



Presse rurale en émergence

Les mouvements paysans africains et ceux qui les accompagnent cherchent à se doter de supports écrits pour communiquer sur leurs aspirations et informer leurs adhérents. Malgré la barrière de l'analphabétisme et les contraintes de fabrication, ces bulletins représentent des vecteurs de sensibilisation importants pour leurs stratégies.

Le monde paysan n'échappe pas à la révolution de l'information. Les responsables paysans et les producteurs de base sont toujours à l'affût d'informations sur leurs préoccupations courantes (politiques agricoles, techniques, prix...) mais aussi sur des domaines essentiels, rarement traités comme les normes internationales que doivent satisfaire leurs produits pour être exportés.

Autant de centres d'intérêt auxquels ne se consacrent pas toujours les presses nationales dont le taux de pénétration reste souvent faible en milieu rural.

Les producteurs ne se satisfont plus de contacts ponctuels avec des intermédiaires de leaders paysans – souvent occupés ailleurs – chargés de délivrer des informations ne touchant que la

minorité des présents et qui de ce fait n'irriguent pas tous les publics concernés. Portées par l'éclosion du débat démocratique des années 90, qui a favorisé une meilleure expression de la société civile, les exigences du monde paysan en matière de communication ont beaucoup évolué.

Du fait de la transformation de leur environnement, les gens recherchent aujourd'hui des conseils, des orientations et des informations utiles pour mener à bien leurs activités. Mais ils veulent également des idées nouvelles comme pour rompre avec la traditionnelle unicité des messages véhiculés du temps où les États géraient tout. Ils attendent enfin que soient abordées des thématiques susceptibles de susciter une réflexion et des échanges sur les enjeux

les concernant, afin de se positionner dans la réflexion d'ensemble sur le développement rural.

Deux types de promoteurs

Les tentatives de création d'organes d'informations en direction des cibles rurales se sont donc multipliées. Le développement des nouvelles technologies de la communication a rendu plus aisée l'appropriation d'informations de fond à répercuter vers les publics visés. Mais l'exercice reste difficile, en raison notamment de la modicité des ressources disponibles pour de telles initiatives. Leurs promoteurs sont souvent tributaires de bailleurs de fonds extérieurs. D'où une périodicité plus ou moins régulière de ces publications, voire des tentatives avortées. Malgré ces problèmes auxquels s'ajoute la barrière de l'analphabétisme, ces supports de communication apparaissent de plus en plus comme une nécessité.

Le champ de la presse rurale en Afrique francophone semble segmenté en deux branches principales. Du côté

« La voix du paysan »

Avec un tirage total de 41 000 exemplaires sur trois éditions, dont une version française (20 000^{ex} répartis entre le Cameroun et le Tchad), anglaise – *The Farmer's Voice* (6 000), arabe destinée au Tchad (5 000) et sahélienne (10 000), *La Voix du paysan*, à diffusion régionale (Afrique centrale et de l'Ouest), représente l'une des plus anciennes expériences de presse rurale en Afrique francophone. Ce qui était à l'origine, en 1987, un simple bulletin de liaison s'est transformé, face à l'engouement des paysans, en un mensuel d'informations, de formation et de débats, dont le succès ne se dément pas depuis quinze ans. Plusieurs récompenses et un tirage en constante évolution sont là pour l'attester.

Véritable tribune du monde rural avec ses colonnes ouvertes aux lecteurs, il traite des questions économiques et juridiques touchant à la vie des agriculteurs. Sa valeur ajoutée tient aussi à ses fiches techniques de vulgarisation réalisées avec la collaboration de chercheurs et d'experts agricoles. Sa forte audience repose sur un ton résolument engagé mais aussi sur de sérieuses enquêtes où l'administration et les autorités sont courageuse-

ment mises face à leurs responsabilités. L'équipe comprend 11 journalistes dont 3 au desk central et 8 dans les six bureaux régionaux couvrant les différentes provinces du pays.

Vendu 300 FCFA pour un coût de revient de 690 FCFA le numéro, *La Voix du paysan*, soutenu par une ONG locale, le SAILD (*Service d'appui aux initiatives locales de développement*) ne pourrait survivre sans le soutien de différents bailleurs de fonds européens. L'une des difficultés auxquelles il reste confronté est sa diffusion en milieu rural, peu touché par les diffuseurs traditionnels. Une initiative originale a donc été menée pour élargir les autres canaux de diffusion : celle d'associer une cinquantaine d'école primaire à travers le pays, qui reçoivent plusieurs exemplaires du journal et proposent des temps de lecture aux jeunes qui y drainent également leurs parents. D'où une sensible progression du lectorat, dans les zones où a été instauré ce partenariat.

Fondateur et directeur de la publication : Bernard Njonga.

Rédacteur en chef : Martin Nzegang.

BP 11955 Yaoundé, Cameroun – Email : saild@camnet.cm

des initiatives individuelles, on peut citer quelques exemples comme le mensuel camerounais *La Voix du paysan* qui, avec ses quinze années d'existence, fait figure de doyen. Le trimestriel nigérien *Les Échos du Sahel* vient de fêter avec confiance son troisième anniversaire, tandis que le mensuel béninois *Agri-Culture*¹, créé en 1999, tient toujours la route au bout de 34 numéros. Il y a aussi *Ireo Tansaha Vaovao*², mensuel des paysans malgaches. En face, des structures rurales de type OP, ONG, organismes d'appui, se sont également dotées de moyens de communication. Ainsi le *Conseil national de concertation et de coopération des ruraux* du Sénégal qui, fort de ses neuf fédérations, a lancé *CNCR Infos*³ ; le CESAO⁴ du Burkina, éditeur de *Construire ensemble* ou encore *Paysan en action*⁵, bimestriel de la *Fédération chrétienne des paysans malgaches*, qui utilise maintenant le courrier électronique pour atteindre ses lecteurs les plus éloignés. ■

Sylvia Serbin

¹ Agri-Culture : 03 BP 0380 Cotonou, Bénin – Email : agriculture@avu.org

² Ireo Tansaha Vaovao : BP 206 – 110 Antsirabe – Email : fifata@dts.mg

³ CNCR-Infos : www.cncr.org

⁴ CESAO : Centre d'études économiques et sociales de l'Afrique de l'Ouest – cesao.bobo@fasonet.bf

⁵ Paysans en Action : BP 1291 – 101 Antananarivo, Madagascar. Email : journal.mita@dts.mg

« Gazety Mita » et « Paysan en action » : les organes d'information de la Fédération chrétienne des paysans malgaches (Fekritama)

Publication bimestrielle de la Fekritama, éditée à 3 000 exemplaires, *Gazety Mita* a été créée en 1990. À cette époque, elle était éditée sous forme de brochure ronéotypée, une initiative visant à combler le déficit d'information en milieu rural à Madagascar. Tiré à l'origine à 1 000 exemplaires en langue malgache pour les lecteurs paysans, ce tabloïd n'a cessé d'évoluer, passant de 12 à 24 pages entre 1996 et 1998. Il a commencé à être imprimé dans sa forme actuelle en offset à partir de l'année 1996, d'abord en monochrome, mais avec des photos.

Les principaux articles traitent de techniques agricoles, de thèmes d'éducation civique, d'informations politiques liées au monde rural, d'analyses économiques et sociales, de conseils pour la préservation de l'environnement, de livres, de jeux...

Suite à des propositions de paysans membres de la fédération, le Comité fédéral de la Fekritama donne la ligne de conduite du journal. Et ce sont les paysans, eux-mêmes les lecteurs, qui sont les auteurs de la plupart des articles. Par cette approche, le journal traduit une correspondance entre les paysans ; ce qui lui donne une dimension nationale.

Gazety Mita a été vendu 500 francs malgaches entre 1990 et 1995 puis 1 000 FMG à partir de 1996 avant de passer à 2 000 FMG depuis l'année 2000. Les principaux abonnés sont les membres de la fédération à la base, qui en distribuent aussi aux populations rurales de leur communauté. Diverses ONG locales sont également abonnées pour une distribution au profit des associations villageoises qu'elles soutiennent.

Le journal *Paysan en action* quant à lui, est le confrère de *Gazety Mita*, également publié par la Fekritama. Il est édité en langue française, et diffusé sur Internet depuis janvier 2001. Cette édition en français est particulièrement destinée aux acteurs du développement rural à travers le monde, pour faire connaître les réalités que vivent les paysans malgaches et les efforts qu'ils déploient, afin de mobiliser la solidarité internationale pour les mouvements ruraux à Madagascar et dans le monde.

Diverses difficultés ont été rencontrées par le journal *Mita* dans son cursus, notamment le surcroît des coûts d'impression face au pouvoir d'achat très limité des populations rurales ciblées, obligeant la fédération à subventionner en partie le budget du journal vendu à un prix inférieur au coût unitaire de production. L'équipe des deux bulletins est composée de 4 personnes.

Mi Haja : journal.mita@dts.mg (Jules Ravelomanana, rédacteur en chef.)