de cette étude, il a été constaté que les médias cités comme sources d'information par les PDI sont les mêmes que ceux cités par les communautés hôtes. Les principales sources d'information citées par les personnes interviewées sont les radios, les téléphones, l'internet, les ONG, les leaders religieux et les réseaux sociaux comme WhatsApp et Facebook. Les groupes WhatsApp permettent aux PDI de discuter entre eux dans leurs langues locales. Des noms de radios locales ont été mentionnés plusieurs fois pendant les interviews.

Je n'ai pas une personne appropriée pour me fournir de l'information dont j'ai besoin. J'écoute les radios locales et la radio nationale, ainsi que Radio France Internationale. Mon émission préférée était « mandékan » sur RFI. A cela s'ajoute le journal télévisé de l'ORTM (Office des Radios et télévisions du Mali). J'utilise la connexion internet sur le réseau WhatsApp.

Interview PDI homme.

Quant à la télévision, elle n'est pas facilement accessible aux PDI à cause des difficultés liées à l'acquisition et/ou à la logistique pour son fonctionnement (électricité). Cependant, Internet a été cité comme une source d'information par certains interviewés, notamment les acteurs de médias, les acteurs humanitaires et les communautés hôtes. « Je n'ai pas d'outil ou de moyen pour accéder à l'internet et je regarde rarement la télévision qui n'est pas non plus à ma disposition. » Interview femme PDI.

S'agissant des radios spécifiquement, il apparaît une méfiance de certains PDI envers les radios locales. Les raisons de cette méfiance ne ressortent pas clairement des données collectées mais certaines personnes interviewées ont mentionné que des radios locales diffuseraient des informations non fondées ou en contradiction avec les contenus proposés par certaines radios internationales.

Au-delà des médias, **les marchés et les connaissances (parents amis, voisins) ont été mentionnés par les femmes comme des sources importantes d'information.** En effet, les marchés sont des lieux de rencontre entre les femmes vendeuses et les clientes. Ce sont des espaces et des opportunités fortement exploités par les femmes pour communiquer librement dans leurs langues locales sur les différents sujets qui les concernent et aussi se partager les informations. Les PDI fréquentent les marchés pour leurs besoins et y rencontrent d'autres femmes non PDI. « Au marché, nous parlons entre femmes et il n'y a pas de barrière. Nous parlons nos langues et nous échangeons sur l'actualité et nous partageons les informations », Interview femme, communauté hôte. « Moi, je trouve les informations à travers mes connaissances. J'appelle une voisine à Gao qui m'informe souvent ; nous parlons de la situation sécuritaire. Sans elle, sur mon site, personne d'autre ne m'informe car je ne suis pas encouragée à m'infor-

mer sur la situation », Interview femme PDI.

En explorant les sources d'information des PDI et des communautés hôtes, les agents de santé n'ont pas du tout été mentionnés. Cela est assez intrigant vu que les agents de santé ont été au premier plan de la lutte contre la COVID-19.

Une des grandes préoccupations exprimées par les PDI est de recevoir des informations fiables dans leurs langues locales sur la situation sécuritaire de leurs zones d'origine.



II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.2. BESOINS ET DÉFICIT D'INFORMATION

Les médias, principalement les radios (communautaires ou pas), diffusent des informations destinées à la population en général sans faire la distinction entre les PDI et les autres populations résidentes. Selon les acteurs des médias interviewés, les catégories d'information qu'ils relayent ainsi que les langues de diffusion sont très variées. La plupart des informations sont proposées soit en français (pour les journaux d'information) soit en bambara (la langue locale la plus parlée dans le pays). Selon certains médias, il est difficile de couvrir toutes les langues locales parce que cela induit des coûts que les radios ne peuvent pas supporter.

« Les journaux d'informations, les émissions sur les activités agro-sylvo pastorales, l'éducation, les actions de développement de l'élevage, la santé animale, la santé pour tous, l'hygiène et l'assainissement, le sport... sont les thèmes les plus abordés », Interview animateur radio. Les informations relayées par ces médias dépendent du moment ; elles sont différentes selon la période de l'année ou selon l'actualité, ajoute un PDI interviewé. « Comme en ce moment, c'est la maladie du vent (rhume et COVID-19) et le début de l'hiver (paludisme), beaucoup d'informations sont liées à ces maladies » Interview homme PDI.

Les informations spécifiques sur la COVID-19 que les médias relayent sont les mesures barrières (port des masques, lavage des mains, le respect de la distanciation, tousser dans les coudes). Ils véhiculent des messages de sensibilisation pour nous convaincre que cette maladie est une réalité. **Interview PDI femme**

En ce qui concerne la COVID-19, des informations spécifiques sont diffusées à l'endroit des populations mais ces informations se ressemblent sur les différents médias. « Les gestes barrières, les chiffres sur la COVID-19, les actions menées par les organisations de la société civile et l'Etat sur la COVID-19 », Interview homme PDI. « Les informations spécifiques sur la COVID-19 que les médias relayent sont les mesures barrières (port des masques, lavage des mains, le respect de la distanciation, tousser dans les coudes). Ils véhiculent des messages de sensibilisation pour nous convaincre que cette maladie est une réalité », renchérit une femme PDI.

La situation sécuritaire du pays occupe une place importante dans les informations diffusées. Il apparaît une concordance de points de vue entre les acteurs des médias, les communautés hôtes et les PDI sur cet aspect. « Les informations relayées par ces médias sont diverses. Ils transmettent des informations sur la crise au Centre et au Nord du Mali. Ils diffusent des informations sur la situation politique et économique du pays et même le monde de façon générale... » Interview homme PDI.



II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.3. CIBLES PRINCIPALES DES MÉDIAS ET DES ACTEURS HUMANITAIRES DANS LEUR COMMUNICATION SUR LA COVID-19

Pour une minorité des médias interviewés, il n'existe pas véritablement de cibles spécifiques pour les radios et la télévision. En revanche, la majorité des acteurs des médias rencontrés ont précisé des cibles auxquelles ils s'adressent en premier lieu. Vu que les médias cherchent à élargir leur audience, ils développent des émissions susceptibles d'attirer les auditeurs et d'en séduire le maximum. Certaines radios communautaires couvrent en particulier les populations en zones rurales et les agriculteurs. Ces radios diffusent la majorité de leurs émissions en langues locales afin de les rendre accessibles aux populations rurales. D'autres ont donné une définition vague de leurs cibles. Cela démontre que dans la réalité, même si les radios ont des cibles de préférence, leurs informations sont développées et relayées à l'intention de la population générale et non vers un public spécifique.

Oui nos cibles spécifiques sont les femmes, les hommes, les jeunes. On a mis en place les groupes d'écoute communautaire dans les villages qui reflètent toutes les couches de la communauté.

Interview Animateur radio

Quant aux journaux écrits, ils sont majoritairement publiés en français. Les journaux écrits ne sont pas accessibles à la majorité de la population à cause du coût d'accès, de la capacité de distribution des tirages, de la langue utilisée ainsi que du faible taux d'alphabétisation. Très peu de journaux écrits sont publiés en langues locales. La raison de ce choix s'explique par leurs cibles clairement définies : les décideurs politiques et les personnes let-



trées (capables de lire en français).

Ainsi, les PDI ne sont citées par aucun média comme une cible spécifique des informations qu'ils relayent. Une des explications avancées par certains médias est liée à la dynamique des PDI qui ne sont sur les sites que de manière temporaire (la majorité des PDI retourneront dans leurs villages quand la situation sécuritaire le leur permettra). La plupart des médias ne jugent pas utile d'adapter leurs programmes et émissions pour des populations déplacées qui peuvent bouger et changer de lieu de résidence du jour au lendemain.

Quant aux humanitaires, leurs cibles sont clairement définies depuis le développement des propositions de leurs projets. Les acteurs humanitaires interviewés affirment que les populations déplacées ont été de plus en plus ciblées par les ONG et autres acteurs humanitaires au regard de l'évolution de la crise sécuritaire que traverse le pays. Ces ONG et acteurs humanitaires assurent recruter des agents qui parlent les langues des PDI. Toutefois, certains PDI les contredisent en affirmant que des agents humanitaires ne peuvent pas tout le temps converser avec eux au vu de la multiplicité des langues locales.

II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.4. LANGUES LOCALES ET BARRIÈRES À LA COMMUNICATION

A l'unanimité, les participants affirment que la langue est l'une des barrières les plus importantes à la communication, surtout la communication sur la santé et la COVID-19. Cette barrière devient de plus en plus importante dans le contexte des populations déplacées qui sont coupées de leurs sources de communication d'origine. Un homme PDI affirme que « *elle (la langue) est une barrière à l'accès à l'information parce que le contenu du message ne sera pas compris.* » Interview homme PDI.

Ce point de vue a aussi été confirmé par d'autres PDI ainsi

que par des personnes issues des communautés hôtes interviewées : « *Elle rend impossible la compréhension du contenu du message.* » Interview femme, communauté hôte.

Les langues mentionnées par les PDI comme langues de préférence pour la communication sont le bambara, le peulh, le dogon, le songhaï, le minianka, et le français dans une moindre mesure. Les populations déplacées du Mali viennent principalement des régions du Centre (Mopti) et des régions du Nord du pays (Tombouctou et Gao). Selon le lieu d'origine des différentes populations, leurs préférences de langues varient.

La non-utilisation des langues constitue une barrière à l'accès à l'information. Nous n'avons pas d'autre moyen facile pour nous informer. C'est seulement la langue bambara que je parle. Interview PDI femme

Toutefois, ces populations ont souvent des langues transversales qui sont comprises par les différentes ethnies. Les PDI venant des régions du centre du pays parlent majoritairement le dogon et le peulh. Les interviews menées auprès de ces populations déplacées démontrent que la langue dogon et la langue peulh sont les langues dans lesquelles elles préfèrent recevoir les informations.

Un des constats clés qui ressort des résultats est la préférence de beaucoup de PDI pour le bambara comme langue de communication, car les populations déplacées viennent s'installer au sein ou autour des communautés qui parlent cette langue. Ce constat soulève la question de savoir si parler une langue différente de celle de la communauté hôte apparaît comme une barrière à l'intégration des PDI. « *La langue que je préfère pour recevoir les messages sur la COVID-19 est la langue bambara car c'est la seule que je parle. Mais je n'omets pas l'usage d'autres langues comme le peulh, le songhaï, et le dogon.* », Interview femme PDI.

Ainsi, parler ou mentionner la langue du milieu comme langue de préférence pourrait être une stratégie pour permettre aux déplacés de se faire accepter par ces communautés hôtes. « *Je préfère recevoir les messages sur la COVID-19 en langue bambara en ce qui me concerne mais les autres préfèrent la langue peulh et la langue française.* », Interview homme, communauté hôte.



II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.5. NIVEAU D'UTILISATION DES LANGUES LOCALES DANS LA RÉPONSE HUMANITAIRE

A la suite des interviews avec les acteurs des médias et les acteurs humanitaires, il semble qu'ils s'adaptent au contexte socioculturel des communautés servies dans leurs interventions. Un représentant d'une ONG interviewé au centre du pays affirme que son organisation « *communique essentiellement ses messages en langue peulh, car la majorité des cibles comprend cette langue. Mais aussi, l'organisation s'adapte en fonction de la diversité linguistique d'une localité.* » Interview acteur humanitaire.

La situation de vulnérabilité des PDI fait d'elles une couche sensible. Par conséquent, dans la communication avec les PDI, la plupart des acteurs humanitaires affirment qu'ils utilisent une stratégie différente de celle utilisée dans d'autres contextes. « *Les PDI sont des personnes vivant une situation difficile, même si les crises touchent aussi les communautés hôtes. Ceci explique que les acteurs humanitaires tentent de toucher cette cible spécifique (les PDI) malgré la pluralité linguistique qu'on peut rencontrer dans une seule communauté. Aussi, nous veillons à une adaptation continue de notre stratégie afin que le maximum de PDI comprenne notre message.* » Interview acteur humanitaire.

Les acteurs de radio interviewés affirment aussi que les besoins des populations cibles sont pris en compte au moment du choix des langues. Le choix dépend du domaine et de la cible à laquelle la communication doit être adressée. « *Si ce*

Nous faisons cela à travers l'adaptation de la stratégie de communication au contexte socio-culturel de chaque localité et le recrutement du staff local.
Interview acteur humanitaire

sont les PDI par exemple, c'est le peulh et le bambara que la majorité comprend » Interview acteur de média.

Des avis contradictoires proviennent des PDI interviewées qui affirment que dans nombre de situations, elles se retrouvent face à des informations dans des langues qu'elles ne comprennent pas. Les PDI apportent la même contradiction quant à certaines pratiques des ONG et acteurs humanitaires. En effet, selon des PDI, les ONG passeraient leur temps à afficher des posters, des photos et des images avec des écritures en français ou en langues locales sans tenir compte du fait que très peu de personnes peuvent les lire. « *Il y a beaucoup de photos et des images sur la COVID-19. Nous les voyons sans vraiment comprendre. Il faut que quelqu'un nous explique pour que nous comprenions* », Interview femme PDI.

Tenir compte de la diversité linguistique des cibles est assez décisif pour la réussite de nos interventions d'où notre initiative de la mise en place des comités de ciblage des plaintes mise en œuvre pour maximiser les réponses pour les besoins humanitaires.

Interview acteur humanitaire



II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.6. IMPACT DE L'UTILISATION DES LANGUES LOCALES SUR LA COMPRÉHENSION ET LA CONFIANCE AUX INFORMATIONS

Les interviewés sont unanimes à dire que la compréhension des communications et des informations ainsi que la confiance accordée par les PDI en celles-ci sont positivement affectées par l'utilisation d'une langue parlée par la personne à qui la communication est adressée. **Une communication faite dans la langue locale attire l'attention et éveille la curiosité autour d'elle. La facilité de compréhension dans la langue des PDI est mise en avant comme un facteur important dans le processus d'établissement de la confiance.** « Quand c'est ma langue, automatiquement, je suis attiré par elle et aussi, la compréhension est très facile. » Focus groupe PDI mixte.



Par ailleurs, après avoir reçu une communication importante, il apparaît un fort besoin de partager cette information avec les proches et connaissances afin qu'ils en bénéficient aussi. Ce besoin est renforcé quand les personnes qui reçoivent la communication et les informations comprennent le contenu et les font confiance. Ce partage se fait plus rapidement si la personne recevant la communication comprend bien son contenu. « Pour partager ou transmettre un message, il faut le comprendre en amont. Cette compréhension exige l'usage de nos langues de préférence. Nous partageons plus aisément les informations que nous recevons dans nos langues », Focus groupe PDI.

Les informations non comprises ne sont pas partagées avec les personnes qui sont chères aux PDI telles que les membres de leurs familles. Cela s'explique par le besoin de protéger ces personnes : « si je n'ai pas confiance à un message, je ne le partage pas avec ma famille parce que je veux les protéger. Souvent, de façon informelle, on peut partager certains messages même si on ne comprend pas tout le contenu mais on ne les partage pas avec ceux qui nous sont chers pour ne pas leur communiquer de mauvaises informations » Interview homme PDI.

L'Analyse de l'écosystème de l'information (2021) a démontré que les PDI partageaient les contenus des communications sur les différents sujets sans pour autant les vérifier. Les résultats de la présente recherche précisent que **l'un des facteurs qui facilite la vérification est la réception des communications dans la langue de préférence du récepteur.**

Parmi tous les acteurs qui communiquent avec les PDI en langues locales, les griots ou communicateurs traditionnels sont les plus constants. La totalité des communications faites par ces communicateurs traditionnels sont en langues locales.

La langue locale représente une identité pour les PDI et son utilisation par un acteur pour communiquer avec

Notre langue fait partie de notre identité. L'utiliser constitue un premier pas pour l'établissement de liens de confiance.

Focus groupe PDI

Elle influence notre confiance dans les messages, dans la mesure où nous nous reconnaissons très généralement dans les informations données dans nos langues

Focus groupe mixte

elles constitue le premier pas pour instaurer la confiance.

Quelques interviewés ont toutefois mentionné que la langue de diffusion avait un impact sur la compréhension mais n'affecte pas pour autant leur confiance dans les informations partagées. À la suite des discussions, il apparaît que les positions des participants n'ont pas été homogènes sur cette question de la relation entre la langue de diffusion, la compréhension et la confiance dans les informations. Pour certains, cela renforce la confiance, tandis que pour d'autres, « il n'y a pas de lien étroit entre la langue utilisée pour faire passer un message et la confiance. Cette dernière est liée à la réputation des gens qui délivrent l'information. » Focus groupe mixte.

L'appropriation est le processus qui permet à une personne qui reçoit une communication, de la comprendre, de l'accepter et de la prendre à son compte en la défendant et en la partageant selon les besoins et les opportunités. La langue facilite l'appropriation, du fait qu'elle permet aux PDI de poser des questions et d'avoir des détails sur le contenu de la communication. Ils déterminent ainsi sa véracité et sa pertinence à travers cette vérification.

II. CONSTATS PRINCIPAUX

2.7. IMPACT DE L'UTILISATION DES LANGUES LOCALES SUR LES CONNAISSANCES, LA VÉRIFICATION DES FAITS ET LES PRATIQUES

Selon les PDI interviewées, le fait de ne pas comprendre la langue de communication les pousse à chercher une traduction. Ce processus de traduction peut être une porte ouverte à la prolifération des rumeurs.

En ce qui concerne la COVID-19, les rumeurs sont nombreuses et il s'avère difficile de faire la différence entre les vraies informa-

Pour partager ou transmettre un message, il faut le comprendre en amont. Cette compréhension exige l'usage de nos langues de préférence. Nous partageons plus aisément les informations que nous recevons dans nos langues. Focus groupe PDI

tions, les éléments de désinformation, les informations non-vérifiées ou encore les rumeurs. Cela devient encore plus difficile quand le récepteur comprend mal ou ne comprend pas du tout la langue de diffusion. « Quand le message est diffusé dans notre langue, on se retrouve facilement et cela peut atténuer la prolifération des rumeurs. Pour les PDI, il faut utiliser toujours la langue la plus parlée » Interview conseiller communal.

Une femme PDI affirme que les personnes qui communiquent dans sa langue sont dignes de confiance. « Quand les informations sont données en peulh, cela facilite la compréhension et aussi, on sait que la personne qui donne l'information en peulh est digne de confiance et ne nous donnera pas des fausses informations ou rumeurs. » Interview PDI femme. Selon une autre personne vivant sur un site de PDI, « la diffusion des messages en langues locales des

PDI peut atténuer la prolifération des rumeurs et faux messages sur la COVID-19. La langue locale est un moyen efficace pour faciliter la compréhension du sujet. Diffuser en langue locale crée la confiance. Beaucoup de PDI auront facilement l'information. » Interview PDI homme.

Pour certains interviewés, l'incompréhension ou la mauvaise compréhension des informations sont à la base des fausses communications et des rumeurs. En effet, en tentant d'expliquer ou de transmettre une communication que le transmetteur même n'a pas bien comprise, on détériore la qualité et le contenu des communications. « Quand la diffusion se fait en langues locales, tout le monde les comprend. On n'a pas besoin de se tourner vers une autre personne pour une quelconque interprétation pouvant nuire à la nature et à la qualité de l'information. » Interview femme, Communauté hôte.

2.8. PRISE EN COMPTE DU FEEDBACK DES COMMUNAUTÉS DÉPLACÉES DANS LE PROCESSUS DE COMMUNICATION

Dans le processus de communication avec les PDI, les acteurs humanitaires ainsi que les médias affirment qu'ils prennent en compte le retour d'information (feedback) des communautés sur leurs activités. Ces feedbacks sont transmis « de bouche à oreille, par téléphone aussi » Interview acteur humanitaire.

Les feedbacks sont remontés et pris en compte aussi dans la réalisation des projets futurs, selon les ONG interviewées. La collecte des feedbacks sur le contenu, la pertinence et même la forme des activités de communication est encouragée par la plupart des ONG interviewées. « La qualité des réponses apportées et la pertinence des sujets abordés pendant nos animations font généralement l'objet de retour des communautés ». Interview acteur humanitaire homme. Chaque ONG développe

sa propre stratégie pour avoir accès au retour d'information, notamment « à travers le renforcement des capacités de l'équipe sur la manière de recueillir le feed-back des communautés, la mise à disposition des numéros de téléphones des agents de l'organisation (agents de terrain et employés) aux bénéficiaires et l'interaction avec les communautés au cours des activités sur le terrain. » Interview acteur humanitaire.

Certaines PDI interviewées ne pensent pas qu'elles ont autant d'opportunités pour remonter les feedbacks, à l'inverse des affirmations d'une majorité des humanitaires interrogés. En effet, selon les PDI, la grande majorité des acteurs réalisent les activités et repartent sans prendre le temps de faire un compte-rendu avec les PDI présentes pendant l'activité. Elles disent que le retour d'information concerne plus les ONG humanitaires que

les médias du fait que les ONG sont en contact régulier avec les PDI, contrairement aux médias. De cette analyse, il ressort que si ces canaux pour le retour d'information existent, comme le décrivent les acteurs humanitaires, ils ne sont sûrement pas bien connus de la majorité des PDI ou ne sont pas clairement décrits aux PDI après les activités avec les acteurs humanitaires. Par ailleurs, il conviendrait d'examiner si et dans quelle mesure la langue participe aux obstacles à l'octroi et à la réception d'un retour d'information. Les mécanismes de feedback tiennent-ils compte de la langue locale préférée pour formuler une plainte/demande et pour recevoir un retour d'information, et comment ? A-t-on recours à des interprètes pour aider les gens, ou les communautés doivent-elles compter sur des proches pour interpréter, réduisant ainsi l'anonymat ?

III. PERSPECTIVES ET CONCLUSION

A la question « qu'est-ce que la communication dans les langues locales changerait pour vous ? », les personnes déplacées interrogées affirment que cela changerait « *notre état d'esprit de façon positive parce que la compréhension deviendrait très facile.* » Interview PDI femme.

Selon elles, le changement de comportement tant recherché par les différents partenaires et acteurs sur le terrain passera par une révision des stratégies de communication prenant en compte les langues locales comme moyen privilégié de communication avec les communautés déplacées internes. « Nos comportements, nos attitudes et nos mentalités changeront car quand l'information sera comprise, ça se sentira dans nos agissements. » Interview PDI homme. « Lorsqu'on reçoit des messages dans la langue que nous comprenons, cela nous

pousse à mieux nous intéresser au contenu et à adopter les conseils ou règles prescrits dans le message. » Interview PDI femme.

La communication avec les PDI dans leurs langues permet aussi à ces dernières d'être plus ouvertes, plus engagées et de participer aux discussions et aux activités mises en œuvre à leur intention.

« *Recevoir les informations dans nos langues créera la confiance, l'assurance et cimentera aussi notre confiance.* » Interview PDI homme.

A l'issue de cette analyse thématique, l'insuffisance de diffusion et l'inadaptation des informations (contenus, formats, supports) en langues locales parlées et préférées par les PDI font émerger aussi quelques nouvelles problématiques qui pourraient faire l'objet de nouvelles recherches :

- Les images utilisées pour illustrer le virus de la COVID-19 alimentent le doute autour de la maladie. Les déplacés internes pensent que les images aident à la compréhension, davantage que les messages dans d'autres langues qu'ils ne comprennent pas. Toutefois, l'utilisation de certaines images renforcerait plutôt le doute sur la maladie.
- L'explication et la transmission des informations semblent être différentes selon les langues. Même si les PDI souhaitent communiquer dans les langues locales qu'ils comprennent et préfèrent, il apparaît dans leurs discours que les traductions entraînent aussi des modifications et des variations dans les interprétations et les explications, notamment autour des mesures préventives ou sur les modes de transmission de la COVID-19.



REMERCIEMENTS ET CRÉDITS

Ce rapport n'aurait pas vu le jour sans la participation importante des communautés hôtes et déplacées internes des régions de Sikasso, Mopti et du district de Bamako. Ces populations déplacées ont généreusement donné leur temps en partageant leurs expériences et en répondant aux questions de recherche à travers les interviews, les focus groupes, et les ateliers de discussions. Les résultats contenus dans ce rapport leur doivent beaucoup.

Cette recherche s'appuie également sur le travail de collaboration et l'apport inestimable de certaines personnes et organisations qu'il convient de remercier. Il s'agit, entre autres, des ONG locales AMSODE et Doniblog, partenaires d'Internews dans la mise en oeuvre du projet Rooted in Trust 2.0, pour leur engagement et participation aux différentes phases de cette recherche. Nous remercions également Maguiraga Fodié, coordinateur principal de cette recherche ainsi que ses deux assistants de recherche, Osée Traoré et Fatoumata Traoré.

Nous remercions enfin l'ensemble de l'équipe Internews qui a apporté son soutien dans le processus de recherche, la révision, l'édition, la conception et la supervision des activités, notamment Xiomara Hurni-Cranston (Chercheuse principale Rooted in Trust 2.0, supervision de la recherche au niveau global, édition et révision), Heber Costa Rocha (Directeur régional Rooted in Trust 2.0, supervision au niveau global), Christophe Massamba (direction du projet Rooted in Trust 2.0 au Mali et supervision du projet de recherche) et Ganaëlle Tilly pour la conception graphique et les illustrations.

Crédits photos – Toutes les photographies à part celles listées ci-dessous proviennent d'Internews et de ses partenaires Rooted in Trust.

Pages 2, 5, 13, 14 : © AMSODE

Page 6 : © TSCom



ANNEXES

TABEAU 5 :
Liste des participants

N°	PRÉNOMS	FONCTIONS
1	AMADOU	RADIO FRÉQUENCE 3
2	ALY	ONG DONIBLOG
3	MAÏMOUNA	COMMUNAUTÉ HÔTE
4	LAYA	PDI
5	NOUHOUM	PDI
6	DJENEBA	COMMUNAUTÉ HÔTE
7	FATOUMATA	AIDANT NATUREL
8	MAMADOU	PDI
9	SOULEYMANE	PDI
10	DJAKARIDIA	COMMUNAUTÉ HÔTE
11	OUSMANE	ONG AMSODE
12	ADAMA	ONG AMSODE
13	MOUSSOUDOU BAYE	ONG AMSODE
14	MAOULOU	COMMUNAUTÉ HÔTE
15	OSÉE	ASSISTANT-CHERCHEUR INTERNEWS
15	FATOUMATA	ASSISTANT-CHERCHEUR INTERNEWS

RÉFÉRENCES :

Commission Mouvement de Populations (CMP). 2022. Rapport sur les mouvements des populations. Retrieved from : https://dnds.ml/media/reports/DTM_Aout_2022.pdf

Internews. 2021. Mali Information Ecosystem Assessment : Retrouver du lien : S'informer au sein des communautés déplacées au Mali au temps de la COVID-19. Retrieved from : https://internews.org/wp-content/uploads/2021/04/RiI_IEA_Mali_IDPs_202102_fr.pdf

Reliefweb. 2022. Mali: Aperçu de la nutrition, juin 2021 – août 2022. Retrieved from : <https://reliefweb.int/report/mali/mali-aper-u-de-la-nutrition-juin-2021-ao-t-2022>

Van Campenhoudt L., Chaumont J.-M., Franssen A. 2005. La méthode d'analyse en groupe. Applications aux phénomènes sociaux. Paris : Dunod.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Internews
Local voices. Global change.



**Rooted
in Trust**