

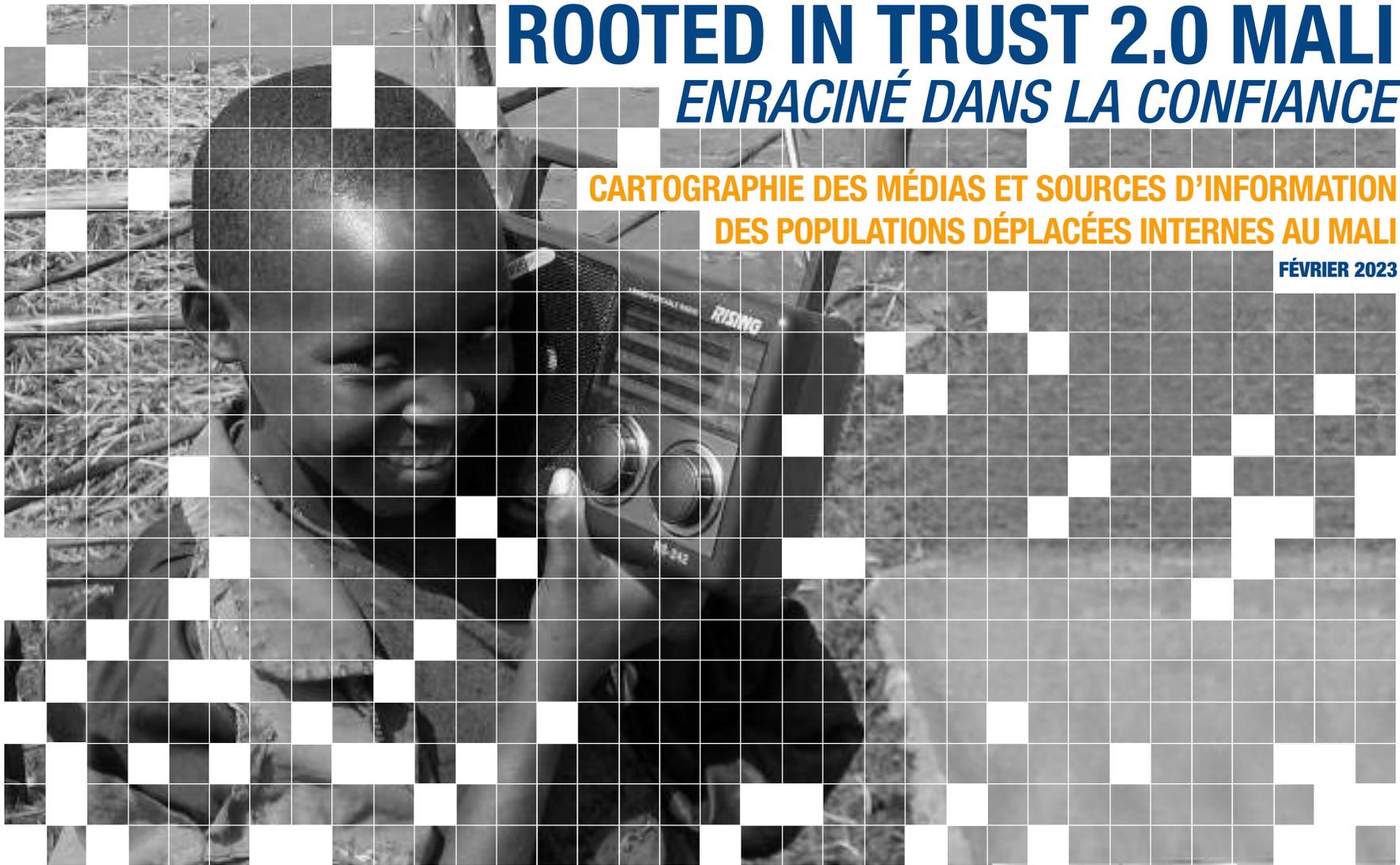


# ROOTED IN TRUST 2.0 MALI

## *ENRACINÉ DANS LA CONFIANCE*

**CARTOGRAPHIE DES MÉDIAS ET SOURCES D'INFORMATION  
DES POPULATIONS DÉPLACÉES INTERNES AU MALI**

**FÉVRIER 2023**



# SOMMAIRE

Liste des acronymes	<a href="#">3</a>
I. Résumé sommaire	<a href="#">4</a>
II. Méthodologie	<a href="#">6</a>
III. Résultats	<a href="#">7</a>
3.1. Les radios communautaires, des alliées en première ligne dans la communication sur la COVID-19	<a href="#">9</a>
3.2. Les journaux	<a href="#">10</a>
3.3. Les télévisions	<a href="#">10</a>
3.4. Les réseaux sociaux en ligne	<a href="#">11</a>
3.5. Les réseaux sociaux traditionnels/ la communication interpersonnelle	<a href="#">11</a>
3.6. Les communicateurs traditionnels	<a href="#">12</a>
3.7. Accès des communautés déplacées aux médias communautaires	<a href="#">12</a>
Annexes	<a href="#">13</a>



# LISTE DES ACRONYMES

## ■ EDS

Enquête Démographique et de Santé

## ■ AEI

Analyse de l'écosystème de l'information

## ■ OIM

Organisation Internationale pour la migration

## ■ OMS

Organisation Mondiale de la Santé

## ■ ONG

Organisations Non Gouvernementales

## ■ PDI

Personnes Déplacées Internes

## ■ PNUD

Programme des Nations Unis pour le Développement

## ■ RiT

Rooted in Trust

## ■ TV

Télévision



# I. RÉSUMÉ SOMMAIRE

Cette analyse du paysage des médias et des sources de l'information communautaire est menée par Internews au Mali dans le cadre du projet Rooted in Trust 2.0 (RiT 2.0). Les informations sur les médias et sources d'information des communautés hôtes et communautés déplacées ont été recueillies à travers des entretiens formels et informels et une recherche documentaire approfondie. Les informations ont été collectées dans les régions de Ségou, Mopti et Tombouctou via les partenaires du projet au Mali, de RiT 2.0 au Mali, les organisations non gouvernementales (ONG) locales AMSODE et Doniblog. La cartographie des médias et sources d'information communautaire au Mali fait ressortir quatre catégories de médias et de sources d'information. Il s'agit notamment **des médias traditionnels (radios, TV, journaux), des communicateurs traditionnels (griots et crieurs publics), des réseaux sociaux en ligne et des réseaux basés sur la communication interpersonnelle de bouche à oreille à travers les interactions familiales et sociales (famille, parents, amis, connaissances, leaders communautaires et religieux).**

La littérature grise en général, l'Enquête démographique et de santé 2018 (EDS, Mali 2018) et une étude de la Fondation Friedrich Ebert « De l'utilisation des médias au Mali 2015 » présentent les radios comme la source d'information et le moyen de communication le plus accessible aux communautés. Ces études démontrent que neuf personnes interrogées sur dix ont accès à un poste de radio. Ce constat est notamment valable dans les zones rurales où l'accès à la télévision et à Internet reste limité. En Afrique de l'Ouest, 252 millions de personnes n'ont pas accès à internet et la radio reste une source d'information importante, surtout en zone rurale, aussi bien pour les communautés hôtes que pour les communautés déplacées. Les radios sont mobiles et permettent ainsi aux auditeurs d'écouter les émissions même en déplacement, au champ ou pendant les activités domestiques. Néanmoins, malgré la pertinence de ces analyses, les radios sont loin d'être les seules sources d'information au niveau communautaire : les griots et crieurs publics, les réseaux sociaux en ligne et les réseaux basés sur la communication

interpersonnelle ainsi que les acteurs humanitaires sont également d'importantes sources d'information (Analyse de l'écosystème de l'information, AEI Mali, 2021). La présente analyse identifie les sources/canaux d'information privilégiés et disponibles aux populations déplacées et aux communautés hôtes pour accéder à l'information et dialoguer avec elles.

Selon l'EDS 2018, en plus des agents de santé et des agents de santé communautaires, les médias sont devenus une des principales sources d'information de la population malienne sur les sujets généraux aussi bien que sur les questions de santé. En effet, la pluralité des médias offre des alternatives aux communautés pour puiser les informations dont elles ont besoin (Internews. AEI Mali, 2021). L'accès facile aux différentes formes de médias fait d'eux des outils incontournables de communication utilisés aussi bien par les Etats (pouvoirs publics), les politiques que par les acteurs humanitaires. Toutefois, cet accès n'est pas aussi évident pour les communautés déplacées à l'intérieur du pays.

Toute proportion gardée, on peut distinguer au Mali deux grandes catégories de sources d'information journalistiques ou non utilisant différents canaux : les médias dits traditionnels (radio, télévision, journaux) privés/publics, communautaires/confessionnels/commerciaux/locaux/nationaux ou internationaux (aussi parfois présents en ligne) et les médias sociaux (composés essentiellement de réseaux sociaux publics/privés, notamment Facebook, WhatsApp et dans une moindre mesure Twitter, Instagram et TikTok qui peuvent être utilisés autant pour la communication interpersonnelle que comme source d'information, mais aussi de médias en ligne, comme des sites de fact-checking, des webradios, web TV, des journaux en ligne, etc.). Par ailleurs d'autres sources d'information informelles existent au sein de chaque communauté, jouissant de la confiance de cette dernière. Selon plusieurs interviewés, **ils font davantage confiance à ces sources qu'aux médias. Ces sources d'information sont notamment les parents (la famille), les cercles d'amis, les leaders communautaires et reli-**



**gieux ainsi que les acteurs humanitaires** intervenant au sein des différentes communautés pour leur apporter de l'aide. La grande différence entre les sources d'information médiatiques et non médiatiques est le processus de traitement et de sélection des informations à diffuser ou à publier. Alors que les médias traditionnels sont souvent guidés et orientés par la vision, la philosophie et mêmes les ambitions de leur créateurs ou fondateurs, ils sont aussi en principe soumis aux règles déontologiques du journalisme ; les sources d'information informelles comme la communication par le bouche à oreille ne sont pas assujetties à de telles règles, et pourraient être considérées comme plus transparentes, plus proches des communautés, et donc bénéficier d'une plus grande confiance.

Selon un article publié sur [ritimo.org](http://ritimo.org) par Bathily Aliman (2022), l'avènement des radios a permis non seulement aux communautés d'avoir une source d'information, mais aussi de faire entendre



## II. RÉSUMÉ SOMMAIRE



leurs voix. La plupart des radios communautaires ou de proximité sont officiellement à but non lucratif mais ces radios vendent des prestations de services pour générer des revenus. Selon un directeur de radio interviewé, « *une radio, même communautaire, ne pourra jamais accomplir sa mission sans mener des activités qui permettent de générer des revenus supplémentaires. Les fondateurs des radios communautaires ne peuvent pas prendre les charges de fonctionnement de manière indéfinie. Donc, pour assurer nos salaires, il nous faut trouver des stratégies de pérennisation des revenus* » (Interview directeur de radio).

Selon d'autres médias communautaires interviewés à Bamako et à Ségou, les attentes de la communauté envers les médias sont fortes.

Les auditeurs des radios libres et des radios communautaires s'attendent, par exemple, à ce que ces radios développent et diffusent des émissions attractives et de divertissement. **Ainsi, la principale attente envers ces radios n'est pas l'information simple, formelle, ni l'information sur la santé ou la COVID-19 mais plutôt le divertissement.** Un animateur de médias communautaires affirme que les émissions de causeries sur les sujets d'actualité qui font le buzz sur les réseaux sociaux sont les plus demandées et les plus suivies par les auditeurs. Une forte demande existe aussi en faveur de la diffusion d'émissions musicales couplées avec l'antenne libre qui permet aux auditeurs d'appeler et de saluer les parents et amis. Les besoins d'information sur la santé et la COVID-19 sont

aussi exprimés par les communautés mais ils viennent après les deux premières demandes citées. **Cette demande en informations est plus forte au sein des communautés déplacées qui n'ont plus accès aux médias de leur zone de résidence habituelle. Elle tourne essentiellement autour de la sécurité, de la santé, de l'aide humanitaire et de l'éducation des enfants** (Internews. AEI Mali, 2021)

Selon cette analyse de l'écosystème de l'information réalisée en 2021, les sources d'information qui sont les plus utilisées, les plus accessibles et les plus crédibles selon les différentes communautés déplacées à Bamako, Sikasso, Ségou, Mopti et Tombouctou sont le réseau social/familial, les radios communautaires, les réseaux sociaux en ligne, les acteurs humanitaires et enfin les agents de santé. Les journaux (même en langues locales) sont les sources d'information les moins utilisées par les communautés. Les principales raisons de cette faible utilisation sont entre autres la difficulté d'accès à ces journaux (tirage et diffusion limités) et le faible taux d'alphabétisation en langues locales, mais aussi la forte culture d'oralité. Par ailleurs, il n'a pas été recensé de journal en langues locales sur les sites de déplacés.

Utilisant les résultats des différentes discussions et interviews, la présente analyse sur les médias et sources d'information a permis de proposer une classification dans le tableau 1 ci-contre. Les médias et les sources d'information ont été classés au niveau communautaire selon les critères suivants : la facilité d'accès, le degré de confiance de la communauté en la source, la pertinence des sujets discutés ou des informations transmises et la popularité de la source. La classification sur une échelle de 1 à 5 (1= faible ; 5= très forte) démontre la position de chaque média/source d'information selon les différentes personnes interviewées. Les messages et informations diffusés à travers ces sources sont ceux qui atteignent le plus grand nombre de personnes dans la communauté. Toutefois, il apparaît que certains fournisseurs d'information (notamment médiatiques) n'ont pas les ressources financières et humaines ni la capacité technique de fournir des informations vérifiées et de manière régulière à la communauté, malgré leur popularité. ■

MÉDIAS/SOURCES D'INFORMATION	FACILITÉ D'ACCÈS	CONFIANCE	PERTINENCE	POPULARITÉ	MOYENNE
RADIOS COMMUNAUTAIRES	★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	3.75
TV COMMUNAUTAIRES	★ ★	★ ★	★ ★	★ ★ ★ ★	2.5
JOURNAUX	★	★ ★	★	★	1.2
RÉSEAUX SOCIAUX COMMUNAUTAIRES*	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	5
RÉSEAUX SOCIAUX EN LIGNE	★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	4
CRIEURS PUBLICS OU COMMUNICATEURS TRADITIONNELS	★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★	3.5

\*Leaders communautaires et religieux, famille/parents, amis, connaissances

## II. MÉTHODOLOGIE

L'analyse qualitative utilisée est appuyée sur des interviews individuelles, des discussions informelles et une recherche bibliographique. Les interviews individuelles ont été réalisées au téléphone auprès de cinq informateurs clés (dont des leaders communautaires, experts des médias, auditeurs de radios, des personnes déplacées et des communautés hôtes) dans les régions de Ségou, Mopti et Tombouctou. Les interviews de Bamako ont été réalisées en présence physique (face à face). Des discussions informelles ont été organisées auprès

de neuf personnes dans les trois régions. Ces personnes ont été choisies de manière aléatoire. Les questions et points de discussion ont porté sur leur connaissance, leur perception et aussi leur appréciation des différentes sources d'information disponibles et accessibles dans leur communauté. Les questions et points de discussion n'ont pas spécifiquement mentionné le nom « médias ». Ce choix méthodologique se justifie par le souci de ne pas limiter les réponses et les discussions aux médias traditionnels et, de ce fait, biaiser en amont les réponses des personnes interviewées.

La première question d'introduction des discussions et des interviews était la suivante : **Quelles sont les sources à travers lesquelles vous recevez les informations dans votre communauté ?** Les discussions et interviews n'ont pas été enregistrées pour cette analyse mais des notes ont été prises pendant les échanges. L'analyse des données a été faite manuellement. Les données ont été collectées par les organisations locales partenaires (AMSODE et Doniblog) de Rooted in Trust 2.0 et par le responsable de recherche. ■



### III. RÉSULTATS

Cette analyse n'est pas exhaustive et les résultats ne peuvent pas être généralisés au-delà des lieux où les données ont été collectées. Les données présentées indiquent des tendances globales selon les différentes réponses recueillies. Les résultats présentés dans cette section proviennent essentiellement de trois sources : une recherche bibliographique, une collecte de données auprès des médias dans les régions de Mopti, Ségou et Tombouctou et des interviews individuelles d'informateurs clés des régions citées. Ces informateurs clés ont fourni des informations sur les sources d'information existant dans leur communauté, les médias disponibles et accessibles ainsi que l'importance de chaque catégorie de médias et de sources d'information pour la communauté en général et pour les personnes déplacées en particulier. ■





#### 3.1. DÉFINITION DES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES

Les médias communautaires sont essentiellement des médias conçus par la communauté pour la communauté, quelle que soit la ligne éditoriale de leurs contenus, polémiques ou contestataires éventuellement. Par conséquent, les médias communautaires sont détenus et contrôlés par la communauté, font entendre les voix de la communauté, y compris les moins audibles habituellement, et encouragent la diversité, la créativité et la participation. Les médias communautaires garantissent le pluralisme des médias, la diversité des contenus et la représentation des différents groupes et intérêts d'une société. En outre, ils encouragent également l'ouverture du dialogue et la transparence de l'administration au niveau local. Ils sont fondés sur les notions de droit du public à l'information, de partage d'expériences et d'informations (Medrado, 2007). Berger (1996) a fait valoir que les chercheurs devaient être rigoureux lorsqu'ils se réfèrent aux médias communautaires afin de distinguer ce secteur d'autres tels que les médias de base, les médias participatifs, les médias alternatifs, les médias démocratiques, les médias locaux, avec lesquels les médias communautaires sont souvent vaguement confondus. Berger (1996) a décrit les caractéristiques des médias communautaires comme suit :

- Appropriation et contrôle : par la communauté à travers ses représentants ;
- À but non lucratif : la propriété et l'objectif doivent être à but non lucratif mais cela n'interdit pas de rechercher une viabilité commerciale ;
- Accessibilité : à la communauté ;
- Type de communauté : groupe géographique ou d'intérêt
- Critère politique : desservir les communautés défavorisées (géographiques ou groupes). ■

#### 3.2. LES RADIOS COMMUNAUTAIRES, DES ALLIÉES EN PREMIÈRE LIGNE DANS LA COMMUNICATION SUR LA COVID-19

Les radios communautaires sont des acteurs importants pour l'information des communautés déplacées sur les services disponibles, l'assistance humanitaire ou encore les risques sanitaires, mais également pour faire entendre et répondre aux préoccupations de celles-ci. Pendant la pandémie de la COVID-19 au Mali, les radios communautaires ont joué un rôle de premier plan dans l'information des communautés. Toutefois, même si les messages étaient diffusés régulièrement sur les différentes radios, l'étude de l'écosystème de l'information (Internews, 2021) a démontré qu'il existe d'autres sources et fournisseurs d'informations plus accessibles et plus crédibles aux yeux des communautés en général et des communautés déplacées en particulier. Les messages diffusés par les radios communautaires proviennent essentiellement du ministère de la Santé et du Développement Social et des partenaires techniques et financiers qui développent des campagnes de communication à travers les radios. Ce partenariat avec les radios a permis une diffusion continue des messages sur la COVID-19. La revue documentaire n'a pas identifié d'étude ou de recherche à ce jour qui détermine l'impact ou même l'effet de cette communication des radios sur les comportements de la population face à la COVID-19. Il est toutefois évident, selon les acteurs de médias, qu'ils ont joué un rôle important dans la communication sur la COVID-19. Cependant, le rôle des radios pendant la pandémie n'a pas toujours été positif selon l'AEI. En effet, il est apparu que les radios ont aussi joué, involontairement, un rôle dans la propagation des rumeurs sur la COVID-19. L'un des constats de cette étude est que malgré la multiplication des messages à travers les radios, ils ont eu peu d'impact sur les communautés déplacées. Les raisons principales qui expliqueraient ce faible impact sont : a) les radios en général ne sont pas les premières sources d'information des

communautés déplacées, b) les radios ne sont pas toujours accessibles aux personnes déplacées internes (PDI), c) les langues de diffusion des messages ne sont pas toujours adaptées aux PDI. Les questions autour des canaux, des formats de produits d'information et des langues utilisés, ou encore des sujets ou approches de communication doivent être également

prises en compte pour comprendre l'influence, la confiance et l'impact potentiel des radios dans l'écosystème informationnel des communautés, notamment des PDI. Selon une publication du PNUD en 2020, l'Afrique ne fait pas exception à la vague de désinformation et au manque d'informations sur la COVID-19, malgré l'utilisation massive des radios. ■



### III. RÉSULTATS



#### 3.3. LES JOURNAUX

Les journaux communautaires peuvent être des journaux à grand tirage, que l'on retrouve dans une ville et pour lesquels les gens paient. Ils constituent un véhicule idéal pour promouvoir des activités au niveau local et obtenir de l'information. Selon certaines sources interviewées, les journaux communautaires peuvent offrir un grand potentiel pour l'information des communautés selon le contexte. Cependant au Mali, les journaux communautaires ont un impact limité sur la population et sur les communautés déplacées à cause de l'ampleur de l'analphabétisme surtout au niveau rural. L'EDS atteste que seulement 28% des femmes et 47% des hommes sont alphabétisés. La même étude constate que deux tiers des femmes de 15-49 ans (66 %) n'ont aucun niveau d'instruction (EDS Mali 2018). Au Mali, il n'existe pas de journaux gratuits à part les journaux du Pari Mutuel Urbain (PMU), qui ne sont pas des journaux d'information. ■

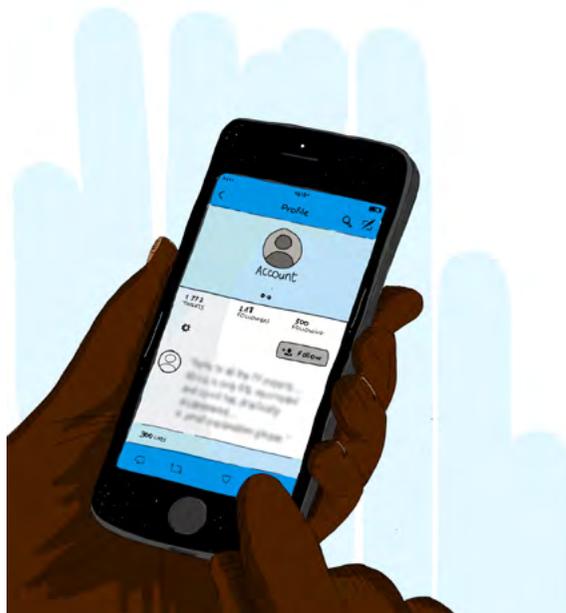
#### 3.4. LES TÉLÉVISIONS

Il existe au Mali plusieurs télévisions privées. Elles sont très souvent à but lucratif à l'exception des chaînes de télévision religieuses. Ces télévisions privées ne répondent pas vraiment à la définition de médias communautaires, non seulement du fait de leur caractère lucratif mais aussi de leurs procédures de création et de gestion. Ce ne sont pas des outils créés et gérés par la communauté mais plutôt par des individus ou groupes d'individus pour en tirer profit.

La télévision fait partie de l'équipement normal de chaque foyer malien, même en milieu rural. Selon l'EDS 2018, à Bamako, seulement 5% de la population n'a pas accès à la télévision, alors que 84% de la population des régions urbaines

ont accès, contre 60,3 % en milieu rural. La plupart des chaînes de télévision émettent à Bamako. La réception du signal est limitée dans de nombreuses régions du pays et, lorsqu'il y a du signal, le manque d'électricité peut devenir un problème. Les populations déplacées ont un accès très limité à la télévision à cause de leurs conditions de vie. En effet, les sites de déplacés ne sont pas généralement desservis en électricité permettant d'alimenter la télévision. En plus, l'accès aux chaînes TV au Mali est conditionné à un abonnement mensuel à un fournisseur. Le fournisseur le plus connu est Canal + et le coût minimum d'un abonnement est de 5000 francs par mois, soit environ \$10. Ceci représente une dépense supplémentaire pour les populations déplacées. ■





### 3.5. LES RÉSEAUX SOCIAUX EN LIGNE

Selon l'Organisation internationale pour les migrations (OIM, 2020), en Afrique de l'Ouest, 252 millions de personnes n'ont pas accès à internet. Malgré tout, l'OIM constate qu'avec 63,4% de taux de pénétration d'internet au Mali, les réseaux sociaux sont la forme la plus populaire de communication en ligne. Selon Internet World Stats, Facebook est le favori, avec 1,6 million d'utilisateurs (2021). Bembere, une plateforme de jeunes blogueurs en ligne, rapporte que les jeunes préfèrent être sur les réseaux sociaux, tandis que les générations plus âgées préfèrent toujours le courrier électronique. Twitter et WhatsApp ont une grande popularité tant à Bamako que dans les capitales régionales. Presque chaque communauté, village, association et fraternité a un groupe WhatsApp ou Facebook sur lequel sont partagées les nouvelles sur les cérémonies sociales, les offres commerciales et les événements politiques. Les groupes WhatsApp sont devenus actuellement l'espace le plus utilisé par les jeunes pour relayer les messages et les informations, selon messenger

people 2019 ([www.messengerpeople.com](http://www.messengerpeople.com)).

Les Maliens utilisent de plus en plus les médias sociaux dans de nombreux domaines, notamment la sécurité, la santé, l'éducation, les événements, la politique, la publicité et même la religion. Bien que ces réseaux facilitent le partage d'informations, leurs contenus manquent encore de crédibilité aux yeux de nombreux utilisateurs. Cela est principalement dû au manque de bonnes pratiques en ligne, au vide législatif qui les entoure et à l'absence d'instruments de suivi des abus (AEI, 2021). Selon certains interviewés, le phénomène des utilisateurs ayant de nombreux profils ou même de fausses identités (se faisant passer pour des stars du football, des chanteurs, des personnalités politiques et religieuses) est assez courant au Mali, y compris des faux profils de médias sociaux avec des photos de femmes attirantes pour arnaquer les utilisateurs masculins. Cela crée une certaine méfiance envers les médias sociaux. ■

### 3.6. LES RÉSEAUX SOCIAUX TRADITIONNELS/LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

Les réseaux sociaux traditionnels sont constitués de membres de la famille, des amis (grins), des camarades d'âge, etc. La communication interpersonnelle joue un rôle essentiel au sein des communautés au Mali à travers ces réseaux. La situation est la même pour les communautés déplacées. Les messages et les informations sont relayés par le bouche-à-oreille entre les différents membres de la famille, entre amis, ou entre camarades de la même classe d'âge et ces messages ont une forte capacité de persuasion. A la suite des interviews, il ressort que les membres de la famille croient davantage à un message qui provient d'un parent. Dans la plupart des cas, il n'est pas question de chercher à vérifier la véracité du mes-

sage mais on se base sur la relation de confiance entre les membres de la famille pour accepter et valider le message ou l'information. Il faut noter ici l'existence d'un risque élevé de fausses informations et de rumeurs dans la diffusion des messages.

Chez les jeunes, le grin (espace de rencontre régulier de camarades d'âge) est un lieu important de communication interpersonnelle pour le partage des informations et des messages autour d'un thé. En revanche, le grin permet davantage de discussions et de contradictions entre les membres de la communauté.

Un autre réseau social qui joue un rôle important dans la com-

munication et la diffusion des messages est celui des lieux de culte. Les leaders religieux sont actuellement des acteurs incontournables dans la communication au sein des communautés. Ils sont sollicités à chaque fois qu'il y a un besoin de communiquer ou de faire passer les messages sur des sujets sensibles ou controversés. Les acteurs humanitaires - les ONG et les services étatiques - ont, par exemple, utilisé ces réseaux pour la communication sur la planification familiale, l'excision, le VIH SIDA, la COVID-19, etc.

Les réseaux sociaux traditionnels fonctionnent aussi au sein des populations déplacées du fait qu'on retrouve les membres de la même famille et du même village sur un même site de déplacés. ■

### III. RÉSULTATS

#### 3.7. LES COMMUNICATEURS TRADITIONNELS

Le Mali est un pays de forte tradition orale. La communication avec les communautés est confiée aux griots et autres hommes de caste (des groupes sociaux spécifiques dans lesquels la parole ne connaît pas de tabous). Les communicateurs traditionnels sont encore des vecteurs importants dans la transmission des messages au niveau communautaire. Ces acteurs ne sont pas des producteurs de messages mais ils sont plutôt des relais par qui les différentes autorités passent pour transmettre les messages. Dans la transmission de ces messages, ces communicateurs traditionnels utilisent différents outils comme des tam-tams (instrument traditionnel

de musique africaine utilisé principalement pendant les cérémonies et fêtes traditionnelles) ou des haut-parleurs pour diffuser les informations dans les villages ou communautés. Les communicateurs traditionnels sont organisés en réseau au Mali : le Réseau des Communicateurs Traditionnels du Mali (ReCoTram), avec des démembrements au niveau des différentes régions du pays. Malgré le développement fulgurant d'autres moyens de communication comme les médias et les réseaux sociaux, les communicateurs traditionnels jouent encore un rôle important et restent des sources d'information, surtout dans les communautés rurales. ■



#### 3.8. ACCÈS DES COMMUNAUTÉS DÉPLACÉES AUX MÉDIAS COMMUNAUTAIRES

L'étude menée sur l'écosystème d'information (2021) a démontré que les communautés déplacées ont un accès limité aux informations dont elles ont besoin. « *Nous n'avons pas suffisamment accès aux informations dont nous avons besoin* » (Focus groupe femmes PDI, 2021). Les interviews et discussions tenues pendant cette analyse font ressortir que certaines communautés déplacées n'ont pas du tout accès aux médias ni aux autres sources d'information de leurs lieux de résidence d'origine. C'est le cas notamment des déplacés sur les sites de Bamako et des alentours de Bamako, comme Senou. Ceci est surtout valable pour ceux qui viennent des régions du centre et du nord. Les déplacés de Mopti, Ségou et Sikasso ont un accès limité aux radios communautaires de leurs localités d'origine à cause de la limitation des rayons de couverture des radios communautaires.

Les déplacés internes qui possédaient des radios dans leurs villages d'origine se sont déplacés avec leurs postes récep-

teurs, en général, pendant leurs mouvements. Selon un PDI, les radios et les téléphones font partie des objets faciles et importants à emmener au moment de leur déplacement. Sur tous les sites explorés pendant cette analyse, les entretiens révèlent que la possession des radios par les déplacés ne garantit pas pour autant leur accès aux informations désirées et ce constat ressort aussi de l'AEI. En effet, il n'y aurait pas suffisamment d'informations ou d'émissions notamment de santé qui ciblent directement les communautés déplacées. Certains déplacés, (même ceux qui ont des radios) utilisent très fréquemment le téléphone pour écouter la radio. Ils ont accès aux radios de proximité couvrant leur site à travers le téléphone. Les radios diffusent des messages et des émissions pour le public en général. Aucune radio communautaire n'a été identifiée comme produisant des émissions ou des messages adaptés aux déplacés. Les réseaux sociaux sont aussi devenus

une source d'information importante des communautés déplacées. En effet, des groupes WhatsApp et Facebook permettent aux déplacés ayant les moyens de s'offrir un téléphone intelligent de chercher les informations dont ils ont besoin. Les communicateurs traditionnels et les journaux communautaires ne sont pas présents sur les sites de déplacés.

Les nouvelles sources d'information qu'utilisent les déplacés sont essentiellement les ONG et intervenants humanitaires, les parents et les amis qui viennent leur rendre visite et les communautés hôtes. Ces sources d'information de proximité semblent répondre au manque d'information des PDI. Les déplacés qui vivent avec les communautés hôtes (dans les familles) ont accès à la télévision lorsque la famille est équipée d'un téléviseur. Quant aux déplacés vivant sur les sites de déplacés, ils ont rarement accès à la télévision comme source d'information. ■

## CARTOGRAPHIE DES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES AU MALI

### I. Tombouctou

#### STATIONS DE RADIOS

N°	RADIO	LIEU	FRÉQUENCE	PERSONNE DE CONTACT	CONTACTS (+223)	TROIS PRINCIPALES LANGUES	LANGUE PRINCIPALE
01	TAHANINT	HAMMABANGOU	101.4	ISMAEL YATTARA	92115144	FRANÇAIS, TAMASHEQ, SONGHAÏ	SONGHAÏ
02	BOUCTOU	DJINGAREY BER	98.6	OUSMANE CISSÉ	76060747	FRANÇAIS, SONGHAÏ, TAMASHEQ	SONGHAÏ
03	JAMANA	SANKORÉ	91.4	ALHOUSSEINI ALHADJI	76697231	FRANÇAIS, SONGHAÏ, TAMASHEQ	SONGHAÏ
04	AL-FAIDA	SANS-FIL	93.50	MODIBO KEITA	75038181	FRANÇAIS, SONGHAÏ, BAMBARA	BAMBARA
05	LAFIA	DJINGAREY BER	94.60	MODIBO KEITA	66912800	FRANÇAIS, SONGHAÏ, BAMBARA	TAMASHEQ
06	FRÉQUENCE SANTÉ	HAMMABANGOU	92.1	BOUBACAR DJITTEYE	76223891	FRANÇAIS, SONGHAÏ, TAMASHEQ	SONGHAÏ

- **NOM DE LA RADIO** : Tahanint FM
- **LIEU** : Hammabangou
- **FRÉQUENCE** : 101.4
- **COUVERTURE** : 100 Km de rayon de diffusion
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhaï, tamasheq, peulh, arabe, maure
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : World Vision, CVJR
- **CONTACT** : Ismael Yattara, 92 11 51 44

- **NOM DE LA RADIO** : Bouctou FM
- **LIEU** : Djingarey Ber
- **FRÉQUENCE** : 98.6
- **COUVERTURE** : 100 Km de rayon de diffusion
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhaï, tamasheq, peulh, arabe, maure
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : Pas de partenaire
- **NOTES** : La radio appartient à la commune urbaine de Tombouctou
- **CONTACT** : Ousmane Cissé, 76 06 07 47, cisseoussou106@gmail.com

- **NOM DE LA RADIO** : Jamana FM
- **LIEU** : Sankoré
- **FRÉQUENCE** : 91.4
- **COUVERTURE** : 120 Km de rayon de diffusion
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhaï, tamasheq, peulh, arabe, maure
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : NRC, IMC, Plan Mali, Handicap International
- **NOTES** : Cette radio fait partie d'une coopérative de 11 stations de radio à travers le Mali dont le président se nomme Hamidou Konaté résidant à Bamako.
- **CONTACT** : Alhousseini Alhadji, 76 69 72 31, tombjamana@yahoo.fr

- **NOM DE LA RADIO** : Al-Faïda FM
- **LIEU** : Quartier Sans-fil
- **FRÉQUENCE** : 93.50
- **COUVERTURE** : 100 Km de rayon de diffusion
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhaï, tamasheq, peulh, arabe, maure, bambara
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : Plan Mali, Handicap International
- **CONTACT** : Modibo Keita, 75 03 81 81

- **NOM DE LA RADIO** : Lafia FM
- **LIEU** : Djingarey Ber
- **FRÉQUENCE** : 94.60
- **COUVERTURE** : 180 Km de rayon de diffusion
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhaï, tamasheq, peulh, arabe, maure, bambara
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : AMSS, Plan Mali, Handicap International
- **NOTES** : Une radio communautaire dirigée par Modibo Keita dit van
- **CONTACT** : Modibo Keita, 75 03 81 81

- **NOM DE LA RADIO** : Fréquence Santé FM
- **LIEU** : Hammabangou
- **FRÉQUENCE** : 92.1
- **COUVERTURE** : 80 Km de rayon de diffusion
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhaï, tamasheq, peulh, arabe, maure, bambara
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : pas de partenaire
- **NOTES** : Radio régionale de Renouveau TV
- **CONTACT** : Boubacar Djitteye, 76 22 38 91, djitteye.boubacar@yahoo.fr





## STATIONS DE TÉLÉVISION (TV)

N°	TV	LIEU	PERSONNE DE CONTACT	CONTACTS (+223)	TROIS PRINCIPALES LANGUES	LANGUE PRINCIPALE
01	ORTM	HAMMABANGOU	NAJIM BABA CISSÉ	79427350	ARABE, SONGHAÏ, TAMASHEQ	FRANÇAIS
02	ALAFIA	ABARADJOU	OUMAR MAHAMANE DEDEOU	79346331	ARABE, SONGHAÏ, TAMASHEQ	FRANÇAIS
03	RENOUVEAU	SANKORÉ	BOUBACAR DJITTEYE	76223891	ARABE, SONGHAÏ, TAMASHEQ	FRANÇAIS

- **NOM DE LA TV** : Alafia TV
- **LIEU** : Abaradjou
- **COUVERTURE** : 200 Km radius
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhoy, tamasheq, peul, arabe, maure, bambara
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : pas de partenaire
- **CONTACT** : Oumar Mahamane Dedeou, 79 34 63 31, oumarmde-  
deou2006@gmail.com

- **NOM DE LA TV** : Renouveau TV
- **LIEU** : Sankoré
- **COUVERTURE** : 234 sur canal
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : français, songhoy, tamasheq, peul, arabe, maure, bambara
- **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES** : pas de partenaire
- **CONTACT**: Boubacar Djitteye, 76 22 38 91, djitteye.boubacar@yahoo.fr

## II. Ségou

### STATIONS DE RADIOS

N°	RADIO	LIEU	FRÉQUENCE	PERSONNE DE CONTACT	CONTACTS (+223)	TROIS PRINCIPALES LANGUES	LANGUE PRINCIPALE
01	FOKO	SÉGOU	1080.8	DAOUDA COULIBALY	66723958	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
02	MAYA	SÉGOU	98.00	GATA BAH	64682727	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
03	SANIYA	SÉGOU	105	BANDIOUGOU DANTÉ	66723996	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
04	SIKORO	SÉGOU	106.2	MADOU N'DIAYE	66672864	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
05	GUINTAN	SÉGOU	92.5	ADAMA SÉNOU	66984948	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
06	KOLON FM	NIONO	103.0	MOHAMED FOFANA	79194477	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
07	CIÈSIRI	NIONO	89.0	AMINATA CISSÉ KEITA	77 47 15 48 / 67 47 15 48 CISSEKEI-TACIESIR@YAHOO.FR	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
08	MANDI	MACINA	105.5	NA KARABENTA	75 10 34 06 / 66 39 07 05 RADIOMANDI100.5@GMAIL.COM	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA
09	RADIO RURALE	MACINA	91.6	OUSMANE KALIL MAIGA	66 51 44 10 / 79 12 98 67 MAIGAOUSMANEKALILI@YAHOO.FR	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	BAMBARA



- **NOM DE LA RADIO :** Foko

■ **LIEU :** Ségou

■ **FRÉQUENCE :** 1080.8

■ **COUVERTURE :** 70 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** Enda Tiers Monde ; Internews, ASDAP, AMAPROS.

■ **CONTACT :** Daouda Coulibaly : 66723958
- **NOM DE LA RADIO :** Maya

■ **LIEU :** Ségou

■ **FRÉQUENCE :** 98.00

■ **COUVERTURE :** 60 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** Enda Tiers Monde ; Care international, ASDAP, AMAPROS.

■ **CONTACT :** Gata BAH : 64 68 27 27
- **NOM DE LA RADIO :** Saniya

■ **LIEU :** Ségou

■ **FRÉQUENCE :** 105

■ **COUVERTURE :** 70 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** Enda Tiers Monde ; Care international, ASDAP, EDUCO.

■ **CONTACT :** Bandiougou Danté Tel : 66 72 39 96 / 76 13 29 84
- **NOM DE LA RADIO :** Sikoro

■ **LIEU :** Ségou

■ **FRÉQUENCE :** 106.2

■ **COUVERTURE :** 60 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** Enda Tiers Monde ; Care international, ASDAP, EDUCO.

■ **CONTACT :** Madou N'diaye Tel : 66 67 28 64
- **NOM DE LA RADIO :** Guintan

■ **LIEU :** Ségou

■ **FRÉQUENCE :** 92.5

■ **COUVERTURE :** 40 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** Pas de partenaire.

■ **CONTACT :** Adama SENOU Tel : 66 98 49 48 / 76 29 37 59
- **NOM DE LA RADIO :** Kolon FM

■ **LIEU :** Niono

■ **FRÉQUENCE :** 103

■ **COUVERTURE :** 40 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** ONG ALIMA, SOL-INT.

■ **CONTACT :** Mohamed Fofana Tel : 21 72 18 77 / 79 19 44 67
- **NOM DE LA RADIO :** Cièsiri

■ **LIEU :** Niono

■ **FRÉQUENCE :** 89.0

■ **COUVERTURE :** 75 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** ONG ALIMA, SOL-INT, AMAPROS.

■ **CONTACT :** Aminata Cissé Keita Tel : 77 47 15 48 / 67 47 15 48 cissekeitaciesir@yahoo.fr
- **NOM DE LA RADIO :** Mandi

■ **LIEU :** Macina

■ **FRÉQUENCE :** 105.5

■ **COUVERTURE :** 60 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** AMAPROS, AMASSA.

■ **CONTACT :** Na Karabenta Tel : 75 10 34 06 / 66 39 07 05 radiomandi100.5@gmail.com
- **NOM DE LA RADIO :** Radio Rurale

■ **LIEU :** Macina

■ **FRÉQUENCE :** 91.6

■ **COUVERTURE :** 60 km

■ **LANGUES LOCALES UTILISÉES :** bambara, peulh

■ **COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :** AMAPROS, TDH.

■ **CONTACT :** Ousmane Kalil Maiga Tel: 66 51 44 10 / 79 12 98 67 maigaousmanekalili@yahoo.fr



## STATIONS DE TÉLÉVISION (TV)

RÉGIONS	TV	LIEU	PERSONNE DE CONTACT	CONTACTS (+223)	TROIS PRINCIPALES LANGUES	LANGUE PRINCIPALE
SÉGOU	SÉGOU MÉDIAS	SÉGOU	MAMADOU SOGOBA	78627226	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	FRANÇAIS
SÉGOU	RENOUVEAU TV	SÉGOU	MAMADOU LAMINE SOGOBA	76243350	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	FRANÇAIS
SÉGOU	SÉGOU TV	SÉGOU	MOUSSA MAIGA	83282733	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	FRANÇAIS
SÉGOU	BALAZAN INFO	SÉGOU	GAOUSSOU DIAKITÉ	76046264	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	FRANÇAIS
SÉGOU	SÉGOU CITOYENS	SÉGOU	GUIDJILLAYE	75020955	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	FRANÇAIS
SÉGOU	SÉGOU24	SÉGOU	AMADOU DAOU	76658299	BAMBARA, PEULH, FRANÇAIS	FRANÇAIS

- **NOM DE LA TV** : Ségou Médias
- **LIEU** : Ségou
- **COUVERTURE** : Sur toute l'étendue du territoire et au-delà
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : bambara, peulh
- **COLLABORATION AVEC LES AGENCES HUMANITAIRES** : TDH, AMSODE, Care international, EDUCO, AMAPROS, GAAS, AMASSA
- **CONTACT** : Mamadou Sogoba Tel : 78627226

- **NOM DE LA TV** : Renouveau TV
- **LIEU** : Bamako, Ségou
- **COUVERTURE** : Sur toute l'étendue du territoire et au-delà
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : bambara, peulh
- **COLLABORATION AVEC LES AGENCES HUMANITAIRES** : TDH, AMSODE, Care international, EDUCO, AMAPROS, GAAS, AMASSA
- **CONTACT** : Mamadou Lamine Sogoba Tel : 76243350

- **NOM DE LA TV** : Ségou TV
- **LIEU** : Ségou
- **COUVERTURE** : Sur toute l'étendue du territoire et au-delà
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : bambara, peulh
- **COLLABORATION AVEC LES AGENCES HUMANITAIRES** : TDH, AMSODE, Care international, EDUCO, AMAPROS, GAAS, AMASSA
- **CONTACT** : Moussa Maiga Tel : 83282733

- **NOM DE LA TV** : Balanzan Info
- **LIEU** : Ségou
- **COUVERTURE** : Sur toute l'étendue du territoire et au-delà
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : bambara, peulh
- **COLLABORATION AVEC LES AGENCES HUMANITAIRES** : EDUCO, AMAPROS, GAAS, AMASSA
- **CONTACT** : Gaoussou Diakité Tel : 76046264

- **NOM DE LA TV** : Ségou Citoyen
- **LIEU** : Ségou
- **COUVERTURE** : Sur toute l'étendue du territoire et au-delà
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : bambara, peulh
- **COLLABORATION AVEC LES AGENCES HUMANITAIRES** : EDUCO, AMAPROS, GAAS
- **CONTACT** : Guidjillaye Tel : 75020955

- **NOM DE LA TV** : Ségou 24
- **LIEU** : Ségou
- **COUVERTURE** : Sur toute l'étendue du territoire et au-delà
- **LANGUES LOCALES UTILISÉES** : bambara, peulh
- **COLLABORATION AVEC LES AGENCES HUMANITAIRES** : Care international, GAAS, AMASSA
- **CONTACT** : Amadou Tel : 76658299



■ **JOURNAUX :**  
**LA VOIX DE BALANZAN :** Mamadou  
 Tel : 66882446  
**DELTA TRIBUNE :** Modibo Oumar  
 Coulibaly Tel : 76085225  
**SÉGOU TYEN :** Madou Diallo  
 Tel : 75460419

■ **RÉSEAUX SOCIAUX :**  
**SÉGOU EN LIGNE :** Madou Diallo  
 Tel : 75460419

■ **AUTRES MÉDIAS LOCAUX  
 (COMMUNICATEURS  
 TRADITIONNELS)**

**SÉGOU VILLE :**  
**Fajdem :** Bedy Tel : 78237806  
**RECOTRADE :** Diabaté Tel :  
 66724339  
**Coordination des chefs de villages :**  
 Barou Tel : 76055297

**NIONO :**  
**RECOTRADE :** Modibo Sissoko  
 Tel : 73949889  
**Coordination des chefs de villages :**  
 Boubacar Samake Tel : 79239509

**MACINA :**  
**RECOTRADE :** Vincent de Paul Zallé  
 Tel : 79108766

### III. Mopti

#### STATIONS DE RADIOS

N°	RADIO	ADRESSE	FRÉQUENCE	PERSONNE DE CONTACT	CONTACTS (+223)	LANGUES	LANGUE PRINCIPALE
01	DJAMANA	KOMOGUEL 2, MOPTI	98.3	OUMAR DIABATÉ	76014734	BAMBARA, BOZO, PEULH	BAMBARA
02	SANGHA	KOMOGUEL 2, MOPTI	91.2	MOUSSA BENGALY	66666166	PEUL, TAMASHEQ, BOBO, BOZO, DOGON, BAMBARA	BAMBARA
03	KELEYA	KOMOGUEL 2, MOPTI	104.4	GAOUSSOU KOUMA	66728632	PEUL, TAMASHEQ, BOBO, BOZO, DOGON, BAMBARA, SONGHAÏ	BAMBARA
04	BARA MUSOW	SEVARE	101.8	DJENEBA SISSOKO	69205781	PEUL, TAMASHEQ, BOBO, BOZO, DOGON, BAMBARA, FRANÇAIS	BAMBARA
05	KOUNARI	SEVARE	105.4	KARAM MOUNKORO	66867515	PEUL, TAMASHEQ, BOBO, BOZO, DOGON, BAMBARA, FRANÇAIS	BAMBARA
06	TOLERANCE	MOPTI, KOMOGUEL 2	99.5	SOULEYMANE DIALLO	63101212	PEUL, TAMASHEQ, BOBO, BOZO, DOGON, BAMBARA	BAMBARA
07	ORONA	KORO	93.2	HAMA GUINDO	79358343	DOGON, PEULH, BAMBARA	DOGON
08	SENDJERE	KORO	95.6	ADAMA G TOLO	75204412	DOGON, PEULH, BAMBARA	DOGON
09	BOGUIROBEROU	KOPORONA	100.5	ALIDJI CISSÉ	66081463	DOGON, PEULH, BAMBARA	DOGON





- |  |  |   |  |  |   |   |  |  |
|--|--|---|--|--|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Djamana</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Komoguel 2, Mopti</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 98.3</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 120 km de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> OCHA, ODI SAHEL, WHH, RGFP</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Sangha</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Komoguel 2, Mopti</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 91.2</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 80 km de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> ????</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> CICR, CROIX ROUGE, GENEVE</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Keleya</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Mopti, Komoguel 2</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 104.4</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 80 km de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> bambara, peulh, tamasheq, bobo, bozo, dogon, bambara, français</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Bara Musso</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Sevare</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 101.8</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 80 km de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> bambara, peulh, tamasheq, bobo, bozo, dogon, bambara, français</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> CARE International, AFRIQUE VERT, HCR, CROIX ROUGE, MINUSMA</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Kounari</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Sevare</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 105.4</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 120 km de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> bambara, peulh, tamasheq, bobo, bozo, dogon, bambara, français</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> MUTUALITE</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Tolerance</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Mopti, Komoguel 2</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 99.5</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 80 km de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> bambara, peul, tamasheq, bobo, bozo, dogon, bambara, mossi</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> World Vision, ACEF, AEDEM</li> <li>■ <b>NOM ET CONTACT :</b> Hama Guindo 79358343</li> <li>■ <b>EMAIL :</b> hama2011@yahoo.fr</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Orona</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Koro</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 93.2</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 100 km carré de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> dogon, peulh, bamanan, mossi</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> World Vision, ACEF, AEDEM, Search for Common Ground</li> <li>■ <b>NOM ET CONTACT :</b> Moussa Niangaly 75204412</li> <li>■ <b>EMAIL :</b> moussaanaye@gmail.com</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Sendjere</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Koro</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 95.6</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 50 km carré de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> dogon, peulh, bamanan, mossi</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> World Vision, ACEF, AEDEM, Search for Common Ground</li> <li>■ <b>NOM ET CONTACT :</b> Alidji Cissé 66081463</li> <li>■ <b>EMAIL :</b> mmedine73@gmail.com</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM DE LA RADIO :</b> Boguirouberou</li> <li>■ <b>ADRESSE :</b> Koporona</li> <li>■ <b>FRÉQUENCE :</b> 100.5</li> <li>■ <b>COUVERTURE :</b> 50 km carré de rayon de diffusion</li> <li>■ <b>LANGUES LOCALES UTILISÉES :</b> Dogon, peulh, bamanan, mossi</li> <li>■ <b>COLLABORATION AVEC LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES :</b> World Vision, ACEF, AEDEM, Search for Common Ground</li> <li>■ <b>NOM ET CONTACT :</b> Alidji Cissé 66081463</li> <li>■ <b>EMAIL :</b> mmedine73@gmail.com</li> </ul> |
|--|--|---|--|--|---|---|--|--|

- |  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM PAGE</b></li> <li>■ <b>FACEBOOK :</b> Media A</li> <li>■ <b>PERSONNE CONTACT :</b> Mama Guindo</li> <li>■ <b>CONTACT :</b> 75923321</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM PAGE</b></li> <li>■ <b>FACEBOOK :</b> Mediafrica-Mali</li> <li>■ <b>PERSONNE CONTACT :</b> Mohamed Doumbia</li> <li>■ <b>CONTACT :</b> 97588880</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM PAGE</b></li> <li>■ <b>FACEBOOK :</b> Mopti info 24</li> <li>■ <b>PERSONNE CONTACT :</b> Oumar TOURE</li> <li>■ <b>CONTACT :</b> 76040538</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>NOM PAGE</b></li> <li>■ <b>FACEBOOK :</b> Voix de Mopti</li> <li>■ <b>PERSONNE CONTACT :</b> Yacouba Drame</li> <li>■ <b>CONTACT :</b> 74482360</li> <li>■ <b>COMMUNICATRICE TRADITIONNELLE</b></li> <li>■ <b>PERSONNE CONTACT :</b> Fanta Bathily</li> <li>■ <b>CONTACT :</b> 82342800</li> </ul> |
|--|--|--|--|

# RÉFÉRENCES

1. Partnership for healthy cities (2020), Principes sur la communication des risques et les situations de crise [https://cities4health.org/assets/library-assets/risk-and-crisis-communication-principles\\_fr.pdf](https://cities4health.org/assets/library-assets/risk-and-crisis-communication-principles_fr.pdf)
2. Institut de santé publique du Québec (2015) [https://ccnpps-nchpp.ca/docs/2015\\_TC\\_KT\\_MediasSociauxSP\\_fr.pdf](https://ccnpps-nchpp.ca/docs/2015_TC_KT_MediasSociauxSP_fr.pdf)
3. Frédéric Ketterer (2013), La production des campagnes médiatiques de santé publique : une dialectique entre normalisation des comportements collectifs et appel à la responsabilisation individuelle. <https://journals.openedition.org/socio-logos/2775>
4. IRFC (2014), Sensibilisation et éducation du public à la réduction des risques de catastrophe : un guide [https://www.preventionweb.net/files/61592\\_1270200sensibilisationeducationpubl.pdf](https://www.preventionweb.net/files/61592_1270200sensibilisationeducationpubl.pdf)
5. UN, Département de la communication globale (2020), COVID-19 : la communication, outil de riposte des missions de paix de l'ONU <https://www.un.org/fr/%C3%A9quipe-de-communication-de-la-riposte-de-l%E2%80%99onu-au-covid-19/covid-19-la-communication-outil-de>
6. Calendrier des sciences sociales (2021), Médias, réseaux sociaux et Covid-19 en Afrique <https://calenda.org/793296>
7. Guide du Rapporteur spécial des Nations Unies sur les questions relatives aux minorités : Droit linguistique des minorités linguistiques (2017) [https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Minorities/SR/LanguageRightsLinguisticMinorities\\_FR.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Minorities/SR/LanguageRightsLinguisticMinorities_FR.pdf)
8. Recommandations des Nations unies sur la COVID-19 : <https://www.un.org/es/node/72237>
9. Institut canadien de recherche linguistique sur les minorités (2022): Importance langue de communication : [https://icrml.ca/fr/site\\_content/item/82176-l-importance-des-langues-de-communication-et-de-services-dans-le-contexte-de-la-covid-19](https://icrml.ca/fr/site_content/item/82176-l-importance-des-langues-de-communication-et-de-services-dans-le-contexte-de-la-covid-19)
10. OMS (2018) Manuel communication sur le risque : <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/279403/9789242549447-fre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. Canadian Journal of Public Health (2020) : Pandémie et communautés minoritaires, vers une approche inclusive en santé publique ? <https://link.springer.com/content/pdf/10.17269/s41997-020-00422-2.pdf>
12. HCR, (n.d) Community-Based-Social-Media-Influencers-FRENCH <https://www.unhcr.org/innovation/wp-content/uploads/2021/03/Community-Based-Social-Media-Influencers-FRENCH.pdf>
13. ONU Migration (2016), guide pratique des campagnes de communication publique de l'OIM <https://publications.iom.int/system/files/pdf/iom-campaign-guidelines-fr.pdf>
14. BBC Médias Action (n.d), Guide à l'intention des médias sur la communication dans les situations d'urgence de santé publique <http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/communicating-in-public-health-emergencies-french.pdf>
15. IFRC (2020), Impliquer les migrants et les personnes déplacées dans les activités de préparation et de réponse à la pandémie de COVID-19 [https://trafficking-response.org/wp-content/uploads/2020/05/IFRC\\_Sahel\\_Migration\\_and\\_Displacement\\_Guide\\_COVID-19\\_FRENCH.pdf](https://trafficking-response.org/wp-content/uploads/2020/05/IFRC_Sahel_Migration_and_Displacement_Guide_COVID-19_FRENCH.pdf)
16. Internews, RiT Mali (2021), Retrouver du lien : S'informer au sein des communautés déplacées au Mali au temps de la COVID-19 [https://internews.org/wp-content/uploads/2021/04/RiT\\_IEA\\_Mali\\_IDPs\\_202102\\_fr.pdf](https://internews.org/wp-content/uploads/2021/04/RiT_IEA_Mali_IDPs_202102_fr.pdf)
17. Brookings Education (n.d), La protection des personnes déplacées à l'intérieur de leur propre pays : Manuel à l'intention des législateurs et des responsables politiques [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/1016\\_internal\\_displacement\\_fre.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/1016_internal_displacement_fre.pdf)
18. UNCHR (2013), Personnes déplacées à l'intérieur de leur propre pays : responsabilité et action <https://www.refworld.org/cgi-bin/texis/vx/rwmain/openssl.pdf?reldoc=y&docid=528b1c494>
19. Save the Children, Child Rights Resource Center (2020) [https://resourcecentre.savethechildren.net/pdf/French\\_SCI\\_Information\\_sharing\\_and\\_communication\\_with\\_communities\\_guidance\\_FR\\_low.pdf/](https://resourcecentre.savethechildren.net/pdf/French_SCI_Information_sharing_and_communication_with_communities_guidance_FR_low.pdf/)
20. SEY Henri Joël (2017), Langues locales et communication pour la santé publique en pays Wê et Dan en Côte d'Ivoire, Thèse unique de doctorat <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-02376420/document>
21. OMS (2018) Considérations relatives à la communication des risques et à l'engagement communautaire (CREC) : Réponse d'Ebola en République démocratique du Congo <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272828/9789242514216-fre.pdf?ua=1>
22. Translators Without Borders, Importance de la langue dans les crises sanitaires en RDC <https://translatorswithoutborders.org/wp-content/uploads/2020/11/IMPORTANCE-DE-LA-LANGUE-DANS-LES-RE%CC%81PONSES-AUX-CRISES-SANITAIRES-EN-RDC.pdf>



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Internews**  
Local voices. Global change.



**Rooted  
in Trust**