

UNIVERSITÉ DU QUEBEC À MONTRÉAL

COMMENT LA COMMUNICATION PEUT-ELLE SERVIR D'INTERFACE AU
DÉVELOPPEMENT DU MALI ?
EXEMPLE DES CAPSULES DE TÉLÉKOTÈBA

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
NYELI COULIBALY

NOVEMBRE 2010

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je souhaite rendre hommage à mon grand-père, le Juge Gaston Rondeau, disparu au cours de ce programme d'études. Lors de notre dernière conversation, alors que j'étais en stage de recherche au Mali, il m'a rappelé l'importance de terminer mon mémoire, alors grand-papa, ceci est pour toi.

Je tiens à remercier très sincèrement mon directeur de mémoire, le professeur Christian Agbobli, pour sa patience et ses précieux conseils, même si je ne les ai pas toujours suivis.

Je désire exprimer ma profonde gratitude envers ma famille, au Mali, et ici, pour tout leur soutien moral et matériel qu'ils m'ont apporté pendant ces trois dernières années, plus particulièrement, à mes parents (Chantal Rondeau et Nabé-Vincent Coulibaly) qui m'ont dès mon plus jeune âge communiqué leur passion commune pour l'Afrique et son développement.

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|----|
| LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES..... | ix |
| RÉSUMÉ..... | x |
| INTRODUCTION..... | 1 |
| PREMIÈRE PARTIE | |
| CHAPITRE I | |
| LE MALI, SA CULTURE ET SON DÉVELOPPEMENT : OÙ LA COMMUNICATION SE SITUE-T-ELLE DANS CETTE ÉQUATION? | |
| 1.1 L'Afrique, le Mali et le développement..... | 4 |
| 1.2 Intuition initiale..... | 7 |
| 1.3 Les traditions culturelles au Mali..... | 9 |
| 1.3.1 Le théâtre <i>kotèba</i> | 9 |
| 1.4 L'usage de la tradition dans le développement | 12 |
| 1.5 Problématique..... | 14 |
| Questions et hypothèses de recherche..... | 15 |

CHAPITRE II

VERS UNE NOUVELLE APPROCHE COMMUNICATIONNELLE ET CULTURELLE DU DÉVELOPPEMENT: ÉLÉMENTS THÉORIQUES

| | | |
|-------|---------------------------------------|----|
| 2.1 | La communication..... | 20 |
| 2.1.1 | La réception active..... | 21 |
| 2.2 | La culture..... | 27 |
| 2.3 | Le développement | 30 |
| 2.3.1 | Le développement endogène..... | 32 |
| 2.3.2 | Le théâtre pour le développement..... | 34 |
| 2.3.3 | L'éducation à la citoyenneté..... | 34 |

CHAPITRE III

DU PNEC AU *GRIN*, COMMENT LES RÉCEPTEURS MALIENS RECOIVENT-ILS LES MESSAGES DE DÉVELOPPEMENT?

| | | |
|---------|----------------------------------|----|
| 3.1 | Précautions méthodologiques..... | 39 |
| 3.1.1 | Les distorsions..... | 40 |
| 3.1.2 | Le choix du Mali, de Bamako..... | 41 |
| 3.1.2.1 | Le choix de BlonBa..... | 42 |

| | | |
|---------|--|----|
| 3.2 | Choix des techniques de collecte..... | 43 |
| 3.2.1 | L'analyse documentaire..... | 45 |
| 3.2.2 | L'entrevue semi-dirigée..... | 47 |
| 3.2.3 | Le groupe de discussion ou le <i>grin</i> | 48 |
| 3.2.3.1 | Les participants du <i>grin</i> | 50 |
| 3.2.4 | L'échantillon des capsules..... | 51 |
| 3.2.4.1 | Mise en contexte : L'émission « À nous la Citoyenneté» | 53 |
| 3.3 | Tableau synthèse..... | 57 |

DEUXIÈME PARTIE

CHAPITRE IV

DE HÈRÈBOUGOU À BAGNÈRÈBOUGOU : LES CAPSULES DE TÉLÉKOTÈBA DU PNEC ONT FAIT RÉAGIR LES RÉCEPTEURS MALIENS.

| | | |
|-----|---|----|
| 4.1 | La capsule de <i>Bassabougou</i> et la collectivité | 59 |
| 4.2 | La capsule <i>Hèrèbougou</i> et de <i>Banyérébougou</i> et la communauté..... | 63 |
| 4.3 | La capsule de Grand-Maman Fanta et l'état civil | 69 |

| | | |
|-----|--|----|
| 4.4 | La capsule de Baniengo et le développement | 72 |
| 4.5 | Les résultats de l'analyse de contenu | 77 |
| 4.6 | Les résultats des groupes <i>grin</i> | 80 |
| 4.7 | Les objectifs et les résultats du PNEC..... | 81 |

CHAPITRE V

DE HÈRÈBOUGOU À BAGNÈRÈBOUGOU : LES CAPSULES DE TÉLÉKOTÈBA DU PNEC ONT-ELLES CONTRIBUÉ AU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉDUCATION À LA CITOYENNETÉ?

| | | |
|-------|---|----|
| 5.1 | La réception des messages..... | 86 |
| 5.2 | Le développement endogène..... | 88 |
| 5.3 | Les stratégies de communication..... | 89 |
| 5.3.1 | La répétition du message..... | 91 |
| 5.3.2 | L'utilisation des langues locales..... | 94 |
| 5.3.3 | Les références et codes culturels | 96 |
| 5.3.4 | L'implication des leaders d'opinions :..... | 98 |

| | |
|---|-----|
| CONCLUSION..... | 104 |
| ANNEXE | |
| Annexe A | |
| Schéma et grille d'analyse documentaire..... | 109 |
| Annexe B | |
| Schéma d'entrevue semi-dirigée | 112 |
| Annexe C | |
| Schéma et fiche de groupe <i>grin</i> | 113 |
| Annexe D | |
| Formulaire de consentement (groupes de discussion)..... | 115 |
| Annexe E | |
| Formulaire de consentement (entrevues)..... | 117 |
| BIBLIOGRAPHIE..... | 119 |

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

| | |
|--------|---|
| ACDI | Agence canadienne de développement international |
| AFD | Agence française de développement |
| FAO | Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture |
| IDE | Investissements directs étrangers |
| IDH | Indice de développement humain |
| MATCL | Ministère de l'Administration territoriale et des collectivités locales du Mali |
| NEPAD | Nouveau partenariat économique pour le développement de l'Afrique |
| ONG | Organisation non gouvernementale |
| ORTM | Office de radiodiffusion et télévision du Mali |
| PIB | Produit intérieur brut |
| PMA | Pays les moins avancés |
| PNEC | Programme national d'éducation à la citoyenneté |
| PNUD | Programme des Nations Unies pour le développement |
| TFD | Théâtre pour le développement |
| UNESCO | Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la communication |

RÉSUMÉ

La communication est indissociablement liée à la culture puisque chaque peuple se définit à travers sa culture, mais également à travers ses moyens de communication. Le Mali plus particulièrement est un pays de l'Afrique de l'Ouest réputé pour sa richesse culturelle, mais aussi pour ses canaux de communication traditionnels qui, malgré un monde enclin à la mondialisation, demeurent toujours prédominants. Alors que partout sur la planète l'on tente de se mettre au diapason des outils modernes de communication, une jeune agence de communication basée au Mali, BlonBa, utilise les modèles traditionnels de communication pour faire passer des messages de développement très actuels. Le théâtre *kotèba*, théâtre traditionnel qui existe depuis de nombreuses années et qui a accompagné les Maliens et forgé leur histoire, est repris et adapté au goût du jour moderne. Après un mandat de campagne d'information pour le MATCL, Ministère de l'Administration territoriale et des collectivités locales du Mali, BlonBa a créé une émission télévisuelle et radiophonique intitulée «À nous la citoyenneté», qui reprend la tradition du *kotèba* et diffuse un message de développement et un message d'éducation à la citoyenneté.

Cette étude essaie de comprendre les impacts de cet outil de communication chez les récepteurs maliens du *télékotèba*. Elle suit l'évolution des théories de la communication, de la culture et du développement, plus particulièrement le développement endogène. L'utilisation d'un moyen de communication endogène est-il favorable à la réception du message de développement? Notre étude introduit une réflexion sur l'analyse possible des effets de la réception d'un message : acquisition de connaissances, changement d'attitudes et de comportement. Cette piste est privilégiée en raison de la difficulté à étudier les effets de la communication. Nos résultats se redirigeront vers les quatre grandes stratégies de communication qui ont contribué au succès de cette campagne d'éducation à la citoyenneté.

MOTS CLÉS : Développement, Mali, Théâtre *kotèba*, Communication endogène, Réception active, Éducation à la citoyenneté

INTRODUCTION

Dès le moment où l'on pose les pieds au Mali, la culture du pays nous accueille, nous embrasse, et nous réchauffe. Cette culture unique est issue d'un mélange de plusieurs ethnies : bambara, peul, malinké, soninké, sénoufo qui cohabitent au Mali. Chacun se retrouve à Bamako, la capitale et y amène ses coutumes, cuisines, traditions, et langues. Parmi ce mélange, un élément est commun et caractéristique de cette culture: la communication. Que ce soit à travers, ses formes, outils, rites ou acteurs, la communication contribue à l'épanouissement de la vie sociale et ancre les liens sociaux de toutes sortes : professionnels, familiaux, amicaux et amoureux.

L'exemple du griot est une bonne illustration de ce phénomène, le griot est un acteur social qui joue un rôle très important, le griot est à la fois un intermédiaire et un messager. Il est présent à toutes les étapes cruciales de la vie : dès le baptême le griot chante des louanges pour l'enfant, évoque le parcours de ses ancêtres et retrace la lignée familiale pour accueillir l'enfant et le mettre sur les traces de ses origines. Lors de la préparation des fiançailles et du mariage, il sert d'intermédiaire entre les deux familles des futurs époux pour assurer une cohésion familiale et accueillir la mariée dans sa nouvelle famille. Lors du décès, il invoque les ancêtres pour calmer la douleur des proches et préparer le repos du défunt. Le griot est un spécialiste de la communication qui respecte les coutumes et perpétue les traditions pour accompagner et guider les gens lors des étapes cruciales et inévitables de la vie. Il permet également aux différents groupes ethniques de dialoguer et malgré les différences, de régler leurs problèmes quotidiens en respectant les us et coutumes de chacun.

La communication, perçue comme élément favorisant le lien social, est solidement ancrée dans les habitudes culturelles des Maliens, comme le démontre le rôle central du griot. Elle permet une meilleure cohésion sociale entre des acteurs d'ethnies différentes. La communication permet à tous d'évoluer dans la société malienne et d'y trouver leur place: les paysans, les forgerons, les griots, les esclaves¹ et les nobles ont tous un rôle à jouer, et la

¹ Bien qu'il y ait une abolition officielle de l'esclavage au Mali depuis les années 1960, cette pratique persiste dans beaucoup de groupes ethniques tels que chez les peuls, les tamasheks, et les maures.

participation de tous est nécessaire afin de perpétuer la tradition et garantir la cohésion du peuple malien, tout comme le citoyen avec ses droits et devoirs participe à la démocratie.

Malgré la richesse de la culture malienne que l'on peut retrouver dans la diversité des ethnies et des moyens de communication, la pauvreté est un phénomène qui s'observe aussi quotidiennement. Selon l'ACDI², le faible taux d'alphabétisation (23% au total, 31% chez les hommes et 16% chez les femmes en 2004), la faiblesse de l'espérance de vie (54 ans en 2007) conséquence d'un haut taux de mortalité infantile (19,6% en 2007 chez les moins de cinq ans) et d'un système de santé insuffisant et inadéquat sont les indices d'un pays en voie de développement. (ACDI, 2009) Mais encore plus frappant, la difficulté quotidienne pour bon nombre de familles de répondre aux besoins de base primordiaux : se nourrir, se vêtir, l'accès à l'eau potable et au logement sans parler de l'électricité qui demeure un bien de luxe.

Le potentiel humain, naturel et culturel du pays n'est pas représentatif de la situation actuelle qui y prévaut. Avec une économie peu développée en raison d'échanges commerciaux inégaux, des systèmes d'éducation toujours en réforme, et une agriculture à développer, il est difficile de comprendre la complexité des piètres performances socio-économiques d'un pays riche en ressources humaines et naturelles. Ce paradoxe est le point de départ de notre réflexion qui a conduit jusqu'à la rédaction de ce mémoire.

La recherche s'étale sur cinq chapitres qui vous seront présentés succinctement. Le premier chapitre renferme la problématique, les questions et les objectifs de la recherche, ceux de BlonBa, notre partenaire culturel et ceux du PNEC³.

² L'ACDI : Agence canadienne de développement international est le principal organisme canadien responsable de l'aide au développement. Elle a pour mandat d'appuyer les activités de développement durable dans les pays en développement afin de réduire la pauvreté et de rendre le monde plus sûr, plus juste et plus prospère.

³ PNEC : Programme national d'éducation à la citoyenneté sous la direction du Ministère de l'Administration territoriale et des collectivités locales du Mali.

Le deuxième chapitre étudie les concepts de la communication, de culture et de développement endogène. Le théâtre pour le développement, l'éducation à la citoyenneté et la réception active sont les éléments théoriques qui compléteront la réflexion.

Le troisième chapitre aborde la démarche méthodologique ainsi que le choix et la présentation des différentes techniques de collecte : analyse documentaire, entrevue semi-dirigée et groupe de discussion (*grins*).

Le quatrième chapitre présente les quatre capsules qui constituent le matériel de recherche, les résultats de l'analyse documentaire des capsules et celle des groupes *grins*.

Le cinquième chapitre expose les quatre stratégies de communication qui ont contribué au succès de cette campagne : la répétition du message, l'utilisation des langues locales, les références et codes culturels et l'implication des leaders d'opinion.

Nous nous proposons dans ce mémoire d'analyser le message de développement diffusé par les capsules du théâtre *kotèba* pour ensuite évaluer ses effets sur les récepteurs maliens. Nous cherchons aussi à évaluer la pertinence d'un outil de communication qui utilise le savoir faire local. Pour ce faire, voici les objectifs de la recherche.

- Décrire et comprendre l'évolution des différentes formes du théâtre *kotèba* jusqu'à la dernière génération des capsules télévisées.
- Évaluer l'incidence de l'utilisation des capsules télévisées du théâtre *kotèba* pour communiquer un message de développement et d'éducation à la citoyenneté sur les récepteurs maliens en se basant sur nos recherches ainsi que les rapports du PNEC.
- Évaluer la pertinence de l'utilisation d'un outil de communication qui allie modernité et tradition pour communiquer un message de développement chez les récepteurs maliens en se basant sur nos recherches ainsi que les rapports du PNEC.

PREMIÈRE PARTIE

CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE

LE MALI, SA CULTURE ET SON DÉVELOPPEMENT : OÙ LA COMMUNICATION SE SITUE-T-ELLE DANS CETTE ÉQUATION?

Dans ce premier chapitre, nous présenterons les différentes étapes de notre raisonnement qui ont conduit à une problématique et des questions de recherche précises. Cette démarche a débuté par une expérience personnelle, une hypothèse de recherche, un intérêt pour le développement et le théâtre *kotèba* qui s'est renforcé avec le contenu du programme national d'éducation à la citoyenneté au Mali (PNEC) et les capsules de *télékotèba*.

1.1 L'Afrique, le Mali et le développement

Pour le Mali et bon nombre de pays d'Afrique sous-développés, la question du développement est centrale. Les écarts de niveau de vie entre l'Afrique et les autres continents sont énormes. Le concept de développement a d'abord émergé dans le sens de développement économique, puisque les théories du développement sont nées dans un contexte sociopolitique et économique bien déterminé (Azoulay, 2002). Affaiblis après les deux premières guerres mondiales et confrontés aux luttes nationales pour les indépendances, les grandes puissances sont contraintes dans des processus de décolonisation. Pour de nouveaux États l'indépendance politique rime avec indépendance économique.

Le sous-développement économique est ainsi le non-épanouissement des potentialités des sociétés et des capacités des hommes (Hugon, 2007, p.87). Pour cet auteur, différents indicateurs permettent de caractériser les pays en développement tels que : le sous-emploi, la malnutrition, l'analphabétisme, la précarité et la vulnérabilité. La réduction des inégalités, la satisfaction des besoins alimentaires, sanitaires, en eau potable et en éducation demeurent les défis du développement de l'Afrique.

Selon les statistiques en ligne de la Banque Mondiale⁴, en 2009, avec une économie mondiale dans une période de grande incertitude, les pays en développement jusqu'ici moins touchés par la crise financière ne sont plus épargnés. La croissance en Afrique, qui s'était accélérée, passant de 3,1 % en 2000 à 6,1 % en 2007, ne devrait plus atteindre selon les prévisions que 1,7 % en 2009 — alors qu'on avait prévu 6,4 % — et restera bien inférieure aux taux moyens de croissance de 5,3 % qu'avaient enregistrés depuis plus de 10 ans les 15 pays d'Afrique ayant obtenu les meilleurs résultats. Il en résultera un ralentissement des progrès vers les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD), même dans des pays comme le Ghana, qui étaient bien placés pour arriver à faire diminuer de moitié la pauvreté d'ici 2015. (Banque Mondiale, 2009)

On pourrait toutefois voir baisser la contribution des exportations nettes à la croissance du PIB en Afrique, et de nombreux pays sont exposés aux chocs des termes de l'échange. La hausse des prix des denrées alimentaires et des carburants a, d'autre part, creusé l'écart entre pauvres et riches, avec pour conséquence un risque accru de troubles sociaux. Le ralentissement observé dans les pays en développement est très significatif parce que le resserrement du crédit affecte directement les investissements, un facteur essentiel des fortes performances réalisées par les pays en développement durant les cinq dernières années.

Malgré les nombreuses initiatives, le développement ne donne pas les résultats escomptés. L'Afrique demeure le continent pauvre, caractérisé par les guerres, les épidémies et les famines. Toujours selon Hugon (2007, p.19) pour 12% de la population mondiale, elle représente 1% du produit intérieur brut (PIB) mondial, 1,4% du commerce mondial et 2 à 3% des investissements directs étrangers (IDE). Les indicateurs de pauvreté y sont les plus élevés du monde. L'Afrique comprend 33 des 48 pays les moins avancés (PMA) et 36 des 45 pays à indice de développement humain (IDH) faible. Elle regroupe 180 millions de sous-alimentés, 25 millions de personnes sont touchées par le virus de VIH/Sida.

Plusieurs facteurs sont à considérer pour expliquer la situation des gouvernements africains face à un échec relatif des différentes politiques de développement. Ces

⁴ La Banque Mondiale est une organisation qui comprend deux institutions de développement : le BIRD, Banque internationale pour la construction et le développement et l'IDA, Association internationale de développement. La Banque Mondiale constitue une source d'appui financier pour les pays en voie de développement. Elle représente la principale source de financement de l'Afrique et fait de la lutte contre la pauvreté sa mission première.

gouvernements depuis l'indépendance ont eu la lourde tâche de construire des États et des marchés. Comme le souligne Hugon (2007) la spirale de l'endettement et les politiques de stabilisation et d'ajustement sont des facteurs qui ont contribué à l'échec relatif des diverses stratégies de développement.

Le Mali n'échappe pas aux réalités africaines de sous-développement. Le gouvernement du Mali a d'ailleurs une vision bien définie du développement du pays et joue un rôle prépondérant dans la gestion et la coordination de son programme de développement. Par sa stratégie de réduction de la pauvreté, le gouvernement malien fait de la lutte à la pauvreté son principal défi avec la mise en place d'un programme de réforme en matière de privatisation, de décentralisation et d'administration. Le gouvernement malien appuie vivement le Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD).⁵

Ce nouveau partenariat reprend les idées de développement à l'africaine (Ki Zerbo, 1989) qui propose un développement endogène qui utilise les ressources propres à l'Afrique. Un développement qui tient compte des spécificités culturelles de l'Afrique, comme par exemple de la tradition orale de ces sociétés.

Bamako regorge de projets, d'initiatives et d'organismes qui œuvrent dans le secteur du développement au Mali. Au niveau international, les pays occidentaux sont bien représentés avec par exemple la France et l'AFD (Agence française de développement), le Canada avec l'ACDI (Agence canadienne de développement international), le CECI (Centre d'études de coopération internationale) et la Fondation Paul Gérin-Lajoie, les États-Unis avec l'USAID (Agence des Nations Unies pour le développement international), la Suisse avec la DDC (Direction du Développement et de la Coopération) sans oublier le rôle de plus en plus

⁵ Le NEPAD constitue un cadre de référence pour l'Union africaine et le partenariat international. Il se situe dans un horizon à long terme (10 à 15 ans). Il met l'accent sur le secteur privé en s'appuyant sur les cinq grandes régions de l'Union africaine. Il privilégie l'appropriation par les Africains du processus de développement et vise un nouveau partenariat fondé sur la responsabilité partagée et l'intérêt mutuel. Le MAEP (mécanisme africain d'évaluation par les pairs), pierre angulaire du NEPAD et gage de sa crédibilité, a été mis en place. «Ce sont les pays africains, eux-mêmes, qui doivent identifier, évaluer et financer les projets d'investissement communs.» (Hugon, 2007 p. 204)

important de la Chine. Tous ces organismes et représentants internationaux sont très présents dans les programmes et projets de développement au Mali.

Toutefois, le développement qui nous intéresse ici est le développement endogène, celui des groupes, ONG et associations locales. Dans ce sens, nous avons souhaité analyser une structure locale, le groupe BlonBa (structure malienne de création artistique et d'action culturelle fondée en 1998).

Les activités de BlonBa se concentrent sur la création et la production culturelle avec un accent particulier sur l'audiovisuel et le théâtre. BlonBa propose des services dans le champ de la logistique d'événements culturels et de la communication. Une présentation complète de cette structure sera exposée plus loin dans ce chapitre. Avant cela, nous présenterons l'intuition initiale qui a guidé la recherche, ainsi que les traditions culturelles (notamment le théâtre) du Mali.

1.2 Intuition initiale

Notre intuition initiale est à la base de notre questionnement et de nos intérêts pour le sujet de la communication pour le développement. Deux évidences nous apparaissent dans une relation où elles devraient s'accorder. La communication est incontestablement une valeur fondamentale de la société malienne et le développement endogène qui repose sur le savoir faire local et les outils endogènes doit inévitablement inclure la communication traditionnelle.

Nous sommes d'avis que le développement endogène est un principe qui s'accorde avec une vision de la communication basée sur les systèmes locaux et traditionnels. Ce développement se démarque aussi par son action directe sur des besoins établis par les communautés. Il ne s'agit pas de modèles simplement empruntés, mais de développement conçu, planifié, organisé et mis en place par les acteurs locaux et les populations. Cette vision du développement vise d'abord à combler les besoins de base : eau, nourriture, logement,

santé et ensuite les besoins humains fondamentaux : l'éducation et le développement économique, politique et social des populations.

Dans cette logique de prise en compte des spécificités culturelles, la tradition du théâtre pour le développement semble prendre en compte les visées du développement endogène. Issue de la tradition orale, ce théâtre qu'est le *kotèba*,⁶ basé sur les coutumes du peuple bamanam⁷ est une piste intéressante en concordance avec le contexte et les réalités locales. BlonBa et le PNEC souhaitent améliorer le développement du Mali avec une stratégie qui répond d'abord à la spécificité culturelle du pays et à la fois qui propose des voies alternatives d'approches du développement. C'est à notre avis, dans ce sens que Aglo (2001, p.40-41) argumente quant il affirme que :

Il n'est pas non plus question de soutenir que le système traditionnel s'oppose au projet de développement ... À partir de là nous pourrions signaler que compte tenu de sa structure, de ses fondements et de ses méthodes, le système traditionnel, loin de mourir, reste encore très actif, très influent et incontournable. En effet, malgré le caractère apparent de l'acculturation, du mimétisme social et culturel, il demeure un fait qu'environ 80% de la population de l'Afrique noire restent attachés au système traditionnel. L'Afrique traditionnelle, c'est l'Afrique rurale, l'Afrique profonde non initiée à l'écriture occidentale et dont la culture est caractérisée par la tradition orale.

⁶ Le théâtre *kotèba* est une tradition inscrite dans la culture *bamanam*. Puren (2008) explique les origines de cette tradition. «Plusieurs légendes retracent l'origine du *kotèba* traditionnel. L'une fait de lui un théâtre sacré, et les autres un théâtre profane. A vrai dire, personne ne sait l'origine exacte du *kotèba*. Mais ce dont on est sûr, est qu'il existe depuis plus de deux siècles puisque l'histoire nous rapporte que des villageois jouaient du *kotèba* au temps du roi Da Mouzon.» Cette expression théâtrale englobe musique danse, chants, spectacle de masques, mimes et théâtre parlé. À l'origine ce théâtre avait des fonctions rituelles mais aussi récréatives. Son expression théâtrale a été reprise depuis le début des années 80 comme un théâtre participatif et utile qui constitue toujours l'un des piliers de la culture bambara, mais s'inscrit dans le paradigme moderne du développement comme un outil de sensibilisation à la base.

⁷ Le mot bambara est la transcription française de *bamanam* pour l'ethnie, lorsqu'on désigne la langue c'est le *bamanankan*, bambara également pour la transcription française.

1.3 Les traditions culturelles au Mali

Du VIII^e siècle à l'occupation française, le Mali était la terre d'accueil de plusieurs grands empires d'Afrique dont entre autres : l'empire du Ghana, l'empire du Mali, l'empire du Songhaï⁸, l'empire Bamanan de Ségou et l'empire Peulh du Macina. Les descendants de ces empires représentent plus d'une dizaine d'ethnies qui cohabitent sur le territoire malien et parlent quotidiennement une des langues nationales parmi lesquelles : le bambara, le peul, le sénoufo, le soninké, le tamasheq, le sonraï, le dogon et le bobo. Ce métissage ethnique contribue grandement à la diversité culturelle du Mali et lui apporte par ses convergences et contradictions, une richesse inestimée.

Il est important de percevoir la culture non pas comme une valeur complémentaire, mais plutôt une valeur clé du développement. La spécificité du Mali se retrouve dans les moyens utilisés pour maintenir une culture riche et variée : danse, chants, théâtre, musique, et artisanats ont permis à ce pays d'Afrique de se faire connaître de par le monde. Le Mali est reconnu pour ses grands chanteurs et griots : Salif Keïta, Oumou Sangaré, Amadou et Mariam, Ali Farka Touré, etc. et pour le raffinement de son art touareg, bogolan, peul et sénoufo, mais aussi pour son théâtre : le *kotèba*.

1.3.1 Le théâtre *Kotèba*

Le théâtre est une partie intégrante du patrimoine de l'Afrique. S'interroger sur le théâtre d'une société disait Jean Duvignaud (Effenberger, 2004, p.28), c'est s'interroger sur une société, une communauté qui se regarde dans le jeu dramatique. Le théâtre traditionnel est un élément de la vie culturelle africaine. Selon Cabakulu Effenberger (2004, p.31), il se caractérise par trois traits : un théâtre rural par ses origines et son cadre, une synthèse artistique par son contenu (rites, chants, danses, musiques), et un théâtre essentiellement populaire par la source de ses thèmes et la participation de la population.

⁸ Le mot songhaï est la transcription française de *sonraï* pour l'ethnie, le même mot désigne également la langue.

Le théâtre traditionnel remplit aussi trois rôles distincts et essentiels vis-à-vis de la société: un premier rôle économique, politique et religieux, un rôle esthétique et un rôle pédagogique par une éducation permanente et populaire de tous. Selon Effenberger, (2004, p.31) «l'une des formes de théâtre les plus représentatives du théâtre populaire africain est le *kotèba* bambara, qui est un théâtre total, une synthèse de parole, de chant, de danse.»

Le théâtre *kotèba* est un mode traditionnel de communication et de transmission de l'information des sociétés bambara au Mali. Il met en scène des situations de la vie courante et fonctionne selon le mode de l'oralité. Dans le monde de l'oralité, le savoir se transmet de génération en génération. Il repose donc sur l'accumulation des connaissances et expériences de vie des anciens, des adultes et de certaines catégories sociales comme les griots, qui assurent la transmission. C'est dans ce sens qu'Amadou Hampâté Ba (1991) a affirmé «en Afrique, un vieillard qui meurt est une bibliothèque qui brûle.» Ce théâtre s'insère bien dans le contexte social malien :

Le *kotèba* est une forme de satire sociale jouée sur le mode burlesque dans les villages de l'aire mandingue (Afrique de l'Ouest). Les vices de la cité sont mis en spectacle et moqués sur la place publique. Enchâssée dans un rituel qui manifeste son importance pour la communauté, la représentation du *kotèba* pratique l'autodérision, l'adresse au public, la critique sociale et réunit toutes les catégories de la société. Dans les années 1980, un mouvement de comédiens a commencé à adapter ce genre en milieu urbain. BlonBa s'inscrit dans cette lignée. Plusieurs de ses comédiens sont depuis l'origine des acteurs importants de cette histoire. (Foix, 2005)

Le théâtre *kotèba* est un phénomène qui s'inscrit bien dans la culture bambara. Dans les années trente et quarante, une nouvelle expression théâtrale émerge, le théâtre moderne malien, un théâtre avec des sujets sociaux qui devient un moyen d'expression politique. En 1960, avec la création d'une troupe de théâtre nationale et d'autres initiatives théâtrales, le théâtre moderne malien acquiert une véritable portée nationale. D'un côté, un théâtre *kotèba* traditionnel et de l'autre un théâtre moderne et institutionnalisé. Comme le souligne De Noray (1990, p.3) dans ce contexte, prend forme dans le début des années 80, un théâtre alternatif, empruntant au *kotèba* son esprit populaire et sa vocation sociale, et au théâtre moderne, son professionnalisme. Cette nouvelle forme de *kotèba* coïncidait avec le

mouvement d'indépendance au Mali, elle devint un outil de dénonciation politique du régime de dictature de Moussa Traoré.

Aller au-delà du moyen de communication vers le contexte culturel qui le forma au Mali avec la dictature du régime de Moussa Traoré, c'est mettre en évidence le rôle capital que joue le théâtre *kotèba*, un rôle de participation et d'ouverture pour les citoyens maliens. Ce mode de transmission de l'information, parfois utilisé comme moyen d'expression est aujourd'hui utilisé et repris par les acteurs du développement, tel que BlonBa, la plus importante structure culturelle au niveau de la création artistique et de la diffusion du théâtre *kotèba* aujourd'hui fondée en 1998.

L'adaptation télévisuelle du théâtre *kotèba*, reprend le concept d'origine en diffusant des courtes capsules télévisées. Cette adaptation représente un espace de continuité entre les traditions culturelles du peuple malien et la culture de masse. En effet, on conjugue une ancienne tradition avec un outil de communication populaire et moderne : la télévision.

L'exemple du théâtre *kotèba*, notamment avec le groupe BlonBa nous permettra de répondre à cette conjonction entre tradition et modernité en vérifiant le rôle et les impacts sociaux de cet outil de communication. Selon Foix :

L'histoire du *kotèba* se poursuit depuis ses origines ancestrales, poussé par un nouveau souffle dans les années 80 comme un instrument de dénonciation politique, jusqu'à la diffusion sur la chaîne nationale du Mali de capsules télévisées. C'est grâce aux différentes adaptations et interprétations de cette tradition que cet art persiste. (Foix, 2005)

Nous nous proposons dans ce mémoire d'analyser le message de développement diffusé par les capsules du théâtre *kotèba* et par la suite d'évaluer ses effets sur les récepteurs maliens. Nous cherchons aussi à évaluer la pertinence d'un outil de communication qui utilise le savoir faire local. Il s'agit du théâtre *kotèba*, comme expérience théâtrale entre tradition et modernité qui exploite à la fois deux approches de la communication pour tenter d'ouvrir l'espace de parole et de favoriser la reconstruction sociale au Mali, en passant par la

valorisation de la culture et de l'identité culturelle, une étape cruciale du développement endogène.

1.4 L'usage de la tradition dans le développement

Le recours à la tradition comme levier de développement nous renvoie à la question du rôle et de l'importance de la culture dans le changement social dont on ne peut faire fi. La tradition est vue comme un ensemble de modèles de comportements et d'attitudes à moderniser et adapter. Le *kotèba* s'adapte lui-même aux nouvelles exigences de la vie moderne, pour inciter le spectateur à réfléchir en tant que citoyen. Ce sont donc là des façons d'utiliser la tradition dans le processus de développement du pays où il est fait appel à chacun pour s'engager et contribuer d'une nouvelle manière aux changements. Dans les traditions, certains aspects changent difficilement, alors que d'autres sont prévus et codifiés à l'intérieur même de ces traditions. Ces modèles traditionnels peuvent être modernisés et adaptés. Alors que la réflexion sur l'Afrique a tendance à montrer souvent que les traditions sont un frein, un obstacle au développement, BlonBa montre le contraire. De son expérience on peut se demander ce qui est finalement réfractaire dans la tradition : le manque de créativité et d'initiative des gens ou les traditions qui refuseraient de changer?

La tradition n'est pas figée comme on le croit quand il s'agit de l'Afrique, mais certains aspects changent plus facilement que d'autres. Au Mali, les solidarités villageoises et familiales changent plus rapidement que les pratiques de l'excision des femmes et l'alimentation des femmes enceintes, des nourrissons et des jeunes enfants. Pour ce qui est du planning familial et de la prévention des maladies en général, les changements se font plus lentement. Or aucun peuple ne peut se développer en tournant complètement le dos à ses traditions, à sa culture, qui sont le soubassement, les repères et le levier de son développement. Il doit les revisiter en vue des nouveaux objectifs et nouvelles exigences de la vie à chaque époque. Ainsi un proverbe sénoufo du Mali dit que « chaque époque doit se chauffer avec le soleil qui y brille.»

BlonBa, jeune entreprise culturelle, a comme objectif premier de démocratiser la culture pour contre balancer une tendance culturelle élitiste. Cette institution populaire s'est dotée d'initiatives qui permettent de libéraliser les activités culturelles pour les rendre plus accessibles aux jeunes. Elle propose aux jeunes des espaces formels équipés de façon moderne, contrairement aux espaces spontanés des quartiers et des rues. Son approche culturelle du développement respecte les traditions, tout en innovant avec les technologies de communication moderne.

Pour le PNEC, l'éducation à la citoyenneté est une approche de développement, un développement local qui vient renforcer le processus de décentralisation à la base, un développement établi par un programme qui s'appuie sur la société civile. Un développement appuyé par les associations et les ONG locales, un développement plus endogène.

Le volet télévisuel du PNEC constitue l'élément central et le cœur du programme. Les objectifs de ce volet visent, entre autres : la connaissance par la population malienne de son environnement politique et juridique et l'intériorisation par la population malienne de :

- la nécessité pour la population de lutter contre l'indifférence et de s'intéresser à son environnement politique ;
- l'importance de posséder des pièces d'état civil ;
- les différences qui caractérisent une société démocratique d'une société non démocratique ;
- les droits et les devoirs conférés au citoyen par la Constitution du Mali et les fonctions des institutions ;
- l'importance de la responsabilité et du souci d'agir pour le bien collectif
- l'importance d'obéir aux lois qui gouvernent le pays ;
- l'exemple de citoyens, associations ou communes qui sont des modèles en matière de bonne gouvernance ;
- la réflexion collective sur les valeurs sociales et communautaires qui favorisent l'épanouissement des individus dans la communauté ;

(PNEC, 2004, p.24)

1.5 Problématique

Notre démarche repose sur la conviction que les aspects culturels sont intimement liés au processus de développement et d'éducation civique. Et l'expérience a plutôt conforté cette intuition. On sait aujourd'hui que le développement n'est déterminé par aucun facteur exclusif, et qu'il est toujours tributaire de la culture. La sous-estimer ou l'ignorer mène à l'échec des opérations les mieux préparées et interdit tout espoir de développement continu et profond.

Le théâtre est une partie intégrante du patrimoine de l'Afrique et du Mali en particulier. Le théâtre *kotèba* est un phénomène si important pour la communication au Mali, mais peu de recherches ont été faites sur son rôle d'outil de communication pour le développement.

Une des rares recherches est celle de Koulski Lamko (1998) qui vise à montrer qu'au-delà de la disparité que l'on peut observer dans les différentes pratiques théâtrales proposées depuis l'époque des années 80, naît une esthétique caractérisée par son émergence en situation d'interculturalité. L'horizon d'attente du public posé comme point de départ de la création théâtrale en définit les contours au préalable et secrète de ce fait une esthétique de la réception.

Si l'idée d'un retour au *kotèba* a été une bonne chose sur le plan de l'investigation un patrimoine théâtral ancien, son exploitation par les uns et les autres manquait d'imagination... D'un spectacle à l'autre l'ambition véritablement théâtrale s'est émoussée, l'imagination est tombée en panne. (...) Le *kotèba* en tant qu'héritage théâtral n'est et ne sera que le fond de l'esthétique théâtrale qu'il faut sans cesse inventer en croisant les formes et les expressions diverses que nous offrent les cultures et les expériences théâtrales de par le monde. (Touré, 1995, p. 31-32)

Selon Lamko et Touré (1995), la tradition théâtrale s'essouffle et doit se réinventer. Elle peut se réinventer grâce à de nouveaux thèmes ou de nouvelles expressions théâtrales. La culture n'est pas une valeur qui échappe au contexte global de la mondialisation, même en Afrique. Les traditions doivent se réinventer et évoluer pour survivre.

Pour notre part, nous tenterons d'interroger la réception des messages véhiculés par le théâtre *kotèba*, et plus particulièrement des messages orientés vers le développement et de leurs incidences sur les récepteurs maliens. Avec la réception active pour toile de fond, nous poserons plusieurs questions. La variation des formes de transmission du théâtre *kotèba* a-t-elle un impact sur les récepteurs ? Quels sont les enjeux de développement mis de l'avant par BlonBa ? Est-ce que l'utilisation d'un médium tel que la télévision transforme les rapports du public aux messages et à leurs contenus ?

Lors de la production de messages, l'émetteur doit s'interroger sur la réception de ceux-ci. Dans le cadre de cette étude, nous considérons les auditeurs maliens des capsules télévisées de théâtre *kotèba* comme des récepteurs actifs qui reçoivent des messages de développement. Il nous intéresse de savoir comment ces messages sont perçus. Comment sont-ils reconstruits dans l'imaginaire des récepteurs. Ont-ils une influence sur les actions des récepteurs. Permettent-ils de sensibiliser les récepteurs aux enjeux mis en lumière par les messages de développement.

La problématique de cette recherche ne s'est précisée qu'une fois sur le terrain, lorsque la recherche documentaire nous a permis de mieux déterminer l'origine des capsules de *télékotèba* réalisé par BlonBa. Il est important de mettre en contexte la création des capsules pour mieux comprendre le sens des messages diffusés.

1.5.1 Questions et hypothèses de recherche

Nous venons d'identifier les origines et le contexte qui créa ce mode de transmission du savoir, utilisé maintenant par les acteurs du développement. Le théâtre *kotèba* sous la forme d'adaptation télévisuelle est-il un exemple à suivre pour bâtir une nouvelle approche du développement? Une approche où la communication demeure le principal outil de développement, une approche où la culture, la communication et le développement se réconcilient grâce à une orientation endogène. C'est cette réflexion qui nous a permis de développer les questions de recherche et d'établir les paramètres de la recherche.

La question principale : Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée?

Une telle question entraîne des sous-questions qui sont les suivantes:

Est-ce que les capsules de *télékotèba* (À nous la citoyenneté) permettent une meilleure connaissance, une sensibilisation aux enjeux du développement (d'éducation à la citoyenneté) chez les récepteurs maliens?

Est-ce que les capsules de *télékotèba* (À nous la citoyenneté) permettent une appropriation des enjeux de développement (d'éducation à la citoyenneté) et un changement d'attitudes chez les récepteurs maliens?

Est-ce que les capsules de *télékotèba* (À nous la citoyenneté) permettent la création de valeurs communes autour des enjeux du développement (d'éducation à la citoyenneté) chez les récepteurs maliens?

Une fois ces questions posées, la construction du cadre de recherche et des outils peut alors véritablement commencer afin d'évaluer ces affirmations et répondre aux questions suivantes : Quels sont les indices qui nous permettent d'identifier une sensibilisation? Un individu conscientisé est un individu qui réfléchit et change de position sur une question précise. Avant de passer à l'étape de la modification du comportement, l'individu remet en question ses connaissances. Donc, une nouvelle source d'informations ou une confirmation peut engendrer la conscientisation ou la sensibilisation, mais le processus de changement s'enclenche lorsque la validation des informations est confirmée et se confronte aux anciennes habitudes pour en créer de nouvelles. Chez les récepteurs maliens des capsules télévisées du théâtre *kotèba*, les indices de sensibilisation commencent par le partage et la confrontation des informations avec le groupe de référence.

Lorsqu'il est question d'enjeux ou de messages de développement dans ce texte, nous faisons référence à des messages orientés vers des problèmes de pauvreté, de santé (alimentation), d'éducation, de politique, etc. Notre sélection se base sur les objectifs du millénaire du développement qui visent : l'espérance de vie, la santé (accès à l'eau potable, alimentation et nutrition), l'enseignement (école primaire pour tous), égalité des sexes au niveau de l'enseignement et de l'alphabétisation, baisse du taux de mortalité infantile, augmentation du revenu par habitant.⁹

Dans cette recherche et compte tenu du cadre analysé, les enjeux de développement ont plutôt concerné l'éducation à la citoyenneté. Le PNUD affirme que l'éducation civique contribue à la réduction de la pauvreté et peut jouer un grand rôle dans l'atteinte des objectifs du Millénaire. Ces objectifs, en effet, ne sont pas uniquement l'affaire des gouvernements et de leurs partenaires. Ils concernent les citoyens à la base qui, par leurs initiatives, peuvent transformer leurs milieux de vie. L'éducation civique sert à stimuler ces initiatives, elle est donc un élément incontournable du développement. C'est pour l'ensemble de ces raisons que le PNUD a appuyé financièrement ce projet du PNEC avec un apport de près du tiers du budget global.

Mais ce projet répond-il réellement à ses objectifs? L'hypothèse générale se définit comme suit: Le message de développement et d'éducation à la citoyenneté du *télékotèba* permet d'amorcer chez les récepteurs maliens une meilleure connaissance et une réelle prise de conscience des enjeux du développement. Cette appropriation du contenu des messages se fait grâce à la concordance du contenu avec les réalités locales de développement. Par contre, pour entamer un réel processus de changement et de création de valeurs communes, d'attitudes et d'habiletés civiques, le message de développement et d'éducation à la citoyenneté devrait être renforcé par l'entremise de leaders d'opinions influents et reconnus dans leurs communautés.

⁹ La communauté internationale a fixé des objectifs pour le développement d'un monde meilleur pour éliminer la pauvreté et améliorer les conditions de vie d'ici 2015. Lors du sommet du Millénaire en septembre 2000, les Nations unies ont en effet défini des objectifs du développement. La Déclaration du Millénaire a été signée par 147 chefs d'État et adoptée à l'unanimité par les membres de l'Assemblée générale de l'ONU, auxquels se sont engagés 189 pays en 2002.

Nos connaissances culturelles de la société malienne nous laissent envisager que le changement d'attitude chez les récepteurs du *télékotèba* est un processus beaucoup plus complexe que la théorie du changement de comportement. Même si l'étape de l'acquisition de connaissances est facilement atteignable, il sera difficile d'engendrer un changement d'attitudes et de comportements sans l'intervention directe des acteurs traditionnels, mieux connu dans la théorie sous le nom de leader d'opinion. Tout comme le griot qui accompagne l'individu au cours des étapes cruciales de la vie, le leader influence la communauté. Ces pratiques sont culturellement ancrées dans l'esprit collectif et leur intégration augmente considérablement les chances de réussite de toutes tentatives d'influence.

Le point de départ de cette recherche est d'abord l'identification des enjeux de développement priorités par BlonBa et le PNEC, pour comprendre les fondements et le contexte de l'orientation éducation à la citoyenneté. Les objectifs suivants ont la même fonction : mettre en relief les aspects plus globaux de la recherche avant de s'attaquer aux questions de recherche posées auxquelles nous trouverons des réponses grâce à l'utilisation des techniques actives de cueillette de données.

Pour résumer, nous tenons à rappeler les objectifs de la présente recherche.

- Décrire et comprendre l'évolution des différentes formes du théâtre *kotèba* jusqu'à la dernière génération des capsules télévisées.
- Évaluer l'incidence de l'utilisation des capsules télévisées du théâtre *kotèba* pour communiquer un message de développement et d'éducation à la citoyenneté aux récepteurs maliens en se basant sur nos recherches ainsi que les rapports du PNEC.
- Évaluer la pertinence de l'utilisation d'un outil de communication qui allie modernité et tradition pour communiquer un message de développement chez les récepteurs maliens en se basant sur nos recherches ainsi que les rapports du PNEC.

Dans le prochain chapitre, nous aborderons les théories du développement, de la communication et du théâtre pour appuyer les idées sous-jacentes à la présente recherche ainsi que pour questionner certaines propositions avancées par les auteurs.

CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE

VERS UNE NOUVELLE APPROCHE COMMUNICATIONNELLE ET CULTURELLE DU DÉVELOPPEMENT: ÉLÉMENTS THÉORIQUES

La communication, la culture et le développement endogène sont les concepts de base qui recourent la prise en compte des spécificités locales dans les stratégies de développement au Mali. Devant la complexité de ces trois concepts clés, nous procéderons d'abord à leur définition afin de clarifier nos positions quant à l'utilisation de ces termes tout au long de la recherche. Le théâtre pour le développement, l'éducation à la citoyenneté et la réception active sont les éléments théoriques qui compléteront la réflexion effectuée.

2.1 La communication

Comme l'a relevé Watzlawick (1979), en affirmant «on ne peut pas ne pas communiquer», la communication est une chose intrinsèque à l'humain, et ce depuis toujours. Elle est un geste naturel, parfois conscient ou non, qu'il s'agisse de communication verbale ou non. Tout geste s'interprète comme un acte de communication. Selon Maisonneuve (1973), au sens large, une communication désigne tout échange de messages, c'est un processus au cours duquel des significations sont transmises entre des personnes ou des groupes. La communication est donc une science complexe qui peut être étudiée selon différentes approches.

Au-delà de ces définitions, vers la fin des années quarante avec les théories de Shannon et Weaver (1949), la communication fut présentée selon un modèle schématique qui découle de la science des mathématiques. La communication est ainsi définie selon ses éléments : l'émetteur, le message, le récepteur et le canal. Dans cette logique le message part de l'émetteur qui utilise le canal pour transmettre l'information jusqu'au récepteur. Mais Shannon et Weaver, introduisent aussi la notion de bruit, un élément nouveau qui nuit à la transmission du message. De plus, ils en arrivent à la conclusion que plusieurs types de problèmes entravent le schéma de la communication : des problèmes techniques, sémantiques et d'efficacité.

Les problèmes sémantiques qui concernent l'identité entre l'interprétation du récepteur et l'intention de l'émetteur sont à la base des théories de la réception qui prendront forme par la suite. Pour éviter ces problèmes, il s'agira de s'assurer que le message et ses représentations sont les plus proches possibles, pour l'émetteur et le récepteur.

Élaborée par l'école de Palo Alto dans les années soixante et soixante-dix, la théorie systémique de la communication rompt avec le modèle de l'information où seul comptait le contenu du message. La nouvelle théorie met l'accent sur la primauté de la relation sur le message.

Dans un tel modèle, l'accent n'est pas mis d'abord sur les acteurs de la communication (destinateur et destinataire car ils se trouvent en perpétuelle interaction et ne peuvent être isolés), ni sur le message communiqué (car on va voir qu'il est largement insaisissable tant dans sa forme que dans son contenu), mais sur l'ensemble du système compris comme un réseau indissociable de relations (principe de globalité systémique). Tout homme en venant au monde se trouve ainsi pris dans ce réseau de relations tissé par la socio-culture. (Donnadieu, 2003)

Pour qu'une communication fonctionne, il faut obligatoirement que le langage soit commun et partagé entre l'émetteur et le récepteur. Cette règle fondamentale de la communication suppose une bonne connaissance de l'émetteur, une adéquation entre le langage de l'émetteur et celui du récepteur favorise la réception. Si l'on tente d'appliquer cette schématisation de la communication, on s'approche ainsi de la dimension culturelle. Car le langage de l'émetteur passe par sa langue mais fait également appel aux codes culturels de celui-ci.

Selon René-Jean Ravault (1996), la communication consiste en l'art de comprendre les autres et de se faire comprendre d'eux. L'approche culturelle de la communication la positionne comme un système en interaction avec la culture, une composante fondamentale que l'on doit tenter d'intégrer dans toutes les disciplines.

Pour Ravault (1996), la culture doit être prise en compte pour faciliter la communication, le processus communicationnel devient alors processus culturel. La culture

comme identité invoque la nécessité de reconnaître la différence culturelle et de l'utiliser dans le développement de stratégies communicationnelles. Barbero affirme que l'on ne peut comprendre la communication sans parler de la culture :

La culture n'est jamais une entité figée, un héritage, c'est un processus qui se construit dans l'interaction. C'est la culture qui permet aux hommes de faire société, c'est-à-dire de définir les conditions de leur vouloir-vivre ensemble, les codes pour se reconnaître et se distinguer des autres, en même temps que la façon d'organiser leurs relations avec les autres. Le résultat des interactions n'est pas déterminé : il peut être positif ou négatif. Les médias sont aujourd'hui un vecteur important de la mondialisation culturelle. La communication est également un processus entre deux pôles actifs dont chacun est transformé par l'interaction. Même à l'ère des médias globaux, on ne peut penser ni comprendre la communication sans partir de la culture : car chacun des deux pôles communicants exprime la culture dans laquelle il est inséré. (Barbero, 2002, p. 27)

Le travail du PNEC et de BlonBa s'inscrit dans cette vision de la communication et de la culture. On retrouve les éléments importants de cette vision dans leur travail. Le *kotèba* est ainsi utilisé comme outil de communication, et il est à la fois une tradition qui a évolué, qui n'est pas restée figée. Le *kotèba* devient alors le miroir de la société qui se transforme au gré de sa culture, par sa capacité de dérision, de satire, de rire des défauts des autres et de soi-même pour un meilleur vivre ensemble.

Pour un meilleur vivre ensemble, il faut communiquer. Laswell (1973) complexifie davantage le modèle de la communication en y ajoutant le facteur relation. L'émetteur et le récepteur ne s'échangent plus simplement un contenu, ils entrent en relation par la communication. Cette nouvelle caractéristique entraîne Laswell à poser les questions suivantes : qui, dit quoi, à qui, par quel canal et surtout avec quels effets? La rétroaction qu'implique sa théorie entre l'émetteur et le récepteur vient intensifier le simple modèle de la communication. L'influence et la persuasion sont des éléments qui entrent en jeu dans le modèle et ils seront repris lors des études sur la communication de masse. Avec la cybernétique, la réception n'est plus simplement la finalité du schéma communicationnel, elle l'influence dans une rétroaction. Les nouvelles théories de la communication ne peuvent plus

évoluer sans prendre en compte cette caractéristique : le message est dépendant du contexte de la réception.

La dimension communicationnelle est bien présente dans cette recherche, le PNEC utilise plusieurs outils de communication pour véhiculer un message de développement, un message qui vise l'éducation à la citoyenneté. Toute la stratégie du PNEC et de BlonBa repose d'abord sur la communication et ses canaux usuels de diffusion : télé, radio, textes écrits pour une campagne d'information et de sensibilisation, et ensuite ils se tournent vers une communication moins traditionnelle avec les animations et le *télékotèba*. De plus, l'utilisation des langues locales et des techniques de communication endogènes permettent d'optimiser la compréhension des messages de développement. Ces derniers éléments tiennent compte du caractère culturel de la communication pour garantir une meilleure réception des messages de développement, ce que nous tenterons d'illustrer dans cette recherche. L'utilisation de la communication, de ses outils et de ses stratégies par le PNEC et Blonba correspond à la définition de la communication par le développement de la FAO (2002, p.3), En effet,

elle consiste en l'utilisation de façon planifiée et organisée des techniques et des moyens de communication (médiatiques et non médiatiques) pour promouvoir le développement, à travers un changement d'attitude et/ou de comportement, en diffusant l'information nécessaire et en suscitant la participation active et consciente de tous les acteurs, y compris des bénéficiaires du processus.

2.1.1 La réception active

La réception active (Ravault, 1996) est une théorie qui renvoie toute l'importance de la communication chez les récepteurs. Comme nous l'avons vu, dans le schéma classique de la communication, le message passe par différents éléments qui constituent la communication dans une perspective de rétroaction et d'interinfluence. Alors que lors de la réception active, le récepteur devient l'élément central du schéma de la communication.

Le terme réception fait appel au destinataire de la communication chez lequel l'arrivée d'un processus de signification est appelée la réception. Il ne faut cependant pas oublier que cet acte même de recevoir génère à son tour chez le récepteur une production de signification et un retour de communication vers le point de départ, vers le destinataire ou l'émetteur.

Par ailleurs, le concept de leaders d'opinions émergea avec la théorie du "two step flow" proposé par Lazarsfeld et Katz. En effet, c'est en 1940 que Paul Lazarsfeld mène, avec quelques autres chercheurs, la première étude sur la communication de masse politique. Suite à la publication de son ouvrage *The People's Choice* publié en 1944 aux États-Unis, Lazarsfeld découvre que les médias ont peu d'influence directe sur l'ensemble de la population. Par contre, les leaders d'opinions assimilent bien le message délivré par les médias dans un premier temps, et ensuite le partagent avec leur réseau dans un deuxième temps. L'influence des médias sur l'ensemble de la population se fait donc en deux temps. Des études comme celles du "two-step flow" et des "opinion leaders" ont permis de démontrer l'importance de la fonction et du rôle des systèmes de communication traditionnelle en tant que système indépendant et intégré au même titre que les autres.

L'analyse de la réception reflète une manière créative et active des récepteurs pour établir leur propre signification et construire leur propre culture au lieu d'absorber une signification présumée dès l'émission du message. L'idée de la réception active renvoie à un aspect démocratique, celui du pouvoir du récepteur sur le message, tout comme l'indigène à la fois dominé, mais aussi détenteur d'une existence positive, capable de développement. La manifestation de la réception active dans les communications internationales ou transculturelles est plus facilement observable puisque les nouvelles technologies de communication contribuent à l'élargissement des marchés et des systèmes de distribution des produits culturels.

Nous avons choisi de nous intéresser aux messages de développement reçus par les récepteurs maliens du *télékotèba*. Les éléments d'analyse issus de la réception active nous semblent pertinents dans cette recherche. Ils permettent de mettre l'action sur la perception

des récepteurs maliens et de mieux comprendre les facteurs susceptibles d'intervenir dans le processus de réception de l'information.

Ravault privilégie une insertion de la théorie de la réception active dans les pratiques communicationnelles et comme contribution au développement.

« C'est en approfondissant la compréhension de la façon dont les mythes ethniques, les langues, les cultures, les religions, les nationalités interviennent dans la construction du monde par l'être humain que nous pourrions le plus aider à réduire les obstacles qui entravent la conception, la mise sur pied et la réalisation de stratégies de développement durable.»
(Ravault, 1996, p.74)

Toujours selon Ravault, la réception active est cette théorie où le récepteur participe à l'acte de communication, c'est dans l'action que la communication prend son véritable sens, dans le sens du geste que pose le récepteur en fonction de cette communication.

Les données communicationnelles, dans notre recherche, les messages de développement, font l'objet d'une interprétation qui peut aller à l'encontre de ce qui était souhaité par celui qui a produit le message et diffusé l'information. Plusieurs intermédiaires peuvent aussi affecter la réception du message. Le rôle du groupe d'appartenance et des relations interpersonnelles n'est pas négligeable. Une telle possibilité incite à prendre en compte les notions de codage et décodage des messages définis par Stuart Hall (1973). Pour Hall, il faut expliquer ces deux notions ainsi que les trois conditions de la réception qu'il propose : mettre de l'avant le rôle de la culture, les codes culturels et le statut social dans la négociation du sens d'un message.

Lee Thayer (1968), à son tour complexifie aussi la notion de réception et affirme que la construction du message appartient au récepteur. Cette construction va nécessairement au-delà du contenu informationnel que l'émetteur a voulu transmettre. Dans la construction du message, le récepteur va prendre en compte plusieurs variables.

Le destinataire, lorsqu'il crée le sens du message qu'il reçoit, doit nécessairement le faire en fonction de sa propre perception de la situation, ses propres intentions, ses propres besoins, de ce qu'il croit être l'intention (ou le manque d'intention) de l'émetteur, du souvenir, de ses précédentes interactions avec l'émetteur, des conséquences qu'il anticipe du fait qu'il accepte de comprendre et de croire les propos de ce dernier, etc. (Ravault, 1996, p.79)

Toutefois, le travail de construction du récepteur ne peut être compris en dehors de son contexte. Les réseaux de "coersédution" de Ravault (1986), exercent une pression sur les membres du groupe d'appartenance. Ces réseaux faits de coercition et de séduction constitue un lieu de partage et de reconnaissance. La "coersédution" fournit un cadre d'analyse intéressant pour comprendre les réactions complexes des destinataires face aux messages auxquels ils sont exposés. Ravault explique que les réseaux traditionnels et interpersonnels de "coersédution" fournissent des codes d'interprétation qui permettent au récepteur de se réapproprier l'information, et éventuellement de construire le message dans un sens différent de celui voulu par les producteurs et diffuseurs. Au Mali, plusieurs réseaux peuvent être identifiés comme des réseaux de "coersédution" par l'influence qu'ils exercent sur les récepteurs maliens : la famille et son autorité traditionnelle et les mouvements religieux islamistes qui sont aujourd'hui parmi les plus importants.

Si la réception active est une théorie essentielle à notre recherche, ce n'est pas un pur hasard, l'histoire du développement démontre que l'échec de nombreux projets de développement est en partie attribuable à l'inadaptation culturelle de ceux-ci. La nature même des projets dès leur conception est souvent éloignée des réalités locales. Dans le cas de la campagne du PNEC et de BlonBa, ces deux écueils ont été évités autant que possible, puisque l'aspect culturel est intégré et que les réseaux de leaders d'opinions sont également sollicités. Dans cette optique, le MATCL a effectué un suivi auprès de ses récepteurs pour évaluer sa campagne d'information et de sensibilisation. Cela permet par la suite de s'ajuster en fonction des résultats et d'améliorer les futures campagnes, car pour lui, tenir compte de la réception active est un élément crucial pour optimiser le niveau de succès de l'opération.

2.2 La culture

Lorsqu'on aborde les questions de la communication et du développement, la culture apparaît comme l'élément qui permet de réconcilier les deux disciplines. L'approche culturelle de la communication nécessite une prise en compte de ces différents aspects. Mais avant toute chose, prenons le temps de définir ce concept, car chaque discipline aborde la culture sous différents regards : ethnologique, anthropologique ou sociologique.

Selon Warnier (1999), la culture est cette totalité complexe qui comprend les connaissances, les croyances, les arts, les lois, la morale, la coutume, et toute autre capacité ou habitude acquise par l'homme en tant que membre de la société. C'est la boussole d'une société sans laquelle ses membres ne sauraient ni d'où ils viennent, ni comment il leur convient de se comporter.

Les anthropologues ont depuis longtemps donné le nom de culture à cet ensemble de représentations, notion essentielle pour qui veut comprendre le fonctionnement d'une société. La culture est alors un ensemble de connaissances, mais elle est aussi propre à un individu, un groupe ou une société. Dans ce cas, chacun définit sa culture selon ses propres codes. Soundjock (cité dans Etounga-Manguelle), va plus loin dans sa définition, plus africaine de la culture, il la voit comme :

l'ensemble des faits et gestes d'un groupe d'hommes; c'est la manière dont il conçoit, organise et conduit son existence quotidienne et millénaire; ce sont les gestes et les paroles employés pour demander la main d'une jeune fille, l'introduire dans sa maison et sa famille, s'unir à elle, c'est l'ensemble des interdits ou des régimes alimentaires qui accompagnent la grossesse; c'est la manière dont l'enfant est éduqué, initié et introduit dans la société des adultes; ce sont les rites thérapeutiques et funéraires. C'est le système économique et le système technologique. La culture c'est tout ce grâce à quoi et par quoi l'Homme existe et subsiste, c'est l'Arsenal des moyens techniques et mystiques qui assurent vie et survie à l'Homme et au groupe. (Etounga, 1993, p.39)

La dimension théorique de la culture est vaste, la culture est souvent associée à d'autres disciplines : communication, sociologie, anthropologie. Selon Ang (1992), le terme culture est utilisé à toutes les sauces et cette surutilisation du terme met en évidence la diversité des approches qui l'emploient. Pour l'auteur, il y a une distinction à faire entre les différentes approches qu'il qualifie de critico-culturelles de la communication et du terme culture comme un ensemble d'idées, de croyances et de comportements. Les études culturelles sont orientées vers un processus plutôt que vers un résultat, elles ne prétendent pas offrir un modèle unique. Elles entendent participer à un débat actuel visant l'évaluation et la critique de la condition culturelle contemporaine. Un élément important de cette condition culturelle contemporaine est la question de l'identité.

L'identité comme une construction, certains préféreraient qu'elle se définisse en rapport avec le système médiatique mondial, qu'elle s'y intègre. On observe pourtant le contraire puisque les nations de l'intérieur sont déjà le lieu d'identités culturelles différentes. Dans un monde de plus en plus axé vers la mondialisation et la globalisation, la défense des identités est une réalité qui s'explique facilement, puisque tout comme la tradition, la culture définit la société.

Dans les années 70, la défense des identités se fait au nom du refus de l'Impérialisme culturel. (Schiller, 1976, p.32) explique cette situation par le fait que: «la somme des processus par lesquels une société est introduite au sein du système moderne mondial et la manière dont sa couche dirigeante est amenée, par la fascination, la pression, la force ou la corruption, à modeler les institutions sociales pour qu'elles correspondent aux valeurs et aux structures du centre dominant du système ou à s'en faire le promoteur.»

Pour résister à l'impérialisme culturel certains moyens peuvent être mis en œuvre. C'est avec cet objectif que sont avancées plusieurs notions : l'identité culturelle qu'il s'agit de défendre, l'identité nationale, la culture nationale, l'autonomie culturelle, la souveraineté culturelle, la souveraineté nationale. Toutes procèdent du besoin de garder des États, des sociétés ou des industries culturelles nationales à distance des agents transnationaux qui dominant le système moderne mondial.

Pour certains auteurs, l'indigénisation apparaît comme un autre moyen de résister, il s'agit d'une réponse directe aux arguments de l'impérialisme culturel, l'un des grands intérêts de ces concepts est enfin d'aller plus en avant dans la démolition des arguments des théoriciens de la modernisation selon qui le réseau global des mass media ne pouvait que contribuer à supplanter les cultures traditionnelles pour œuvrer à l'édification de sociétés modernes. La créativité des cultures des pays en développement est au contraire mises en exergue, de même que leur capacité à allier modernité et tradition et ce, en dépit de la violence de l'échange inégal.

La globalisation qui est la théorie dominante actuelle est perçue par certains tel que (Tomlinson,1991, p.45) comme une autre forme de ce qu'on appelait l'impérialisme culturel dans les années soixante-dix, et nous force à reconceptualiser la notion de culture, et plus particulièrement oblige à dissocier, dans un contexte de croissantes interconnexions immatérielles, le lien unissant cultures et lieux. La globalisation transforme fondamentalement la relation entre les lieux que nous habitons et nos pratiques culturelles, nos expériences et nos identités.

Le résultat de cette dissociation entre culture et lieux est une transformation, à une échelle planétaire, des expériences culturelles et des modes d'identification culturelle vécus par les individus. Et pour certains auteurs ce n'est pas forcément une mauvaise chose.

Le diffusionnisme par exemple est une théorie de l'anthropologie qui fait référence à une appréhension des cultures. Cette conception implique nécessairement une éradication des cultures locales à leurs yeux archaïques pour faire toute la place aux médias et à l'information. Mais ces théoriciens de la modernisation oublient qu'une société peut être à la fois moderne et traditionnelle.

Selon Ki Zerbo (1989), on appelle éléments explicites de la culture d'un peuple les éléments qui se dégagent directement d'un simple examen objectif du langage, des comportements, des lois écrites ou non, mais fermement établies, des institutions qui expriment l'esprit d'une culture. Quand aux éléments implicites de la culture, ils renvoient à

la conception fondamentale de la vie, aux modèles latents de croyances, de pensées et d'évaluation.

La culture malienne est si riche qu'il est difficile d'exploiter tous ces éléments lors de l'élaboration d'une stratégie de communication. Dans le cadre du PNEC, plusieurs éléments de la culture malienne ont permis de rejoindre le plus grand public possible. L'utilisation des langues nationales est le premier facteur de réussite de cette communication. Tant au niveau de la télévision, de la radio, des textes écrits et des animations, on retrouve tour à tour : le français, le bambara, le peul, le sonrhäï, et le tamashek. La langue étant souvent un indice fort d'une culture. De plus, l'utilisation du *télékotèba* comme outil de communication repose sur le caractère culturel de la transmission de message, il respecte le principe des traditions culturelles de l'oralité. Le *kotèba* est culturel et ancré dans les pratiques du Mali, il correspond à l'image des Maliens.

2.3 Le développement

Le développement est une expression très souvent utilisée pour caractériser l'état d'une société à travers les critères développés par les théoriciens de l'après deuxième guerre mondiale. Dans le cas de l'Afrique, on dit de ces pays qu'ils sont sous-développés par rapport à leur position économique mondiale. Cette approche du développement a longtemps été dominante. Dans cette logique le développement est surtout vu à travers un indice de croissance économique. Azoulay (2002), affirme que si l'on considère comme les premiers économistes du développement, que le développement doit être considéré comme un processus de convergence des résultats, c'est-à-dire des performances des pays en terme de revenu, d'emploi et de croissance, de rattrapage de retards, alors, près de cinq décennies de pratiques de développement n'ont abouti qu'à la croissance des inégalités, la divergence des résultats, l'aggravation et non la réduction des écarts pour une large partie de la planète.

Dans la même ligne de pensée, Houziaux (2005) aborde la question du développement des pays sous-développés comme une réponse économique, politique,

diplomatique et humanitaire aux besoins des pays développés pour améliorer leur propre croissance. Le sous-développement ne serait qu'un prétexte pour diriger les activités de développement au profit des grandes puissances, la gestion minière en Afrique en est un exemple. Dans cette situation des domaines tels que l'éducation et la santé, sont négligés alors qu'ils représenteraient un développement dirigé vers la satisfaction des besoins de base et du bien être collectif des pays en voie de développement.

Le courant néoclassique vers la fin des années soixante-dix ne marque pas la fin de cette domination d'un développement de rattrapage, les interventions du Fonds Monétaire International et de la Banque Mondiale s'inscrivent dans une approche d'un marché mondial unique et homogène. Mais cette nouvelle approche avec ses programmes d'ajustement structurel ne fait qu'entraîner les pays en développement dans un jeu de dépendance et de domination, les pays en voie de développement s'endettent et le développement ne donne pas les résultats escomptés. La tentative d'intégration de ces pays dans l'économie mondiale est un échec, car ils n'en tirent pas d'avantages substantiels.

Dans la dernière décennie, l'émergence de nouvelles approches définissent le développement comme un processus, individuel, humain, biologique, culturel, ou social. Le développement est caractérisé, il devient humain, durable, ou participatif, De nombreuses organisations internationales telles que le PNUD et l'UNESCO multiplient les travaux pour renouveler la pensée du développement, mais le paradigme dominant n'est pas uniforme. Face au développement et à ses différentes approches, nous privilégions la métaphore du bien-être et non celle de la croissance.

Le développement, dit Edgar Montiel, représentant de l'UNESCO, n'est plus conçu comme une course au rattrapage sur le plan économique, des nations plus favorisées, conception qui a prévalu jusqu'à un passé récent, mais bien comme une mise en œuvre des potentialités propres des sociétés en développement en plus d'une exigence des répartitions plus juste des richesses au niveau national et international. C'est par cette double action, en effet, que le développement intégré débouchera sur le droit à l'expression des valeurs de civilisation issues de l'histoire et des situations sociales spécifiques des sociétés émergentes. (Latouche, 1998, p. 55)

Assogba (2004) présente quant à lui, une courte définition, pour lui, le développement est vu comme l'ensemble des pratiques par lesquelles un groupement humain cherche à améliorer la situation économique, sociale, et culturelle des individus de sa communauté. Certains facteurs fondamentaux déterminent le développement : le capital humain, la science, la technologie, les valeurs socioculturelles d'un groupe social donné. Le développement appelle la modernisation défini comme corollaire du développement.

La position de cet auteur sur la question du développement est favorable à la modernisation mais une modernisation adaptée à la culture des peuples qui en bénéficieront. La question de l'interculturalité est donc le défi fondamental qui se trouve au cœur de toute problématique de développement. La vision occidentale du développement pense les systèmes culturels des sociétés africaines comme des obstacles majeurs à leur modernisation. On ne saurait jamais développer une société en cherchant à détruire son socle culturel. « C'est au bout de l'ancienne corde qu'il faut tresser la nouvelle. » dit la sagesse africaine. (Assogba, 2004, p.135)

L'auteur entend par l'expression développement à l'africaine, un développement refondé sur l'économie populaire ou l'économie réelle qui constitue la véritable réalité économique de l'Afrique. Pour y arriver, il supporte l'indigénisation, la réappropriation par les sociétés et les cultures africaines de la modernité occidentale dans les domaines politique, économique, social et culturel. Cette réappropriation se base sur les fondements du développement endogène que nous allons explorer ici.

2.3.1 Le développement endogène

Le développement endogène aussi appelé développement à l'africaine lorsqu'il est appliqué à ce continent est un concept élaboré par Joseph Ki Zerbo, (1989). En plus de présenter une alternative au développement traditionnel, il est selon l'auteur l'une des meilleures solutions pour poser les problèmes africains et amorcer une résolution de ces problèmes. Il va même plus loin en affirmant que le mot développement qui selon lui à une certaine connotation négative devrait toujours être accompagné du mot endogène pour lui redonner un caractère

positif. Loin d'être dépassé, le concept endogène est fondamental et nécessaire au développement de tout système. C'est un concept universel, identitaire, et stratégique. L'endogène est fortement ancré dans la pensée et la pratique africaine, il est donc tout naturel de revenir vers ce concept de développement pour en faire émerger le patrimoine culturel de l'Afrique.

Pour Ki Zerbo (1989, p.74), le développement est endogène lorsqu'il est pensé, élaboré, mis en œuvre, dirigé, contrôlé et maîtrisé principalement par des forces intérieures ou qu'il se réalise grâce au dynamisme propre au peuple concerné et en conformité avec son propre projet de société.

Ki Zerbo entend par cette expression un développement refondé sur l'économie populaire ou l'économie réelle qui constitue la véritable réalité économique de l'Afrique. Pour y arriver, il supporte l'indigénisation, la réappropriation par les sociétés et les cultures africaines de la modernité occidentale dans les domaines politique, économique, social et culturel.

Le développement endogène selon Ki Zerbo est la meilleure solution pour poser les problèmes africains parce que la renaissance culturelle de l'Afrique est à la fois une politique et une stratégie pour modifier les systèmes d'éducation. Culture et éducation sont les facteurs clés de cette renaissance culturelle. L'économie sociale (regroupements d'associations, de coopératives, de mutuelles) est aussi un exemple d'un système modifié où l'on expérimente de nouveaux modèles basés sur les principes d'égalité et de solidarité entre les membres d'une activité.

L'aspect communicationnel du développement endogène est en concordance avec les cultures africaines, cultures fortement tournées vers la communication sous toutes ses formes. Cet élément facilitateur permet d'utiliser les réseaux de communication existants pour créer une plateforme au développement endogène. Les facteurs de la renaissance culturelle correspondent aux objectifs du théâtre selon Zakes (1993) avec ces fonctions d'éducation et de communication qui permettent à la fois aux audiences de jouer un rôle plus actif dans le

processus de communication. Au terme de cette analyse, il nous apparaît plus que clair, que l'étude de cas du théâtre *kotèba* et de ses adaptations, un théâtre à la fois participatif et engagé correspond tout à fait à la construction d'une nouvelle approche de la communication pour le développement endogène et africain. Le choix plus précis des capsules de *télékotèba* dans le cadre du programme du PNEC viennent de plus, ajouter l'élément éducationnel à notre recherche puisque dans ce cas, la communication et le message visent une éducation citoyenne des populations.

2.3.2 Le théâtre pour le développement

Le théâtre et le développement évoquent deux concepts bien différents, le premier est une forme d'art et le deuxième un paradigme que l'on parvient difficilement à définir. Pourtant ces deux concepts forment celui du théâtre pour le développement, communément appelé TFD (theatre for development). Pour Santos, (1999, p.115) trois énoncés sont à l'origine du concept.

Premièrement, le théâtre est en lui-même une forme de développement. À travers les pratiques théâtrales, on applique une dynamique de méthodologie de recherche par la discussion jusqu'à la résolution de problèmes.

Deuxièmement, le théâtre joue plusieurs rôles dans le développement personnel puisqu'il favorise l'engagement et transforme les individus.

Troisièmement, le théâtre joue aussi plusieurs rôles dans le développement social et communautaire. À travers l'identification de problèmes, la définition des priorités, la mobilisation et la sensibilisation, le développement, dans le but de résoudre les problèmes collectifs, est renforcé par le théâtre.

Pour certains, le rapport entre le théâtre et le développement est évident puisque toute forme de théâtre fait naître une réflexion chez le spectateur. En Afrique, ce rapport est plus manifeste parce que le développement se situe essentiellement à des niveaux économiques,

sociaux et politiques. L'expérience du théâtre pour le développement permet l'implication des communautés dans la réflexion, il est réussi dans la mesure où il arrive à susciter chez les populations un processus de réflexion et d'auto appropriation des mécanismes de leur propre développement.

2.3.3 L'éducation à la citoyenneté

L'éducation à la citoyenneté est le thème central du programme du PNEC à l'origine de notre objet d'étude : les capsules de *télékotèba*. L'objectif pédagogique fondamental du PNEC est la formation du citoyen et de la citoyenne. Il apparaît donc essentiel de revenir sur sa problématique et de le définir.

Selon le PNEC (Février 2005, p.40-41), la citoyenneté est d'abord : un statut conféré à tous ceux qui sont membres à part entière d'une communauté, tous ceux qui ont ce statut sont égaux en droits (politiques, sociaux, économiques et culturels) et en devoirs. Lorsque ces droits et devoirs ne sont pas pleinement réalisés, la citoyenneté est une institution en construction, elle représente alors le projet de vivre ensemble dans un espace public au sein duquel les individus assument leurs devoirs et peuvent agir ensemble pour conquérir leurs droits et en garantir la jouissance.

Les quatre droits acquis par la citoyenneté représentent aussi les dimensions de celle-ci :

| DIMENSION POLITIQUE | DIMENSION SOCIALE | DIMENSION CULTURELLE | DIMENSION ÉCONOMIQUE |
|--|---|---|---|
| INTÉGRATION DE L'INDIVIDU AUX STRUCTURES POLITIQUES ET PARTICIPATION DU CITOYEN AUX INSTITUTIONS CRÉÉES PAR LA LOI ET AUX AFFAIRES PUBLIQUES | RELATIONS ENTRE INDIVIDUS RELATIONS ENTRE INDIVIDUS ET ÉTAT APPARTENANCE À UNE COMMUNAUTE INTÉGRATION SOCIALE | CONSCIENCE D'UN PATRIMOINE CULTUREL COMMUN INTÉGRATION CULTURELLE | RELATIONS ENTRE INDIVIDU ET MARCHÉ DE TRAVAIL APPORT DU CONTRIBUABLE AU DÉVELOPPEMENT LOCAL INTÉGRATION ÉCONOMIQUE |
| | LA CITOYENNETÉ EXIGE UN SENS IMMÉDIAT D'APPARTENANCE A UNE COMMUNAUTE FONDÉE SUR LA LOYAUTÉ ENVERS UN PATRIMOINE CULTUREL CONSIDÉRÉ COMME UN BIEN COMMUN | | |

L'éducation à la citoyenneté regroupe un ensemble de pratiques et d'activités visant à développer les capacités des individus afin qu'ils soient plus en mesure de participer activement à la vie démocratique en assumant et exerçant leurs droits et responsabilités au sein de la société et à consolider le sentiment d'appartenance des Maliens et des Maliennes envers leur société et enfin à renforcer la culture de la démocratie et des droits humains au Mali.

Pour le PNUD, l'éducation civique vise à développer trois éléments de la personnalité du citoyen, ses connaissances, ses attitudes et ses habiletés civiques. Ainsi, lorsqu'on parle de citoyenneté, on fait référence à des connaissances, des qualités, ou des comportements qu'ont ou devraient avoir les individus. Mais il s'agit aussi d'un espace – l'espace civique – structuré par des lois et par des valeurs sur lesquelles reposent le fonctionnement démocratique et la cohésion sociale. Selon le programme du PNEC (2004) :

Le développement de connaissances civiques vise à ce que les citoyens comprennent leur environnement politique et se l'approprient. Pour beaucoup de Maliens, l'État est un corps étranger, un monde de privilégiés, situé à Bamako et qui parle en français sur des sujets comme la démocratie et les droits humains ou autant de thèmes importés qui ont peu à voir avec la réalité. Il s'agit aussi de traiter également des attitudes et valeurs qui permettent aux individus et aux groupes de vivre ensemble au sein de cet État. La citoyenneté va de pair avec un enracinement dans une collectivité et un sentiment d'appartenance. Le développement d'habiletés civiques implique que les citoyens utilisent leurs connaissances civiques, leurs attitudes et valeurs civiques pour jouer un rôle informé dans le processus politique. Les trois axes principaux de la participation incluent : l'action en groupe, la surveillance des politiques et l'influence des politiques. (PNEC, Février 2005, p. 34),

La communication, la culture, le développement, le développement endogène et le théâtre pour le développement sont des concepts clés de cette recherche. Ils se rejoignent dans différentes approches telles que la renaissance culturelle par la réintégration des savoirs endogènes et traditionnels, la multidisciplinarité comme nouvelle approche au développement ou le recours aux médias traditionnels oraux comme option au développement.

Plusieurs auteurs s'entendent sur le besoin de créer un paradigme de développement, un "nouveau" développement basé sur une approche multidisciplinaire. Un développement endogène, autonome, écologique et basé sur une démocratie participative et des transformations culturelles. La communication est le concept central de ce nouveau développement. Il est indiqué plus particulièrement pour l'Afrique puisqu'il tient compte des valeurs, traditions et coutumes.

La communication pour le développement est une théorie qui entre tout à fait dans une perspective communicationnelle, la communication pour le développement est directement en lien avec une vision culturelle de la communication. La communication est universelle, mais ses usages et ses outils diffèrent selon les cultures. La société malienne en général les sociétés africaines sont très riches au niveau de la communication, qui occupe une grande place. Pour celles-ci, la communication n'est pas donnée à quiconque, on obtient la parole lorsqu'elle nous est offerte. Certains acteurs par leurs fonctions sociales obtiennent ce privilège, elle est un symbole de pouvoir qui régit tous les rapports sociaux de ces sociétés.

À travers notre revue de littérature, plusieurs approches, modèles, théories et alternatives pour la communication et le développement sont discutées, mais un fil commun en ressort : il n'y a pas de chemin universel qui conduit au développement. La multidisciplinarité est la seule approche valable qui permet non seulement d'analyser et de décrire, mais surtout de proposer des stratégies de solutions au développement. De nos jours, on ne peut plus nier l'impact fondamental de la culture et de la communication sur le développement. Dans cette optique le développement endogène semble une solution intéressante pour l'Afrique. Un rassemblement des forces intérieures pour penser, élaborer, mettre en œuvre, diriger, contrôler et maîtriser un développement en conformité avec le projet de société propre à l'Afrique.

Les autorités du Mali, conscientes du rôle et de la place que la communication pour le développement peut jouer dans la situation du pays, ont souhaité élaborer une politique de communication pour le développement qui se fonde sur les principes de la démocratie et les grandes options du développement socio-économique du pays. Dans cette optique, la création du PNEC et de son programme pour l'éducation à la citoyenneté rejoint cette vision du développement, un développement à la base pour encourager la participation citoyenne. Nous tenterons d'évaluer un des outils de communication (les capsules de *télékotèba*) choisi par le PNEC et leurs impacts sur les récepteurs maliens.

CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

DU PNEC AU *GRIN*¹, COMMENT LES RÉCEPTEURS MALIENS RECOIVENT-ILS LES MESSAGES DE DÉVELOPPEMENT?

La démarche méthodologique dans le cadre de cette recherche respecte les traditions culturelles et favorise une technique de collecte de données endogène au Mali. Ce chapitre expose notre parcours et les nombreux choix arrêtés pour atteindre les objectifs de la recherche.

3.1 Précautions méthodologiques

Notre démarche méthodologique se décline en deux points. Tout d'abord, un corpus théorique obtenu à l'aide de recherche documentaire ici et au Mali et une deuxième partie pratique lors de notre deuxième séjour qui comprend : observation sur le terrain, entrevues, et groupe de discussion. Ces techniques ont été retenues pour la cueillette des données.

Nous avons eu recours à la triangulation qui permet de varier les sources de connaissances, et de recouper les différentes informations reçues depuis le cadre théorique jusqu'au terrain. Ces interactions permettent une reconstruction de la réalité, même si avec le plus grand souci d'objectivité possible, le chercheur ne peut jamais vraiment représenter la réalité.

Dans cette recherche, nous sommes dans une démarche d'étude exploratoire. Nous ne cherchons pas à mesurer précisément mais beaucoup plus à explorer, découvrir et présenter le théâtre *kotèba* comme un outil de communication. Il s'agit ici d'une analyse qualitative qui vise à recueillir des données ou informations et non des résultats quantitatifs. Notre échantillonnage se limite à la ville de Bamako, capitale du Mali et principalement aux activités encadrées par la structure de BlonBa.

¹Le *grin* est une forme de groupe informel, un lieu de rencontre d'amis ou de connaissances qui se rassemblent autour d'un verre de thé ou d'un jeu de cartes. On les retrouve le plus souvent au coin d'une rue ou devant une porte à discuter de sujets divers, c'est un phénomène social qui s'observe dans les rues de Bamako et dans tous ses quartiers.

3.1.1 Les distorsions

À travers cette démarche, en tant qu'observateurs nous ne devons pas oublier que nous jouons un rôle et que notre présence peut créer une perturbation. En effet, les Maliens sont généralement des gens fiers et désireux de plaire. Nous avons dû mettre les choses au clair avec eux pour qu'ils tentent un peu d'oublier notre présence, qu'ils agissent comme à l'habitude et non dans le but de ne pas nous décevoir. Nous cherchions à éviter que les participants formulent des réponses pour nous faire plaisir ou nous disent simplement ce qu'ils croient que nous voulions entendre. Avant même le début de la discussion, une intervention de notre part sur la recherche et ses motifs servait à rassurer les participants et nous donnait l'occasion de leur demander des réponses authentiques autant que possible.

Comme Bourdieu (1993, p.139) les nomme, les distorsions sont inscrites dans la nature même de la relation d'enquête. «Ces distorsions, il s'agit de les connaître et de les maîtriser; et cela dans l'accomplissement même d'une pratique qui peut être réfléchie et méthodique, sans être l'application d'une méthode ou la mise en œuvre d'une réflexion théorique.»

Une connaissance culturelle des coutumes et des habitudes sociales a été notre atout principal dans cette étude. La participation active ne représente pas un problème puisque les Maliens sont généralement loquaces, coopératifs et généreux de leur temps. Par contre, il faut savoir comment leur parler pour ne pas les brusquer ou les offusquer, tout doit se faire dans le respect des traditions. Par exemple, il importe toujours dans un groupe de saluer et de se présenter en premier à la personne la plus âgée. Un simple geste de la sorte assure tout de suite une ouverture plus grande. Toujours dans les préalables, le respect des salutations d'usages où l'on prend des nouvelles pas simplement de l'individu mais aussi des membres de sa famille, de son entourage, de son travail fait partie des règles à respecter.

Une relation de confiance doit aussi s'établir avec les individus, notamment grâce à une discussion plus informelle avant de passer aux choses sérieuses et de se mettre tout de

suite au travail. C'est pourquoi, nous avons présélectionné les *grins* lors de visites de repérage, pour prendre le temps de les connaître et de les mettre en confiance. Nous avons joué le jeu du *grin*, en nous asseyant avec eux pour discuter et boire le thé, ce n'est qu'après ce préambule que nous avons amené le sujet de la recherche et la participation que nous attendions d'eux. Nous avons alors demandé l'autorisation de revenir pour le groupe de discussion en déterminant avec eux un jour et une heure qui convenait à tous.

Grâce à une méthodologie bien préparée et une connaissance culturelle des habitudes maliennes, l'étape de la collecte de données s'est déroulée sans heurt, mais conformément à une notion du temps beaucoup plus élastique, elle s'est étendue sur une période beaucoup plus longue que prévue. Nous avions initialement prévu la collecte des informations entre le mois de mars 2008 et la fin juillet 2008 lors de notre premier séjour, mais nous avons dû effectuer un deuxième séjour pour compléter les recherches sur le terrain de la mi-septembre à la fin novembre 2008.

3.1.2 Le choix du Mali, de Bamako

Notre choix du Mali comme terrain de recherche s'explique facilement par nos origines culturelles, le Mali étant notre deuxième pays après le Canada, nous gardons de riches et nombreux souvenirs de nos séjours passés là-bas. La dure réalité d'un pays sous-développé ne peut nous laisser indifférent et chaque séjour apporte un lot de questionnements et de réflexions. La richesse culturelle du pays en opposition avec sa pauvreté économique est la contradiction qui nous préoccupe le plus. Elle s'observe quotidiennement dans les rues de Bamako, la capitale.

La mobilité de la population est une constante de l'histoire de plusieurs groupes ethniques du Mali. Elle est liée aux instabilités des conditions de vie et à certaines traditions où le voyage fait partie des étapes initiatiques. Avec l'urbanisation consécutive à la colonisation, le phénomène d'exode rural peut être observé. La ville est au cœur de l'adaptation aux changements, là où les modes et nouveautés sont lancées. On y retrouve

donc l'élite et les populations paysannes. Le choix de Bamako dans cette recherche symbolise parfaitement le rapport alterné entre tradition et modernité d'autant plus que l'adaptation télévisuelle du *kotèba* est une initiative née dans la capitale malienne mais aussi accessible aux périphéries grâce au médium de la télévision et à la portée de la chaîne nationale du Mali, l'ORTM.

3.1.2.1 Le choix de BlonBa

BlonBa est une structure malienne de création artistique et d'action culturelle fondée en 1998. Ces activités regroupent les arts de la scène, l'audio-visuel, l'édition et la logistique d'évènements culturels. Son champ d'action sur la communication est vaste et permet la conception d'évènements, de campagnes de communication, et de sensibilisation. BlonBa avec son centre, sa salle, sa résidence et son studio permet d'optimiser toutes les étapes de création culturelle, de la conception en passant par la création jusqu'à la réalisation d'une œuvre, d'une pièce ou d'un film.

BlonBa se donne pour objectif de construire les bases d'une production artistique et culturelle régulière, autonome, économiquement viable et reproductible. Son ambition est de contribuer à faire de Bamako un centre de création artistique qui compte dans la vie culturelle internationale. Des actions culturelles sont développées pour ouvrir à la création contemporaine le public malien et notamment la jeunesse.

BlonBa établit des partenariats avec des artistes et des institutions culturelles du Nord afin de créer les conditions du désenclavement, de la confrontation et de la diffusion. BlonBa explore les moyens qui permettent d'autonomiser financièrement la création artistique au Mali. (BlonBa, 2007)

En assurant un volume important et régulier de productions artistiques, BlonBa veut donner à un nombre conséquent d'artistes les moyens de vivre et de s'exprimer au pays. BlonBa est notamment à l'origine de la compagnie théâtrale L'Atelier de Bamako et des pièces suivantes : Le Retour de Bougouniéré, Ségou Fassa. La structure anime plusieurs

événements phares de la vie culturelle bamakoise (Bal de Kurukanfuga¹¹, « Contours » de la Biennale de la photographie africaine¹²...)

Le choix de BlonBa comme objet d'étude s'est précisé avec les objectifs de la recherche. Cette jeune structure dit se donner comme mission de démocratiser la culture. Elle veut permettre un accès plus ouvert à des activités culturelles pour des jeunes populations qui ne fréquentent pas habituellement les milieux culturels. Au fil des ans, elle est devenue une institution populaire reconnue. Dès notre première rencontre avec son dynamique directeur, nous avons compris que nos intérêts étaient communs. BlonBa souhaite promouvoir la communication et ses différents outils avec une approche culturelle du développement. BlonBa utilise les nouvelles technologies de communication disponibles, les présente à son public, les prête à ses artistes. Mais son approche se fait toujours dans le respect des traditions, BlonBa conjugue avec succès modernité et tradition, ce mélange en fait sa particularité et c'est pour l'ensemble de ces raisons, que nous en avons fait notre terrain de recherche de prédilection.

3.2 Choix des techniques de collecte

Après la réflexion théorique, la cueillette des données sur le terrain a d'abord été documentaire, puisque nous avons accès au centre de documentation de BlonBa, donc à des ouvrages, et surtout au contenu de l'adaptation visuelle de *kotèba*, plus particulièrement une trentaine d'émissions « À nous la citoyenneté ». À cette étape de la recherche, nous avons d'abord visionné l'ensemble des capsules. Pour nous permettre ensuite de faire une sélection et d'analyser les capsules de *télékotèba* avec des grilles d'analyse documentaire, dans le but d'identifier les grands thèmes et les messages de développement qu'ils abordent (participation citoyenne, politiques, droits et devoirs citoyens) et de répondre au premier objectif de recherche. La deuxième partie de cette cueillette a été celle de l'observation, nous

¹¹ Le bal de Kurukanfuga est un espace de rencontre d'échanges, de réseautage entre les organisations de jeunes, un espace de prise d'engagement et d'actions citoyennes.

¹² Le projet des contours de la Biennale de la photographie africaine est un événement financé par le programme de soutien aux initiatives culturelles décentralisées de l'Union Européenne, il confronte le public à la photographie deux mois tous les deux ans.

avons assisté à des activités (conception, réalisation, et représentation) de théâtre *kotèba* qui ont eu lieu pendant notre séjour. On pourrait qualifier cette observation comme une observation participante puisque nous nous sommes engagés dans une communauté, la communauté de BlonBa et nous avons participé aux activités. Une fois bien intégré dans le milieu de BlonBa, nous avons interrogé les personnes responsables de la conception des pièces et des capsules de *télékotèba* afin de comprendre leurs décisions quant à l'évolution du théâtre *kotèba* et leurs initiatives par rapport aux capsules télévisées. Cette étape nous a permis d'atteindre le premier objectif sur les raisons de l'évolution du théâtre vers la forme de capsules télévisées qu'on lui connaît aujourd'hui.

La troisième partie a visé les récepteurs des messages de développement des capsules du théâtre *kotèba*. Nous avons utilisé des *grins* pour regrouper des gens qui suivent le *kotèba* sous sa forme d'adaptation télévisuelle et nous les avons interrogés sur leurs appréciations, perceptions et compréhensions des capsules télévisées. Ces groupes représentaient alors une audience avec laquelle nous avons confirmé notre hypothèse et des opinions ou attitudes par rapport au théâtre *kotèba*. Cet outil de collecte nous a été utile puisqu'il a permis de mesurer les effets des capsules, quant à la réception de leurs messages et de leurs contenus. Pour vérifier les enjeux réels du théâtre *kotèba* sur le développement, nous avons voulu dépasser simplement son contenu et vérifier également sa réception et l'interprétation que lui donnent ses spectateurs. Cette étape est en concordance avec nos objectifs trois et quatre : soit d'évaluer l'incidence de l'utilisation des capsules télévisées et d'évaluer la pertinence de cet outil de communication qui allie modernité et tradition pour communiquer un message de développement et d'éducation à la citoyenneté sur les récepteurs maliens en se basant sur nos recherches ainsi que les rapports du PNEC.

Suite à sa campagne d'éducation à la citoyenneté, le PNEC a procédé à une évaluation et un suivi pour se conformer au cadre du projet qui est celui de la gestion axée sur les résultats. Cette évaluation comprend le suivi du processus, la vérification de l'acquisition des connaissances suite aux programmes et une analyse de l'impact des différentes activités. Pour ce faire, des groupes témoins ainsi que des groupes de comparaison ont été suivis avant, pendant et après la campagne, des enquêtes sur le terrain ont également été réalisées. Suite à

ces activités, un rapport d'évaluation a été rédigé et nous avons eu accès à ce rapport. Ce rapport a permis d'avoir un complément de réponses aux questions de recherche qui concernaient la contribution des messages de *télékotèba* au développement de l'éducation à la citoyenneté, puisque les objectifs d'évaluation visaient directement les récepteurs maliens face à la réception, au décodage, à la construction et à l'interprétation du message de développement. Si les résultats de l'évaluation du PNEC sont venus conforter nos propres résultats, c'est parce que cette étape s'est déroulée sur une longue période qui a permis de renforcer le processus d'évaluation. Aussi nous lui accordons une validité supérieure à nos recherches qui ont été limitées dans le temps et sur le nombre de groupes enquêtés.

Dans cette démarche, observation, entrevues, analyse de contenu et focus group *grin* vont de pair pour atteindre nos objectifs. Nous ne nous sommes pas contenté d'observer et de rendre compte des activités de *kotèba* et de BlonBa, mais nous sommes allé plus loin pour chercher les effets et les résultats de celles-ci. De là s'explique notre choix pour les émissions «À nous la citoyenneté», produites par BlonBa, émission à caractère d'information et de sensibilisation dans le cadre du programme 2005-2006 du PNEC.

3.2.1 L'analyse documentaire

Pour identifier les thèmes et les enjeux de développement des capsules de *télékotèba*, l'analyse de contenu documentaire a été la technique que nous avons adoptée. Dans cette technique, les documents (dans ce cas les 30 épisodes de À nous la citoyenneté) font office de traces que l'analyste interprète. L'analyse de contenu est la technique qui se rapproche le plus de notre analyse, mais si elle ne correspond pas tout à fait aux critères de celle-ci.

Bardin, (1977, p.43) définit l'analyse de contenu comme « un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages, à obtenir des indicateurs (quantitatif ou non) permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production/réception (variables inférées) de ces messages.» Cette technique nous a principalement servi à relever

les messages de développement et à identifier la fréquence d'apparition des thèmes et les références à ces enjeux (exemple : personnages ou environnements).

Chaque épisode de «À nous la citoyenneté» comprend plusieurs rubriques regroupées sous un même thème commun par exemple la corruption. Chaque épisode contient une capsule de *télékotèba* qui varie selon le thème central de l'émission. Par contre, il n'est pas rare de revoir la même capsule pour différents thèmes. La répétition fait partie des stratégies de communication du PNEC. Pour englober le sens des capsules, nous avons analysé le contenu de l'ensemble des émissions «À nous la citoyenneté» et non pas seulement des capsules. De cette façon, il était plus facile de mettre en contexte le choix de la capsule avec le thème de l'épisode et de mieux comprendre son message.

Avant de commencer l'analyse, nous avons visionné à plusieurs reprises les épisodes pour nous familiariser avec leurs contenus. Selon Robert et Bouillaguet (1997, p.26), cette première étape est celle de la pré-analyse. Par la suite, nous avons créé une grille d'analyse de contenu pour nous permettre de classer les thèmes et les messages. À cette étape de la recherche, nous avons catégorisé les informations. Suite à cette étape, le codage et le comptage des unités surviennent. Dans notre cas, nous étions beaucoup plus dans une démarche où nous cherchions à relever des informations, thèmes, messages, codes de références, qu'à les quantifier. Le recours à cet outil de collecte permet une description plus objective que la simple observation, par contre sa nature quantitative entraîne le chercheur dans une analyse très systématique avec un codage des contenus. Nous avons exclu l'étape du comptage des unités en nous appuyant davantage sur la portée du message que sur sa quantification. Par contre, la répétition des messages est une stratégie du PNEC, elle sera exposée dans le chapitre sur l'interprétation des résultats, quatrième et dernier moment dans le déroulement d'une analyse de contenu.¹³

¹³ Le schéma et la grille documentaire utilisés se trouve en annexe A.

3.2.2 L'entrevue semi-dirigée

L'entrevue semi-dirigée est une technique d'entrevue qui permet de faire parler le répondant tout en dirigeant la conversation grâce à des questions ouvertes. Pour interviewer les concepteurs du théâtre *kotèba*, cette technique a été retenue pour assurer un entretien plus personnel, qui permet des réponses libres et à la fois guidées vers les objectifs d'entrevue.

Selon Grawitz (1996, p.595) « L'attitude non directive est fondamentalement une attitude démocratique de respect de la personne, de fraternité active et de confiance en l'homme.»

L'interviewer et l'interviewé entrent dans une relation propice aux confidences et à l'expression d'une pensée libre et ouverte. Cette technique comporte aussi quelques difficultés, il ne suffit pas toujours de demander ce que les gens pensent pour qu'ils s'ouvrent à nous. Certaines personnes peuvent manifester de la réticence ou de la méfiance et s'interroger sur les motivations de l'enquête. Il a été crucial pour nous à cette étape de discuter des préoccupations éthiques avec les répondants lors de la signature du formulaire de consentement, et de prendre le temps d'expliquer le cadre de la recherche et ses objectifs.¹⁴ Deux répondants se sont prêtés à cet exercice, il s'agit de M. Alioune Ifra N'Diaye, directeur de BlonBa et Mme Mariam Touré Këïta, coordonnatrice du PNEC. Ces deux personnes ont été sélectionnées pour leur implication dans le projet «À nous la citoyenneté» puisqu'elles ont participé conjointement à toutes les étapes, de la conceptualisation jusqu'au suivi. Les entrevues avec Mme Keïta nous ont permis de comprendre le contexte dans lequel les capsules ont été créées puisque c'est le PNEC qui dans un premier temps a conçu la campagne de communication, puis dans un deuxième temps, BlonBa a été mandaté pour réaliser les capsules télévisuelles et l'ensemble du matériel pédagogique. Bien que les grilles d'entrevues soient les mêmes pour les deux interviewés, les entrevues avec M. N'Diaye étaient davantage axées sur le produit, le résultat et complétaient les réponses de Mme Keïta qui portaient plus sur le contexte.

¹⁴ Le schéma d'entrevue utilisé pour les entretiens semi-dirigé se trouve en annexe B.

3.2.3 Le groupe de discussion ou le *grin*

Pour la dernière étape, le groupe de discussion semblait une technique de collecte qui s'appliquait bien au contexte des récepteurs. En effet, le groupe de discussion permet l'émergence d'une pluralité de points de vue et une confrontation de positions qui vient enrichir le débat et dynamiser les interactions. Cette forme de collecte de données est d'autant plus intéressante dans le contexte du Mali qu'elle correspond à une vision culturelle de discussion, une réalité locale. Communément appelée le *grin*, cette forme de groupe de discussion existe au Mali, on la retrouve à chaque coin de rue de Bamako, le *grin* rassemble des gens de tous âges qui à l'ombre d'un arbre et avec un verre de thé entament une discussion sur divers sujets. Le *grin* est un dispositif collectif et public, il a été notre choix, un choix idéal pour parler d'éducation à la citoyenneté, un concept tout aussi collectif et public.

L'option retenue a été celle d'entrer dans un *grin* déjà constitué et de diriger la conversation vers les capsules télévisées du théâtre *kotèba* pour obtenir diverses opinions et informations. À cette étape, nous projetions une capsule de *télékotèba* pour alimenter la discussion et la pousser plus loin.

Nous pensions que le choix des groupes déjà constitués limiterait notre échantillon à des personnes relativement jeunes, puisque les *grins* sont plutôt fréquentés par les jeunes gens (entre 15 et 35 ans) et surtout les hommes. En effet, les femmes particulièrement plus âgées, donc les femmes mariées, seraient le groupe le plus difficile à interroger, puisqu'elles participent moins à des groupes informels et passent beaucoup de temps à l'intérieur de leur foyer. Mais le *grin* s'est avéré être un groupe hétérogène où se côtoient des gens d'âges, de classes sociales et d'origines différentes. Notre première idée était de multiplier les *grins* pour étendre l'horizon des réponses, mais il a été surprenant de constater que chaque *grin* était déjà composé d'une multitude d'éléments. De là, le choix de se concentrer dans deux quartiers périphériques de Bamako (Badalabougou et Faladié), puisque certains membres de *grin* logeaient dans un autre quartier que celui du *grin*, mais se déplaçaient pour y venir

chaque jour. Dans chacun de ces quartiers, trois *grins* ont été visités, pour un total de six *grins*.

Certaines considérations méthodologiques étaient à prévoir pour la tenue de nos focus group version *grin*. Tout d'abord le *grin* a toujours lieu au même endroit, donc nous avons préféré ne pas le déplacer et conserver cet environnement familier. Sous un arbre, ou dans une entrée, plusieurs distractions venaient déconcentrer les participants. De plus, dans un endroit public et libre d'accès, voire même une voie de passage, il était difficile d'empêcher les passants d'observer, d'autres voulaient même participer. Ces distractions ont peut-être joué un rôle sur la qualité des échanges et la dynamique du groupe, les bruits extérieurs ont aussi un peu compromis la qualité des enregistrements. Toutefois, le *grin* reflète parfaitement le mode de communication au Mali et constitue une excellente stratégie d'accès à l'information. Néanmoins, nous sommes conscients des limites du *grin*. Selon Simard, (1989, p.21)

De plus, si, parmi les observateurs (participants non recrutés), se retrouvent des notables ou des aînés, la dynamique du groupe sera conditionnée par les structures traditionnelles de communication : les femmes et les hommes plus jeunes n'oseront pas exprimer leur point de vue devant ceux qu'ils reconnaissent comme étant leur supérieurs et n'oseront pas contredire les propos émis par ceux-ci même s'ils ne les partagent pas.

Nous avons peur que plus grande l'étendue d'âge et de sexe seraient élevés, plus les participants se conformeraient aux structures de communication traditionnelle. Par exemple, une femme interrompt difficilement un homme, et demande peu le droit de parole, droit de parole que nous avons instauré pour faciliter les échanges. Les plus jeunes hésitaient à contredire les plus vieux et se ralliaient à leurs propos. Il a aussi été très difficile d'empêcher les observateurs, mais par contre, notre interprète se chargeait de les dissuader de participer.

15

¹⁵ Le schéma et la fiche utilisés pour le focus groupe *grin* sont en annexe C.

Pour le choix des individus, il nous importait de respecter dans une proportion semblable à la population malienne, les différentes catégories d'âges et de sexe. L'âge minimum pour cette étude est déterminé à 18 ans pour des raisons éthiques. Malheureusement, une grande partie de la population sera exclue pour cette raison. Nous diviserons les catégories de 18 à 64 ans (population active). Cette catégorie pourra également être divisée par exemple en trois sous-groupes : un groupe de 18 à 25 ans, un groupe de 26 à 45 et un autre de 46 à 65 ans. Malgré le fait que la population de moins de quatorze ans représente 48, 2% de la population, ce groupe est exclu de cette recherche pour les raisons expliquées auparavant. Il en va de même pour le groupe d'âge de 64 ans et plus, qui ne représente que 3% de la population malienne.¹⁶

3.2.3.1 Les participants du *grin*

La proportion d'hommes et de femmes étant de l'ordre des 50%, nous avons tenté d'interroger autant d'hommes que de femmes pour se rapprocher le plus de cette proportion. Lors de notre sélection des *grins*, nous avons choisi des *grins* où les femmes étaient aussi nombreuses que les hommes. Cette tâche n'a pas été facile puisque le *grin* est souvent beaucoup plus masculin, les femmes préfèrent se regrouper dans un autre cadre qui leur permet de vaquer à leurs activités tout en bavardant. Chez les plus jeunes, les femmes participent plus activement au *grin*, la séparation des sexes est moins flagrante et les activités communes entre hommes et femmes sont plus courantes. Dans cette situation, il était difficile de trouver un échantillon qui correspondait au ratio homme / femme de la population malienne. Pour y arriver, il aurait fallu le créer. Comme notre échantillon se constituait de groupes déjà formés, nous avons plutôt ciblé des groupes disparates pour obtenir une pluralité de point de vue. Par contre, les membres des *grins* qui étaient âgés de moins de 18 ans ont été exclus des groupes et les six *grins* sélectionnés l'ont été parce qu'ils respectaient le ratio homme / femme.

¹⁶ Chaque année la CIA (Agence centrale d'intelligence) publie un document qui fait la description de tous les pays selon des faits recueillis. Cet ouvrage disponible en ligne permet de faire rapidement le portrait des pays selon plusieurs critères : géographiques, politiques, économiques etc. Ces statistiques du World Fact Book de la CIA ont été utilisées dans cette recherche comme référence de base pour quantifier la proportion d'hommes et de femmes dans la population malienne.

Le profil des participants pourrait être déterminé selon plusieurs autres facteurs tels que : la classe sociale, la catégorie socio professionnelle et le statut. De plus, le choix de la capitale et de différents quartiers affecte aussi ces facteurs. La capitale regroupe plus de personnes de classes sociales aisées, c'est une composition urbaine où les écarts entre riches et pauvres sont démesurés par rapport à une population rurale où on observe une certaine homogénéité. Par contre, hormis certains quartiers plus riches, il n'est pas rare à Bamako d'observer un grand écart de revenus et de classes sociales entre voisins d'une même rue ou d'un même quartier. Il a alors été difficile de retenir ces différents facteurs puisque nous ne pouvons pas généraliser une population en fonction de son quartier. De plus, il nous semblait délicat d'interroger les participants sur des questions telles que leur classe sociale ou leur catégorie socio professionnelle. Les différences ethniques étant souvent source de conflits chez certaines populations africaines, nous ne voulons pas faire de discrimination. Par contre, des questions sur le statut matrimonial pour faire une distinction entre les gens mariés et célibataires peuvent s'avérer intéressantes. Des questions sur le statut et l'occupation des participants ont finalement été retenues pour les catégoriser.

La taille de l'échantillon était un autre facteur à considérer, la population malienne est évaluée autour de 12,7 millions d'habitants (ACDI, 2008), nous n'avons pas cherché à respecter cette proportion, mais tout simplement à constituer un échantillon qui soit valable en termes de méthodologie de recherche. Une demi douzaine de groupes composés de 5 à 10 personnes semble un échantillonnage pertinent. L'échantillon consiste à bien construire l'objet, dans le cadre de la recherche qualitative nous cherchons à représenter cet objet adéquatement et non mathématiquement. Il permet une vérification des hypothèses, et justifie la forme théorique du raisonnement.

3.2.4 L'échantillon des capsules

Pour définir l'échantillon, il convenait de choisir un nombre de capsules déterminées, plus d'une trentaine étaient à notre disposition. Pour éviter de s'étendre, cinq capsules ont été

retenues : *Basabugu*, *Hèrèbougou* et *Bagnèrèbougou*, *Baniengo* et ses différentes versions et Grand-maman Fanta qui explique les actes de l'état civil.

La première capsule est celle de *Basabugu*, elle sert de générique pour le début de l'émission. C'est un conte adapté, un hymne contre l'indifférence. Deux margouillats se battent sous le regard indifférent de la population, de l'âne, du mouton, des poules et des coqs de la basse cour. Dans leur lutte, un des margouillats transporte du feu dans une case qui s'enflamme. L'incendie provoque la mort d'une femme. L'enterrement suspend toutes les activités du village. Pour nourrir le monde venu partager la tristesse du village, le mouton, les poules et les coqs passent à la casserole, l'âne est surexploité pour faire les courses. Ce dessin animé incite à se sentir concerné par la vie en communauté et à y participer.

Les deuxième et troisième capsules sont *Hèrèbougou* et *Bagnèrèbougou* : On présente souvent l'une après l'autre ces capsules de *télékotèba* où deux villages *Bagnèrèbougou* (la cité du fou) et *Hèrèbougou* (la cité du bonheur) sont mis en comparaison. Dans la cité du fou, les élus sont corrompus, et les citoyens peu engagés, le désordre règne, la ville est sale, les maladies se répandent, les morts se multiplient. Dans la cité du bonheur, les citoyens votent pour être représentés par des élus efficaces, la ville est propre et organisée, les conditions de santé s'améliorent pour le bonheur de tous. Ces deux capsules sont le plus souvent présentées ensemble pour que l'effet de comparaison soit évident et permette d'établir les différences entre les deux cités, mais il arrive cependant qu'elles le soient séparément.

La quatrième capsule est celle de *Baniengo* : Cette capsule de *télékotèba* est présentée lors de tous les épisodes en versions différentes, de courte à longue. *Baniengo* (l'égoïste) est un succès, un court métrage polémique pour susciter un débat au sein du grand public. Les valeurs morales sont extrêmement importantes dans les rapports entre les citoyens. La solidarité, l'entraide, la collaboration favorisent l'épanouissement personnel et collectif. La méchanceté gratuite ou d'autres formes d'égoïsmes exorbitants ne permettent pas l'émergence d'un esprit citoyen. La capsule met en scène un homme, *Baniengo*, qui depuis longtemps prie Dieu de lui venir en aide. Un jour enfin, Dieu décide d'exaucer ses

vœux, mais à une condition : Dieu donnera le double de tout ce que Baniengo lui demande à son voisin. Après réflexion, il demande à Dieu de lui crever un œil. Dieu s'exécute et lui creève un œil et creève les deux yeux de son voisin.

La cinquième capsule est tirée de la rubrique de l'état civil, cette rubrique prend la forme d'une série de saynètes qui illustrent les mésaventures administratives des «sans papiers» dans le Mali moderne. L'épisode est celui de Grand-Mère Fanta qui explique l'importance des actes de l'état civil à sa petite fille.

3.2.4.1 Mise en contexte : L'émission « À nous la Citoyenneté »

BlonBa, structure malienne de création artistique et d'action culturelle fut retenue pour réaliser le volet télévision de la programmation, elle a également fourni le matériel audio et vidéo pour le volet radio et animation (boîtes à images). Ainsi l'émission « À nous la Citoyenneté! » a vu le jour, un programme qui alterne reportages, rubriques et courts-métrages présentés par deux animateurs dans un style décontracté. Chaque semaine, les animateurs sont accompagnés d'un invité spécial qui commente les reportages, les rubriques et les saynètes¹⁷ de l'émission.

« À nous la Citoyenneté! » est destiné au grand public malien. Les animateurs, Ibrahima Djonkoloni Coulibaly et Oumou Diarra ont des personnalités tout à fait adaptées à l'objectif recherché de l'atteinte du grand public, avec leur style de Bamanan, leurs plaisanteries ancrées dans le concept des «*cousinages à plaisanterie*¹⁸».

¹⁷ Les saynètes théâtrales sont des sketches interprétés par des comédiens qui retranscrivent une réalité, une culture, elles s'appuient sur des situations vécues pour interpeller le public avec un message clair.

¹⁸ Le cousinage à plaisanterie est une expression utilisée pour décrire les taquineries entre les différentes ethnies et familles au Mali, les cousinages et les mélanges entre ces ethnies sont à l'origine d'un phénomène qu'on observe au Mali, il y a peu de conflits entre ethnies puisqu'elles sont par leurs histoires reliées les unes aux autres. Toutes les grandes ethnies ont joué un rôle important dans l'histoire du Mali ce qui permet à quiconque aujourd'hui de se prévaloir d'une importance quelle que soit sa position actuelle. Par exemple ma collaboratrice au PNEC Mme. Keïta me taquinait en me traitant de captive, étant une Coulibaly j'étais pour elle son esclave. Ce genre de remarque est très courante et sert à détendre l'atmosphère, comme le proverbe le dit : on taquine ceux qu'on aime bien.

Chaque épisode de cette émission comprend plusieurs parties distinctes.

Un générique en dessins animés (Basabugu) : Le générique est toujours le même lors des 30 épisodes, des margouillats se battent sous le regard indifférent des citoyens et provoquent un incendie dans le village.

La rubrique état civil : Cette rubrique prend la forme d'une série de saynètes qui illustrent les mésaventures administratives des «sans papiers» dans le Mali moderne. Elle cherche à sensibiliser les Maliens sur l'importance des actes de l'état civil, des bénéfices de l'enregistrement des naissances, des mariages et des décès.

De Fatobougou à Hèrèbougou : On présente toujours cette capsule de *télékotèba* où deux villages Fatobougou (la cité du fou) et Hèrèbougou (la cité du bonheur) sont mis en comparaison. Dans la cité du fou, les élus sont corrompus, et les citoyens peu engagés, le désordre règne, la ville est sale, les maladies se répandent, les morts se multiplient. Dans la cité du bonheur, les citoyens votent pour être représentés par des élus efficaces, la ville est propre et organisée, les conditions de santé s'améliorent pour le bonheur de tous.

Les textes du Mali : Le but de cette rubrique est de faire connaître les textes fondateurs du Mali démocratique : la constitution, le code des collectivités territoriales, le code du mariage, les textes nationaux et internationaux relatifs aux droits humains, etc. Ces connaissances juridiques sont introduites à partir d'une saynète mettant en scène un individu aux prises avec un dilemme moral.

Nyama : Nyama est une série de courts-métrages de fiction dramatique qui attire l'attention sur l'interdépendance d'une société et sur l'importance de la responsabilisation de chacun pour atteindre les objectifs nationaux de bonne gouvernance et de développement durable.

Le Courrier de Fiman et Dièman : Le but de cette rubrique est de répondre aux besoins en information juridique des téléspectatrices ou téléspectateurs qui écriront

directement à Fiman et Dièman pour leur demander conseil. Fiman et Dièman répondront aux lettres en citant ce que dit la loi en regard du problème posé et en expliquant les possibles voies de recours.

Reportage Bonne Gouvernance : Différent lors de chaque épisode, il présente une institution ou un élément en lien avec le thème de l'épisode. Par exemple pour l'épisode sur le pouvoir exécutif, on présente dans ce reportage le Conseil des Ministres.

La chronique d'actualité : La chronique d'actualité rendra compte régulièrement du travail effectué sur le terrain. Par exemple, les mariages collectifs à la mairie organisés dans les régions seront couverts par cette chronique.

Baniengo : Capsule de *télékotèba* avec ses différentes versions. Baniengo (l'égoïste) est un succès, un court métrage polémique pour susciter un débat au sein du grand public.

Les réactions du public : Les meilleures réactions au court-métrage *Crève-moi un œil* seront montées et diffusées dans ce créneau.

Il importait au départ de choisir des capsules qui avaient connu un succès tel que les gens se les rappelleraient ou des capsules diffusées au moment des enquêtes. Malheureusement, aucune capsule n'était diffusée au moment de l'enquête, nous avons présenté les capsules à discuter sur l'écran d'un ordinateur portable au groupe avant de le questionner sur le sujet. Les capsules ont été choisies en fonction d'un thème ou de leur succès auprès des récepteurs. Ces thèmes ont été préalablement décodés comme des messages de développement véhiculés. C'est à travers ce processus, qu'il sera alors possible de vérifier s'il y a concordance entre les messages de développement véhiculés et les messages de développement reçus. Le cadre méthodologique de cette recherche repose sur l'utilisation de diverses méthodes de cueillette de données : recherche documentaire, entrevues individuelles, observation et groupe de discussion.

Cette étape cruciale nous a permise de planifier nos activités de recherche et de nous préparer aux réalités de la recherche sur le terrain. Malgré une bonne planification de nos outils, nous n'avons pas été en mesure de remplir tous les objectifs de la recherche. Dans le prochain chapitre, nos résultats seront exposés.

3.3 Tableau synthèse de la démarche méthodologique

Type de recherche : Recherche exploratoire, qualitative et de terrain

Question générale de recherche : Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée?

Cadre théorique :

Théories de la communication
Théories de la communication pour le développement

Hypothèses de recherche : Le message du développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée permet d'amorcer chez les récepteurs maliens une réelle prise de conscience des enjeux du développement, une appropriation du contenu des messages grâce à une concordance avec les réalités locales de développement. Par contre, pour entamer un réel processus de changement, le message du développement devrait être renforcé par l'entremise de leaders d'opinions influents et reconnus dans leurs communautés.

Méthode choisie : Approche de compréhension et d'explication avec utilisation de l'étude de cas

Techniques (outils) de recherche : Analyse documentaire
Observation directe
Entrevues et focus group

Composition du *grin* :

Pour les récepteurs

Région : Bamako (deux quartiers : Badalabougou et Faladié)

Population : urbaine

Âge : (18 - 65 ans) : 18 -25 ans, 26 - 45ans, 46 -65 ans

Sexe : autant d'hommes que de femmes (50/50)

Taille de l'échantillon : 6 groupes de 5 à 10 personnes

Choix des participants : sur une base volontaire

Méthode d'analyse des données qualitatives :

Analyse du contenu des messages de développement

Analyse de réception des messages de développement

Analyse qualitative des données selon une approche déductive

DEUXIÈME PARTIE

CHAPITRE 4 RÉSULTATS

DE HÈRÈBOUGOU À BAGNÈRÈBOUGOU: LES CAPSULES DE TÉLÉKOTÈBA DU PNEC ONT FAIT RÉAGIR LES RÉCEPTEURS MALIENS.

Dans ce chapitre, les résultats de notre recherche seront exposés, il s'agit des résultats des six groupes de discussion de type *grin* rencontrés et de leurs réactions par rapport aux quatre capsules présentées : *Bassabougou*, *Hèrèbougou à Bagnèrèbougou*, Grand-Maman Fanta et *Baniengo*. Le but de ce mémoire était de répondre à la question suivante : Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée? Mais avant de déterminer comment ils recevaient ce message, nous devons d'abord nous-mêmes très bien le comprendre. Dans ce chapitre, les quatre capsules seront d'abord présentées, car compte tenu des nombreuses références et codes culturels, il est primordial de les décortiquer pour pouvoir comprendre les réactions et les résultats obtenus.

Sur les six *grins* rencontrés, la première expérience fut enrichissante et surprenante car nous n'étions pas tout à fait préparés à ce qui allait arriver cet après-midi là. Nous avons rencontré le *grin* une fois auparavant pour confirmer leur intérêt de participer à notre recherche et convenu de l'heure et de la date de cette rencontre. Mais lors de notre arrivée, le groupe était déjà lancé dans une discussion houleuse sur le président malien Amadou Toumani Touré communément appelé ATT et son armée. Il critiquait ses politiques de défense contre les rebelles du nord², et s'indignaient contre le fait qu'un gouvernement démocratique présidé par un ancien général n'ait pas une politique militaire plus affirmée. Ce sujet suscitait beaucoup de réactions et il fut difficile de les interrompre pour ramener le sujet à nos capsules. Pour attirer leur attention, nous avons sorti notre ordinateur portable du sac pour ouvrir le programme à la capsule que nous voulions leur présenter. Mais, le son était si faible qu'avec les bruits de la rue et des passants, ils entendaient à peine les paroles.

² Depuis quelques années, le Nord du Mali est le siège d'attaques épisodiques dirigées par des rebelles qui contrôlent cette partie du territoire malien. Les efforts du gouvernement malien pour régler cette situation ont donné peu de résultats car la stratégie du gouvernement est de ne pas répondre aux attaques. Les attaques des rebelles visent souvent les campements militaires de l'armée et défrayent les manchettes au Mali.

Heureusement pour nous, cette capsule était aussi très riche sur le plan visuel. De plus, elle était sous-titrée si bien que tout le monde est arrivé à comprendre le message. Après le visionnement, les conversations débutèrent d'elles-mêmes, nous n'avons pas eu à les susciter, mais plutôt à les restreindre et surtout à les diriger vers nos questions de recherche.

Avant d'en arriver aux résultats de cette recherche, il importe d'abord de décortiquer l'outil de communication analysé. Dans ce cas, il ne s'agit pas d'une analyse de contenu classique ni par son contenu, ni par sa méthodologie. Les capsules de *télékotèba* sont en elles-mêmes une nouvelle approche qui allie le théâtre *kotèba*, une tradition théâtrale avec un moyen de communication moderne, le médium de la télévision. Il est vrai que ce n'est pas tant la télévision qui transforme le *kotèba*, après tout ce n'est qu'une représentation de la réalité. Ce médium permet de créer une nouvelle forme de *kotèba*, un élément exploité par Blonba qui utilise également pour les capsules l'animation de personnages et des effets visuels accrocheurs. Dès la conception des capsules, tout a été mis en place pour livrer une capsule accrocheuse et divertissante pour le public avec un souci bien particulier pour le visuel et cela pour le plus grand plaisir des *télékotèbaspectateurs*. Pour plonger dans ce monde du *télékotèba*, voici dans ce chapitre les quatre capsules analysées et présentées selon leur thème central : la collectivité, la communauté, les actes de l'état civil et le développement.

4.1 La capsule de *Bassabougou*²⁰ et le thème de la collectivité

Bassabougou est la capsule d'introduction du programme «*À nous la citoyenneté*», émission éducative quotidienne réalisée par BlonBa et le PNEC, chacun des épisodes de la série débute par la capsule de *Bassabougou* et ce choix n'est pas hasardeux. Le choix de ce générique repose sur sa simplicité et son message général qui englobe les objectifs de l'éducation à la citoyenneté, mission éducative du PNEC. Sous la forme de dessins animés avec ses personnages, c'est un conte adapté, un hymne contre l'indifférence, thème central de cette campagne. Les deux personnages principaux, deux citoyens sont représentés par deux

²⁰ *Bassabougou* signifie la cité des margouillats

margouillats²¹ qui se battent sous le regard indifférent de la population, citoyens du village, représentés par des animaux : on y retrouve un âne, des moutons, des poules et coqs de la basse cour, les animaux les plus fréquents au Mali.

Les deux margouillats se poursuivent dans le village, mais l'on ne connaît pas l'origine de leur dispute. Parmi les témoins de cette dispute, le personnage de Zonghon, représenté par un chien, demande à tous d'intervenir. Mais les autres habitants du village continuent leurs activités, certains jouent aux cartes, d'autres regardent un feuilleton à la télé, d'autres s'adonnent aux travaux domestiques : cuisine, travaux ménagers, d'autres font la sieste, mais finalement personne n'intervient pour séparer les deux margouillats. Dans leur lutte, un des margouillats transporte du feu sur le bout de sa queue sans s'en rendre compte et lorsqu'il se pose sur une case²², celle-ci s'enflamme.

L'incendie se propage à d'autres cases, se généralise dans tout le village et provoque même la mort d'une femme. Dans la panique, les habitants ont laissé mourir une vieille dans sa case. L'enterrement suspend toutes les activités du village. Il faut informer les parents et les amis des villages environnants. Zonghon part apporter la nouvelle, il prend le cheval qui court jusqu'à en baver, c'est le prix à payer pour son indifférence. Pour nourrir le monde venu partager le deuil du village, le mouton, les poules et les coqs passent à la casserole, l'âne est surexploité pour faire les courses. Tous ceux qui sont restés indifférents devant la situation en payent maintenant les conséquences. Le message final donne la morale de cette capsule :

«Le bon citoyen n'aurait pas laissé faire
Le citoyen est libre de choisir
Mais ton pays a besoin de ta participation pour se développer
Tu es autant responsable de ton pays que tous
Vous partagez tous les mêmes soucis
Tu ne dois pas rester à croiser les bras quand ça ne va pas
Mais tu dois plutôt INTERVENIR.»²³

²¹ Le margouillat est un petit lézard très commun au Mali.

²² La case est une petite maison de terre et de paille, habitat usuel dans les villages.

²³ Texte intégral tiré de la capsule

Cette capsule de *télékotèba* utilise le dessin animé comme technique de mise en scène. Les citoyens sont représentés par des animaux choisis parce qu'on les retrouve dans la vie de tous les jours. Le mouton et le bœuf par exemple constituent l'essentiel de la viande rouge consommée quotidiennement au Mali. Les poules et le coq fournissent les œufs et la viande blanche. L'âne est encore largement utilisé pour les travaux, au champ comme en ville pour tirer les charrettes, il est même le moyen de transport le plus utilisé par les gens dans les campagnes. Le chien est l'animal de compagnie, mais surtout le gardien, il assure la protection et la garde des chèvres et des moutons avec les jeunes enfants et celle des champs plus éloignés des villages avec les adolescents.

Bassabougou est une capsule dont les personnages font directement référence aux acteurs qui composent un village ou une famille. On identifie rapidement les différents groupes : les enfants, les adultes, les aînés, les femmes, les domestiques. Cette capsule permet aux Maliens de s'identifier et de se reconnaître à travers celle-ci. L'environnement est un village qui ressemble à n'importe quel village malien où la vie poursuit son cours, on regarde la télé, on joue aux cartes, on effectue les travaux ménagers : cuisine, ménage, soins aux enfants. Tous ces éléments contribuent à établir une référence aux codes culturels de la société malienne et permettent à tous les *télékotèbaspectateurs* de se reconnaître à travers le portrait dressé. Nous reviendrons en détail sur les codes et références culturelles au chapitre cinq.

Le message de la capsule est clair, il incite à la participation, puisque le citoyen est une partie intégrante de sa communauté, chacune de ses actions a une influence sur l'ensemble de la communauté. On voit bien comment une dispute entre deux citoyens (dans le cas de la capsule deux margouillats) à l'origine inoffensive et dont personne ne veut se mêler prend des proportions énormes et affecte conséquemment tout le village. Cette capsule a été choisie comme générique de l'émission et elle est présentée dans plusieurs versions (longue et courte). La version courte fait le résumé des événements alors que la version longue nous raconte l'histoire en détail. La version présentée aux groupes *grin* est la version la plus longue.

Lors des discussions qui ont suivi les visionnements de cette capsule, les participants étaient toujours en mesure d'identifier le message principal. Ce message était toujours bien compris.

Un des participants commente ainsi le message principal :

« Le monde d'aujourd'hui ce n'est pas comme un laisser-aller. Ce que je veux, je le fais. Non, ce n'est pas ça. Notre pays [...], les villages doivent être bien édifiés et bien entretenus. C'est là où commence le développement, en les entretenant, on est obligé de travailler pour faire face à nos devoirs civiques et bénéficier en retour de nos droits. C'est ça la citoyenneté »

Un autre revient sur l'aspect de la collectivité :

« Après ceci c'est surtout le travail collectif qui est aussi facteur de développement »

Par contre dans un contexte urbain comme celui de Bamako, la notion de communauté est moins ressentie que dans les villages. Les participants des groupes remettaient en question l'influence de leurs actions ou décisions sur l'ensemble de la communauté. Un incendie dans une concession²⁴ où vit une seule famille aurait beaucoup moins d'impacts que dans un village (tel est le cas de la capsule) où plusieurs familles vivent très proches les unes des autres par grandes familles appelés concessions ou quartiers abritant plusieurs concessions.

Sur le sujet, un participant affirma ceci :

« Chez moi nous ne sommes qu'une seule famille, si un incendie se déclare les voisins s'en balancent, mais ils viendront probablement voir ce qui se passe par curiosité, les Maliens sont mauvais. »

Lors de la conversation, les participants associaient le village à la vie communautaire et la ville à un milieu plus fermé où l'individualisme est plus présent. Il n'est pas rare nous

²⁴ La concession est l'élément central de l'habitat traditionnel malien : plusieurs générations y cohabitent. Cet enclos privé regroupe à la fois des hommes et des animaux. Dans les villages et en ville, différents types de cases se retrouvent sur sa surface, dans les villages il abrite aussi les greniers où les réserves de céréales sont stockées.

disent-ils de rencontrer une seule famille par concession en ville, et la solidarité entre voisins n'est pas toujours existante. Suite aux échanges, nous affirmons que la morale et le message principal ont été de façon générale très bien compris, mais que le degré de sensibilisation était moindre dans la mesure où les participants ne s'identifiaient par tout à fait à la situation du village et de la vie en communauté. Après l'intervention du participant, un tour de groupe nous permis de constater que la majorité des gens partageaient cette affirmation, dans une proportion de 80% et ce pour l'ensemble des six *grins*.

Le citoyen se démarque de l'individu parce qu'il fait partie d'une collectivité, il est un élément fondamental, la condition pour que l'ensemble existe. Dans cette capsule qui vise à introduire le thème de la citoyenneté et de la collectivité, plusieurs participants se reconnaissaient ou reconnaissaient des gens de leur entourage qu'ils pouvaient associer aux personnages de la capsule. Cet élément nous démontre que la capsule joue un rôle d'identification, étape cruciale qui devrait conduire ensuite vers une conscientisation. Cette identification peut varier de niveaux, dans cette capsule, elle était plus forte par rapport aux personnages, qu'à l'environnement (village). Dans la capsule suivante, nous aborderons la différence entre des communautés constituées par des citoyens conscients ou non conscients.

4.2 La capsule *Hèrèbougou*²⁵ et *Banyérébougou*²⁶ et la communauté

La deuxième capsule est celle des cités *Hèrèbougou* et *Banyérébougou*. On y présente successivement deux cités totalement différentes pour établir un élément de comparaison. L'opposition de ces deux cités est la stratégie principale de ce message qui porte sur la communauté où *Hèrèbougou* et *Banyérébougou* sont comparées. Ces capsules sont tournées sous la forme d'un documentaire où l'on introduit la vie quotidienne de deux cités qui dans leurs formes sont comparables à deux communes²⁷ ou deux quartiers de la ville de Bamako. Les personnages dans ce cas-ci sont bien réels, et on y retrouve des acteurs de *télékotèba* bien connus et aimés du public malien.

²⁵ En langue bambara *Hèrèbougou* signifie la cité du bonheur

²⁶ En langue bambara *Banyérébougou* signifie la cité sans bonheur

²⁷ Bamako, la capitale du Mali est érigée en districts et subdivisée en six communes dirigées par des maires élus.

Pendant toute la durée de cette capsule, les cités sont mises en opposition sur plusieurs éléments. Le premier constat est frappant, à *Hèrèbougou* les citoyens se promènent paisiblement dans les rues, ils sont bien habillés et coiffés, les femmes portent de beaux habits en bazin²⁸. Les rues sont propres et agréables et les jardins bien arrosés et entretenus. La bonne entente règne entre voisins qui se saluent et discutent paisiblement. Dans la cité du bonheur, les citoyens votent pour être représentés par des élus efficaces, ils participent à la gestion et au développement de leur cité, la ville est un modèle d'organisation. Des campagnes de vaccination sont en cours, les femmes ont fait vacciner leurs enfants, les conditions de santé s'améliorent pour le bonheur de tous. Les gens de *Hèrèbougou* paient leurs impôts, ils assument leurs devoirs et exigent que leurs droits soient respectés. Ils participent au choix de leurs responsables. Les candidats aux élections ont des programmes de développement avec des contenus clairs qui prennent en compte les aspirations de la population, les projets sont bien identifiés et les sources de financement bien définies. *Hèrèbougou* ne porte pas son nom pour rien, c'est un exemple de perfection.

À *Banyérébougou*, c'est tout le contraire, les habitants sont indifférents par rapport à leur cité. Le portrait commence par une dispute où plusieurs personnes sont engagées et les insultes fusent de toutes parts entre voisins. Les rues sont sales et mal entretenues, les citoyens sont eux-mêmes sales et mal habillés. Dans la cité sans bonheur les élus sont corrompus, et les citoyens peu engagés, le désordre règne, les maladies se répandent, les morts se multiplient. Les habitants ne paient pas leurs impôts et n'assument pas leurs devoirs. Ils ne cherchent pas à connaître leurs droits. La campagne électorale ressemble à une bourse où les habitants se vendent aux plus offrants. La distribution de sucre, de thé, et d'argent est utilisée par les candidats pour acheter les votes. Tout va mal à *Banyérébougou*.

Le message final est le suivant :

²⁸ Le bazin est un tissu très prisé au Mali, on l'utilise dans la fabrication de boubous, robes et complets. De tous les tissus, il est le plus coûteux, son prix peut aller jusqu'à l'équivalent de 30 \$ pour un seul mètre de qualité supérieure. On le porte lors des fêtes religieuses ou lors d'événements spéciaux tels que les baptêmes, mariages, décès et autres fêtes familiales. Dans la vie quotidienne, il est un indicateur de réussite et de statut social puisque seuls les plus riches peuvent s'en habiller.

«Ne soyons pas comme les habitants de *Banyérébougou* indifférents à la gestion de leur cité. Nous devons nous investir dans le développement de notre cité, de notre pays. Nous devons accomplir nos devoirs de citoyens et exiger des comptes de nos élus. Nous devons surtout aller voter pour choisir des hommes intègres. Nous ne devons pas laisser les autres choisir nos dirigeants à notre place.»²⁹

La mise en opposition des deux villages permet de voir tour à tour les différents éléments qui caractérisent une communauté : relations interpersonnels, conditions de santé et d'hygiène, système politique et électoral, pratiques sociales etc.

Dans l'une des cités, on nous présente le contexte d'une communauté qui pratique et exerce ses droits démocratiques et une autre où l'exercice et la pratique de ces droits sont en péril par une mauvaise organisation et gestion, où la corruption s'installe et dévie les ressources à un usage individuel.

Selon Mme Mariam Touré du PNEC,

«Grâce à l'utilisation du flash back, ce court-métrage permet aux téléspectateurs de comprendre les caractéristiques qui différencient un régime autoritaire d'un régime démocratique, de comparer les vertus du chef tyrannique et du chef démocrate, de comparer les rôles des citoyens dans un régime démocratique et dans un régime autoritaire et de distinguer les pratiques démocratiques des pratiques non démocratiques.»³⁰

L'apprentissage de ces distinctions figure première sur la liste des dix éléments essentiels d'un bon programme d'éducation à la démocratie, selon le Center for Civic Education³¹, une association américaine active dans plus d'une centaine de pays. Cet élément est à l'origine de la création de cette capsule sur les communautés ou cités.

²⁹ Texte intégral tiré de la capsule

³⁰ Entrevue réalisée à Bamako le 12 octobre 2008.

³¹ Le Center for Civic Education de Los Angeles est une organisation sans but lucratif qui cherche à promouvoir le comportement citoyen responsable, il est engagé activement dans le processus démocratique aux États-Unis et ailleurs dans le monde comme au Mali où il a contribué financièrement à la campagne du PNEC.

Les concepteurs de la capsule ont cherché à développer les aptitudes des citoyens à identifier et reconnaître les pratiques démocratiques. Voici un exemple des éléments présentés dans cette capsule qui mettent en opposition pratiques démocratiques et pratiques non démocratiques.

Le tableau suivant permet d'approfondir les différents éléments présentés lors de la capsule et dont il n'avait pas été fait mention jusqu'ici.

| | | |
|------------------------|--|--|
| <i>Les cités</i> | <i>Hérébougou</i> , la cité du bonheur | <i>Banyérébougouou</i> , la cité sans bonheur |
| Processus électoral | Le chef est élu majoritairement au cours d'une élection libre, ouverte, transparente et compétitive. | Le chef a été élu par deux personnes. Il manquait de légitimité. |
| Système politique | C'est le pouvoir du peuple, par le peuple pour le peuple à travers les représentants élus au Conseil Communal sous la direction du chef. | Le chef dirigeait tout seul. Il n'y avait pas de conseil communal à <i>Banyérébougou</i> . |
| Droits des citoyens | Les citoyens peuvent exprimer leurs opinions politiques, rencontrer le maire, organiser des réunions, des débats, des marches, faire signer des pétitions. | Les citoyens n'avaient pas le droit de penser, de parler, de protester. |
| Organisation citoyenne | Les citoyens créent ou joignent des associations pour influencer les politiques et faire avancer leurs droits. | Les citoyens n'étaient pas organisés. |

Avec cette capsule, le sujet sur toutes les lèvres des participants étant celui du développement, l'opposition de ces deux villages aidait clairement à établir la différence entre un village où les citoyens s'impliquent dans le développement et celui où le laisser aller général est la cause du sous-développement.

Un participant a insisté pour être le premier à échanger avec le groupe sur le développement.

« Avec ce film, on doit comprendre que nos communes sont pour nous et que c'est nous qui devons faire le développement : prendre les actes civils, payer les impôts et les taxes, participer aux réunions du conseil communal »

Pour poursuivre la discussion, notre prochaine question fut la suivante : Mais où commence ce développement et qu'est ce que le citoyen peut faire pour l'encourager?

À cette question, un autre participant évoqua l'entente.

« J'ai surtout compris l'entente, l'esprit d'association. La population doit s'entendre avec les dirigeants »

Malgré les références au développement, la majorité des participants voulait surtout réagir sur la question de la corruption. Les propos suivants reflètent la position des membres du *grin*.

« Je dirais qu'il est très facile le développement du Mali seulement il y a trop de corruption [...] On voit qu'une seule personne bouffe la part de dix personnes, c'est-à-dire qu'un seul responsable mange l'argent de toute la société et enfin l'entreprise est fermée et c'est le chômage. Je me souviens d'une déclaration du chef de l'État. « J'ai trouvé de l'eau et du savon pour laver le Mali, mais personne pour le laver ». Pour moi c'est juste pour dire à la population qu'il est temps d'arrêter la corruption. On doit tous travailler dans la transparence et avoir l'esprit de collectivité »

Dans cette capsule de *télékotèba*, la communauté³² est le thème central et ce message est bien reçu des participants. Cette capsule produit toujours de nombreuses réactions puisqu'elle représente l'environnement des participants, leur communauté. Dans sa division Bamako est une ville où les quartiers sont composés de plusieurs couches sociales, mais certains sont bien identifiés comme étant ceux des riches où ceux des pauvres. Cette vision de la communauté présentée dans la capsule englobe la réalité de tous à Bamako, même si dans la réalité les oppositions entre quartiers sont plus nuancées. Tel était le constat de l'ensemble des participants, tout comme celui-ci.

«À Bamako, peu de quartiers sont comme *Hérébougou* si ce n'est pas la cité du Niger ou les quartiers où il y a des toubabs³³. Après il y a les quartiers populaires et dans les autres quartiers, c'est presque toujours le mélange. Dans mon quartier il y a des villas de 100 millions³⁴ et des familles tout près qui vivent dans des poulaillers. »

Les participants ont identifié *Hérébougou* comme un idéal à atteindre, mais ils étaient très lucides, tous les quartiers de Bamako nous ont-ils répété ne seront jamais comme ça. Ils étaient aussi très conscients de la difficulté d'entretenir un tel niveau de qualité de vie. Souvent un quartier est nettoyé, mais il n'y a pas de continuité dans les efforts, alors peu de temps après tout est à recommencer. Le développement durable est une piste qui n'a pas été prise en compte lors de l'élaboration des capsules. Dans la capsule suivante, nous retrouvons une présentation de la relation entre l'individu et sa communauté à travers les différentes étapes de sa reconnaissance et de son intégration : naissances, mariages et décès.

³² Selon la définition du PNEC, la communauté représente le projet de vivre ensemble dans un espace public au sein duquel les individus assument leurs devoirs et peuvent vivre ensemble pour conquérir leurs droits et en garantir la jouissance. (PNEC, 2005, Programme, p.38)

³³ L'expression toubab désigne les hommes de race blanche, lors de la colonisation, les premiers contacts avec les populations locales ont souvent été avec des médecins d'où l'expression toubib employé au Mali sous la forme toubab, diminutif de toubabou.

³⁴ Le participant fait ici référence à la monnaie du Franc CFA, il faut calculer approximativement 490 F CFA pour 1 dollar Canadien. Plusieurs millions de FCFA pour nous, représentent plusieurs milliers de dollars.

4.3 La capsule de Grand-Maman Fanta et l'état civil

La troisième capsule analysée est tirée de la rubrique de l'état civil dans l'émission «À nous la citoyenneté». Cette rubrique prend la forme d'une série de saynètes³⁵ qui illustrent les mésaventures administratives des sans papiers dans le Mali moderne. Cette capsule a pour but de faire découvrir les trois actes importants délivrés par l'état civil : l'acte de naissance, l'acte de mariage et celui de décès.

Dans le respect des coutumes culturelles, cette capsule met en scène une grand-mère, Grand-Mère Fanta qui explique les actes de l'état civil: mariage, naissance ou décès à sa petite fille. En effet, l'ensemble de la famille est responsable de l'éducation des enfants dans la société malienne, les petites filles et les petits garçons apprennent beaucoup de leurs aînés. Une relation d'autorité et de respect est de mise lors des relations avec les personnes plus âgées puisque leurs expériences de la vie font d'eux les meilleurs conseillers. Sous la forme d'une histoire pour rendre le contenu plus intéressant, Grand-Mère Fanta puise dans ses souvenirs pour relater l'histoire de son premier mariage, ce mariage n'ayant pas été légalisé, Fanta s'est retrouvée dépouillée par sa co-épouse³⁶ et sa belle-famille lors du décès subit de son mari. Sans papiers légaux de mariage puisque le mariage civil n'avait pas été célébré, elle fut chassée de la maison, sans recours possible. Ayant bien appris la leçon, elle exigea de son deuxième mari, une célébration civile devant un officier de l'état civil. Le même principe s'applique aux versions des actes de naissance et de décès.

Cette capsule est à la fois présentée avec de vrais personnages, mais aussi à l'aide de dessins animés. La capsule est parfois diffusée dans son intégralité avec les trois actes ou alors un acte est présenté selon son lien avec le thème de l'émission. Dans les trois versions des capsules de Grand-Maman Fanta, on insiste sur l'importance d'obtenir ces papiers délivrés par l'état civil pour que les citoyens puissent manifester leur appartenance et s'engager dans un processus citoyen.

³⁵ Les saynètes théâtrales sont des sketches interprétés par des comédiens qui retranscrivent une réalité, une culture, elles s'appuient sur des situations vécues pour interpeller le public avec un message clair.

³⁶ Le terme co-épouse est utilisé, lors des unions polygames pour décrire les autres épouses de son mari.

Les capsules misent sur le côté pratique des papiers de l'état civil, que ce soit pour inscrire un enfant à l'école, porter plainte devant un tribunal, ou aller voter, les papiers de l'état civil sont importants. Ils permettent aussi d'obtenir une carte d'identité ou un passeport pour voyager, d'ouvrir un compte en banque personnel ou commercial, d'accéder à un logement social ou autre, de recevoir des soins de santé, et d'obtenir un héritage et ou profiter d'une pension, etc.

La plupart des réactions des participants des six groupes *grin* portaient sur des questions liées à l'état civil, plus particulièrement l'acte de naissance et l'acte de mariage. L'acte de décès suscita moins d'intérêt. Les participants comprenaient très bien le message. Afin de vérifier s'il s'agissait également d'une pratique courante, un sondage à mains levées nous permit de constater qu'ils possédaient tous un acte de naissance. Un participant s'est exprimé d'ailleurs à ce sujet.

« Celui qui n'a pas d'acte de naissance est comme un bœuf, si une personne n'a pas d'acte de naissance, cela veut dire qu'il n'est pas un fils du pays. »

Un autre a abordé le sujet des contrôles d'identité.

« À Bamako c'est même dangereux de ne pas avoir ses papiers, sans la carte d'identité si les flics te ramassent ils t'amènent au poste et alors il faut payer une amende. Et sans l'acte de naissance, on ne donne pas de carte d'identité alors c'est obligé.»

Les questions sur l'acte de mariage concernaient surtout le mariage religieux et le mariage civil.³⁷ Dans la pratique le mariage religieux est souvent célébré avant le mariage civil. L'un des objectifs du PNEC à travers la réalisation de cette capsule était de renverser

³⁷ Au Mali, la plupart des mariages sont célébrés religieusement dans la tradition musulmane. Le mariage religieux est plus important socialement et plusieurs unions ne se concrétisent jamais légalement. Cette situation engendre des problèmes de toutes sortes surtout dans les familles polygames ou tout simplement en cas de séparation ou divorce parce que le mariage religieux n'est pas reconnu aux yeux de la loi civile.

cette tendance pour assurer une union légale aux nouveaux mariés avant la célébration religieuse. Alors que l'acte de naissance est une pratique courante à Bamako, parce qu'il est difficile d'évoluer dans la vie quotidienne sans celui-ci, le mariage civil n'est malheureusement pas une réalité pour tous les mariés.

D'ailleurs les déclarations de la capsule rappellent la gratuité du premier exemplaire des trois actes civils. Ces déclarations ont mis certains administrateurs de l'État en situation délicate puisqu'ils profitaient de l'ignorance des gens pour rattacher des coûts à l'émission de ces actes, même lorsqu'il s'agissait de la copie originale. Suite à la diffusion des capsules à la télé nationale, ces derniers ont été parfois contraints de déclarer publiquement, suite aux questions des téléspectateurs, la gratuité des actes d'état civil. Un participant s'est prononcé à ce sujet.

«Ce fait sévit partout. Dans les mairies on bloque les papiers pour motif de corruption. Les gens continuent de payer pour les actes de naissance bien que les copies originales soient gratuites. Dans les services, on abuse de ton temps et de ta patience. C'est égoïste car on ne peut rien faire dans ce pays sans papiers.»

L'émission « À nous la citoyenneté » avec ses capsules de Grand-maman Fanta avait également pour objectif de faire augmenter le nombre d'enregistrements de mariages civils dans les communes rurales du Mali. Pour renforcer et encourager le mariage civil, le PNEC en partenariat avec les mairies organisèrent des mariages collectifs et gratuits pour permettre à quiconque le souhaitait d'officialiser son union légalement. Selon le rapport d'évaluation du PNEC, plus de 1231 couples bénéficièrent de ces mariages collectifs effectués dans huit régions et un district de Bamako.

Les objectifs spécifiques de ces mariages étaient d'encourager l'acquisition des pièces d'état civil, de faire connaître les procédures et les bénéfices du mariage civil, de développer les connaissances des citoyens concernant le code de mariage. Cette campagne était aussi adressée spécifiquement auprès des femmes pour faciliter leur accès à de l'information juridique et pour leur garantir une certaine sécurité. Lors des conflits entre

familles qu'il soit question de successions, de partage des biens, ou de pensions, elles se retrouvent souvent sans recours et démunies.

Même si l'enregistrement des décès souleva peu de réactions dans les groupes *grin*, les participants acquirent de nouvelles connaissances car ils n'étaient pas tous au courant des avantages de la déclaration de décès. En effet, celle-ci permet à la fois d'éviter de payer l'impôt à la place du défunt, ainsi que de garantir la sécurité du couple et l'héritage du défunt. En conclusion, les capsules de l'état civil s'avèrent être des outils de communication efficaces pour transmettre l'information sur les actes de l'état civil. Au niveau de l'acte de naissance, l'ensemble des participants le détenait, mais pour le mariage peu d'entre eux étant au courant de l'illégalité aux yeux de la loi du mariage religieux et des conséquences qu'il peut entraîner. L'acte de décès et les facilités qu'il peut offrir pour régler la succession en cas de conflit entre les héritiers d'un défunt sont des concepts peu connus des participants. La capsule suivante aborde la question du comportement modèle qui peut favoriser un vrai vivre en commun des citoyens.

4.4 La capsule de Baniengo et le développement

La quatrième et dernière capsule s'intitule «Crève-moi un œil», elle est celle de Baniengo, cette capsule de *télékotèba* comme les autres a été diffusée en plusieurs versions. Toutes les versions proposent la même histoire, la durée est le seul facteur qui varie. La plus courte version propose un résumé de l'histoire, alors que la plus longue relate les faits en détail. Baniengo, l'égoïste, a été le grand succès de la série «À nous la citoyenneté», c'est un court métrage polémique qui a suscité un débat au sein du public car il a levé le voile sur un comportement malsain qui est très largement répandu au Mali.

Dans cette capsule c'est le comportement citoyen avec ses valeurs morales qui est présenté. La solidarité, l'entraide et la collaboration favorisent l'épanouissement personnel et collectif. Ces valeurs morales sont importantes dans les rapports entre les citoyens. La méchanceté gratuite ou d'autres formes d'égoïsme ne permettent pas l'émergence d'un esprit

citoyen. «Crève-moi un œil», le titre de cette capsule, est l'exemple parfait de l'homme égoïste et dépeint une image peu flatteuse du Malien qui se comporte comme Baniengo.

L'histoire prend place en campagne ou en brousse. La capsule met en scène un homme, Baniengo, joué par un acteur populaire de *télékotèba*, qui depuis longtemps prie Dieu de lui venir en aide. «Je suis démuni, je souffre et je suis fatigué» se plaint-il devant son *Kounkolocouro*³⁸, le nom donné à son fétiche à travers lequel il espère se voir accorder des faveurs divines. Le vendeur de poulets qui passe par là s'arrête pour saluer Baniengo et décide de lui offrir un poulet à sacrifier à Kounkolocouro³⁹. Il lui demande en échange d'implorer Kounkolocouro en sa faveur car depuis l'annonce de la grippe aviaire, ses poulets ne se vendent plus. Le poulet de Dianguiné est sacrifié et un esprit apparaît à Baniengo. Dieu se décide enfin à exaucer ses vœux, mais à une condition. «Bien sûr» s'empresse de lui répondre Baniengo qui est prêt à tout lui donner, sa fille la plus courtisée et même sa seconde épouse qu'il aime plus que tout. Mais l'esprit ne demande pas beaucoup, pour toute requête accordée à Baniengo, il donnera le double de tout ce qu'il a demandé à son voisin, le vendeur de poulets pour son généreux sacrifice. Peu importe ce que lui demandera Baniengo, l'esprit s'engage à tout lui donner à cette seule condition. À ce moment, le vendeur de poulet repasse par là, de retour du marché comme par miracle tous ses poulets se sont vendus. Il retourne à présent en chercher d'autres pour vite revenir les vendre avant que le marché ne se termine. Baniengo réalise ce qui arrive, la chance a tourné pour le vendeur de poulets, Kounkolocouro a dit vrai. Après réflexion, il demande à l'esprit de lui crever un œil. Il s'exécute, lui crève un œil et comme promis les deux yeux de son voisin et ami vendeur de poulets.

Cette capsule très dure fût présentée dans tous les numéros de «À nous la citoyenneté» à la demande du public. Baniengo est devenu un sujet d'actualité après chacun de ses passages télévisés. Suite à cet engouement, la réalisation décida de recueillir les commentaires, après chaque épisode, le présentateur demande à ceux qui voulaient réagir

³⁸ Le nom donné par Baniengo à son fétiche, il signifie à côté de ou près de kounkolo, référence probable à Dieu, en langue Bambara.

³⁹ Dans la croyance populaire au Mali, le fait de sacrifier un animal et de verser du sang pour les ancêtres permet d'obtenir soit une faveur, soit une continuation de sa chance.

d'appeler un numéro pour enregistrer leurs commentaires. La semaine suivante, les commentaires étaient diffusés à la suite de la capsule.

Les téléspectateurs n'étaient pas les seuls à vouloir se prononcer sur la capsule de Baniengo, ce sujet suscita également de nombreuses réactions au sein des groupes. Les réactions qui suivent sont classées en fonction de leur type que nous avons divisé comme ceci : reconnaissance des faits, causes des comportements, et optimistes.

L'un d'entre eux a insisté pour être le premier des participants à s'exprimer sur la capsule de Baniengo.

«C'est un fait réel que la ville grouille de gens comme Baniengo. Cela constitue un handicap pour le développement du pays. Aujourd'hui, il y a plein de jeunes diplômés sans emploi dans le pays. De jeunes cadres valables qui chôment parce qu'ils n'ont pas d'appuis dans les structures. Pourtant, ce sont des jeunes capables de soutenir le développement du pays. Mais ils sont piétinés parce qu'ils n'ont pas quelqu'un pour les aider. Ce temps devrait être révolu pour tout le monde. Aujourd'hui pour l'intérêt du pays, il faut mettre l'homme qu'il faut à la place qu'il faut.»

D'autres se joignirent à la conversation comme cette jeune fille :

«Aujourd'hui, il y a beaucoup de Baniengo au Mali. Nous vivons un temps où l'individualisme prend le pas sur le collectif, on bloque même des dossiers dans les services pour des questions d'argent, ça c'est de l'égoïsme. Le Mali ne peut pas se développer si chacun se comporte comme Baniengo, il faut que nous prenions nos responsabilités à tous les niveaux. C'est la citoyenneté qu'il faut renforcer. »

Baniengo a causé tout un émoi au sein des groupes *grin*, car chacun sans l'avouer ouvertement se reconnaissait un peu en Baniengo ou connaissait quelqu'un de très proche qui se comportait ainsi. C'est pourquoi tout au long des discussions, nous avons souvent l'impression d'assister à des dénonciations ou des reproches. Le but de la discussion n'était pas de repérer les Baniengo du quartier, mais plutôt de s'attarder sur le message de cette capsule et de réfléchir aux comportements et aux valeurs morales du bon citoyen. Mais les esprits étaient chauffés comme on le dit à Bamako et nous avons alors préféré laisser les

participants ventiler avant de revenir à la question qui nous brûlait les lèvres, le sujet du développement, sans même que nous l'ayons suggéré, il était présent dans chacune des interventions.

«Beaucoup de personnes, ne pensent qu'à leur seul intérêt. Or c'est la recherche de l'intérêt collectif qui doit primer. Notre société est basée sur l'entente et l'entraide mutuelle. Baniengo fait fi de toutes ces vertus. Dans notre pays, on voit des individus pour leur seul profit s'opposer à des projets porteurs pour une grande majorité et c'est tout le monde qui perd.
»

Un autre voulut ponctuer la discussion d'une anecdote personnelle qui résumait bien qu'il y avait beaucoup de Baniengo en circulation à Bamako.

Quelle ingratitude que de souhaiter du malheur à ton bienfaiteur. Baniengo sévit dans les campagnes comme dans les grandes villes. Surtout à Bamako, dans les services, les familles. Cela est préjudiciable à notre développement. Tenez, j'ai vu un pharmacien déposséder l'ami qui lui a ouvert la pharmacie. Au moment de faire les papiers, il a tout mis à son compte, sachant que son ami n'est pas instruit. C'est l'ingratitude et on ne peut avancer comme ça. Soyons solidaires et travaillons pour le développement du pays.

Mais quel est le lien entre le comportement de Baniengo et le développement au Mali? Pour eux, il n'y avait aucun doute. Dans toutes les interventions des répondants le développement, l'intérêt collectif et la citoyenneté sont mis en relation. L'étroit lien qui unit ces notions se trouve en opposition au comportement égoïste tel que démontré par Baniengo. Le message principal de cette capsule selon les participants est le suivant, le Mali ne peut pas se développer avec des citoyens qui agissent comme Baniengo.

«Notre sous développement est la conséquence directe de notre égoïsme. Un exemple banal, si votre voiture tombe en panne, les voisins s'intéressent plus à cela qu'à votre propre santé, car ils sont tous contents que vous soyez à pied. Il faut que nous changions de comportement et cultivions l'entraide et la solidarité pour préserver l'intérêt collectif. C'est à ce seul prix que nous nous développerons.»

Un sous-thème qui a émergé des *grins* fut la cause des comportements incriminés : chômage, pauvreté, etc.

Certains participants cherchaient les causes et les origines de tels comportements alors que d'autres les attribuaient au chômage.

«Je crois que la cause réside dans le chômage. Il y a des ressources dans notre pays qui peuvent nous sortir de la pauvreté. Le vrai problème se trouve dans la répartition des ressources. Il arrive qu'une personne s'accapare de tout sans être inquiétée. La solution, il faut que les gens soient corrects et plus justes, les chefs de famille, les collègues de services aussi doivent être véridiques.»

Un autre participant ajoute :

«Les gens entretiennent l'égoïsme depuis la famille, après la personne traîne de comportement en ville et au service. Le chômage ne pourrait seul justifier l'égoïsme. Même si l'égoïsme devient président de la République, il va sévir. C'est déplorable pour les personnes âgées. Les enfants ne doivent pas grandir avec ce comportement.»

Les échanges sur Baniengo avec les participants furent les plus riches en réactions et nous ont permis de récolter des témoignages authentiques et chargés d'émotions sur un sujet sensible comme l'égoïsme et la corruption. Nous reviendrons au chapitre cinq, sur les codes culturels utilisés par la capsule de Baniengo.

Malgré tout, les groupes semblaient optimistes sur un changement possible et discutaient de sensibilisation pour contrer les mauvais comportements.

«L'égoïsme est omniprésent dans les familles, les services, les communes... un pays ne peut pas se développer dans ces conditions moins la famille. La vie est une chaîne où les uns et les autres doivent se supporter. Puisque personne ne sait de quoi serait fait demain. Vaut mieux souhaiter du bien à son prochain. L'égoïsme est le mal de notre société et il faut qu'on en parle, qu'on sensibilise le public afin que nous prenions garde des dangers de ces comportements que nous vivons au quotidien. Il faut qu'on étale le mal afin que nous nous corrigions. Quand j'ai vu Baniengo, ça m'a donné beaucoup d'idées. L'égoïsme ne sert à rien. C'est

un comportement qui ne favorise pas le développement du pays. C'est aussi un comportement nuisible pour les autres et pour les égoïstes eux-mêmes. »

Pour comprendre les résultats qui seront présentés dans cette section, il était indispensable d'étudier d'abord le contenu des capsules. L'analyse documentaire qui sera exposée est le fruit de l'analyse du contenu des capsules validé avec le PNEC et BlonBa.

4.5 Les résultats de l'analyse documentaire

L'analyse de contenu a été un outil méthodologique utilisé pour le décodage des messages des capsules. Malgré la simplicité de ces messages pour rejoindre un public le plus large possible, le contenu est soutenu par une mise en scène qui peut n'être comprise que lorsqu'on arrive à identifier les codes et les références culturelles. C'est d'ailleurs cet aspect qui accroche le public et qui lui permet de s'identifier aux situations présentées dans les capsules. On y parle le même langage, on y retrouve le même environnement, on y observe des gens qui nous ressemblent.

Tout ceci semble d'une évidence, mais lorsqu'on est peu familier avec cette culture, les codes peuvent devenir difficiles à saisir et l'aide des intervenants dans cette recherche nous a été précieuse pour arriver à comprendre toutes les subtilités de la culture malienne que nous n'avions pas découvertes jusqu'à présent. L'analyse de contenu a d'abord été une première étape pour fragmenter le contenu des capsules. Dans un deuxième temps ces résultats ont été validés avec les experts (M. Alioune Ifra N'Diaye de Blonba et Mme Mariam Touré du PNEC) à l'origine de la conception des capsules. Une fois les messages bien identifiés et compris, ils ont à nouveau été validés avec les participants des groupes focus *grin*.

Le but de ce mémoire était de répondre à la question suivante : Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa

forme télévisée? Et avant de déterminer comment ils recevaient ce message, nous devons très bien le comprendre.

Nous cherchions d'abord à identifier les enjeux de développement priorités par *BlonBa*, et à évaluer la fréquence d'apparition des thèmes et des références à ces enjeux pour ensuite les catégoriser.

L'analyse des messages s'est faite par une identification des thèmes, lieux, personnages et objectifs des capsules pour les mettre en contexte avant de s'attaquer aux messages grâce aux histoires racontées et surtout aux morales de ces histoires, souvent bien identifiées dans un message final. Une fois cette partie complétée, nous avons pu relever le message principal de chaque capsule, le valider avec les concepteurs de ces capsules et ensuite le confronter avec les perceptions des participants.

Cette distinction établie, il était alors possible d'établir une équivalence ou une différence entre le message envoyé et le message reçu pour répondre à notre questionnement initial.

Si l'on prend l'exemple de la capsule de *Bassabougou*, le message envoyé est le suivant : «Le bon citoyen n'aurait pas laissé faire, Le citoyen est libre de choisir, Mais ton pays a besoin de ta participation pour se développer, Tu es autant responsable de ton pays que tous, Vous partagez tous les mêmes soucis, Tu ne dois pas rester à croiser les bras quand ça ne va pas, Mais tu dois plutôt INTERVENIR.»⁴⁰

Dans ce cas, le message perçu ou reçu est sensiblement le même. Les participants ont tous compris l'importance de la communauté, de la collectivité, et de l'implication citoyenne. Il y a alors une forte adéquation avec le message envoyé et l'outil de communication diffuse un message clair et reçu sans interprétation. Cette conclusion s'applique à l'ensemble des capsules, les résultats des groupes *grin* font tout état d'une réception claire des messages qui

⁴⁰ Texte intégral tiré de la capsule

parfois vient renforcer une connaissance déjà acquise, parfois compléter une connaissance partielle du sujet et parfois cette réception crée une acquisition de connaissances nouvelles.

L'analyse de contenu a permis de tirer ces quelques conclusions sur les capsules de *télékotèba*, après avoir identifié ces éléments, nous sommes retournés consulter nos deux personnes contacts M. Alioune Ifra N'Diaye de Blonba et Mme Mariam Touré du PNEC pour discuter de ces éléments et confirmer avec eux nos résultats.

Les capsules misent sur le potentiel éducatif malheureusement sous-utilisé de la télévision au Mali et sur le rôle essentiel qu'elle doit jouer dans la démocratisation des connaissances. Elles s'adressent directement aux populations généralement privées d'information cruciales quant à leurs droits et devoirs. Le but est d'attirer aussi l'attention d'un large public sur ses droits, ses rôles et ses responsabilités associés à la citoyenneté dans un système démocratique. Ce droit des populations à l'information dans leur langue locale est reconnu et nous reviendrons sur ce point au chapitre cinq.

On y vise le développement et la pratique de la citoyenneté, la création des espaces de débat et de dialogue sur les valeurs démocratiques dans une mise en scène avec le téléspectateur, ses problèmes et son monde de sorte qu'il se reconnaisse dans les supports télé. Nous reviendrons également sur ce point dans le chapitre cinq dans la section sur les références culturelles.

Par leurs formes, utilisation des dessins animés, utilisation d'effets spéciaux et création de nouveaux genres avec la fusion d'animation et de personnages réels, les capsules éduquent sans ennuyer, elles divertissent intelligemment en alliant simplicité, accessibilité et esthétique afin de produire un meilleur effet. Et surtout, elles permettent de transmettre clairement un message aux récepteurs de *télékotèba*.

4.6 Les résultats des groupes *grin*

Lors de la préparation de la recherche, les groupes *grin* apparaissaient la forme de collecte de données la plus intéressante pour son aspect culturel et la plus riche quand aux informations qu'elles pouvaient fournir. Contrairement à notre pensée initiale, les groupes *grin* n'ont pas donné les résultats escomptés. Ils furent une grande source de témoignages et d'opinions, mais l'objectif premier était d'évaluer non seulement la réception des messages des capsules, mais aussi leurs effets. Même si la plupart des participants des groupes avaient déjà vu les capsules plusieurs fois, il a été très difficile de relever dans leurs témoignages et leurs interventions les effets directs de ces messages sur leurs comportements. Par contre, les groupes *grin* ont permis de vérifier les connaissances acquises par les participants, de confirmer l'adhésion aux références culturelles et le sentiment d'appartenance.

Malgré l'analyse des résultats sur les sujets débattus, il fut très difficile de mesurer leur engagement vers un changement de comportements ou même vers l'acquisition de nouvelles habiletés.

Afin d'obtenir ces résultats, il aurait fallu suivre un même groupe pendant une longue période et mesurer l'impact de l'acquisition de nouvelles connaissances sur leur vie quotidienne et évaluer les changements significatifs qui se seraient manifestés.

Par contre, les groupes focus *grin* ont permis de confirmer l'efficacité des stratégies de communication employées dans les capsules. Pour valider nos questions de recherches, nous nous appuyerons également sur ces stratégies qui seront exposés au chapitre cinq.

Le groupe *grin*, tout comme le théâtre *kotèba*, est un lieu de parole. Les sujets tabous peuvent être abordés sans limites, plusieurs sujets ont suscités de vives réactions, tel à été le cas lors d'un débat sur le rôle du *kotèba* à travers les années. Lorsque nous avons évoqué ce sujet, plusieurs répondants nous ont même affirmé que le *kotèba* était en grande partie responsable de la chute de l'ancien président Moussa Traoré. Pour une première fois, à cette

époque, on a osé critiquer le régime en place par le *kotèba* et dire tout haut ce que le peuple pensait tout bas.

Les quatre capsules de *télékotèba* retenues ont toute un message à apporter. Que ce soit l'importance de l'implication collective, la nécessité des devoirs citoyens, les actes de l'État civil ou le comportement citoyen, ces capsules ont su répondre aux objectifs pour lesquels elles ont été créées à la base. Les résultats de notre analyse démontrent une forte adéquation entre les messages envoyés et les messages reçus. Cette première étape de l'analyse permet de vérifier l'acquisition de connaissances chez les récepteurs de *télékotèba*. Mais pour démontrer un véritable changement d'attitudes ou de comportement, il faut aller plus loin dans la recherche. C'est ce que nous ferons dans le prochain chapitre.

Ni les résultats de l'analyse de contenu, ni ceux des groupes *grin* n'ont permis de répondre complètement aux questions de recherche. À cette étape, nous considérons que la campagne du PNEC doit être prise dans son ensemble pour pouvoir évaluer la réception de ces messages et surtout les changements observés chez les récepteurs maliens tels que l'implication et la participation citoyenne de ceux-ci.

4.7 Les objectifs et les résultats du PNEC

Les transformations du paysage social vécues au Mali depuis 1991⁴¹ se sont accompagnées d'une rupture profonde de la vision et du rapport au monde du citoyen malien. Un rapport social plus moderne est apparu à travers de nouveaux types de liens sociaux et de nouvelles formes de représentations tissées par les moyens de communication de masse qui ont donné

⁴¹ Les événements de 1991 se sont déroulés entre les mois de janvier et mars, moment où le peuple malien a commencé à contester le régime dictatorial du général Moussa Traoré, président en place depuis 23 ans avec son régime de l'Union démocratique du peuple malien (UDPM). Ce parti unique restait sourd à la misère du peuple malien et à ses revendications de libertés individuelles et collectives. Le gouvernement a répliqué avec force et intimidations face à la révolution du peuple. Des dizaines de manifestants ont été tués et les violences se sont poursuivies jusqu'au 26 mars 1991, journée historique où le général Moussa Traoré a été arrêté par l'actuel président du Mali, Amadou Toumani Touré. Le 26 mars est une journée où le peuple malien célèbre le jour des libertés reconquises. (République du Mali, 2009)

le jour, petit à petit, à des figures transformées de l'opinion publique, de la culture, et des loisirs.

La télévision au Mali est devenue aujourd'hui une représentation de la culture malienne : acteurs, artistes, musiciens et politiciens profitent de cette tribune pour conquérir le public malien. Contrairement aux idées reçues, la télévision est très présente dans les foyers maliens.⁴² En ville, sa présence est très marquée, et même dans les villages les plus reculés, du nord au sud chaque famille met la pression sur son chef pour avoir son poste individuel. Là où l'électricité n'est pas disponible on l'alimente avec une batterie de voiture rechargée par moteur diesel ou par panneaux solaires. Avoir sa télé individuelle, avec l'antenne placée très au dessus de la concession familiale est une fierté dans beaucoup de villages. Le regroupement familial de la nuit se fait davantage aujourd'hui autour d'un poste de téléviseur qu'autre chose, comme le thé auparavant.

La télévision est un outil de transmission au même titre que les mécanismes traditionnels, mais selon le rapport officiel du PNEC, la télévision ne remplit pas son rôle de transmission au même titre que les mécanismes traditionnels puisque son contenu est destiné principalement au gouvernement et à une élite scolarisée.

Cependant la télévision demeure mal utilisée faute de programmes cohérents pouvant prendre le relais des mécanismes sociaux traditionnels de transmission de savoirs et d'informations abandonnés avec les valeurs de la civilisation orale. Les quelques tentatives de programmes structurés sont destinées aux bailleurs de fonds. Ce qui fait qu'aujourd'hui un énorme malentendu s'est installé entre le Mali officiel, constitué généralement de gens qui peuvent accéder aux pouvoirs et de relatifs lettrés qui ont accès à l'information, et le Mali officieux, majoritaire, composé d'analphabètes et de

⁴² Lors de son lancement en 1983, la télévision nationale couvrait à peine 25 % de la population et moins de 5 % du territoire national. Aujourd'hui, elle couvre près de 60 % du territoire avec 80 % de couverture démographique. Les efforts conjugués des pouvoirs publics et des partenaires ont même permis d'accroître la couverture télévisuelle au-delà des frontières du Mali. La chaîne de l'ORTM est maintenant disponible en France, en Europe, en Asie, au Maghreb, au Moyen Orient (et bientôt aux États-Unis et au Canada). (ORTM, 2010) Il n'y a pas de statistiques précises sur le nombre de foyers maliens qui disposent d'une télévision, mais nos observations nous ont permis de constater que son utilisation s'est démocratisée et que la télévision malienne n'est plus un produit de luxe, mais un produit culturel accessible.

gens qui animent l'économie informelle et qui se contentent de «rumeurs» comme informations. (PNEC, Février 2005, p.28),

Lors de notre entretien avec Mme Mariam Keita du PNEC⁴³, son constat sur les programmes télévisuels est le suivant :

«Nous constatons ainsi que de grands projets de qualité échouent au Mali, faute de dispositif communicationnel adéquat. La chaîne de télévision publique, qui doit être présentement au cœur de tout dispositif de communication, a pour principal destinataire le gouvernement. Le PNEC veut radicalement inverser cette tendance et oriente toutes ses activités de communication vers les populations à la base, afin de contribuer au rapprochement entre l'Administration et les administrés, tant souhaité par le Programme de Développement Institutionnel.»

Conscient de cette réalité, le PNEC propose un dispositif de communication qui se caractérise par la qualité de son contenu informatif et de sa pédagogie, le tout dans une forme divertissante et accessible au public cible.

L'objectif pédagogique premier de l'émission «À nous la Citoyenneté» est de faire mieux connaître à la population malienne son environnement politique et juridique et l'amener à intérioriser les points suivants : la nécessité de lutter contre l'indifférence et de s'intéresser à son environnement politique, l'importance de posséder ses pièces d'état civil dans le Mali moderne, les différences qui caractérisent une société démocratique et une société non démocratique, les droits et les devoirs conférés au citoyen par la Constitution du Mali et les fonctions des institutions liées à cette constitution. L'importance de la responsabilité et du souci d'agir pour le bien collectif. L'importance d'obéir aux lois qui gouvernent le pays. L'exemple de citoyens, associations ou communes qui sont des modèles inspirants en matière de bonne gouvernance. L'exemple des jeunes citoyens qui tentent de résoudre des problèmes communautaires par l'action collective et la réflexion collective sur les valeurs sociales et communautaires qui favorisent l'épanouissement des individus dans la communauté

⁴³ Entrevue réalisée à Bamako le 12 octobre 2008.

L'émission « À nous la citoyenneté » s'est avérée être un intéressant support de sensibilisation grâce à son caractère ludique et populaire. La mise en scène d'un personnage populaire de la télévision malienne, la superposition de scènes empruntées aux modes de la comédie (Baniengo) et de la tragédie (scènes de lynchage public du voleur, le courrier de Fiman), enfin le graphisme simple et percutant des parties pédagogiques de l'émission ont suscité des réactions vives de la part du public. Il faudrait cependant noter que les témoignages recueillis par le PNEC traitent très peu des questions relatives à la séparation des pouvoirs et aux principes généraux de la démocratie malienne. Il a été noté que les téléspectateurs ont marqué beaucoup plus d'intérêt pour des thèmes concrets comme l'état civil et la corruption qui les affectent directement dans leur vécu quotidien.

On peut donc affirmer que l'émission « À nous la citoyenneté » a pleinement atteint ses objectifs en termes d'information sur la simplicité de la procédure et la gratuité de l'acte de naissance et sur les liens entre citoyenneté et développement, citoyenneté et participation responsable, citoyenneté et prééminence de l'intérêt collectif sur les intérêts égoïstes. Le projet a montré le potentiel inexploité de la jeunesse malienne et l'importance de cibler la tranche d'âge des 15-25 ans qui constitue 67% de la population et l'avenir de la nation. Le succès du projet réside dans la diversité des outils pédagogiques utilisés télévisuel, magazine radiophonique, projections numériques sur grand écran de films africains et des supports DVD du PNEC dans une ambiance festive, alliant l'utile à l'agréable. Mais quelles en seront les conséquences à court et à moyen terme?

Des changements de comportements ont été observés à la suite de cette campagne tels que : la prise de conscience des populations et une meilleure compréhension de la loi régissant l'état civil par exemple une augmentation de l'enregistrement des naissances et des mariages et de la pratique de la gratuité des actes d'état civil. Mais, l'essentiel est d'avoir posé les jalons en vue de ces changements de comportements qui doivent s'inscrire dans la durée. La campagne du PNEC a eu le mérite de placer le problème de la citoyenneté au cœur des débats au sein des communautés rurales et même les plus enclavées. Le PNEC a surtout permis une augmentation sensible de la compréhension des populations de leurs droits et devoirs de citoyens. Les nombreuses réactions prouvent que les spectateurs ont bien compris

le lien entre citoyenneté et développement et l'importance pour chacun d'être un bon citoyen dans sa communauté.

La corruption et l'égoïsme ont suscité des réactions dont l'impact est cependant difficile à évaluer. Mais, des réactions vives ne signifient pas nécessairement un changement de comportement. Les réalités sociales et économiques sont bien plus complexes que le *télékotèba* ne le laisse paraître.

Même si nous nous intéressons à la réception, nous pouvons dire que des thèmes qui ressortent plutôt de la logique de production ont émergé lors de notre réflexion. C'est précisément ces thèmes qui nous allons explorer dans le chapitre qui suit.

CHAPITRE 5

INTERPRETATION

DE HÈRÈBOUGOU À BAGNÈRÈBOUGOU : LES CAPSULES DE TÉLÉKOTÈBA DU PNEC ONT-ELLES CONTRIBUÉ AU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉDUCATION À LA CITOYENNETÉ?

Suite aux résultats de l'analyse de contenu des capsules de *télékotèba* et des commentaires des participants des six groupes *grin* présentés dans le chapitre précédent, nous sommes en mesure d'avancer qu'une acquisition de nouvelles connaissances a été notée chez les récepteurs. En effet ceux-ci ont identifié avoir acquis des informations nouvelles suite aux visionnements des capsules, nous pouvons affirmer que tel est le cas puisque les récepteurs ont été en mesure de nommer les connaissances acquises. Mais peut-on réellement affirmer qu'elles ont contribué au développement de l'éducation à la citoyenneté? Pour confirmer cette affirmation, nous avons combiné nos éléments de recherche avec les résultats également obtenus par le PNEC. Le but de ce processus est d'arriver à des conclusions générales, car les informations rassemblées par notre cueillette de données ne s'avèrent pas suffisantes pour répondre entièrement aux objectifs de la recherche.

Par contre, nous avons relevé plusieurs pistes de réponse à notre questionnement de base. Dans cette section nous souhaitons mettre l'accent sur quatre stratégies de communication qui ont contribué au succès de cette campagne : la répétition du message comme stratégie de communication, l'utilisation des langues locales, les références et codes culturels et l'implication des leaders d'opinion. Mais d'abord, nous reviendrons sur les thèmes de la réception des messages de *télékotèba* et du développement endogène.

5.1 La réception des messages de *télékotèba*

Comme nous l'avons souligné dans le cadre théorique, la réception des messages est dépendante de la construction et de l'interprétation des messages chez le récepteur. Plusieurs intermédiaires peuvent également affecter la réception du message. Dans cette recherche, la réception des messages de *télékotèba* lors des groupes *grin* se fait en groupe. Le groupe *grin*

est un groupe d'appartenance qui peut avoir une influence sur le récepteur. La réception des messages est d'autant plus liée au contexte de la réception dans ce cas. Le groupe *grin* est un lieu de communication, d'échange et de partage, il permet à ses participants dans un premier temps de recevoir le message, et dans un deuxième temps d'en discuter avec les autres. Cette deuxième étape permet d'approfondir la réflexion puisque les messages reçus et interprétés sont immédiatement confrontés à l'interprétation des autres membres du groupe *grin*. Cette discussion sur les messages influence à son tour la construction du message et il nous a été donné de constater que certains participants se rallient à l'interprétation des autres au détriment de ce qu'ils avaient d'abord perçu initialement.

Cette caractéristique de notre recherche est représentative des échanges quotidiens. Même si le *grin* n'est habituellement pas le lieu de réception des messages de *télékotèba* ou télévisuels, il est le lieu de prédilection du partage des informations. Les débats et les discussions que nous avons provoqués suite aux visionnements des capsules auraient pu être alimentés par l'introduction du sujet par un membre qui aurait visionné individuellement les capsules et ouvert le sujet au groupe. Dans ce cas, le résultat de la réception aurait probablement été semblable, puisque confronté à l'interprétation personnelle du message par un membre, les autres membres du groupe *grin* auraient été influencés sans être des récepteurs directs du message.

Le *grin* peut être considéré comme un réseau de "coersédution" selon la théorie de (Ravault, 1996, p.32) puisqu'il exerce une pression sur les membres du groupe d'appartenance, constitue un lieu de partage et de reconnaissance, et finalement fournit des codes d'interprétation qui permettent aux récepteurs de se réapproprier l'information. Au même titre de réseaux s'ajoutent les regroupements divers, religieux ou politiques.

Le contexte qui influe sur la réception se définit socialement mais peut aussi se définir économiquement ou politiquement. Dans une période de crise politique ou économique tel est le cas actuellement avec la situation économique mondiale et la flambée du coût des produits d'alimentation au Mali, il importe dès la conception du message de tenir compte des préoccupations des récepteurs. Les messages devront alors insister sur des aspects

qui interpellent le public dans sa réalité quotidienne pour le sensibiliser, sinon le contexte peut être un facteur de résistance des récepteurs.

5.2 Le développement endogène

Le développement endogène tel que vu avec Ki Zerbo dans le cadre théorique est une alternative au développement traditionnel. Selon le rapport sur le développement endogène de l'UNESCO (1987)⁴⁴

Le développement endogène comme nouveau discours sur le développement s'est progressivement élaboré sur la base d'une critique radicale de la théorie dominante par l'intégration de la culture comme fondement, dimension et finalité essentielles du développement.

Comme le souligne son auteur Pham Nhu Ho, le développement endogène est avant tout une philosophie du développement puisqu'il pose non seulement la question des moyens de développement, mais aussi et surtout de sa finalité. Le développement endogène signifie avant tout l'intégration de la culture comme dimension et finalité du développement car c'est dans la culture que le développement trouve son impulsion fondatrice, dans les besoins et les inspirations des individus, dans les projets qu'ils concrétisent.

Dans le cadre de cette recherche, les stratégies de communication utilisées par le PNEC et BlonBa et qui seront exposées un peu plus loin, répondent aux critères du développement endogène. Le développement visé par l'éducation à la citoyenneté est endogène parce qu'il est non seulement pensé, élaboré et mis en œuvre par des forces intérieures, dans ce cas, une agence de communication locale et un programme ministériel, mais il se traduit également par l'utilisation d'outils de communication culturels et endogènes.

⁴⁴ L'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la communication) a publié en 1987 un document intitulé : le développement endogène comme alternative, potentialités et obstacles à son déploiement.

Pour être endogène, il faut tenir compte de la spécificité, d'une part par la valorisation des ressources locales et de l'autre par la territorialisation des activités qu'elles soient économiques, culturelles ou sociales. Parmi les stratégies de communication présentées dans la section suivante, trois d'entre elles sont représentatives de la communication endogène : les codes et références culturelles, l'utilisation des langues locales et l'implication des leaders d'opinions.

5.3 Les stratégies de communication

Le terme stratégie de communication revient souvent tout au long de notre réflexion. Prenons d'abord le temps de définir la notion de la stratégie de communication, selon la FAO⁴⁵ (2002, p.8) :

En communication pour le développement, la stratégie est un plan-cadre comprenant une combinaison d'interventions de communication capables de susciter les changements nécessaires en matières de connaissances, d'opinions, d'attitudes, de croyances ou de comportements au niveau de la population visée en vue de résoudre un problème de développement, selon un calendrier donné (souvent à moyen terme) et compte tenu des ressources disponibles. Elle constitue un engagement et une boussole permettant de mobiliser et d'orienter les actions et les énergies des différents partenaires.

Selon le guide méthodologique pour l'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, sept éléments doivent être pris en compte lors de l'élaboration des stratégies de communication. L'importance de ces éléments s'inspire de l'expérience acquise en matière de communication lors d'études de cas au Mali, en Guinée Bissau, au Burkina et au Niger effectuées par la FAO (2002, p.5-6)⁴⁶.

⁴⁵Schéma publié dans le guide méthodologique de l'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, lors de l'atelier régional sur les méthodologies d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de communication multimédias et des politiques nationales de communication pour le développement tenu à Niamey au Niger en avril 2002.

⁴⁶ Organisation des Nations Unes pour l'alimentation et l'agriculture

- 1- Présence d'un volet communication avec des objectifs bien définis, précis, et mesurables.
- 2- Recherche socioculturelle pour développer des actions de communication culturellement adaptées au milieu concerné.
- 3- Plusieurs phases d'intervention à respecter : planification, exécution, évaluation.
- 4- Les approches multimédias sont les plus efficaces puisque les autres canaux formels et informels font partie de la communication.
- 5- Les messages doivent être clairs, simples, spécifiques, faciles à comprendre et souvent répétés.
- 6- L'approche participative doit être privilégiée car il faut parler avec les populations et non parler aux populations.
- 7- L'approche genre doit être intégrée à toutes les étapes d'une intervention de communication.

Si l'on tient compte de l'intégralité de la campagne et de tous ses volets, on peut affirmer que la campagne d'éducation à la citoyenneté du PNEC répond aux critères d'une stratégie de communication multimédia car on y retrouve la présence des sept éléments proposée par la FAO.

Parmi les sept points, trois sont caractéristiques du volet télévisuel qui nous concerne ici : lorsque nous aborderons la question des références et des codes culturels ainsi que des leaders d'opinion, la stratégie s'établit dès la planification par la recherche socioculturelle pour développer des actions de communication culturellement adaptées au milieu concerné. L'utilisation des langues locales dépasse le simple niveau d'adaptation culturelle puisque le message est transmis dans la langue des récepteurs.

Lorsque nous présenterons les leaders d'opinions en tant qu'animateur et personnages des capsules de *télékotèba*, c'est l'approche multimédia de communication avec ses canaux informels et formels qui est respectée. Lorsque nous réfléchirons sur la répétition des messages comme stratégie de communication, c'est le point cinq qui est suivi : les messages doivent être clairs, simples, spécifiques, faciles à comprendre et souvent répétés.

5.3.1 La répétition comme stratégie de communication

Comme mentionné dans le cadre théorique avec (Maisonneuve, 1973) le message importe en communication, tout comme pour (Shannon, 1949) le bruit est une donnée fondamentale. Dans cette lignée, l'absence de distorsions ou de bruits selon les différentes approches théoriques permet d'optimiser la réception du message. Durant cette campagne qui s'adresse à une population peu scolarisée qui constitue la majorité des habitants du Mali, les résultats indiquent que le message a été sans cesse répété. La répétition est alors considérée comme une stratégie de communication. Plus le message est entendu, plus il est compris, plus le message est répété, moins il est interprété. Cette stratégie de communication est également préconisée dans le domaine du marketing. L'élaboration de messages clés qui sont ensuite répétés en utilisant divers outils : télévision, radio, médias écrits permet une communication permanente et efficace. Favoriser la diffusion répétée d'un message est également un des sept principes des auteurs comme Arcand et Bourbeau (1998) dans leur ouvrage sur la communication efficace. Qu'il s'agisse de communication organisationnelle, interpersonnelle ou de stratégies de marketing, les principes de la communication efficace s'appliquent à tous.

La répétition des messages est une des stratégies principales de cette campagne d'éducation à la citoyenneté. Bien que notre recherche ne se soit concentrée que sur le volet télévisuel, la répétition apparaît comme une stratégie principale. En effet, le programme comprend aussi cinq autres volets dont le volet radio locale, un volet jeunes citoyens avec animations parascolaires, un volet boîte à image avec des animations de proximité, un volet vidéo mobile avec des animations de proximité et un volet mariages collectifs à la mairie. Tous ces volets ont pour but de répéter le message plusieurs fois pour qu'il soit entendu et compris de tous et ce même dans les régions les plus reculées là où les accès à la télévision et à la radio sont plus difficiles, on y déplace des équipes mobiles qui organisent des animations. De plus, des supports parallèles ont été développés, des guides écrits qui résument les messages clés et les capsules, des transcriptions audio des capsules ont également été enregistrées.

Dans le cadre de la recherche sur les capsules, nous avons déjà remarqué la stratégie de la répétition par le nombre de diffusion des capsules, plus particulièrement dans le cas de *Bassabougou* et de *Baniengo* qui reviennent à chaque épisode. Ces capsules avaient aussi plusieurs versions avec des durées variables. Pour montrer cette stratégie, nous prendrons ici l'exemple de la capsule de *Bassabougou* et des trois versions de son message final pour faire voir les nuances et la répétition de son message.

| <u>Version 1</u> | <u>Version 2</u> | <u>Version 3</u> |
|---|--|--|
| Le bon citoyen n'aurait pas laissé faire | Le bon citoyen n'aurait pas laissé faire | Le bon citoyen n'aurait pas laissé faire |
| Le citoyen est libre d'agir | Le citoyen est libre d'agir | La citoyenneté c'est deux choses : tu es libre de tes actes |
| Mais ton pays a besoin de ta participation pour se développer | Mais ton pays a besoin de ta participation pour se développer | Tu es responsable du pays qui t'entoure |
| Tu es autant responsable de ton pays que tous | Tu es un acteur du développement comme tous les autres citoyens | Ton pays, tu le partages avec tous les autres |
| Vous partagez les mêmes soucis | Tu as les mêmes préoccupations et aspirations que les autres | Ce qui t'arrive les concerne, ce qui leur arrive te concerne |
| Tu ne dois pas rester à croiser les bras quand ça ne va pas | Quand ça ne va pas tu ne dois pas rester à croiser les bras | Quand ça ne va pas, ne reste pas assis |
| Mais tu dois plutôt intervenir | Tu dois plutôt accomplir ton devoir de citoyen vis-à-vis du pays | INTERVIENS |

Le message de *Bassabougou* est illustré dans cet exemple avec de légères nuances, lorsqu'on ne prête pas attention aux mots, on peut croire qu'il s'agit du même texte. Cette stratégie est une forme de reformulation. La reformulation en communication est une technique que l'on utilise pour montrer à l'émetteur que nous sommes attentifs et réceptifs à sa communication. En utilisant nos propres mots, on reformule la pensée de l'autre. Dans ce cas, la pensée est reformulée de trois façons différentes pour optimiser la réception du message et maximiser son effet.

La répétition renforce la consolidation des acquis et permet au message de vivre plus longtemps. La durée est un autre facteur qui assure la continuité du processus enclenché.

Le Commissariat au Développement Institutionnel, qui développe un ambitieux programme de transformation de l'administration publique, estime également que toute stratégie de transformation sociale, impliquant des modifications d'habitudes et des changements de comportement doit s'inscrire dans la durée. (PNEC, 2004, p.120),

Cette campagne du PNEC (2005-2007) est la deuxième, elle s'inscrit dans un processus continu où l'apprentissage est aussi continu. Lors de la prochaine campagne, de nouveaux thèmes seront abordés, mais il faudra encore revenir sur certains éléments pour rafraîchir la mémoire collective.

5.3.2 L'utilisation des langues locales

Dans le développement endogène tel que décrit par Ki Zerbo, l'aspect communicationnel doit être en concordance avec les cultures africaines, cultures fortement tournées vers la communication sous toutes ses formes. De plus, sa conceptualisation du développement endogène implique comme l'une des conditions fondamentales de ce développement, une identité culturelle forte et véritable. L'utilisation des langues africaines au détriment des langues héritées de la colonisation est aussi un moyen de permettre d'impliquer plus activement les populations et de permettre par la même occasion de valoriser autant les populations que les langues.

L'utilisation des langues locales plutôt que le français (boîte à images, théâtre, télévision) uniquement, langue souvent utilisée pour les outils de communication fut l'un des facteurs de réussite des capsules de *télékotèba*. Lorsqu'on s'attarde au contenu de la télévision on remarque que beaucoup de programmes télévisuels de la chaîne nationale ne sont diffusés qu'en français. Transmettre des messages sur le thème de la citoyenneté en utilisant les langues locales (bambara, peul, sonraï et tamashek) était l'un des objectifs du PNEC. En effet, les capsules sont en bambara, la langue la plus parlée et comprise de la population malienne, et elles sont sous-titrées en français, pour permettre une représentation de deux langues officielles. De plus, le sous titrage en français permet d'atteindre les élites de la sous région et les Maliens de l'extérieur⁴⁷, pour qui le Bambara n'est plus la langue de tous les jours. L'utilisation des langues nationales permet de toucher la grande majorité de la population. Le contenu des émissions est adapté et accessible au public cible, majoritairement analphabète ou très peu lettré.

En résumé, l'utilisation des langues locales a été un facteur de succès pour les capsules de *télékotèba*, son principe reprend les idées de Ki Zerbo. En poussant plus loin la réflexion sur le développement endogène, l'information des populations dans leurs langues locales devient non pas une stratégie pour rallier le peuple, mais l'exercice d'un droit fondamental. En effet, il est légitime d'exiger un droit à l'information dans sa propre langue. L'article 22 de la déclaration universelle des droits humains de l'ONU⁴⁸ stipule que toute personne, en tant que membre de la société, a droit à la sécurité sociale ; elle est fondée à obtenir la satisfaction des droits économiques, sociaux et culturels indispensables à sa dignité et au libre développement de sa personnalité, grâce à l'effort national et à la coopération internationale, compte tenu de l'organisation et des ressources de chaque pays. Dans cette

⁴⁷ Les Maliens de l'extérieur ou diaspora représentent un groupe social qui a beaucoup d'influence. Il est majoritairement composé d'étudiants, d'intellectuels, ou d'émigrants professionnels qui ont quittés le Mali et vivent en Europe, aux États-Unis, au Canada et de plus en plus pour des raisons économiques en Asie. Mais cet éloignement ne les empêche pas de conserver des liens solides avec leur pays d'origine et de participer activement sur tous les niveaux : politique, économique, social.

⁴⁸ La déclaration universelle des droits de l'homme a été adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies le 10 décembre 1948 à Paris. Cette charte composée de 30 articles est une déclaration qui présente un modèle idéal à atteindre pour respecter les droits et libertés de tous les peuples et nations.

optique l'information et l'éducation des populations dans leurs langues locales est un droit culturel.

5.3.3 Les références culturelles

Toujours dans la même logique du développement endogène et de la valorisation des cultures africaines, les références et codes culturels sont des éléments bien intégrés dans les capsules de *télékotèba*, et ce à un point tel qu'il est difficile pour quiconque n'étant pas familier avec la culture malienne, d'en comprendre toute la complexité.

Tout comme Ki Zerbo, Ouedrago (2000) affirme que la culture africaine par les savoirs locaux peut et doit influencer positivement sur le développement. Le recours aux références culturelles s'imbrique dans cette logique d'utilisation des savoirs locaux, car les références sont également des acquisitions. Selon Ouedrago,

Aussi, est-il capital de percevoir la culture non comme un ornement du développement mais comme une valeur-clé du développement, en somme comme une épine dorsale, en ce sens, on devrait convenir que le puzzle du tissu social, du jeu des rapports interindividuels mérite d'être revu à la lumière des enjeux culturels. Notre conviction est qu'un développement authentique, véritable et prenant en compte tous les éléments du puzzle sur lequel il s'exerce ne saurait se mettre en pratique et atteindre ses objectifs s'il ne prend pas en considération les dimensions culturelles de l'espace ou du lieu en question. (Ouedrago, 2000, p.21)

Le théâtre par exemple permet une dramatisation sociale et met en scène les composantes de la vie sociale, c'est une médiation appropriée et efficace par son caractère commun et collectif. Le théâtre participatif fait appel directement aux populations et c'est un facteur puissant de mobilisation. Cet espace d'expression reprend les formes de communication traditionnelle et permet de trouver des solutions communes pour les problèmes modernes.

Notre recherche nous incite à penser que la forte présence de la culture dans les sociétés africaines est une caractéristique incontournable. La musique, le théâtre, le chant, la

danse, la cuisine, les habitudes de vies sont des composantes de la culture qui sont fortement ancrées dans le cœur des Maliens. Le *grin* dans sa nature même l'exprime bien.

Un projet de société doit s'appuyer sur la dimension culturelle pour aboutir, à plus forte raison lorsqu'il s'agit de l'Afrique. La réhabilitation de la culture par une mise en service de stratégies de développement entre dans une logique de développement authentique. Cette réhabilitation présuppose un enrichissement notamment par la promotion des langues locales. Ouedraogo tout comme Ki Zerbo ou Hountondji (1994) s'entendent sur ce point, et vont jusqu'à promouvoir aussi l'alphabétisation dans les langues africaines. Dans le contexte de la campagne d'éducation nationale à la citoyenneté, on peut s'entendre non pas sur une alphabétisation, mais tout de même un enseignement, une acquisition de connaissances qui entre dans cette logique.

Pour le PNEC, la dimension culturelle du programme est symbolisée par une intégration culturelle et la conscience d'un patrimoine culturel commun.

La citoyenneté exige un sens immédiat d'appartenance à une communauté fondée sur la loyauté envers un patrimoine culturel considéré comme un bien commun. (PNEC, 2004, p.45)

Il souhaite engager une réflexion sur les valeurs qui animent le Mali démocratique tout en respectant les codes culturels de celui-ci. Le théâtre occupe une place importante dans la culture malienne, le *télékotèba* tel qu'on l'observe à travers les capsules est un théâtre destiné à la sensibilisation et à la mobilisation des populations pour les actions de développement. L'objectif de ce théâtre c'est son degré d'aptitude à favoriser le développement humain durable. Il cherche à susciter chez les populations un processus de réflexion et d'auto appropriation des mécanismes de leur propre développement.

Les moyens traditionnels de communication regroupent l'ensemble des genres ou des styles traditionnels de communication réactivés dans des situations de communication pour le développement. (PNEC, 2004, p.57)

Leur efficacité est fortement tributaire du contexte social et culturel auquel ils renvoient. Le théâtre populaire a permis de véhiculer une masse importante de messages. La

scénarisation et la dramatisation semblent aujourd'hui être le genre le plus productif en sensibilisation.

Les moyens traditionnels de communication représentent un potentiel important de communication parce qu'ils mobilisent des ressorts culturels qui permettent une excellente réception des messages par les populations des projets de développement. Les moyens traditionnels de communication sont des genres et des styles vivants parce qu'ils s'insèrent dans le tissu de la communication sociale quotidienne et évoluent en rapport intime avec la société au sein de laquelle ils sont pratiqués. C'est pourquoi ils sont en mesure d'exprimer, mieux que n'importe quel autre médium, la sensibilité particulière d'un groupe social. (PNEC, 2004, p. 70)

Si cela se confirme dans les cas de la scénarisation et de la dramatisation, est-ce que l'utilisation de la satire comme technique de mise en scène du message de développement favorise une meilleure connaissance des enjeux de développement (d'éducation à la citoyenneté) chez les récepteurs maliens du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée?

5.3.4 L'implication des leaders d'opinions

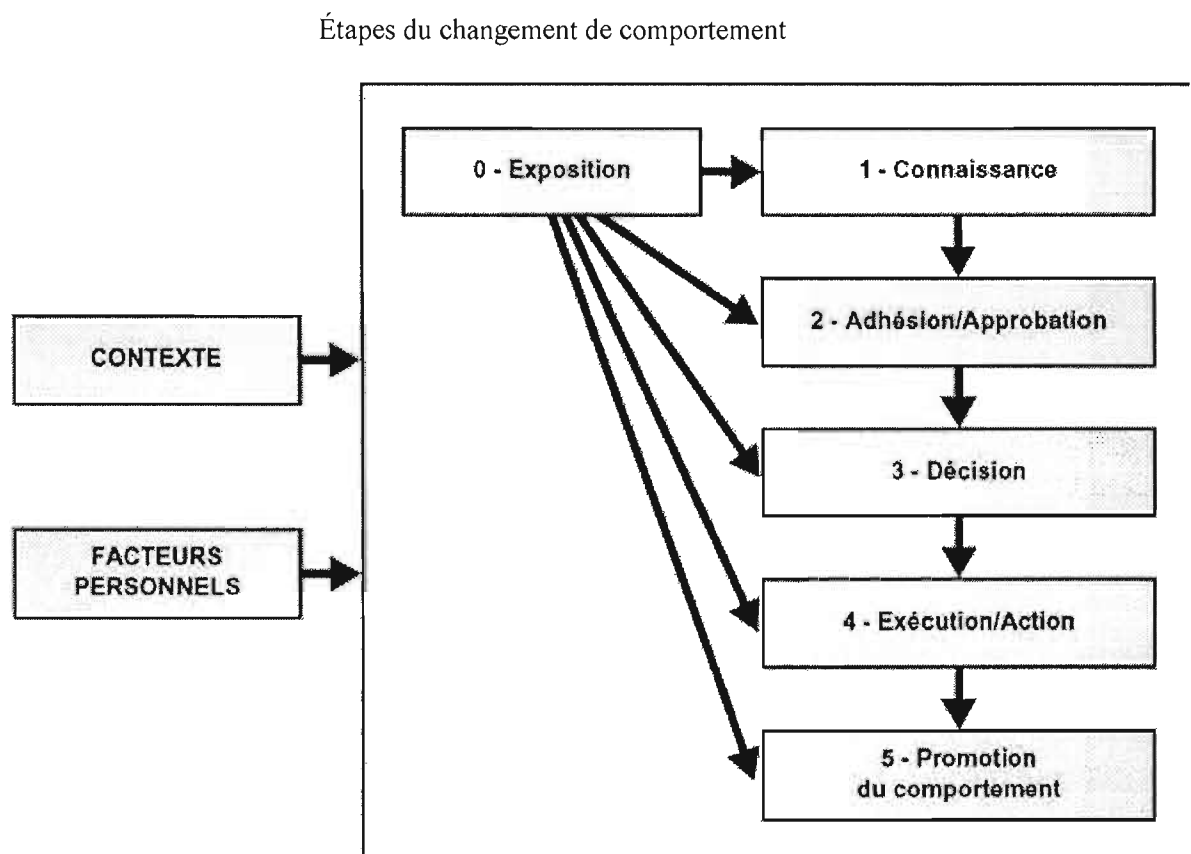
Le leader d'opinion est un individu qui par sa notoriété, son expertise ou son activité sociale intensive est susceptible d'influencer les opinions ou actions d'un grand nombre d'individus. Une personne qui à travers des contacts quotidiens avec son entourage influence de manière régulière l'opinion et la décision des gens dans quelques domaines. (Katz et Lazarsfeld, 1955)

L'implication des leaders d'opinions constitue l'utilisation des canaux socioculturels ou sociaux-traditionnels qui sont reconnus pour les stratégies de développement en Afrique car ils correspondent aux valeurs et à la logique de communauté, par contre son utilisation peut être difficile à contrôler et en dehors des activités officielles, les messages peuvent être manipulés ou déformés par les leaders ou ne correspondent tout simplement pas à leurs opinions personnelles.

Il est important de noter que la communication pour le développement vise le changement ou l'adoption de comportement pour une population cible, mais à long terme

c'est le changement social qui est visé. Cette affirmation est plus particulièrement à l'Afrique compte tenu de l'emprise et de la force des relations et des structures sociales des individus.

Voici un tableau de la FAO qui présente les étapes du changement de comportement (FAO, 2002, p.21)



Comme Lazarsfeld l'a souligné dans le cadre théorique, l'effet des mass medias doit être relativisé, et la notion des leaders d'opinions amorce la réflexion sur la communication de masse. Ces études constituent la source en communication lorsqu'on explique l'influence et l'importance des leaders d'opinions.

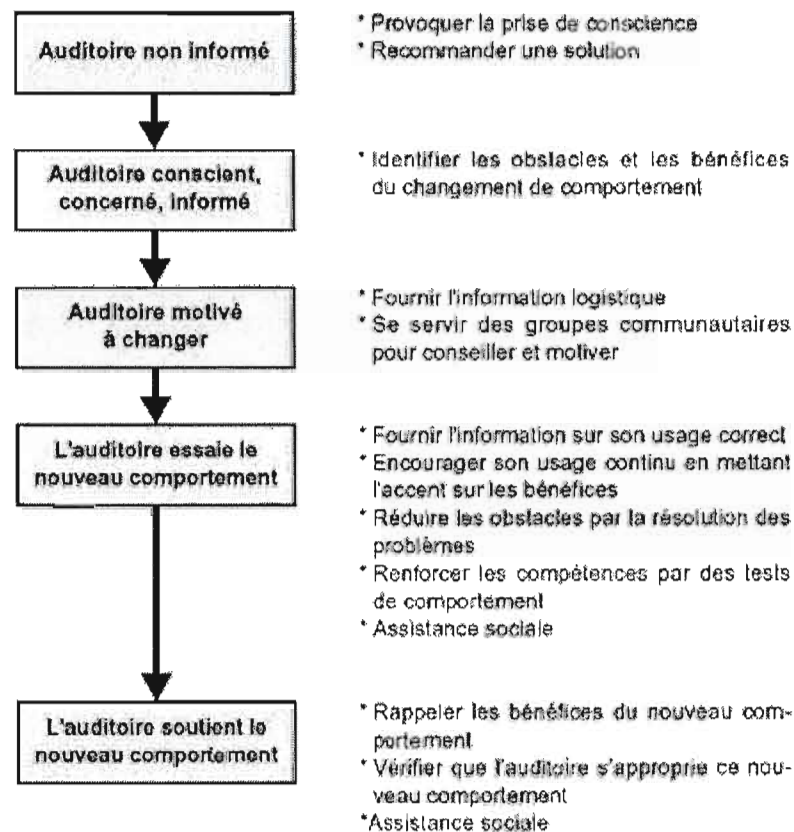
Très loin de là, en Afrique, alors que cette théorie n'y est que très peu connue, il y règne aussi une autre conception des leaders d'opinions et de leur influence. Cette conception des leaders d'opinions qui est également la nôtre diffère légèrement, car l'influence des leaders d'opinions est reconnue d'abord et avant tout dans leur propre communauté. En effet, traditionnellement les personnages comme le chef de village ou le griot ont des fonctions semblables aux leaders d'opinions, ils sont reconnus par leurs pairs pour leur expertise et pour cela ils arrivent à influencer les groupes et à transmettre des messages. Les griots par exemple ont un rôle traditionnel de gardien de l'espace public, ce sont des maîtres de la parole. Ils tissent les liens entre les différents membres de la communauté.

Le leader d'opinion est un individu qui caractérise une approche en communication de masse. En effet des études de Lazarsfeld ont démontré que l'influence réelle dans un groupe était validée lorsque l'information d'abord diffusée par les canaux de communication était dans une deuxième étape, renforcée par un leader. C'est un «two-step flow» : dans un premier temps le message, puis dans un deuxième temps le traitement et la retransmission du message par un leader d'opinion auprès de son groupe d'influence.

C'est à notre avis, dans ce sens que Ravault (1996) argumente quant il affirme que le sens est toujours perçu par le biais de systèmes symboliques que les personnes clés de son environnement lui ont inculqué au cours des rituels de socialisation par des relations de séduction et de coercition. Cette théorie conforte notre position selon laquelle le processus de réception se renforce par l'entremise de leaders ou de personnes clés. Le leader d'opinion n'est pas qu'un simple leader puisqu'il est reconnu par le groupe comme un expert, et l'expertise reconnue par le groupe de cet individu lui permet d'ajouter une deuxième dimension au message et à la communication et d'influencer l'opinion du groupe ou des individus. Cette influence engendre même des changements de comportements selon ces études. L'individu reçoit dans un premier temps un message qui est entendu, mais lorsque ce message est répété par un leader d'opinion en qui le groupe ou les individus ont confiance et reconnaissent comme un leader, le message est alors validé. Il dépasse le niveau simple de la connaissance et s'inscrit dans un changement d'attitude. Cette modification est la première étape qui conduit au changement de comportement.

Le schéma suivant présente le processus qui conduit du message au changement de comportement. (FAO, 2002, p.6)

Processus du changement de comportement: auditoires et stratégies de communication possibles



Lors de l'élaboration de cette campagne, le PNEC a décidé de tenir compte de cette stratégie de communication et de l'inclure dans le concept de l'émission «À nous la citoyenneté», par la présence de deux animateurs connus et reconnus dans la société malienne comme des leaders d'opinion. Oumou DIARRA «Djèman» et Ibrahima Dionkolini Coulibaly. Ces deux animateurs sont connus du public pour leur implication dans plusieurs programmes télévisés sur les ondes de l'ORTM, la chaîne publique du Mali, mais aussi pour

leurs implications dans leurs communautés respectives, ce qui leur attribue véritablement le statut de leader d'opinions.

Oumou Diarra est une militante bien connue pour ses nombreuses animations sur plusieurs chaînes de radios publiques et privées. Son sujet de prédilection est celui des femmes maliennes et de leur condition. Elle profite de ses interventions radiophoniques pour faire des dénonciations générales sur des situations intolérables qui méritent réflexion et changement de comportements dans la société malienne. Elle est également connue pour ses sketches de *télékotèba* diffusés sur les ondes télé de l'ORTM. Ibrahima Coulibaly est aussi un animateur bien connu des radios privées et publiques, notamment Kayira et l'ORTM. Il est le spécialiste des questions environnementales. Pour ses nombreuses apparitions dans des sketches de *télékotèba*, il est un animateur vedette des Maliens. Par sa popularité, son implication dans divers projets assure toujours un franc succès. Cette situation illustre une actualisation du concept des leaders d'opinions puisque dans le cas des deux animateurs, leur notoriété et leur crédibilité ont été d'abord acquises par la reconnaissance dans leurs communautés respectives, et c'est cet aspect primordial qui leur confère aujourd'hui un pouvoir d'influence et le titre de leaders d'opinions.

Idéalement, pour aller chercher l'appui de tous, les leaders d'opinions peuvent être représentés par des femmes, des jeunes, des leaders religieux et des communicateurs locaux (griots, leaders charismatiques). Ces personnes réunies représentent bien les différents groupes sociaux qui composent la société malienne et ils pourront ensuite répercuter des messages avec beaucoup plus de force et d'impact qu'un simple leader. Dans le cas présent, les deux animateurs représentent le symbole de l'homme et de la femme dans le couple, la base de la famille est représentée, les deux sexes sont présents et équilibrent les rôles.

Cette stratégie a aussi une dimension très culturelle, dans le cas présent, le leader d'opinion peut aussi être associé au chef de famille ou de village, la figure d'autorité dans le système hiérarchique du pouvoir. Cette dimension représente la situation du pouvoir au Mali et le système familial. Dans la hiérarchie, le leader est accueilli et respecté du public tout comme le chef de village ou de famille qui est compétent et respecte les règles de sa fonction

à la satisfaction de tous. Son pouvoir ne lui est pas donné mais accordé par ses membres. Sa situation lui permet d'autant plus d'être reconnu de son groupe puisque c'est ce dernier qui le place dans cette position pour ses capacités.

L'implication des acteurs locaux (troupe de théâtre, animateurs, conférenciers) pour intervenir dans les différentes régions est aussi une dimension qui a été prise en considération lors de l'élaboration du programme, les leaders diffèrent selon les régions, et lorsqu'on s'éloigne des villes, il faut travailler en partenariat avec les leaders des communautés visitées.

CONCLUSION

DE FATOBOUGOU À HÈRÈBOUGOU : LES CAPSULES DE *TÉLÉKOTÈBA* DU PNEC ONT-ELLES CONTRIBUÉ AU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉDUCATION À LA CITOYENNETÉ?

La conclusion de ce chapitre m'apparaît comme une réponse au titre de celui-ci. Dans le contexte de cette recherche, les capsules de *télékotèba* ont été tirées de l'émission «À nous la citoyenneté» pour être ensuite analysées pour leurs contenus, leurs messages et leurs effets sur les récepteurs. Il s'est avéré difficile de départager les capsules de l'émission puisqu'elles en font partie intégralement. Par ailleurs, la plupart des répondants avaient déjà visionné quelques épisodes de ces émissions. Il était alors difficile pour eux de ne pas faire des liens entre l'émission dans sa globalité et les capsules de *télékotèba* présentées. De plus, toute la documentation recueillie faisait état de l'émission dans son large contexte et non pas seulement des capsules. Le choix de l'émission «À nous la citoyenneté» comme matériel de recherche réduisait le champ de la recherche et de l'aspect développement au thème de l'éducation à la citoyenneté.

Maintenant, nous est-il permis de dire à l'issue de cette recherche que les capsules de *télékotèba* du PNEC ont contribué au développement de l'éducation à la citoyenneté? Pour infirmer ou réfuter cette hypothèse, deux groupes différents auraient pu être mis en comparaison. Un groupe sensibilisé uniquement par les capsules et un autre par l'émission dans son ensemble, pour distinguer si le message est bien compris avec les capsules seulement ou s'il est renforcé par les autres rubriques de l'émission. Notre hypothèse à ce sujet est que les rubriques de l'émission viennent renforcer le message et que le succès de cette campagne d'éducation à la citoyenneté pour son volet télévisuel est attribuable à l'émission. Encore plus globalement, le succès est attribuable à tous les volets de cette campagne : radio, télé, vidéo mobile, mariages collectifs, animations et jeunes citoyens.

Lorsqu'on parle de contribution au développement de l'éducation à la citoyenneté, nous parlons des aspects analysés par les stratégies de communication : la stratégie de la répétition des messages, l'intégration des références et codes culturels, l'utilisation des langues locales et des leaders d'opinions. Elles représentent les dimensions utilisées dans le

concept des capsules de *télékotèba* qui ont contribué à garantir le succès de la réception des messages, une première étape renforcée qui s'est poursuivie par l'acquisition de nouvelles connaissances jusqu'au changement de comportements, dernière étape d'une communication pour le changement.

Les conclusions de cette recherche ne permettent pas d'exposer des résultats qui vont jusqu'au changement de comportement, nos résultats annoncent une réception claire des messages qui contribue à un changement d'attitude.

Pour ce qui est des résultats de la campagne télévisée, les nombreuses rediffusions du magazine ont créé des taux d'exposition très élevés aux messages.

On peut donc affirmer que l'émission « A nous la citoyenneté » a pleinement atteint ses objectifs en termes d'information sur la simplicité de la procédure et la gratuité de l'acte de naissance et sur les liens entre citoyenneté et développement, citoyenneté et participation responsable, citoyenneté et la prééminence de l'intérêt collectif sur les intérêts égoïstes. Le projet a montré le potentiel inexploité de la jeunesse malienne et l'importance de cibler cette tranche d'âge (15-25 ans) qui constitue 67% de la population et l'avenir de la Nation. Le succès du projet réside dans la diversité des outils pédagogiques utilisés (genre télévisuel, magazine radiophonique, projections numériques sur grand écran de films africains et des supports DVD) du PNEC dans une ambiance festive, alliant l'utile à l'agréable. (PNEC, Rapport d'évaluation 2007, page 120)

Il est certain que l'on va observer des changements de comportements à la suite de cette campagne à cause de la prise de conscience des populations et d'une meilleure compréhension de la loi régissant l'état civil par exemple tel que l'augmentation de l'enregistrement des naissances et des mariages et de la pratique de la gratuité des actes d'état civil.

À travers les objectifs généraux et les chapitres précédents nous avons d'abord exploré dans le chapitre théorique les capsules de *télékotèba* depuis leurs origines théâtrales, jusqu'à l'évolution des différentes formes du théâtre *kotèba* qui aboutit aujourd'hui avec la dernière génération des capsules télévisées. Nous avons ensuite identifié les enjeux de développement priorités par BlonBa et le PNEC à travers les thèmes de la collectivité, la

communauté, les actes de l'état civil et les comportements moraux des citoyens. Nous avons évalué l'efficacité de l'utilisation des capsules télévisées du théâtre *kotèba* pour communiquer un message de développement et d'éducation à la citoyenneté sur les récepteurs maliens. Et finalement, nous cherchons maintenant à évaluer la pertinence de l'utilisation d'un outil de communication qui allie modernité et tradition pour communiquer un message de développement chez les récepteurs maliens.

Malgré les faibles indicateurs et performances économiques du Mali, l'avenir du pays tient aussi à la force de son socle culturel, et aux moyens de transmission de cette culture pour les générations à venir.

Entre les traditions du passé et les nouvelles technologies, un compromis apparaît possible pour perpétuer le patrimoine malien. L'adaptation du théâtre *kotèba* réunit les concepts de communication et de culture, dans un métissage réussi qui conserve l'importance de la rhétorique et de la théâtralité. Cette adaptation que l'on peut qualifier de stratégie communicationnelle n'est pas qu'un simple outil de communication. Le théâtre *kotèba* est une construction sociale de la réalité, un outil de communication qui permet une circulation des messages sociaux. Il s'ancre dans une vision du développement, un développement endogène et engagé qui respecte sa triple dimension : sociale, anthropologique et culturelle.

Le théâtre *kotèba* exige que la politique recouvre sa dimension symbolique, sa dimension démocratique, une capacité à représenter un lien entre les citoyens, un sentiment d'appartenance à une communauté pour faire face à l'érosion de l'ordre collectif essentiel au peuple malien. (Foix, 2005)

Mais ce système de représentation favorise-t-il une véritable innovation des connaissances?

Nous n'avons pas de réponse à cette question et peu de recherches sur le *kotèba* nous incitent à poursuivre la réflexion dans ce sens. La campagne du PNEC pour l'éducation à la citoyenneté et les capsules de *télékotèba* répondent cependant aux critères de la communication pour le développement et à ceux du développement endogène. Selon la FAO (2002, p. xi)

La communication pour le développement c'est l'utilisation du processus de communication, des techniques et des medias pour aider les gens à prendre conscience de leur situation et des options à leur disposition pour toute action de changement, à résoudre le conflit social et à travailler vers un consensus, à aider les gens à planifier l'action de changement et de développement durable, à aider les populations à saisir les connaissances et qualification en vue d'améliorer leur condition et celle de leur communauté et améliorer l'efficacité des établissements publics.

Si l'on s'en tient à cette définition et à la réflexion posée dans ce mémoire, nous avons fait la démonstration qu'il est possible pour un projet de développement d'intégrer à la fois développement, communication, culture et tradition. La réponse à cette problématique est l'élaboration d'une stratégie de communication multimédia qui dans notre cas a permis aux récepteurs des messages de *télékotèba* d'optimiser la réception des concepts de l'éducation à la citoyenneté.

ANNEXE

ANNEXE A

Schéma d'analyse documentaire

Questions de recherche :

Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée?

Objectifs de l'analyse documentaire :

Identifier les enjeux de développement priorités par BlonBa, évaluer la fréquence d'apparition des thèmes et les références à ces enjeux (exemple : personnages ou environnements). Catégorisation ou valeurs selon l'enjeu ou les enjeux choisis.

Échantillon : Capsules télévisées (une trentaine sont disponibles au centre de documentation de BlonBa)

Exemple du thème de la santé

Environnements : clinique médicale, hôpital, maison, etc....

Personnages : personnel infirmier, médecins, patients, etc....

Valeurs de références : exaltation de santé, du bien-être, de la forme physique, de la maladie, de la souffrance, de la sécurité, de la connaissance etc....

Grille d'analyse documentaire

| | |
|-----------------------------|--|
| Titre de l'émission : | |
| Thème de l'émission : | |
| Lieu : | |
| Objectifs : | |
| Introduction : | |
| Message de l'introduction : | |
| Capsule #1 : | |
| Message de la capsule : | |
| Capsule #2 : | |
| Message de la capsule : | |
| Vidéo : | |
| Message de la vidéo : | |
| Entrevue : | |
| Message de l'entrevue : | |
| Le courrier de Fiman : | |

| | |
|--|--|
| Message du courrier : | |
| Capsule de <i>télékotèba</i> : | |
| Lieu et personnages : | |
| Histoire de la capsule : | |
| Morale de la capsule : | |
| Message perçu de la capsule par les récepteurs : | |
| Morale de la capsule par ses concepteurs : | |
| Message de capsule par ses concepteurs : | |
| Équivalence ou différence entre le message perçu et le message reçu par les récepteurs : | |
| Pertinence de la capsule en lien avec l'objectif et le thème de l'émission : | |
| Autres commentaires ou remarques : | |

ANNEXE B

Schéma d'entrevue semi-dirigée

Questions de recherche :

Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée?

Objectifs de l'entrevue semi-dirigée :

Interroger, les personnes responsables de la conception des pièces pour tenter de comprendre et d'expliquer leurs décisions quant à l'évolution du théâtre *kotèba* et leurs initiatives par rapport aux capsules télévisées.

Échantillon : personnes ressources sélectionnées sur une base volontaire qui œuvrent dans la structure de BlonBa et qui sont concernées par la conception des outils de communication du théâtre *kotèba* (spectacles, capsules télévisées etc.).

Exemples de thèmes d'entrevue :

- Connaissances de l'institution, de l'origine et de l'histoire de BlonBa
- Le théâtre *kotèba* et ses adaptations
- Développement
- La culture pour le développement

Exemples de questions :

- Que pensez-vous du théâtre *kotèba*?
- Quelle est l'évolution du théâtre *kotèba* depuis ses origines?
- Quel est le rôle du théâtre *kotèba* dans le développement du Mali?
- Que pensez-vous de l'adaptation télévisuelle du théâtre *kotèba*?

ANNEXE C

Schéma de groupe de discussion

Questions de recherche : Comment les récepteurs maliens reçoivent-ils le message de développement du théâtre *kotèba* sous sa forme télévisée?

Objectifs du groupe de discussion :

Nous souhaitons regrouper des gens qui suivent le *kotèba* sous sa forme d'adaptation télévisuelle et les interroger sur leurs appréciations, perceptions et compréhensions des capsules télévisées. Ce groupe représentera alors une audience avec laquelle nous pourrions confirmer des opinions ou attitudes par rapport au théâtre *kotèba*. Cet outil de collecte est utile puisqu'il permet de mesurer les effets des capsules, donc la réception de leurs messages et de leurs contenus.

Échantillon :

- Groupe de discussion (*grin*) déjà composé
- Adultes de 18 à 65 ans
- Hommes et femmes
- Quartiers périphériques de Bamako

Exemple de questions :

- Suivez-vous les capsules télévisées du théâtre *kotèba* sur la chaîne nationale?
- Quelles sont les dernières que vous avez vues?
- Qu'en avez-vous pensé? Vous ont-elles fait rire, réfléchir, vous laissent t-elles indifférents?
- Quels étaient leurs thèmes?
- Qu'avez-vous compris du message?
- Selon vous quel était le message?
- Qu'avez-vous retenu?
- Avez-vous appris des choses que vous ne saviez pas?
- Allez-vous modifier certains de vos comportements en fonction de ce que vous avez appris?
- Allez-vous continuer de réfléchir à cet enjeu?

Fiche focus groupe *grin*

CAPSULE DE TÉLÉKOTÈBA (Baniengo : version complète, contractée ou incomplète, *Bagnèrèougou et Hèrèbougou, Bassabougou*)

Date :

Lieu (Quartier) :

Informations sur le groupe

Effectif :

Femmes :

Hommes :

Noms, et prénoms, statut et occupations des participants :

Questions:

- Quels est selon vous la morale de cette capsule?
- Quels est le message principal?
- Qu'avez-vous appris de nouveau dans cette capsule?
- Cette capsule vous a-t-elle fait réfléchir? Sur quoi?
- Avez-vous ri de cette situation?
- Reconnaissez-vous des gens autour de vous qui agissent de cette façon?
- Aviez-vous déjà regardé cette capsule? Si Oui?
- En avez-vous discuté avec vos proches ou amis? De quoi?
- Quelle était l'impression générale suite au visionnement?

Autres commentaires :

ANNEXE D

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT (sujet majeur)

| |
|--|
| «Comment la communication peut-elle servir d'interface au développement du Mali : exemple des capsules de télékotèba» |
|--|

Responsable du projet : Nyeli Coulibaly

Département, centre ou institut : Département de communication sociale et publique

Université du Québec à Montréal

BUT GÉNÉRAL DU PROJET

Vous êtes invité à prendre part à ce projet visant à recueillir des informations sur votre expérience de réception des capsules télévisées du théâtre kotèba.

PROCÉDURE

Votre participation consiste à donner une entrevue individuelle ou de groupe au cours de laquelle il vous sera demandé de vous exprimer sur les capsules télévisées du théâtre kotèba. Cette entrevue pourrait être enregistrée sur cassette audio avec votre permission et prendra environ 1 heure de votre temps. Le lieu et l'heure de l'entrevue sont à convenir avec l'interviewer. La transcription sur support informatique qui en suivra ne permettra pas de vous identifier.

AVANTAGES et RISQUES

Votre participation contribuera à l'avancement des connaissances par une meilleure compréhension de la situation du Mali et du théâtre kotèba. Il n'y a pas de risque d'inconfort important associé à votre participation à cette rencontre. Vous demeurez libre de ne pas répondre à une question que vous estimez embarrassante sans avoir à vous justifier.

CONFIDENTIALITÉ

Il est entendu que les renseignements recueillis lors de l'entrevue sont confidentiels et que seuls les membres de l'équipe de recherche auront accès à votre enregistrement et au contenu de sa transcription. Le matériel de recherche ainsi que votre formulaire de consentement seront conservés pendant la recherche et ils seront détruits après les dernières publications.

PARTICIPATION VOLONTAIRE

Votre participation à ce projet est volontaire. Nous vous garantissons l'anonymat. Cela signifie que vous acceptez de participer au projet sans aucune contrainte ou pression extérieure et que par ailleurs vous être libre de mettre fin à votre participation en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas et à votre demande les renseignements vous concernant seront détruits. Votre accord à participer implique également que vous acceptez que l'équipe de recherche puisse utiliser aux fins de la présente recherche (articles, conférences et communications scientifiques) et à des fins pédagogiques, les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant de vous identifier ne soit divulguée publiquement à moins d'un consentement explicite de votre part.

conférences et communications scientifiques) et à des fins pédagogiques, les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant de vous identifier ne soit divulguée publiquement à moins d'un consentement explicite de votre part.

DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS?

Vous pouvez contacter le chercheur principal au numéro (514) 575 1383 ou le (223) 7608 1855 pour des questions additionnelles sur le projet ou sur vos droits en tant que sujet de recherche. Ce projet est fait sous ma responsabilité, par la suite il sera validé par le comité institutionnel d'éthique.

REMERCIEMENTS

Votre collaboration est essentielle pour la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous en remercier. Si vous souhaitez obtenir un résumé écrit des principaux résultats de cette recherche, veuillez ajouter vos coordonnées ci-dessous :

SIGNATURES :

Je, _____ reconnais avoir lu le présent formulaire de consentement et consens volontairement à participer à ce projet de recherche. Je reconnais aussi que l'interviewer a répondu à mes questions de manière satisfaisante et que j'ai disposé suffisamment de temps pour réfléchir à ma décision de participer. Je comprends que ma participation à cette recherche est totalement volontaire et que je peux y mettre fin en tout temps, sans pénalité d'aucune forme, ni justification à donner. Il me suffit d'en informer la responsable du projet.

Signature du sujet :

Date :

Nom (lettres moulées) et coordonnées :

Signature du chercheur responsable ou de son, sa délégué(e) :
Date :

ANNEXE E

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT (sujet majeur)

«Comment la communication peut-elle servir d'interface au développement du Mali : exemple des capsules de télékotèba»

Responsable du projet : Nyeli Coulibaly

Département, centre ou institut : Département de communication sociale et publique

Université du Québec à Montréal

BUT GÉNÉRAL DU PROJET

Vous êtes invité à prendre part à ce projet visant à recueillir des informations sur vos connaissances du théâtre kotèba et de ses différentes adaptations dans le but d'analyser le rôle du théâtre et de la communication dans le développement du Mali.

PROCÉDURE

Votre participation consiste à donner une entrevue individuelle au cours de laquelle il vous sera demandé de vous exprimer sur le théâtre kotèba, ses rôles, et ses objectifs. Cette entrevue est enregistrée sur cassette audio avec votre permission et prendra environ 2 heures de votre temps. Le lieu et l'heure de l'entrevue sont à convenir avec l'interviewer.

AVANTAGES et RISQUES

Votre participation contribuera à l'avancement des connaissances par une meilleure compréhension de la vision de la situation du Mali et du théâtre kotèba. Vous demeurez libre de ne pas répondre à une question que vous estimez embarrassante sans avoir à vous justifier.

CONFIDENTIALITÉ

Il est entendu que les renseignements recueillis lors de l'entrevue ne sont pas confidentiels, vos noms seront divulgués en tant que collaborateurs de cette recherche. Vous consentez explicitement à la divulgation des informations que vous allez fournir.

PARTICIPATION VOLONTAIRE

Votre participation à ce projet est volontaire. Cela signifie que vous acceptez de participer au projet sans aucune contrainte ou pression extérieure et que par ailleurs vous êtes libre de mettre fin à votre participation en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas et à votre demande les renseignements vous concernant seront détruits. Votre accord à participer implique également que vous acceptez que l'équipe de recherche puisse utiliser aux fins de la présente recherche (articles, conférences et communications scientifiques) et à des fins pédagogiques, les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant de vous identifier ne soit divulguée publiquement à moins d'un consentement explicite de votre part.

DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS?

DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS?

Vous pouvez contacter le chercheur principal au numéro (514) 575 1383 ou le (223) 7608 1855 pour des questions additionnelles sur le projet ou sur vos droits en tant que sujet de recherche. Ce projet est fait sous ma responsabilité, par la suite il sera validé par le comité institutionnel d'éthique.

REMERCIEMENTS

Votre collaboration est essentielle pour la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous en remercier. Si vous souhaitez obtenir un résumé écrit des principaux résultats de cette recherche, veuillez ajouter vos coordonnées ci-dessous :

SIGNATURES :

Je, _____ reconnais avoir lu le présent formulaire de consentement et consens volontairement à participer à ce projet de recherche. Je reconnais aussi que l'interviewer a répondu à mes questions de manière satisfaisante et que j'ai disposé suffisamment de temps pour réfléchir à ma décision de participer. Je comprends que ma participation à cette recherche est totalement volontaire et que je peux y mettre fin en tout temps, sans pénalité d'aucune forme, ni justification à donner. Il me suffit d'en informer la responsable du projet.

Signature du sujet :

Date :

Nom (lettres moulées) et coordonnées :

Signature du chercheur responsable ou de son, sa délégué(e) :
Date

BIBLIOGRAPHIE

Livres et articles :

Agbobli, Christian. 2002. «La communication traditionnelle et la communication technologique : tentative de déconstruction d'une dichotomie basée sur la nouveauté et la technique», In *Revue Africaine de Communication*, CESTI, septembre 2002, no 18-19, p. 19-26.

Aglo, John. 2001. *Les fondements philosophiques de la morale dans une société à tradition orale*. Paris : L'Harmattan, 254 p.

Ang, Ien. 1992. *Culture et communication, Pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational*, dans *Hermès* 11-12, Paris, CNRS, p.75-93.

Arcand, Richard, et Nicole Bourbeau. 1998. *La communication efficace*. Paris : Éditions de Boeck Université, 472 p.

Assogba, Yao. 2000. «Sciences sociales et changement social en Afrique noire francophone. Ébauche d'un dépassement de l'approche de la réappropriation.» *Économie et Solidarités*, Vol. 31, n1, Presses de l'Université du Québec, p.113-134.

Assogba, Yao. 2004. *Sortir l'Afrique du gouffre de l'Histoire*. Québec : Les Presses de l'Université Laval, 200 p.

Assogba, Yao. 2008. *Développement communautaire en Afrique*. Québec : Les Presses de l'Université Laval, 113 p.

Azoulay, Gérard. 2002. *Les théories du développement : Du rattrapage des retards à l'explosion des inégalités*, Presses Universitaires de Rennes, 220 p.

Ba Hampâte, Amadou. 1991. *Amkoullel, l'enfant peul*, Paris : Arles, Actes sud, 416 p.

Barbero, Martin. 2002. *Des médias aux médiations, Communication, culture, hégémonie*. Paris : Collection CNRS Communication, 224 p.

Bardin, Laurence. 1977. *L'Analyse de contenu*, Paris : Presses Universitaires de France, 296 p.

Ben K'anene, Jukpor. 1995. *Étude sur la satire dans le théâtre ouest africain francophone*. Paris: L'Harmattan, 319 p.

Bourdieu, Pierre. (dir.publ.) 1993. *La misère du monde*, Paris : Éditions du Seuil, 960 p.

Carey, James. 1989. *Communication as culture, Essays on media and society*,

- Bourdieu, Pierre. (dir.publ.) 1993. *La misère du monde*, Paris : Éditions du Seuil, 960 p.
- Carey, James. 1989. *Communication as culture, Essays on media and society*, Unwin Hyman, 241 p.
- Chalaye, Sylvie. 2001. *L'Afrique noire et son théâtre au tournant du XXe siècle*. Paris : Presses universitaires de Rennes, 230 p.
- Comeliau, Christian. 1999. *Planifier le développement : illusion ou réalité?* Academia-Bruylant, Paris : L'Harmattan, 118 p.
- Coulibaly, Massa. 2003. *Sondage sur la démocratie et le processus électoral au Mali*, Les GREAT cahiers, Groupe de recherche en économie appliquée et théorique, No 5, 48 p.
- Diawara, Gaoussou. 1981. *Panorama du théâtre malien dans son évolution*, Dakar, Éditions Sankoré, 79 p.
- Effenberger, Julius (éd.). 2004. *De l'instinct théâtral : le théâtre se ressource en Afrique*, Paris : L'Harmattan, 211 p.
- Etounga Manguelle, Daniel. 1993. *L'Afrique a-t-elle besoin d'un programme d'ajustement structurel?* Paris : Éditions Nouvelles du Sud, 153 p.
- Grawitz, Madeleine. 1996. *Méthodes des sciences sociales*, 11^e Édition, Paris : Édition Dalloz, 1019 p.
- Hall, Stuart. 1973 *Encoding and Decoding in the Television Message*, Birmingham: Center for contemporary culture studies, 247 p.
- Hountondji, Paulin. 1994. *Les savoirs endogènes : pistes pour une recherche*. Dakar, Sénégal : CODESRIA, 345 p.
- Houziaux, Alain et al. 2005 *L'aide au Tiers-Monde, à quoi bon?*, Paris : Les éditions de l'Atelier, 116 p.
- Hugon, Philippe. 2007. *Géopolitique de l'Afrique*, Paris : Les éditions Sedes, 239 p.
- Ifra Ndiaye, Alioune. 2007. *Bougouniéré invite à dîner*. Paris : Éditions Thotm, 80 p.
- Keza, Jean-Placide. 2005. *Valeurs culturelles et échec de l'aide au développement*. Paris : L'Harmattan, 303 p.
- Kiyindou, Alain. 2006. «De l'usage des médias alternatifs pour le développement», In *Place et rôle de la communication dans le développement international* sous la direction de J.P. Lafrance, A.M. Laulan, C. Rico de Sotelo, Montréal : Presses de l'Université du Québec, p. 21-34.

- Ki Zerbo, Joseph. 2004. *À quand l'Afrique?* Paris : Éditions de l'Aube, 201 p.
- Ki Zerbo, Joseph et al. 1989. *La natte des autres : pour un développement endogène en Afrique : Actes du colloque du Centre de recherches pour le développement endogène (CRDE)*, Bamako, 1989, 494 p.
- Latouche, Serge. 1998. «Contribution à l'histoire du développement», In de Coquery-Vidrovitch, C., D. Nemery et J. Piel (eds) *Pour une histoire du développement. États, sociétés, développement*, Paris : l'Harmattan, p. 41-61.
- Lasswell, Harold. 1973 «Structure et fonction de la communication dans la société», in Francis Balle et Padioleau, *Sociologie de l'information*, Paris, Larousse, 1973, p. 31-41.
- Maisonneuve, Jean. 1973 *Introduction à la psychosociologie*, Presses universitaires de France, 173 p.
- Mattelart, Armand. 1992 *La communication-monde. Histoire des idées et des stratégies*, Paris : La Découverte, 234 p.
- Mattelart, Armand et Michèle, Xavier Delcourt. 1984 *La culture contre la démocratie ? L'audiovisuel à l'heure transnationale*, Paris : La Découverte, 169 p.
- Mayata, Mambuëni. 2005. *L'Afrique du XXI^e siècle, Une autre vision du développement pour l'Afrique*. A.J.Presse, France, 181 p.
- Mowlana, Hamid. 1990. *The passing of modernity: communication and the transformation of society*, New York: Longman, 240 p.
- Okwu Ugboajah, Frank. 1985. *Mass communication, culture and society in West Africa*, Pays: Oxford Zell, 329 p.
- Ouedraogo, Mahamoudou. 2000. *Culture et développement en Afrique*, Paris : L'Harmattan, 183 p.
- Ravault, René-Jean. 1996. « Développement durable, communication et réception active » dans Thérèse Paquet Sévigny (dir) *Communication et développement international*, Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, p. 59-79.
- Rist, Gilbert. 1994. *La culture, otage du développement*, Paris : L'Harmattan, 191 p.
- Robert D., et A. Bouillaguet. 2007. *L'analyse de contenu*, Paris : Presses Universitaires de France, 127 p.

Santos, Barbara. 1999. « Pratices and policy in theatre and development », dans *African theatre in Development*, (Édit. Banham, Gibbs et Osafisan), Editions James Currey, Oxford, 115 p.

Schiller, Herbert. 1976. *Communication and Cultural Domination*, International, Arts and Sciences Press Inc., White Plains.

Servaes, Jan. 1999. *Communication for development, one world, multiple culture*, Cresskill, N.J., Hampton Press, The Hampton Press Communication Series, 323 p.

Shannon Claude et Weaver Waaren. 1949. *The mathematical Theory of communication*, University of Illinois.

Simard, Gisèle. 1989. *La méthode du focus group*, Mondia Éditeurs, Laval, 102 p.

Sissoko, Sada. 1995. *Le Kotèba et l'évolution du théâtre moderne au Mali*, Bamako, Éditions Jamana, 104 p.

Thayer, Lee. 1968. *Communication and Communication Systems*, Homewood, III Irwin, 375 p.

Tomlinson, John. 1991. *Cultural Imperialism*, Pinter, Londres.

Touré, A.C. 1995. « Mali, quel théâtre après le kotèba ? », in : *Théâtre d'Afrique Noire*, Alternatives théâtrales n°48.

Traoré, Aminata. 2002. *Le viol de l'imaginaire*, Paris : Éditions Actes Sud Hachette littératures, 206 p.

Warnier, Jean-Pierre. 1999. *La mondialisation de la culture*, Paris : Éditions la découverte, 120 pages.

Zakes, Mda. 1993. *When people play people*, Johannesburg: Witwaterstand University Press, London, Zed Books, 250 p.

Watzlawick, Paul et al. 1972. *Une logique de la communication*, Paris : Éditions du Seuil, 280p.

Mémoires:

Aw, Eugénie. 1990. « Communication et développement : pour une approche globale et africaine », Mémoire de maîtrise en communication. Montréal : Université du Québec à Montréal, 135 p.

Dia, Mamadou. 2003. « Mali : Les modes anciens de récit pourraient-ils sauver le contenu malien de la télévision nationale? », Mémoire de maîtrise en communication. Montréal : Université du Québec à Montréal, 167 p.

Pourrain, Pascale. 2004. « La construction de l'information autour du VIH/SIDA. Le cas de jeunes lycéens et lycéennes de Kadiolo (Mali). » Mémoire de maîtrise en communication. Montréal : Université du Québec à Montréal, 145 p.

Publications gouvernementales et internationales :

Mali, Ministère de l'Administration territoriale et des collectivités locales, Programme National d'éducation à la citoyenneté au Mali Phase 1: 2005-2006, Février 2005, 143 p.

Mali, Ministère de l'Administration territoriale et des collectivités locales, Programme National d'éducation à la citoyenneté au Mali, PNEC- Septembre 2005- Septembre 2007, Rapport d'évaluation, 2007, 47 p.

Mali, Ministère de l'Administration territoriale et des collectivités locales, Programme National d'éducation à la citoyenneté au Mali, Rapport final 2004, 126 p.

Sites Internet:

Acte de colloque : Communication pour le développement, Douala, Cameroun, 26-30 avril 2005.

En ligne «http://www.tic.ird.fr/article.php?id_article=10»

Agence canadienne de développement international. 2009. ACDI. En ligne «www.acdi-cida.gc.ca».

Agence canadienne de développement international. 2009. ACDI. En ligne «<http://www.acdi-cida.gc.ca/mali-f>».

Statistiques sous la rubrique faits et chiffres offrent un aperçu statistique de la situation au Mali selon certains indicateurs propres au développement international.

Banque Mondiale. 2009. En ligne «www.banquemondiale.org».

Banque Mondiale. 2009. En ligne «<http://go.worldbank.org/VRDZ23GC00>».

Statistiques de la Banque Mondiale qui présente une fiche thématique pour la région de l'Afrique Subsaharienne.

BlonBa par Foix, Alain, Novembre 2005.

En ligne «<http://www.blonbaculture.com/pdf/theatre/blonba-diner.pdf>»

CIA. 2009. En ligne

«: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/print/ml.html>
Statistiques du World Fact Book qui présente des chiffres sur les populations du monde.

De Noray, Marie-Laure, Mali : du kotèba traditionnel au théâtre utile, p.134-139
En ligne « <http://www.politique-africaine.com/numeros/pdf/066134.prd>»

Donnadieu, Gérard, 2003, La communication inter-humaine
En ligne «<http://www.afscet.asso.fr/dgcommtu.doc>»

Entrevue avec Alioune Ifra Ndiaye, directeur de BlonBa. En ligne
«http://www.artfactories.net/article.php3?id_article=829»

FAO, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia
En ligne : <http://www.fao.org/DOCREP/005/Y4333F/y4333f05.htm>

Libert, Francine, Rapport de recherche « Le théâtre kotèba comme support de message pour la prévention du Sida au Mali», Centre de formation continue de l'Université d'Angers, Février 97, page 73-82.

En ligne « http://www.forumdedelphes.com/spip/lalettre_lalettre.php3?id_article=49»

ONU, Déclaration universelle des droits de l'homme
En ligne « <http://www.un.org/fr/documents/udhr/>»

ORTM, Office de radiodiffusion et de télévision du Mali
En ligne «<http://www.ortm.ml/>»

Puren, Odile. 2009. *Le kotèba : théâtre traditionnel malien*, La revue de Téhéran, Mensuel Culturel Iranien en langue française, No 40, Mars 2009.
En ligne «<http://www.teheran.ir/spip.php?article910>»

République du Mali, Site officiel du gouvernement
En ligne «www.primature.gov.ml/index.php»

UNESCO, Phan Nhu Ho, Le développement endogène comme alternative, potentialités et obstacles à son déploiement.
En ligne : www.unesdoc.unesco.org/images/0007/000736/073613fb.pdf