

Infos riches et infos pauvres : « fossé numérique et solidarité numérique »¹ dans la cyberpresse en Afrique

*Annie Lenoble-Bart
Professeur Université de Bordeaux 3*

Le développement d'Internet au milieu des années 1990 a coïncidé, principalement en Afrique francophone, avec un renouveau de la presse écrite et des médias audiovisuels, porté par le mouvement de démocratisation politique qui a mis fin, dans beaucoup de pays, au monopartisme et à la toute puissance de la presse d'Etat. La fragilité des rédactions a été souvent soulignée². En Afrique anglophone, la presse a toujours été très vivante, avec des traditions solidement établies. Partout, les difficultés de l'appropriation des technologies de l'information et de la communication (TIC), tant dans l'acquisition du matériel que dans ses usages, tout en suscitant toujours des espoirs, continuent à faire l'objet de rencontres internationales et de recherches³. Ici, nous ne nous attarderons pas sur le thème de la « fracture numérique » en tant que telle mais uniquement sur le cas de la « cyberpresse ».

Il est sans doute bien tôt pour faire le bilan d'une dizaine d'années de présence sur la toile de médias africains. Cependant, la période est assez longue pour s'apercevoir que certains restent toujours à l'écart (comme le Rwanda), qu'un certain nombre ont disparu⁴ tandis que d'autres ont solidement conforté leurs positions, comme partout. Cela nous amène à nous demander si la fracture numérique est vraiment de continent à continent ou si

¹ Abdoulaye Wade, *Le Monde*, 7 mars 2003.

² Cf. TUDESQ, A.-J., *Feuilles d'Afrique Etude de la presse de l'Afrique Subsaharienne.*, Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1994 ; TUDESQ, A.-J., *L'espoir et l'illusion, actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne*, Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1998.

³ Mémoires et thèses en cours au Centre d'Etude des Médias de l'Université de Bordeaux 3.

⁴ A l'image du *Daily News* de Tanzanie déconnecté en juillet 2000 pour non-paiement des droits...

elle ne recoupe pas d'autres données : des rédactions « riches » là bas comme ici entretiennent des sites aussi bien faits les uns que les autres tandis que d'autres n'arrivent pas (ou ne veulent pas) se mettre aux TIC.

L'idée, très largement répandue, que « les nouvelles technologies ne sont pas la panacée aux problèmes de développement (mais qu')en optimisant la communication et les échanges d'information, elles peuvent néanmoins créer de puissants réseaux économiques et sociaux qui peuvent servir de tremplin au développement »⁵ a suscité de nombreuses initiatives et solidarités en Afrique. La formule du Président du Sénégal qui a servi de titre en une du *Monde*, et que nous avons reprise dans notre titre, semblerait pouvoir résumer la réalité de la situation africaine en matière de presse sur internet.

1. Vitalité des sites de médias africains

En 1997, on recensait une petite cinquantaine de médias africains connectés à Internet dont plus de 50% en Afrique du Sud. L'Afrique francophone en avait une dizaine dont une petite moitié en Côte d'Ivoire⁶. En février 1999, on en comptait environ 200 pour l'Afrique, radios et télévisions incluses⁷. À part quelques radios en ligne (essentiellement en Afrique du Sud, au Sénégal, au Ghana et en Afrique de l'Est anglophone), c'étaient surtout des journaux qui étaient installés sur internet. Au cours de l'année 2000 cependant, de nombreuses radios s'y sont installées ou bien ont tenté de le faire, parfois provisoirement. Quant aux journaux, si certains titres ont déserté⁸, de nouveaux s'y sont mis ou ont été relancés. Le site du Département de l'Information des Nations Unies, *Afrique Relance (Africa Recovery)*⁹, en décembre 2000, constatait que des journaux de 33 pays africains étaient accessibles sur la toile. Il est difficile de suivre au jour le jour une situation éminemment mouvante. Des cyberjournaux, uniquement présents sur la toile se maintiennent, à l'image du malgache *Madanews*¹⁰. Un symbole : *Le Quotidien*, à Dakar, du groupe Avenir Communication, s'est mis en ligne dès le lancement de sa version papier, le 24 février 2003 (www.lequotidien.sn), y

⁵ LIKANEN, E., « TIC et développement : combler la fracture numérique », in, *Le Courrier ACP-UE*, n°192, mai-juin 2002, p. 39.

⁶ *Internet et les médias africains*, Etude commanditée par l'Institut Panos et la Pana, 1997, p. 45.

⁷ *Internet à l'usage des journalistes africains*, Institut Panos, 1999, p. 93.

⁸ Cf *Orit@*, mensuel en ligne diffusé par Oridev, consacré aux nouvelles techniques d'information et à internet ; deux *webzines* quotidiens camerounais, *Isaha'a Bob Cameroun* et *Cameroun Actualité* financés par ICCNET semblent avoir disparu eux aussi. *La Griffes* journal gabonais « satirique indépendant » a été interdit.

⁹ www.un.org/ecosocdev/geninfo/afrec/vol12no3/internt2.htm

¹⁰ www.madanews.com

compris le dimanche. Chaque article comporte avec la signature de l'auteur, son adresse électronique, témoignage de nouvelles pratiques.

Les enjeux de la technologie Internet pour l'Afrique

Dans leur quasi-totalité, les animateurs de sites disent « vouloir valoriser l'information africaine »¹¹ ; avec quelques variantes comme le *Nation* (Kenya) qui tient à soigner son image ou *Le Messenger* (Cameroun) qui veut « renforcer l'aura d'un journal pionnier soucieux de soigner son image de modernité » et profiter « de la force de ce support en tant qu'outil de combat politique ». Dans ce cas, le journal qui subissait beaucoup de tracasseries de l'administration avait eu recours à la toile, avec le soutien de *Reporters sans frontières* (RSF) pour alerter l'opinion publique sur la répression qu'il connaissait. *Mauritanie nouvelles* présente un cas analogue : victime régulièrement de censure, il a été hébergé, lui aussi, quelque temps sur le site de RSF.

La première grande rencontre de journalistes africains sur la question des TIC avait abouti à la conclusion que « l'Internet n'est pas un gadget [et qu'il] constitue bien une chance pour les médias et la démocratie en Afrique ». Les « possibilités considérables » que le réseau des réseaux ouvre aux médias africains en sont les garantes : accès aux informations internationales (y compris de pays voisins), dont le coût est généralement prohibitif (abonnement annuel à une agence de presse par exemple) ; visibilité internationale de l'information journalistique sur l'Afrique produite par des Africains eux-mêmes ; décentralisation de l'information nationale et internationale et sa diffusion hors des seules capitales, où des journaux assurent souvent 90% de leur diffusion, etc.

Internet a même été perçu comme une solution à la précarité économique que subissent les médias africains car « il peut ouvrir aux médias de nouveaux marchés (des entrepreneurs, des investisseurs nationaux ou étrangers) » grâce à une diversification des produits d'information vendus¹². Mais les préalables « infrastructurels », économiques et même socioculturels en limitent sans doute les effets.

Il apparaît pour le moment que de tous les avantages d'Internet, le plus bénéfique pour les médias africains est la facilité de communication interpersonnelle et donc la réduction des frais imputés à ce chapitre dans le budget des entreprises médiatiques. Mais la meilleure diffusion des médias africains est aussi incontestable : les abonnés à la version papier de journaux non présents sur la toile le vérifient tous les jours avec la difficulté à être

¹¹ COULIBALY, S., *Presse écrite du Sud et Internet (Afrique et océan indien)*, pp. 64 et 65, puis p. 85.

¹² *Internet, une chance pour les médias et la démocratie en Afrique ?*, Panos-PANA, Dakar 1997, p. 5.

servis régulièrement... À l'inverse, surtout dans les pays bien équipés, en particulier en ADSL, certaines connexions sont d'une régularité impressionnante !

Quelques réalisations

Un certain nombre de sites n'ont rien à envier à ceux du Nord. Il serait fastidieux de les passer en revue. Nous éliminerons d'emblée le cas de l'Afrique du Sud dont la situation, malgré des différences, ressemble assez à celle des pays du Nord les mieux connectés.

On peut simplement signaler que le site du *Soleil*¹³ de Dakar a été sélectionné par *Courrier International* (n° 420, 19-25 novembre 1998) parmi les dix meilleurs de la presse écrite mondiale (10^e et premier journal francophone). Depuis, il a encore largement amélioré sa présentation.

Le *Nation*¹⁴ de Nairobi pour l'Afrique anglophone pouvait servir d'exemple à beaucoup, avec une maquette sans cesse revue. Depuis 1997, le site est élaboré localement, avec un serveur à Washington via Africaonline. Le responsable du *website*, Ken Oluoch, a été proclamé webmestre de l'année 2000 lors du dîner de gala annuel de la *Computer Society*¹⁵.

Le site du *Nation* a d'abord publié avec une régularité de métronome le quotidien *Daily Nation*, qui paraît sans aucun raté sept jours sur sept (pas de numéro le jour de Noël mais un le 1er janvier). Il comporte aussi l'hebdomadaire (lancé en 1994) *The EastAfrican*. En 2000, ses opérateurs y ont joint une radio *Nation FM* puis *Le Monitor* de Kampala, situé jusque-là sur un site indépendant¹⁶, doublé lui aussi d'une radio *MonitorFM*. En janvier 2001, le site a été augmenté d'un véritable journal pour enfants puis d'un supplément hebdomadaire et enfin d'un carnet du jour, très copieux. Depuis 2003 a été ajouté *The Weekly Coast Express* qui fait concurrence à *Coast-week*, ce qui signifie que Mombasa a à sa disposition deux hebdomadaires spécifiques en ligne.

¹³ www.primature.sn/lesoleil/ (devenu www.lesoleil.sn). *Le Soleil* est en ligne depuis le 3 avril 1998.

¹⁴ www.nationaudio.com ; POB 49010 Nairobi, tél 221222, 337710 ; fax 219882/247158 ; 700 salariés en 2000.

¹⁵ Cf. aussi *Expression Today* de mars 1999, « *Nation Upgrades IT* » et les journaux du groupe sur la toile.

¹⁶ La mise en ligne était irrégulière jusqu'à ce qu'il soit intégré dans le site du *Nation*. Il avait fait des essais le 27 novembre 1995 et ce une semaine avant un journal zambien. À ce titre, il se disait le premier journal sur la toile en Afrique, en dehors de l'Afrique du Sud. En fait, il ne semble n'avoir été véritablement lancé qu'en mai 1996. En avril 1999, il a signé un accord de partenariat avec le *Nation* (complété en mars 2000), dans le cadre de la coopération est-africaine. À ce moment-là, seule sa première page était accessible gratuitement sur le site du *Nation* mais pour en lire davantage (en deux standards : HTML et PDF), il fallait souscrire un abonnement, ce qui n'est plus le cas désormais.

Il est certain que l'appartenance à l'Aga Khan amène sans doute le groupe Nation à avoir cette politique d'affichage. Mais il n'est pourtant pas isolé à Nairobi et même au Kenya. Le site interactif de l'*East African Standard*¹⁷, quotidien paraissant sept jours sur sept, lui aussi d'excellente facture, doté d'archives, offre des liens avec ses suppléments hebdomadaires *Financial Standard*, *Profile Magazine* ainsi qu'avec divers sites (*Africa News* qui donne accès à *CNN* ou *BBC News*, *The Social Scene*). Il est très illustré (une carte du Kenya permet, par exemple, d'accéder à chaque province en cliquant dessus) avec des rubriques bien délimitées (*Home*, *National News*, *Provincial News*, *Editorial*, *Business*, *Sports News*).

Mombasa, deuxième ville du pays, s'est distinguée avec l'obtention de récompenses pour le site de *Coastweek*¹⁸ hébergé par Africaonline. Il a gagné un « *Golden Web Award* » aux côtés de Coca Cola ou McDonald. En juillet 2000, il a également obtenu une « *Award for Excellence* » aux Etats-Unis. Ce vieil hebdomadaire, qui résiste face à l'expansionnisme du *Nation*, a un site depuis 1996. Le contenu rédactionnel est identique à celui de la version papier mais le site, lui, est beaucoup plus coloré. À part le webmestre, il ne compte aucun journaliste mais des pigistes. Une petite moitié d'entre eux fait parvenir ses articles via le courrier électronique ; les autres, manuscrits, sont saisis puis scannés à la rédaction, mis en page par un *designer*. Ce journal familial a des accords avec le groupe Standard de Nairobi. Une page en allemand prouve que la cible principale est le public des touristes. Mais le webmestre nous a indiqué qu'il visait également les *e-readers*, c'est-à-dire la catégorie lettrée des Kenyans qui lit en anglais et surfe sur Internet (*Coastweek* est répertorié par les grands moteurs de recherche internationaux). Il déclare avoir compris l'importance des technologies de l'information à la suite d'un passage au journal français *VSD* qui venait de se mettre à la PAO, avant de nombreux autres journaux. « Internet c'est l'avenir » proclamait-t-il avec conviction¹⁹.

Le contenu est essentiellement consacré aux nouvelles et annonces locales. Et comporte beaucoup de sport. Un contrat publicitaire avec Kenya Airways et les Hôtels Serena permet de boucler le budget confortablement, même si 40% des lecteurs sur le *Web* sont des étudiants. Il est très emblématique de la nouvelle presse sur la toile qui mêle marketing, information et communication, en surfant sur la vague du *consumer web magazine*.

Ces exemples, certes, n'empêchent pas bien des journaux de garder des rédactions traditionnelles. Mais d'autres pays alignent eux aussi des sites performants. Il existe également des cas intéressants de sites portails généraux comme *AllAfrica.com*, *All The Web*²⁰, *Africaonline* (fournisseur d'accès

¹⁷ www.eastandard.net

¹⁸ www.coastweek.com

¹⁹ Rencontre le 6 avril 1999.

²⁰ <http://www.alltheweb.com/>

prioritaire dans plusieurs pays il héberge des journaux ivoiriens²¹ et ghanéens en Afrique de l'Ouest. *Africa Online Tanzania News* présente des articles de l'*East African* et de l'*Express*, *Africa Online Ouganda News* de journaux ougandais, etc.) ou nationaux à l'image d'*@bidj@n.net*. La PANA²² donne accès chaque jour à des articles venant de toute l'Afrique.

Tant bien que mal, les journaux africains essaient de suivre le rythme du cyberjournalisme. Ils ont certes un retard sur l'appropriation de cette technologie, mais des pas significatifs sont déjà franchis.

2. Les limites de la nouvelle technologie

Pour les médias africains (tout comme ailleurs), l'un des principaux obstacles sur les autoroutes de l'information est le financement des sites, la possibilité de se connecter au réseau et surtout d'équilibrer, voire de rentabiliser cette présence sur la toile. Croire que se connecter, publier sur Internet est une solution pour contourner la précarité économique qui a décimé beaucoup de journaux nés du printemps médiatique du début des années 90 est encore plus dangereux en Afrique. Si la majorité des professionnels des médias pensent qu'il est possible d'améliorer la rentabilité de la presse par l'Internet, Kameshnee Naidoo rappelle que « la publication en ligne ne sera d'aucun secours à un journal déjà en difficulté. Elle requiert un investissement financier et humain substantiel qui peut même absorber l'ensemble des ressources d'un journal »²³.

Préalables

Le financement des sites coûte cher, comme le financement des journaux imprimés. Ce qui conduit les éditeurs à recourir à des montages financiers pas toujours garants de l'intégrité de l'information et à des « moyens divers et pas toujours avouables » pour éponger les déficits. A.-J. Tudesq rappelle qu'en Afrique francophone « la presse n'attire pas les capitaux des hommes d'affaires africains, soit qu'elle n'apparaît pas rentable, soit que la pression des gouvernants ou seulement la crainte de leur déplaire les éloignent d'investir dans la presse indépendante, soit parce que la classe commerçante, peu instruite, attache peu d'intérêt à la presse »²⁴. Les Etats et les organismes internationaux de coopération sont donc demeurés jusqu'ici les deux principaux tuteurs des médias sans les subventions desquels beaucoup s'effondreraient. Ces deux mécènes continueront-ils à procéder pour la ver-

²¹ www.africaonline.co.ci

²² www.panapress.com

²³ *Internet à l'usage des journalistes africains, op.cit.* p. 63.

²⁴ TUDESQ, A.-J., *Feuilles d'Afrique, op.cit.*, p. 123

sion électronique comme ils le font pour la version imprimée ? L'ouverture aux marchés et aux investisseurs extérieurs que la toile est censée assurer aux journaux en ligne reste souvent hypothétique. Si les tendances actuelles font de la publicité la principale source de recettes, il faut souligner qu'il s'agit de publicité assurée par les grosses multinationales désirant maîtriser le marché du commerce électronique. Malheureusement en la matière, l'Afrique semble moins vendable, sauf auprès des industries du tourisme (transporteurs aériens, chaînes d'hôtel, opérateurs touristiques comme le montre l'exemple du Kenya cité plus haut²⁵). Si les processus de privatisation des économies nationales y ont attiré des firmes internationales, le secteur de la presse attire peu ou pas du tout et les sociétés à dimension nationale préfèrent la radio et la télévision comme supports publicitaires, car plus efficaces pour toucher une large audience. Un autre signe est que le mouvement de fusion et de constitution de grands groupes dans l'industrie multimédia a encore peu touché l'Afrique.

Paradoxalement, cette indifférence envers le marché africain de l'information pourrait avoir pour cause les médias en ligne eux-mêmes ! Parce que la tranche de la population africaine qui peut intéresser ceux qui investissent dans la cyberpresse est la classe des salariés d'un certain niveau intellectuel et ayant un certain pouvoir d'achat ; parce que c'est aussi dans ce groupe que l'on retrouve les internautes naviguant sur les réseaux pour faire de la recherche, échanger avec leurs collègues du Nord ou pour s'informer. On n'aurait donc pas besoin de passer par des sites africains pour les toucher.

Quant aux recettes publicitaires que les médias en ligne pourraient générer au plan national, leur réalité reste une hypothèse. Du reste, elles ont rarement été une source de gros bénéfices pour les journaux du Nord ! À côté de l'audiovisuel qui touche facilement plus de monde dans ces sociétés où l'analphabétisme est très étendu et où la télévision et surtout la radio sont les médias les plus accessibles et par conséquent les plus populaires, les journaux n'avaient que la portion congrue du marché publicitaire²⁶. Cependant, surtout en Afrique anglophone, la page d'accueil de certains quotidiens ou hebdomadaires commence à donner accès à des systèmes de réservation dans des avions ou des hôtels.

Internet peut aussi avoir des effets pervers comme par exemple dans les radios. Pour les internautes africains, il peut s'agir d'un moyen de s'affranchir des coûts d'achats des œuvres ou des droits d'auteurs. L'économie réalisée peut être importante et facilite la vie des stations de radio, par exemple, en leur permettant d'accéder aux répertoires musicaux mondiaux, aux nouveautés. Mais, de fait, les artistes africains, les auteurs et

²⁵ Les dernières statistiques font état de la bonne tenue de cette activité au Sénégal et au Maroc par exemple, à la différence de pays asiatiques ou, a fortiori du Proche Orient (cf. *JournalduNet*, 18 avril 3003).

²⁶ TUDESQ, A. -J., *op.cit.*, p. 123 sqq.

interprètes locaux éprouvent une concurrence accrue et eux-mêmes peuvent subir les effets d'un piratage les privant de ressources déjà faibles.

On en arrive ainsi au problème du lectorat. Si la mise en ligne permet d'élargir le bassin des lecteurs, les expatriés en sont la frange la plus dynamique, en Afrique plus encore qu'ailleurs. Internet est un moyen providentiel d'information pour ceux qui sont hors de leur pays. Ainsi, les éditeurs, quand ils arrivent à établir des statistiques, soulignent la forte présence de la diaspora africaine qui constitue même la majeure partie des cyberlecteurs ; ce qui rend réel le risque précédemment évoqué de voir les journaux en ligne produire une information extravertie pour répondre aux attentes de ce public. Mais aussi de drainer une publicité spécifique...

Malgré tout Internet reste, certes difficilement, un moyen de désenclavement et de démocratisation de l'information. Les réseaux coopératifs font de gros efforts en ce sens et fournissent une aide non négligeable.

L'aide des réseaux de coopération

Les partenaires traditionnels de la presse africaine semblent avoir saisi les avantages et aussi les dangers représentés par Internet pour les médias africains. Le séminaire PANOS-PANA de Dakar de juillet 1997 avait conclu qu'il n'était pas un gadget et qu'il pouvait bien aider les journaux africains à résoudre certaines de leurs difficultés. Beaucoup d'autres initiatives financées par les organismes de coopération internationale ou bilatérale sur le continent sont basées sur la même conviction. Des projets ont été mis en œuvre pour aider à introduire les technologies de l'information et de la communication dans la presse africaine et surtout auprès de la presse francophone alors que dans beaucoup de pays anglophones la presse avait une longueur d'avance, comme les autres secteurs socio-économiques. Pourtant des exemples prouvent que ces préoccupations existent aussi. MISA, l'Institut des médias d'Afrique australe²⁷ a mis en ligne un rapport de 2003 (en anglais et en français) intitulé « le fossé vu de notre côté. Perspectives Africaines des Technologies de l'Information et de la Communication ». Il comprend des extraits d'un ouvrage publié en collaboration avec d'autres associations comme *Article 19* ou *l'AMARC* qui font le point sur une série d'initiatives et insistent sur la pédagogie à adopter vis-à-vis des jeunes. Autre cas récent, concret, le Département pour le Développement international du Royaume-Uni, via le *British Council*, qui l'a inauguré le 12 mars 2003, a financé un mensuel en ligne *Africa Woman* ; il est rédigé par des femmes journalistes du Ghana, du Kenya, de l'Ouganda et du Zimbabwe²⁸.

²⁷ www.misanet.org : Misanet, créé en 1994 pour défendre la liberté en Afrique du Sud, est devenu un véritable réseau coopératif entre les journalistes de onze pays d'Afrique australe.

²⁸ *The Ghanaian Chronicle on the Web*, 13 mars 2003, www.ghanaianchronicle.com/230313/page2n.htm.

En Afrique francophone, des réseaux d'envergure régionale, affirmant leur objectif d'accompagner les médias africains sur les réseaux électroniques d'information *et de susciter, entretenir la coopération entre eux, ont déjà été étudiés*²⁹.

Le Réseau électronique africain de partage de l'information (ARPINET) a été lancé en 1997 par Médias France Intercontinents (MFI), section de RFI, avec le soutien du ministère français de la Coopération. Il voulait permettre à « un ensemble de médias africains de se constituer en communauté électronique afin que chaque partenaire puisse s'informer en partageant les informations d'une base de données commune, échanger par le biais d'une messagerie électronique, produire et devenir source d'informations pour l'ensemble de la communauté ».

La plate-forme virtuelle d'échange d'informations de la presse francophone (MEDIAP), elle, est un projet de l'Agence de la francophonie³⁰. Elle constitue un « lieu virtuel », une plate-forme dédiée à l'échange et au partage d'informations entre « organes de presse francophones du Sud » qui ont adhéré (accessible seulement par un nom d'utilisateur et un mot de passe).

« Sites médias » est une initiative de l'Institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAO)³¹ qui a un département technique (Presse, Web, Publications) et une revue en ligne mensuelle *Médiactu*, une autre trimestrielle *Médi@ctions*. La deuxième session de l'atelier de ce réseau a été organisée à Dakar à la fin de 2002 pour initier ou recycler des journalistes de toute la sous région aux techniques de la toile. Panos Paris, plus généralement, en partenariat, apporte un soutien aux Maisons de la presse africaines et milite pour des accès meilleurs aux technologies. La philosophie est "d'informer et communiquer pour une culture de la démocratie, de la citoyenneté et de la paix".

D'autres solutions sont possibles : pionnier au Sénégal, le groupe privé Sud Communication³² est en ligne depuis février 1997 grâce à un financement de l'ACCT. Sa vitalité, alimentée aussi par de la publicité américaine justifiée par les connexions importantes de la diaspora sénégalaise outre-Atlantique, montre que les aides de départ peuvent s'avérer fructueuses même si les différentes initiatives visant à favoriser la maîtrise des TIC par les professionnels des médias africains dans des cadres africains connaissent des fortunes diverses. Leurs actions seront sans doute à long terme mais la

²⁹ Nous avons repris les principales conclusions de notre étude « Internet en Afrique » en ligne sur le site de la MSHA (programme co-financé par le Conseil Général d'Aquitaine) en les actualisant : les situations évoluent très vite sur la toile !

³⁰ www.mediaf.org/ créé en 1998.

³¹ www.panos.sn né en 2000 à Dakar. L'Institut Panos, fondé à Londres en 1986, présente quatre structures autonomes installées à Londres, Paris, Washington et Dakar. Son objectif est de promouvoir le développement durable, les droits de l'homme et le pluralisme des médias.

³² www.sudonline.sn : « avec Sud Online, restez à la pointe de l'information »

vitalité des sites sénégalais, par exemple, souvent mise en valeur³³ prouve que les effets ne sont d'ores et déjà pas négligeables.

Malgré l'existence de structures associatives anciennes au plan régional (l'Union Internationale des Journalistes de la Presse de Langue Française, l'Union des Journalistes de l'Afrique de l'Ouest), au plan national (dans presque tous les pays, il existe au moins une association et/ou des centres ou maisons de presse), malgré l'organisation de nombreux séminaires et rencontres, la coopération véritable entre les professionnels des médias est encore faible. Mais la concurrence, entre journaux et journalistes, dans le contexte de la mondialisation néo-libérale, ne risque-t-elle pas de l'emporter partout par-delà une coopération tous azimuts ?

Internet permet pourtant indéniablement une meilleure visibilité de l'information africaine et constitue aussi un support de communication plus efficace et moins onéreux.

Conclusion : fracture numérique ?

En parallèle de ce tour d'horizon de la présence de la presse africaine sur la toile, il aurait fallu dresser les grandes lignes de ce qui s'est passé dans ce secteur au Nord. Nous pouvons prendre quelques évolutions qui nous semblent significatives, sans oublier les différences fondamentales qui subsistent (déficits en Afrique de liaisons à haut débit et donc lenteur des connexions, absence d'une formation initiale limitant l'usage pertinent des nouveaux outils d'information électroniques disponibles, etc.).

Nous nous sommes surtout intéressée à la situation de la presse écrite. Alors qu'un nombre croissant de revues ou quotidiens français, anglais ou américains ont rendu payant l'accès à leur contenu ou à leurs archives, beaucoup de journaux africains continuent à fournir gratuitement leurs articles et de plus en plus mettent en ligne leurs archives, de manière sans cesse plus exhaustive. Quelques moteurs de recherche internes peuvent même en faciliter une utilisation efficace.

Quelle que soit la latitude, pour toutes sortes de raisons et pas uniquement pécuniaires (même si les plus modestes n'auront pas su assez tôt se faire une place ou n'auront pas su développer des contenus intéressants et des stratégies de marketing efficaces pour assurer leur visibilité), un certain nombre de rédactions restent réfractaires aux technologies numériques ; elles gardent pourtant des entreprises en bonne santé financière, qui résistent, ne « surfent pas sur la vague du net », avec un autre public, sans doute aussi peu négligeable ici que là bas. Avec une nuance : la liberté de la presse n'y est pas la même et cela a incité des ONG à installer des productions africaines

³³ Cf. dossier TIC, *Le courrier ACP-UE*, mai-juin 2002, p. 66.

sans grands moyens sur le réseau des réseaux, concrétisant une « solidarité numérique ».

Il y avait de fortes chances pour qu'Internet – comme ce fut et c'est encore le cas pour la presse, puis pour la radio et enfin la télévision – creuse, plus qu'il ne le comble, le fossé culturel entre les catégories sociales africaines, les plus et les moins instruites, les plus et les moins favorisées. Mais nous retrouvons cette situation en Europe ou ailleurs. À l'heure de la mondialisation n'est-il pas normal que les clivages ne soient pas uniquement Nord/Sud, dans la cyberpresse comme dans d'autres secteurs ?

Quelques repères bibliographiques :

- African Studies* (Université new-yorkaise) *Electronic Journal and Newspapers on Africa in Alphabetical Order* (www.columbia.edu/cu/).
- Association Mondiale des Journaux (www.wan-press.org).
- CHENEAU-LOQUAY, A., *Enjeux des technologies de la communication en Afrique*, Karthala, 2000.
- CHEVAL, J.-J., LENOBLE-BART, A., PARE, C., TUDESQ, A.-J., « Internet en Afrique Subsaharienne : acteurs et usages. Médias africains et Internet », <http://msha.u-bordeaux.fr>.
- Institut Panos Paris, *Afrique Centrale. Des médias pour la démocratie*, Karthala, 2000, 198 p.
- Institut Panos/COTA, *Paroles d'Afrique centrale, Briser les silences*, Karthala, 2003.
- Media Web, <http://mediaweb.co.za/links.asp>
- Panos et PANA, *Internet et les médias africains*, Dakar, 1997 (www.panos.sn).
- International Press Institute : www.freemedia.at/
- SAUSSEZ, I., « Les médias du Sud : parents pauvres des TIC ? », in *Le Courrier ACP-UE*, n°192, mai-juin 2002, pp. 65-66.