

Résilience pour la Paix (R4P)

Série d'étude : Comprendre les régions frontalières nord de
la Côte d'Ivoire

ÉTUDE SUR L'ÉCOSYSTÈME DE COMMUNICATION DANS LES RÉGIONS FRONTALIÈRES NORD DE LA CÔTE D'IVOIRE

Février 2022

Réalisé par :

Dr. Eso Lasme Jean-Charles Emmanuel

Equal Access International



USAID
DU PEUPLE AMERICAIN



Cette « Etude sur l'écosystème de communication dans les régions frontalières nord de la Côte d'Ivoire » a été rendu possible grâce au soutien généreux du peuple américain par le biais l'Agence des Etats Unis pour le développement international (USAID). Le contenu relève de la responsabilité d'Equal Access International et ne reflète pas nécessairement les points de vue de l'USAID ou du gouvernement des Etats-Unis.

Entre les versions anglaise et française de ce document, le version anglais est la version de référence.



Liste des tableaux	iv
Liste des figures	v
Liste des photos	vi
Sigles et Acronymes	vi
1. Résumé exécutif	I
2. Contexte et objectifs de l'étude	5
3. Méthodologie de l'étude.....	6
4. Résultats	11
5. Conclusion.....	59
6. Recommandations	60
7. Annexes.....	62



Liste des tableaux

Tableau 1 : Répartition des entretiens réalisés par région.....	8
Tableau 2 : Localités de l'étude et nombre de répondants par sexe.....	8
Tableau 3 : Répartition des enquêtés par groupe d'âges.....	12
Tableau 4 : Répartition des enquêtés selon le niveau d'étude atteint par région (%).....	17
Tableau 5: Informations recherchées par les enquêtés par région	21
Tableau 6 : Type d'informations les plus recherchées par région	23
Tableau 7 : Raisons de non-utilisation du téléphone portable	34
Tableau 8 : Raisons de non-utilisation de l'internet.....	38
Tableau 9 : Moyens d'information dans la localité par région	47



Liste des figures

Figure 1: Régions frontalières de la Côte d'Ivoire cibles de l'étude.....	7
Figure 2: Répartition des enquêtés selon la langue maternelle parlée (%)	13
Figure 3: Répartition des enquêtés selon la langue maternelle parlée par région (%)	14
Figure 4: Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale (%)	15
Figure 5: Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale par région (%).....	16
Figure 6: Répartition des enquêtés selon la profession (%)	18
Figure 7: Répartition des enquêtés selon la profession par région	18
Figure 8: Répartition des enquêtés selon la religion par région (%)	19
Figure 9: Biens possédés par les ménages.....	20
Figure 10: Information recherchées selon le sexe et par groupe d'âges.....	22
Figure 11 : Fréquence de lecture du journal, d'écoute de la radio et du regard de la télévision.....	25
Figure 12 : Type de radio écoutée par les enquêtés	26
Figure 13 : Type de radio écoutée par les enquêtés par région	27
Figure 14 : Programme de la radio le plus aimé (%)	28
Figure 15 : Programme de la radio le plus aimé par région (%).....	29
Figure 16 : Type de chaîne de télévision regardée par les enquêtés	30
Figure 17 : Programmes de télévision aimés le plus (%).....	31
Figure 18 : Programmes de télévision aimés le plus par région (%).....	32
Figure 19: Utilisation ou non du téléphone portable par région (%)	33
Figure 20 : Utilisation ou non de l'ordinateur par région (%)	35
Figure 21 : Utilisation ou non d'internet par région	35
Figure 22 : Lieux d'accès à internet par les populations.....	36
Figure 23 : Lieu d'information prioritaire des populations.....	38
Figure 24: Moyens de vérification des informations par genre (%)	40
Figure 25 : Connaissance ou non sur les évènements des régions frontalières Nord.....	41
Figure 26 : Canaux utilisés pour transmettre les informations.....	43
Figure 27 : Fréquence d'utilisation de l'internet et des réseaux sociaux pour communiquer.....	43



Figure 28 : Réaction face au SMS de personnes inconnues.....	45
Figure 29 : Moyens d'information dans la localité (%).....	46
Figure 30 : Langues utilisées pour la communication (%).....	48
Figure 31 : Recours aux moyens traditionnels d'information et de communication (%).....	49
Figure 32 : Réponses affirmatives sur l'existence d'espaces de communication et de privilégiés ou de défavorisés dans l'accès à l'information (%).....	50
Figure 33 : Réponses affirmatives sur l'existence de communications spécifiques (%).....	53
Figure 34 : Approches de communications utilisées pour gérer les conflits (%).....	54
Figure 35: Répartition des enquêtés selon qu'ils ont ou non un rôle à jouer dans le processus de communication de leur communauté.....	56

Liste des photos

Photo 1 : Prise de vue des agents de collecte lors de la formation.....	9
Photo 2 : Vue de collecte de données à Vonkoro et Goueya.....	10
Photo 3 : Séances de discussions de groupe à Manogota, Kimbirila-Nord et Danao.....	10
Photo 4: Vue des endroits où le réseau Ghanéen et Ivoirien sont disponibles à Vonkoro ...	37
Photo 5: Vue d'espaces d'informations, mosquée de Sokoro et un grin à Goueya.....	51
Photo 6: Vue de la place publique de Féni.....	55

Sigles et Acronymes

EAI	Equal Access International
ONG	Organisation Non-Gouvernementale
R4P	Résilience pour la Paix
RTI	Radiodiffusion Télévision Ivoirienne
SMS	Short Message Service (message textuel)
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication



1. Résumé exécutif

L'étude sur l'écosystème de communication dans les régions frontalières Nord de la Côte d'Ivoire, commanditée par Equal Access International, s'est déroulée dans les régions de la Bagoué (Tengréla), du Bounkani (Bouna, Doropo), du Folon (Kimbirila-Nord/Goueya), du Poro (Korhogo), des Savanes (Sikolo) et du Tchologo (Kong, Ouangolodougou).

Pour cette étude, une approche mixte, qualitative et quantitative, a été adoptée. L'approche qualitative a consisté à mener neuf (9) entretiens semi-structurés avec les leaders communautaires et à réaliser dix (10) focus group avec les femmes et les jeunes. L'approche quantitative a utilisé l'interview face à face avec questionnaire. 1083 personnes, tirées dans les ménages des villes et villages cibles de l'étude ont été interrogées.

Caractéristiques sociodémographiques des répondants

Les répondants, avec un âge moyen de 35,2 ans, étaient généralement en union et s'exprimaient en langue Malinké et Senoufo. La quasi-totalité d'entre eux était de religion musulmane. Majoritairement non scolarisés, ils sont plus d'un sur deux à ne pas savoir lire et écrire. Pour ceux qui ont fréquenté l'école, le niveau secondaire est le plus atteint. Ils étaient agriculteurs et commerçants dans la grande majorité.

Informations recherchées par les populations

Près de deux tiers des enquêtés (61,3%) recherchent les informations sur la Côte d'Ivoire. Les informations recherchées portent sur la santé (23,4%), la politique (22,3%) et la sécurité (20,6%).

Sources d'information

La télévision apparaît comme la première source d'information des enquêtés (34,0%) suivie de la radio (15,2%). Le grin demeure le moyen traditionnel d'information le plus répandu dans les régions frontalières Nord. Un enquêté sur dix (10,4%) y a recours pour s'informer.

Les populations interrogées n'utilisent presque pas le journal papier pour s'informer. La moitié (49,3%) n'écoute pas la radio. Seulement 24,4% le font presque chaque jour. La télévision, quant à elle est regardée par 27,6% des répondants presque chaque jour.

La radio nationale (65,6%) demeure la plus écoutée suivie de la radio locale (24,4%). La palme d'or en termes d'écoute revient à radio Côte d'Ivoire (51,5%) et Fréquence 2 (32,8%).

Bien que faiblement écouté, RFI Afrique prend la tête des radios étrangères écoutées par ceux qui écoutent la radio.

Les programmes des radios locales sont diffusés en langue Malinké (40,9%) et en Français (17,3%). Selon les régions, des particularités apparaissent, comme le Lobi à Bouna et à Doropo.

Les programmes de radio préférés par les populations sont le flash info (19,3%), la musique (17,9%) et le débat sociopolitique (16,9%). Les débats sociopolitiques sont le plus préférés par les hommes (24,4% contre 5,9 pour les femmes) au moment où les femmes préfèrent plus écouter la musique (27,1% contre 11,6 pour les hommes).

En ce qui concerne la télévision, les répondants regardent plus les chaînes nationales. Trois quarts des interviewés (76,8%) l'ont affirmé. La RTI I (82,9%) est la chaîne nationale la plus regardée. En ce qui concerne les chaînes étrangères, les autres chaînes du bouquet Canal + dont Novelas (54,3%) et France 24 (24,8%) prennent le



dessus. Les programmes préférés à la télévision par les enquêtés sont le journal télévisé (51,4%) et les émissions de divertissement (31,4%).

Les femmes préfèrent plus les émissions de divertissement au moment où les hommes sont plus accrochés au journal télévisé avec des différences de plus de 20 points. Les émissions sportives sont plus suivies par les hommes (12,1% contre 1,2% chez les femmes).

Utilisation du téléphone portable, de l'ordinateur et accès à l'internet

Plus de 86% des personnes interrogées ont déjà utilisé un téléphone portable. Le téléphone portable apparaît comme un moyen de communication selon un interviewé « *Maintenant, on utilise plus le téléphone pour donner l'information qu'utiliser les griots. C'est par le téléphone qu'on donne nos informations* ».

La proportion de personnes ayant déjà utilisé le téléphone portable est élevée dans toutes les régions de l'étude. Il existe cependant une disparité entre les hommes (93,0%) et les femmes (79,5%) en termes d'utilisation du téléphone.

Les enquêtés ont utilisé le téléphone presque chaque jour (69,7%) au cours du mois précédant l'enquête. Certains même l'utilisent toutes les heures (10,7%). Ils l'utilisent le plus pour passer des appels téléphoniques (65,5%) et dans 11,2% des cas pour se connecter à internet. Ils dépensent en moyenne 1935,2 FCFA pour l'achat de crédit de communication lors d'une semaine typique.

L'utilisation de l'ordinateur reste très faible dans les régions frontalières Nord de la Côte d'Ivoire. Plus de 86,0% des enquêtés n'ont jamais manipulé un ordinateur. Les femmes et les personnes de 56 ans et plus sont les

plus nombreuses à n'avoir jamais utilisé un ordinateur.

Plus de la moitié des enquêtés (56,3%) n'a jamais utilisé internet. Les femmes sont plus nombreuses à n'avoir jamais utilisé l'internet que les hommes. Les populations se connectent à 80,1% dans leur localité et cela parfois grâce à des antennes fixées dans le village comme le relate un interviewé « *Ici, c'est le chef qui a fixé une antenne pour le réseau ivoirien sur un bois, mais à part ça, il n'y a pas de réseau ivoirien dans le village. C'est chez le chef seulement qu'il y a le réseau ivoirien. La plupart des villageois ont le réseau Ghanéen mais moi j'ai une puce ivoirienne* ».

La moitié des répondants (52,2%) utilise internet presque chaque jour. Whatsapp, Messenger (41,6%), la recherche d'informations (16,1%) et les réseaux sociaux dont Facebook (12,3%) constituent les principales utilisations de l'internet. Les enquêtés dépensent en moyenne 4369,9 FCFA pour l'utilisation de l'internet durant un mois normal.

Lieu prioritaire d'information

Le tiers des enquêtés (38,9%) s'informe à travers les parents et amis. Une personne sur cinq (21,0%) s'informe via les chaînes nationales. Les réseaux sociaux constituent 12,0% des lieux d'information et l'internet sert de lieu d'information à un enquêté sur dix.

Fake news et vérification des informations

La moitié des personnes interrogées (55,2%) a déjà entendu parler de Fake news ou rumeurs et 32,3% en ont déjà été confrontés. Un enquêté sur cinq (19,6%) a déjà partagé une information sans la vérifier. Par contre, 47,9% des interviewés confrontent plusieurs sources, 17,1% appellent des personnes proches du dossier et 13,1% demandent au



chef de village ou quartier. « Nous confrontons les informations que nous recevons par plusieurs sources. On vérifie les informations en tout premier lieu par appel téléphonique. Ici, on a peur des réseaux sociaux car tout ce qui est dessus n'est pas toujours vrai. On préfère les radios, les télévisions et les appels téléphoniques » disait un interlocuteur. On note que 13,5% des personnes interrogées ne vérifient pas les informations qu'elles reçoivent.

Informations sur les événements dans les régions frontalières Nord

Les populations connaissent faiblement les événements qui se déroulent dans les zones frontalières Nord. Le crash d'un hélicoptère à Togolokaye est connu seulement par le tiers des répondants (37,6%). S'agissant du prétendu premier cas de virus Ebola en Côte d'Ivoire transporté par une jeune femme qui a traversé la frontière en provenance de la Guinée et de l'attaque de Kafolo dans le département de Téhini, la moitié des enquêtés en ont eu connaissance avec des taux respectifs de 48,8% et 50,1%.

Les populations ont la première information sur ces événements à travers la télévision, les réseaux sociaux, le bouche à oreille et la radio. Les femmes connaissent moins ces faits que les hommes avec des différences de 20 points.

La peur est le sentiment que ces événements ont suscité chez les enquêtés, 63,1% pour le crash de l'hélicoptère, 68,4% pour le prétendu virus Ebola et 77,3% pour l'attaque de Kafolo.

Transmission des informations

Les populations utilisent plusieurs canaux pour transmettre les informations. Le canal de transmission le plus utilisé par les enquêtés est le bouche à oreille (55,6%). Les femmes (62,5%) en ont plus recours que les hommes (48,8%).

Les enquêtés qui ont déjà utilisé l'internet en ont recours pour communiquer presque chaque jour (56,2%). Durant l'enquête, on a différencié la communication de base (Whatsapp, Messenger) des réseaux sociaux (Facebook). Les hommes utilisent plus l'internet pour la communication de base que les femmes (64,9% contre 52,3%). Ils utilisent également plus les réseaux sociaux que les femmes (61,2% contre 48,7%).

Plus de la moitié des répondants ayant déjà reçu des SMS de personnes inconnues (57,5%) ont déclaré ne pas donner de suite à ces messages. Les comportements des hommes et des femmes sont similaires en la matière.

Moyens d'accès à l'information dans la localité

La question posée lors de l'enquête fut « Comment accédez-vous principalement à l'information dans votre localité ? ». Dans les localités visitées, le bouche à oreille (22,5%) et le grin (20,8%) restent les moyens par lesquels les populations accèdent le plus à l'information. La radio (11,4%) et le Griot (10,5%), viennent ensuite. La télévision qui constituait la source d'information du tiers des enquêtés pour l'accès à l'information en général, obtient un faible taux de recours (5,2%) quand il s'agit de l'accès à l'information dans la localité. Cela laisse percevoir que les répondants ont assimilé l'information dans la localité aux informations locales. Le Malinké (32,7%) est la langue prédominante de communication, suivie du Dioula (28,2%).

Utilisation des moyens traditionnels d'information et de communication



les femmes aussi, elles vont chez la présidente pour régler ça mais problème de tout le village, on ne met pas les femmes dedans c'est uniquement le chef et ses notables, pas de femmes ».

2. Contexte et objectifs de l'étude

Contexte de l'étude

Résilience pour la Paix (R4P) est une initiative quinquennale financée par l'USAID et mise en œuvre par l'Organisation Non Gouvernementale (ONG) Equal Access International (EAI) pour renforcer la résilience communautaire et l'apprentissage, en particulier celle des femmes et des jeunes, afin de favoriser le vivre ensemble entre les communautés dans les régions frontalières du Nord de la Côte d'Ivoire. L'initiative ou le projet veut favoriser un « écosystème d'entente et de valorisation des atouts des communautés » en renforçant les structures de résilience communautaire et en créant des opportunités d'autonomisation civique et économique. Des activités permettront d'éduquer les populations et de favoriser les réseaux de dialogue et les rencontres publiques pour renforcer la confiance dans la communauté.

En vue d'accroître les discours positifs pour lutter contre la division sociale et les discours de haine, en particulier pour les jeunes femmes et filles dans les régions frontalières (objectif 3 du projet) et pour faciliter l'élaboration de sa stratégie de communication, l'équipe de R4P a souhaité comprendre l'environnement des communautés dans les régions d'intervention du projet avec un focus sur leurs habitudes de communications. A cet effet, une étude sur l'écosystème d'information a été commanditée dans les régions frontalières Nord de la Côte d'Ivoire notamment à Bouna, Doropo, Tengréla, Kimbirila-Nord,

Goueya, Sikolo, Kong, Korhogo et Ouangolodougou. Le présent document est le rapport provisoire de cette étude.

Objectifs de l'étude

L'étude permettra d'affiner les pratiques en matière de communication dans les régions frontalières du Nord de la Côte d'Ivoire. Elle a cherché à comprendre l'écosystème d'information des communautés vivantes dans les régions frontalières y compris l'identification des particularités liées aux femmes et aux jeunes afin de développer une stratégie de communication pour le changement de comportements, fournir les informations nécessaires à la détermination de l'ordre des priorités des types de services à l'endroit des communautés.

De façon spécifique, l'étude visait à :

- Identifier les pratiques, moyens et habitudes d'information et de communication des communautés dans les régions d'intervention ;
- Comprendre les dynamiques d'accès et de partage d'information des communautés dans les régions d'intervention ;
- Comprendre les manières des communautés de gérer la véracité des informations, des rumeurs et des Fake news ;
- Mesurer l'utilisation des différents moyens de communication (radio, télévision, Technologies de l'information et de la communication), leur pénétration et couvertures géographique et démographique au sein des communautés dans les régions d'intervention ;
- Identifier les potentiels influenceurs traditionnels et numériques au sein des



communautés pour mettre en œuvre la stratégie de Communication pour le Changement Social et de Comportement dans les régions d'intervention ;

- Comprendre quels acteurs de la communauté sont généralement exclus ou marginalisés dans la communication ;
- Comprendre comment les communautés adaptent leur communication aux contraintes de connectivité réseau et internet ;
- Formuler des recommandations pour la conception d'une stratégie de Communication pour le Changement Social et de Comportement inclusifs, fiable et adaptée à l'environnement des communautés dans les régions d'intervention.

3. Méthodologie de l'étude

L'étude sur l'écosystème d'information a adopté une approche mixte (qualitative et quantitative). L'approche qualitative a consisté à mener des entretiens semi-structurés auprès des leaders communautaires puis des focus group discussions auprès des femmes et des jeunes.

Dans l'approche quantitative, des interviews face à face avec questionnaire ont été réalisées auprès des ménages.

Zones de l'étude

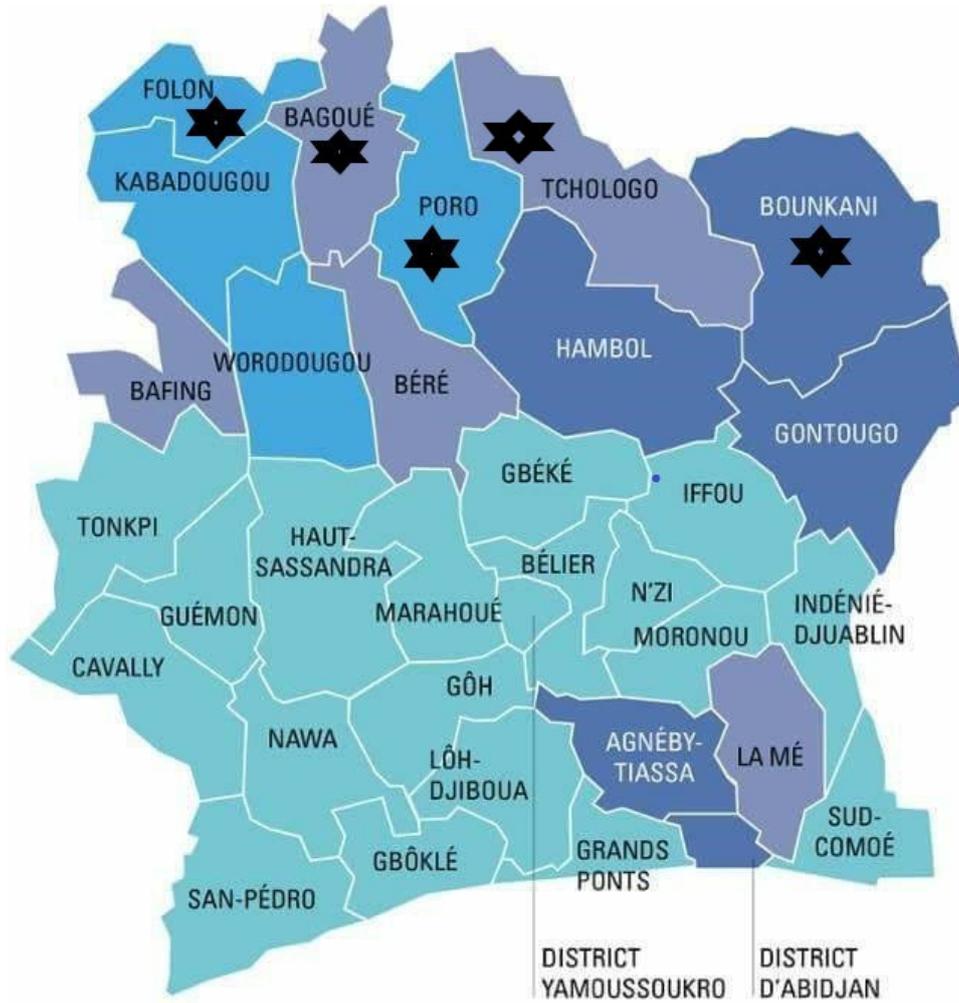
L'étude s'est déroulée dans les régions frontalières du Nord de la Côte d'Ivoire. Six zones ont été définies pour la circonstance à savoir Zone 1 : Bouna/Doropo ; Zone 2 : Téhini ; Zone 3 : Tengréla ; Zone 4 : Sikolo/Kong ; Zone 5 : Kimbirila-Nord/Goueya et Zone 6 : Korhogo/Ouangolodougou. Ces zones se trouvent dans les régions administratives du Folon, de la Bagoué, du Poro, du Tchologo et du Bounkani (Figure 1). Pour des raisons sécuritaires, la Zone 2 constituée de la ville de Téhini et des villages qui en dépendent a été remplacée par des localités de Doropo relativement plus sécurisées.

Approche qualitative

Neuf (9) entretiens et dix (10) focus group ont été réalisés dans l'ensemble des régions frontalières cibles de l'étude (tableau 1). Dans les villages, les entretiens étaient réalisés avec les chefs ou notables et les focus group discussions étaient conduits auprès des femmes ou des jeunes.



Figure 1: Régions frontalières de la Côte d'Ivoire cibles de l'étude



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Tableau I : Répartition des entretiens réalisés par région

Régions	Entretien avec Chef de village/Notable	Focus group avec Jeunes	Focus group avec Femmes	Total
 Bouna	2	1	1	4
 Doropo	1	1	1	3
 Tengréla	2	1	1	4
 Sikolo/Kong	2	1	1	4
 Kimbirila-Nord/ Goueya	2	1	1	4
 Korhogo	-	-	-	-
 Ouangolodougou	-	-	-	-
Total	9	5	5	19

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Approche quantitative

Une enquête par questionnaire s'est déroulée dans les ménages. Des répondants hommes et femmes étaient choisis dans les différents ménages de manière aléatoire à partir d'une liste des prénoms des personnes éligibles au questionnaire préalablement établie.

Le questionnaire permettait de comprendre les dynamiques d'accès, de gestion et de partage d'informations des communautés, d'identifier les pratiques, moyens et habitudes de communication des communautés tout en mesurant le niveau d'utilisation des différents moyens de communication, média et TICS.

La taille minimale de l'échantillon a été calculée de la manière suivante :

$$n = \frac{\delta^2 * p(1 - p) * c}{i^2}$$

$$\left\{ \begin{array}{l} p = \text{proportion des personnes non exclues} \\ \alpha = 5\% \\ \delta = 1,96 \\ i = \text{Marge d'erreur (5\%)} \\ c = \text{effet de grappe ou du plan d'échantillonnage} \end{array} \right.$$

Avec une proportion p de 50% et un coefficient de plan de sondage proche de 3, une taille minimale de 1080 personnes à interviewer a été obtenue.

L'étude s'est déroulée à la fois dans les milieux urbain et rural. Le tirage des villages a été stratifié avec comme strates « villages très peuplés », « villages moyennement peuplés » et « villages faiblement peuplés ». Le tirage a permis aux localités ci-après



(Tableau 2) d'être visitées par les équipes de terrain.

Tableau 2 : Localités de l'étude et nombre de répondants par sexe

Régions	Villes et villages tirés	Nombre de répondants		Total
		Hommes	Femmes	
Bouna	Bouna	52	55	107
	Vonkoro	34	30	64
	Total	86	85	171
Doropo	Doropo	53	51	104
	Danoa	22	22	44
	Kalamon	21	21	42
	Total	96	94	190
Tengréla	Tengréla	40	41	81
	Débété	29	30	59
	Féni	19	21	40
	Total	88	92	180
Sikolo/Kong	Kong	40	41	81
	Sikolo	36	37	73
	Manogota	24	23	47
	Total	100	101	201
Kimbirila-Nord/ Goueya	Goueya	39	40	79
	Kimbirila-Nord	24	21	45
	Sokoro	29	28	57
	Total	92	89	181
Korhogo	Kimbirila Nord	40	40	80
Ouangolodougou	Sokoro	40	40	80
	Total	80	80	160
Total		542	541	1083

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Formation des agents de collecte

La formation des agents de collecte de données s'est tenue dans les locaux de l'ONG PEREC sis à Cocody Faya durant deux jours, les 26 et 27 octobre 2021 (Photo 1). Durant la formation, des simulations ont été réalisées pour que les enquêteurs s'approprient les outils de collecte. L'enquête pilote s'est faite à la fois en milieu urbain (Faya) et milieu rural (Akouedo) à la fin de la formation. Elle a permis de tester la méthodologie de collecte de données, l'acceptabilité des questionnaires par les interviewés et la compréhension des questions posées.

Collecte de données

La collecte des données a eu lieu du 29 Octobre au 06 Novembre 2021 après la formation des agents enquêteurs. Les interviews face à face ont été réalisées avec des tablettes équipées de GPS sur lesquelles le questionnaire numérique avait été déjà programmé sous la forme de masque de saisie. Au terme de l'enquête, 1083 ménages ont été interrogés (Tableau 2).

Lors des interviews face à face, une distance d'au moins un mètre avec les enquêtés était observée. Chaque enquêteur disposait de gel hydro alcoolique et portait le masque dès que les conditions d'application de la distance recommandée ne sont pas réunies (Photo 2).

Outre les interviews face à face, des discussions de groupe se sont également déroulées avec les femmes et les jeunes (Photo 3).

Photo 1 : Prise de vue des agents de collecte lors de la formation



Source : Prise de vue, Formation Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Photo 2 : Vue de collecte de données à Vonkoro et Goueya



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Photo 3 : Séances de discussions de groupe à Manogota, Kimbirila-Nord et Danao



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Consentement éclairé

Un texte de consentement éclairé était lu aux participants de l'étude avant chaque interview. Ce texte fournissait aux participants les informations les plus importantes sur l'étude afin qu'elles puissent librement accepter de participer ou non. Une fois que la fiche d'informations lue, il était accordé au participant le temps de poser des questions. Le participant donnait verbalement son accord ou son désaccord. Sur le terrain, aucun entretien ou interview n'a été effectué sans le consentement de l'enquêté.

Traitement et analyse de données

Données quantitatives

Les données collectées via les tablettes étaient transférées sur un serveur chaque jour par les enquêteurs puis soumises à un contrôle de qualité au fur et à mesure.

A la fin de l'enquête, les données ont été exportées vers le logiciel SPSS pour traitement et analyse. L'apurement de la base de données s'est fait en recherchant toutes les incohérences possibles et les éventuelles erreurs de saisie.

L'analyse a été essentiellement descriptive dans l'optique d'identifier les pratiques, moyens et habitudes de communication des communautés tout en mesurant le niveau d'utilisation des différents moyens de communication. Des tris à plats et des tableaux croisés ont constitué l'essentiel de la tabulation. Le test de comparaison de proportions a été utilisé pour apprécier la différence statistique réelle entre deux proportions issues de régions différentes. Son utilisation permet d'annuler l'effet de taille, l'effet de l'échantillonnage et de mesurer la réalité de la différence.

Données qualitatives

Les données proviennent des entretiens réalisés avec les leaders communautaires et les discussions de groupes avec les femmes et les jeunes. Elles ont fait l'objet d'une transcription sur le logiciel Word puis d'une analyse de contenu qui a consisté à :

- Regrouper les résultats par principaux domaines d'intérêt ;
- Identifier les différentes positions face à chaque sujet important ;
- Faire la somme de chacune des positions et évaluer leur force ou degré d'importance ;
- Reprendre textuellement les meilleures remarques des participants.

4. Résultats

Chapitre 1 : Caractéristiques des enquêtes

Cette section présente la structure par âge des personnes enquêtées, leur langue parlée, leur situation matrimoniale, leur niveau d'instruction, leur profession et les biens possédés par les ménages dont elles sont issues.

1.1 Structure par âge

Au cours de l'enquête, 1083 personnes ont été interrogées. Les répondants sont majoritairement jeunes. 14,4% d'entre eux ont entre 20 et 24 ans, 14,2% se retrouvent parmi les 15-19 ans et 12,7% ont entre 25 et 29 ans (Tableau 3). La moitié des enquêtés a moins de 33 ans. L'âge moyen des répondants est de 35,2 ans [34,2-36,0].

1.2 Langue maternelle

Le Malinké est la langue maternelle la plus prédominante (35,8%) parmi les personnes interrogées. Ensuite viennent le Senoufo (11,6%), le Lobi (10,2%), le Dioula (9,5%) et



le Koulango (8,2%). Les autres ethnies se retrouvent en très faible proportion (Figure 2).

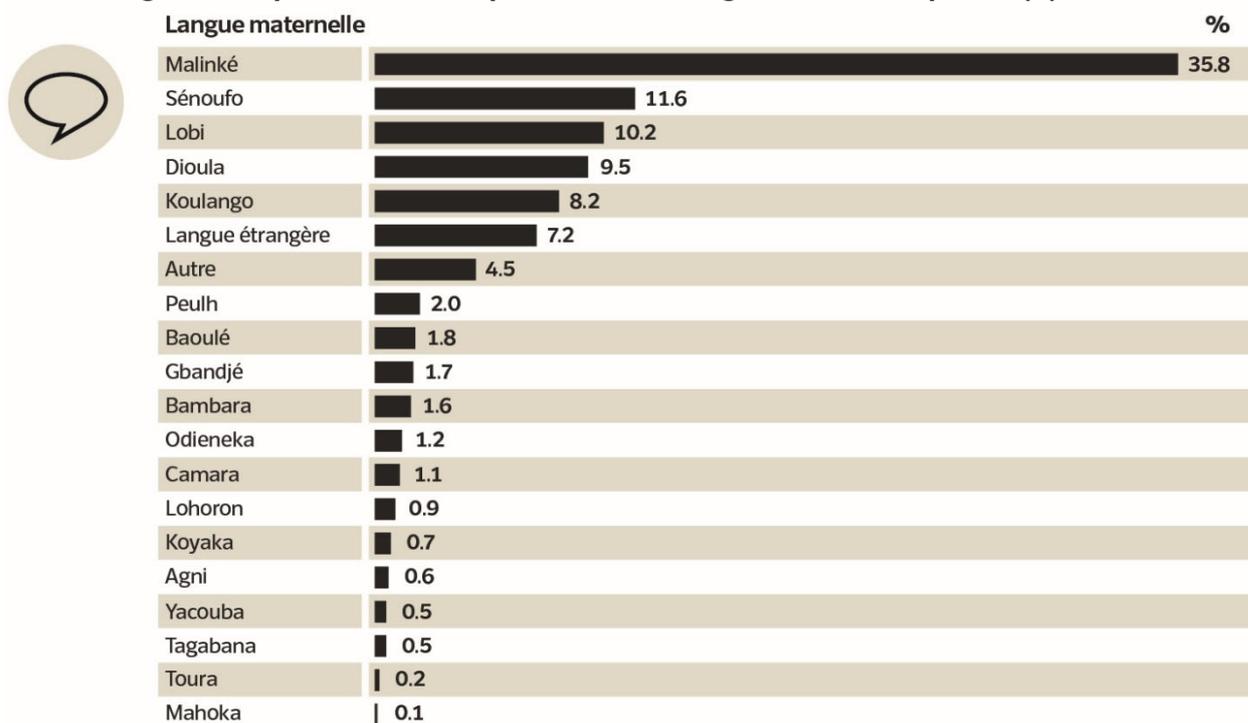
Tableau 3 : Répartition des enquêtés par groupe d'âges

Age de l'enquêté	Effectif	%
15 – 19	154	14.2
20 – 24	156	14.4
25 – 29	137	12.7
30 – 34	119	11.0
35 – 39	128	11.8
40 – 44	111	10.2
45 – 49	75	6.9
50 – 54	70	6.5
55 – 59	39	3.6
60 – 64	34	3.1
65 – 69	17	1.6
70 – 74	15	1.4
75 – 79	9	0.8
80 et +	7	0.7
Non déclaré	12	1.1
Total	1,083	100.0
Moyenne	35.2 [34.2 – 36.0]	
Médiane	33.0	

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Figure 2: Répartition des enquêtés selon la langue maternelle parlée (%)



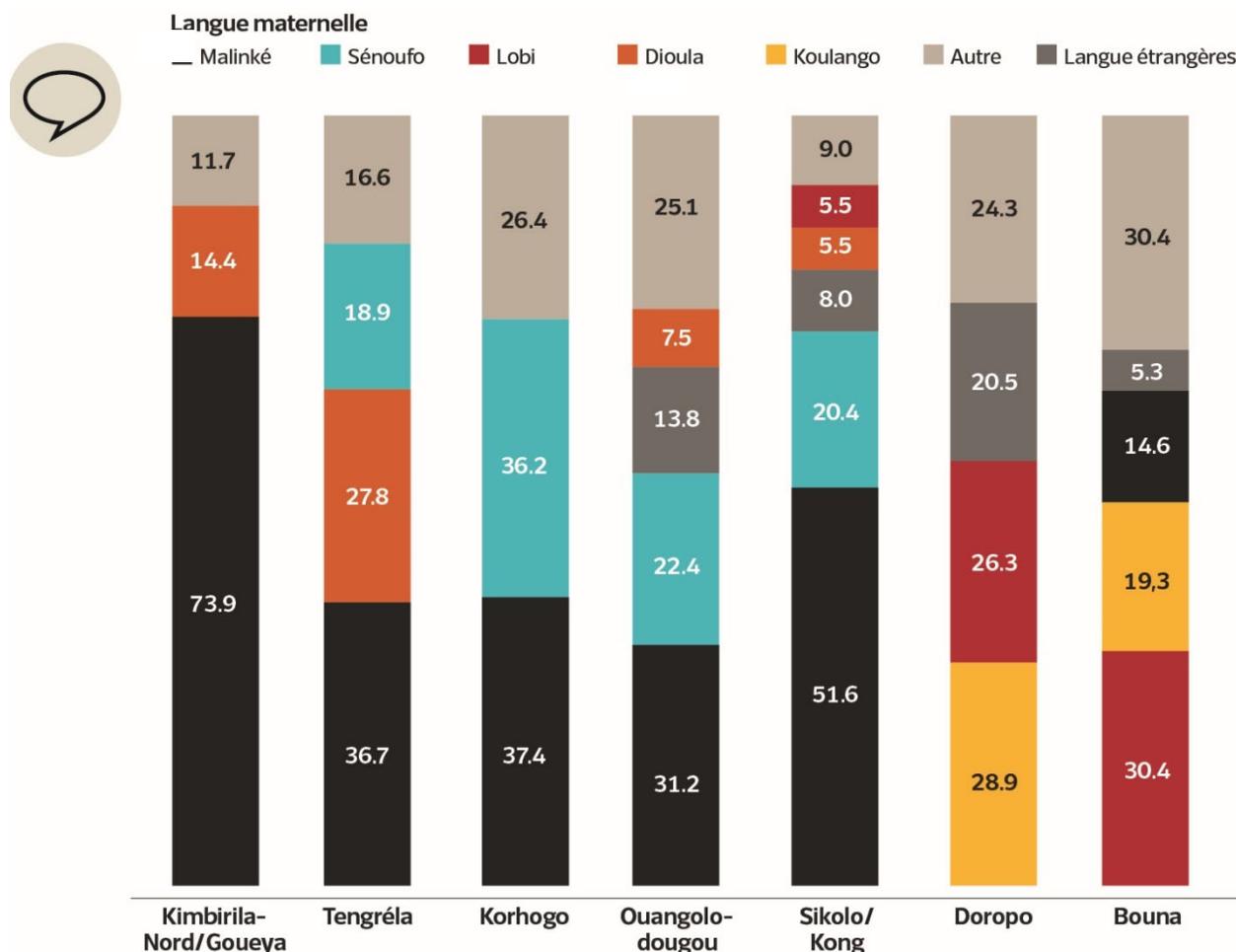
Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Ces résultats d'ensemble cachent des disparités quand on observe les langues maternelles par région de l'étude. A Bouna, c'est le Lobi qui domine (30,4%) (Figure 3). A Doropo, le Koulango vient en première

position (28,9%). A Kimbirila-Nord/Goueya, c'est le Malinké qui prédomine (74,0%). Les malinkés sont également les plus nombreux à Sikolo/Kong (51,7%), à Korhogo (37,5%), à Tengréla (36,7%) et à Ouangolodougou (Figure 3).



Figure 3: Répartition des enquêtés selon la langue maternelle parlée par région (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

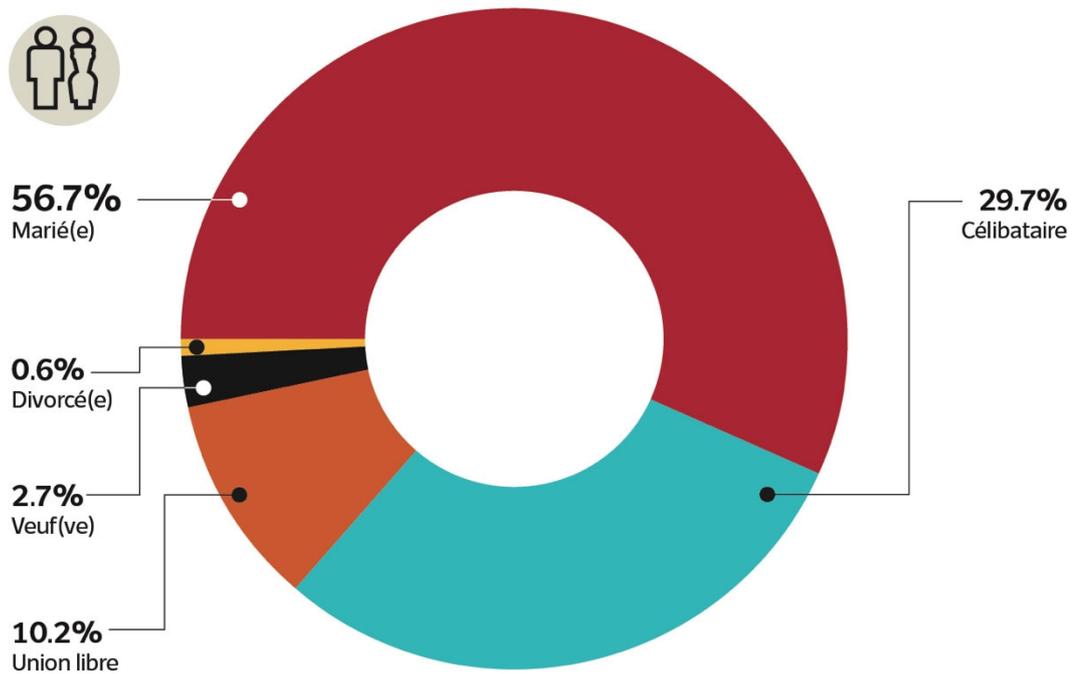
1.3 Situation matrimoniale

Les déclarations des enquêtés montrent que 56,7% d'entre eux étaient mariés au moment de l'enquête. Si on ajoute à ceux-là la proportion de personnes vivant en

union libre (10,2%), il en résulte que les enquêtés vivent dans la grande majorité en union (Figure 4). Moins d'un répondant sur trois (29,7%) était célibataire et les divorcés (0,6%) et veufs (2,7%) sont faiblement représentés dans l'échantillon.



Figure 4: Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale (%)



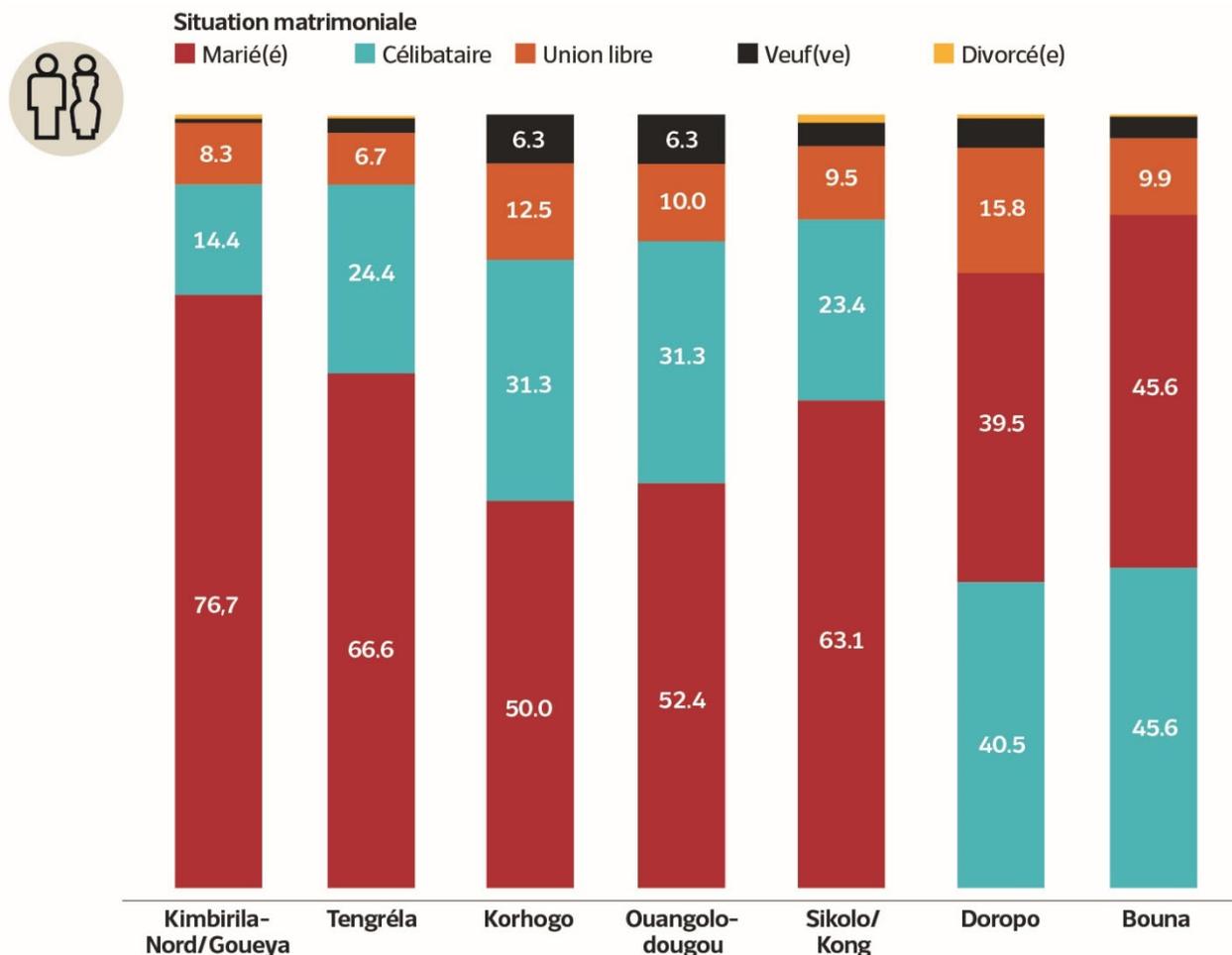
Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Analysé par région de l'étude, Kimbirila-Nord/Goueya (76,8%), Tengréla (66,7%), Sikolo/Kong (63,2%) se démarquent avec

les taux les plus élevés d'enquêtés mariés. Bouna (42,7%) et Doropo (42,3%) par contre concentrent le plus d'enquêtés célibataires (Figure 5).



Figure 5: Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale par région (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

1.4 Niveau d'instruction

Plus de la moitié des enquêtés (54,3%) n'ont pas fréquenté l'école (tableau 4). La non-scolarisation est plus prononcée à Kimbirila-Nord/Goueya (69,1%), Tengréla (68,3%) et à Sikolo/Kong (64,7%). Parmi ceux qui ont fréquenté l'école, c'est le niveau secondaire qui est le plus répandu (55,2%). Le supérieur (9,7%) est atteint par moins d'une personne sur dix (Tableau 4). Le taux d'analphabétisme est quasi identique au taux de non-scolarisation. 54,0% des enquêtés ne savent ni lire ni écrire. Là également, Kimbirila-Nord/Goueya (72,4%), Tengréla (68,3%) et

Sikolo/Kong (61,7%) sont les régions les plus incriminées.

L'analyse selon le sexe laisse entrevoir que ce sont les femmes qui sont les plus analphabètes. En effet, 60,4% des femmes ne savent ni lire ni écrire contre 47,6% des hommes. Les femmes du Nord sont moins scolarisées par rapport aux hommes. 58,8% des femmes n'ont pas fréquenté l'école contre 49,8% des hommes. Ces chiffres sont quasi identiques à ceux rapportés par le RGPH 2014.



Tableau 4 : Répartition des enquêtés selon le niveau d'étude atteint par région (%)

Instruction	Régions															
	Bouna		Doropo		Kimbirila-Nord/Goueya		Korhogo		Ouangolo		Sikolo/Kong		Tengréla		Total	
	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%
Ne sait ni lire ni écrire	76	44.4	85	44.7	131	72.4	21	26.3	25	31.3	124	61.7	123	68.3	585	54.0
Sait lire et écrire	87	50.9	94	49.4	46	25.4	58	72.5	49	61.3	65	32.3	54	30.0	453	41.8
Sait lire seulement	8	4.7	11	5.7	4	2.2	1	1.3	6	7.5	12	6.0	3	1.7	45	4.2
Total	171	100	190	100	181	100	80	100	80	100	201	100	180	100	1.083	100
NIVEAU D'ETUDE ATTEINT	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%
N'a pas fréquenté l'école	77	45.0	87	45.7	125	69.1	21	26.3	25	31.3	130	64.7	123	68.3	588	54.3
Primaire	24	25.5	43	41.7	25	44.6	16	27.1	21	38.2	27	38.0	18	31.6	174	35.2
Secondaire	66	70.2	47	45.6	25	44.6	34	57.6	28	50.9	37	52.1	36	63.2	273	55.2
Supérieur	4	4.3	13	12.6	6	10.7	9	15.3	6	10.9	7	9.9	3	5.3	48	9.7
	94	100	103	100	56	100	59	100	55	100	71	100	57	100	495	100

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

1.5 Profession

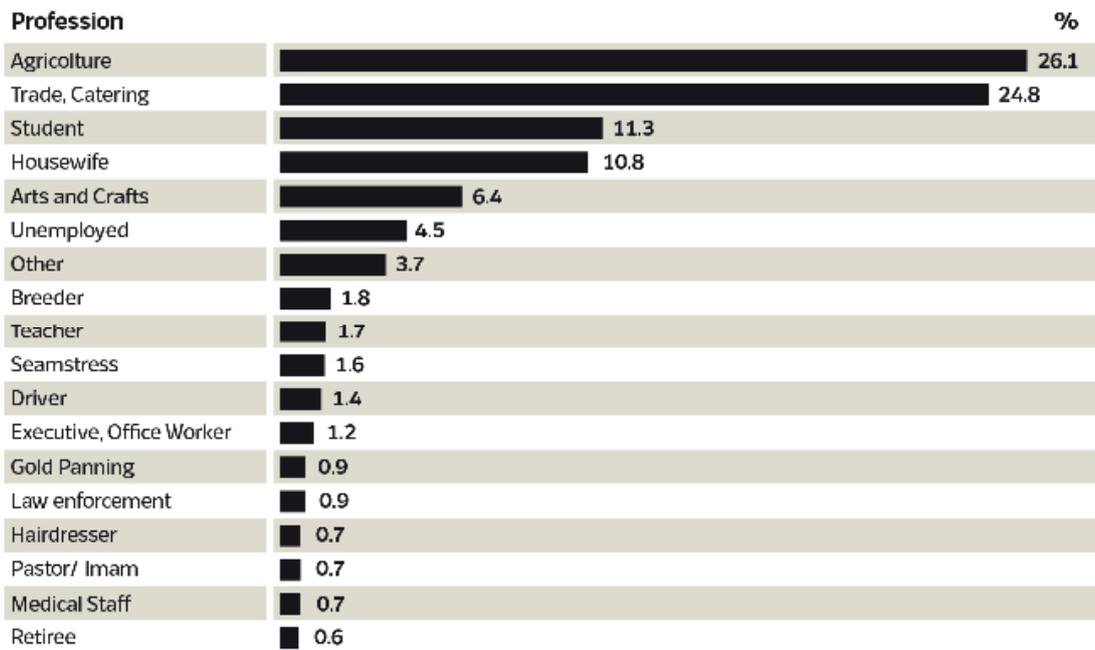
Les personnes interrogées sont constituées en grande partie d'agriculteurs (26,1%) et de commerçants (24,8%). Ils sont suivis par les étudiants/élèves (11,3%) et les femmes qui se consacrent aux tâches domestiques (10,8%). Les autres professions sont faiblement représentées dans l'échantillon.

Dans toutes les régions de l'étude, le constat est sensiblement le même (Figure 7).

Du point de vue du sexe, les hommes se retrouvent plus dans l'agriculture (36,5% contre 15,7% pour les femmes) et les femmes dans le commerce (37,2% contre 12,5% pour les hommes).

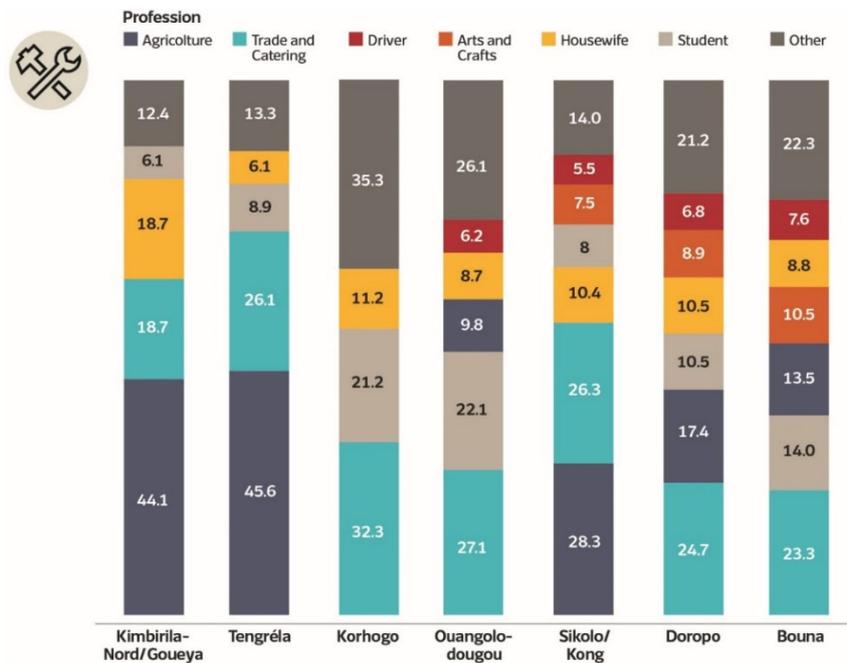


Figure 6: Répartition des enquêtés selon la profession (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

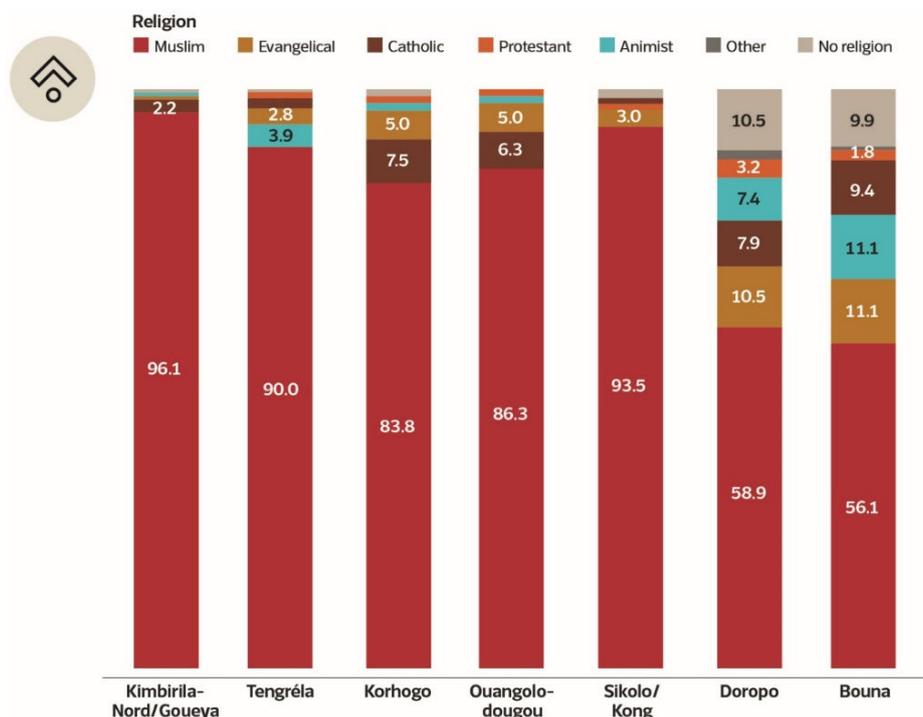
Figure 7: Répartition des enquêtés selon la profession par région



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Figure 8: Répartition des enquêtés selon la religion par région (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

1.6 Religion

L'analyse des déclarations révèle que huit enquêtés sur dix (80,1%) sont de religion musulmane (Figure 8).

Dans toutes les régions de l'étude, la proportion d'enquêtés qui pratiquait l'islam était plus importante que les autres proportions. Les musulmans constituent 96,1% des répondants à Kimbirila-Nord/Goueya, 93,5% à Sikolo enregistre et 90,0% à Tengréla. C'est à Doropo (58,9%) et Bouna (56,1%) qu'on a retrouvé les plus faibles taux de musulmans.

Les autres religions se sont faiblement retrouvées dans l'échantillon. Les évangéliques (5,4%) et les catholiques (4,7%) sont les plus nombreux des autres religions.

1.7 Biens possédés par les ménages

Durant l'enquête, on a demandé aux répondants si leurs ménages possédaient un

certain nombre de biens. Les réponses montrent que 89,8% des ménages ont en leur sein un téléphone portable, 66,3% une motocyclette, 64,0% une télévision. Les ménages qui avaient un ventilateur et une radio représentent respectivement 57,0% et 56,5% (Figure 9). L'ordinateur (4,5%) et la voiture (4,3%) sont les biens les plus faiblement possédés par les ménages.

Chapitre 2 : Information et communication

L'information et la communication sont étroitement liées. L'obtention d'une information se fait par le canal de moyens de communication. Ce chapitre présentera les informations recherchées par les populations des régions de l'étude ainsi que leurs sources d'information. L'utilisation de moyens d'information et de communication comme

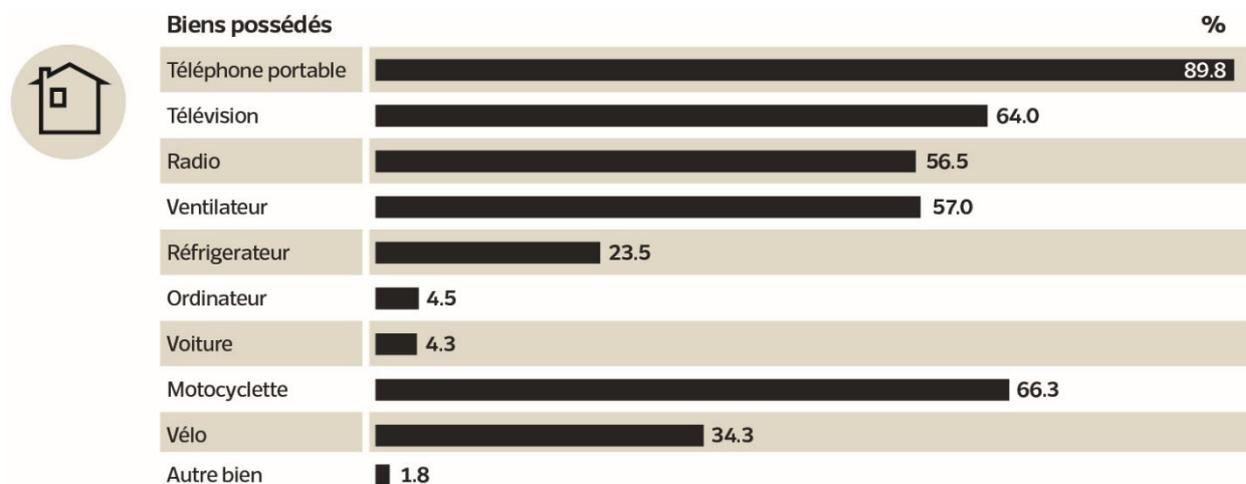


le téléphone portable, l'ordinateur et l'accès à internet seront également analysés. Le mode de vérification des informations reçues et les canaux de leur diffusion boucleront le chapitre.

Les enquêtés ont affirmé dans 61,3% des cas s'intéresser aux informations sur le pays. Cet intérêt pour les nouvelles de la Côte d'Ivoire est plus mentionné à Ouangolodougou où trois enquêtés sur quatre (75,0%) l'ont affirmé (Tableau 5).

2.1 Informations recherchées

Figure 9: Biens possédés par les ménages



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Tableau 5: Informations recherchées par les enquêtés par région

Informations recherchées	Régions															
	Bouna		Doropo		Kimbirila-Nord/Goueya		Korhogo		Ouangolo		Sikolo/Kong		Tengréla		Total	
	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%
Informations de l'étranger	6	3.5	10	5.3	2	1.1	6	7.5	9	11.3	14	7.0	1	0.6	48	4.4
Informations de la région	7	4.1	6	3.2	4	2.2	4	5.0	0	0.0	4	2.0	0	0.0	25	2.3
Informations de ma localité	19	11.1	26	13.7	55	30.4	10	12.5	8	10.0	41	20.4	36	20.0	195	18.0
Je ne m'intéresse pas aux informations	6	3.5	2	1.1	0	0.0	2	2.5	0	0.0	6	3.0	0	0.0	16	1.5
Nouvelles de la Côte d'Ivoire	110	64.3	101	53.2	105	58.0	52	65.0	60	75.0	118	58.7	118	65.6	664	61.3
Nouvelles de ma communauté	11	6.4	23	12.1	6	3.3	0	0.0	1	1.3	8	4.0	14	7.8	63	5.8
Nouvelles du monde	12	7.0	22	11.6	9	5.0	6	7.5	2	2.5	10	5.0	11	6.1	72	6.6
Total	171	100	190	100	181	100	80	100	80	100	201	100	180	100	1,083	100

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

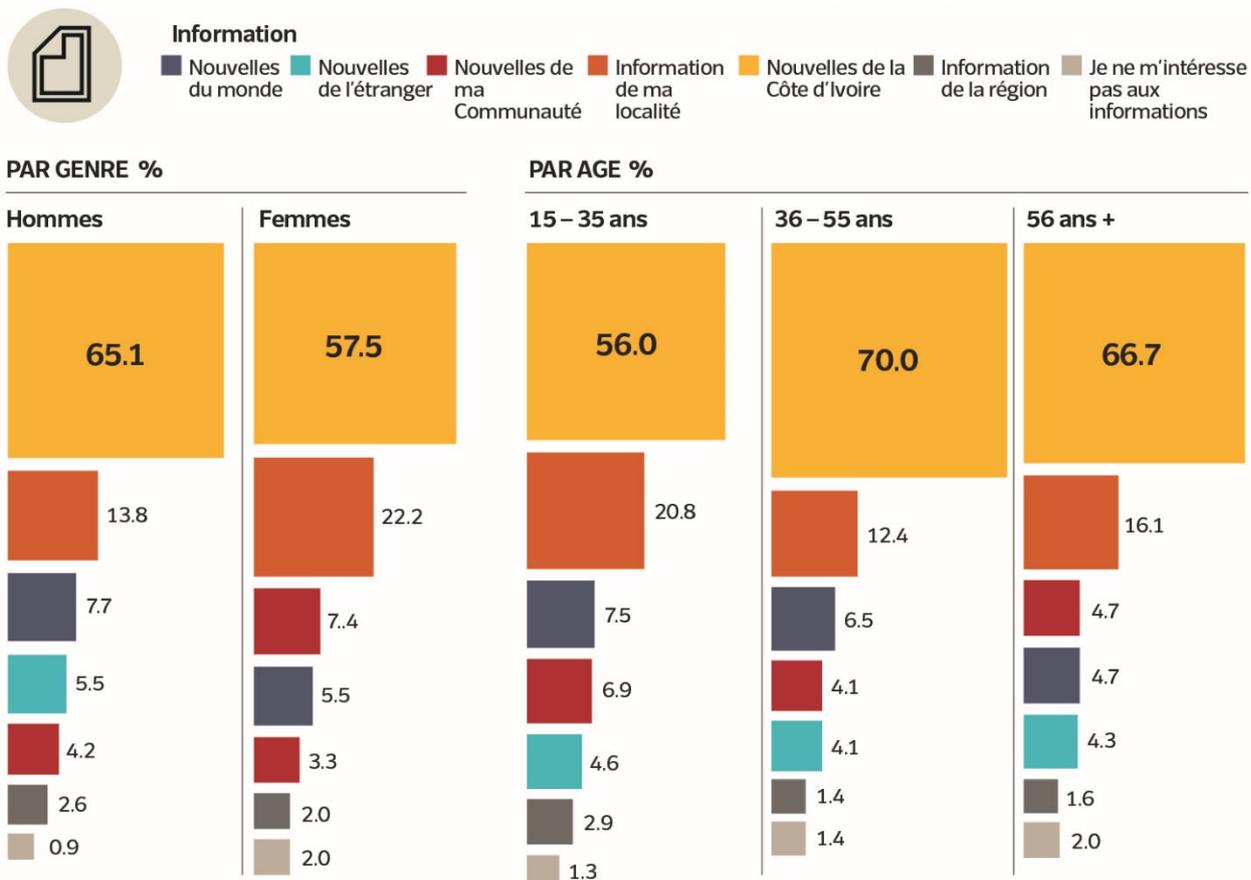
Après le pays, ce sont les informations sur leur localité qui intéressent les enquêtés. Un répondant sur cinq (18,0) l'a signifié. La recherche des informations sur la localité est plus exprimée à Kimbirila-Nord/Goueya (30,4%).

Il n'y a pas d'attitude différentielle entre les hommes et les femmes en matière d'informations recherchées (Figure 10). Les deux sexes priorisent les nouvelles de la Côte d'Ivoire (65,1% chez les hommes et 57,5% chez les femmes) puis celles de leur localité (22,2% chez les femmes et 13,8% chez les hommes). Le résultat est le même

quand on considère l'âge. En effet que ce soit pour les 15-35 ans (56,0%), 36-55 ans (70,0%) et les 56 ans et plus (66,7%), ce sont les nouvelles de la Côte d'Ivoire qui sont les plus recherchées (Figure 10).



Figure 10: Information recherchées selon le sexe et par groupe d'âges



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Tableau 6 : Type d'informations les plus recherchées par région

Type d'information recherchée	Régions														Total	
	Bouna		Doropo		Kimbirila-Nord/Goueya		Korhogo		Ouangolo		Sikolo/Kong		Tengréla		Eff	%
	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%		
Agriculture	20	11.7	16	8.4	39	21.5	0	0.0	3	3.7	11	5.5	9	5.0	98	9.0
Aucune information	5	2.9	1	0.5	0	0.0	2	2.5	0	0.0	6	3.0	0	0.0	14	1.3
Autre	9	5.3	8	4.2	2	1.1	3	3.8	1	1.2	3	1.5	1	0.6	27	2.5
Divertissement	0	0.0	2	1.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.0	1	0.6	5	0.5
Éducation	2	1.2	4	2.1	1	0.6	4	5.0	3	3.7	4	2.0	0	0.0	18	1.7
Emploi	28	16.4	23	12.1	12	6.6	11	13.8	14	17.5	18	9.0	22	12.2	128	11.8
Environnement	0	0.0	3	1.6	11	6.1	2	2.5	9	11.2	8	4.0	6	3.3	39	3.6
Politique	30	17.5	29	15.3	41	22.7	13	16.3	11	13.7	44	21.9	73	40.6	241	22.3
Religion	3	1.8	1	0.5	0	0.0	1	1.3	0	0.0	1	0.5	0	0.0	6	0.6
Santé	41	24.0	49	25.8	43	23.8	12	15.0	14	17.5	55	27.4	39	21.7	253	23.4
Sécurité	27	15.8	38	20.0	31	17.1	31	38.8	25	31.2	46	22.9	25	13.9	223	20.6
Sports	5	2.9	2	1.1	1	0.6	1	1.3	0	0.0	3	1.5	3	1.7	15	1.4
Toutes les informations	1	0.6	14	7.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.6	16	1.5
Total	171	100	190	100	181	100	80	100	80	100	201	100	180	100	1.083	100

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Type d'informations les plus recherchées

S'agissant des informations les plus recherchées, ce sont celles relatives à la santé (23,4%), à la politique (22,3%) et à la sécurité (20,6%) qui ont obtenu les plus grandes proportions de répondants (tableau 6). C'est à Tengréla que les populations s'intéressent le plus aux informations politiques avec un pourcentage de 40,6%. Les

populations de Korhogo se préoccupent plus des informations sécuritaires (38,8%).

Chez les femmes, l'ordre des priorités est la santé (31,2%), la sécurité (19,2%) et la politique (15,2%). En revanche, chez les hommes, c'est la politique qui vient en première position (29,3%) suivie de la sécurité (22,0%) puis de la santé (15,5%).

En termes de groupes d'âges, il n'y a pas vraiment pas de différence dans le type d'informations recherchées, la santé (22,9% chez les 15-35 ans, 20,7% chez les 36-55 ans et 27,7% chez les 56 ans et plus), la politique



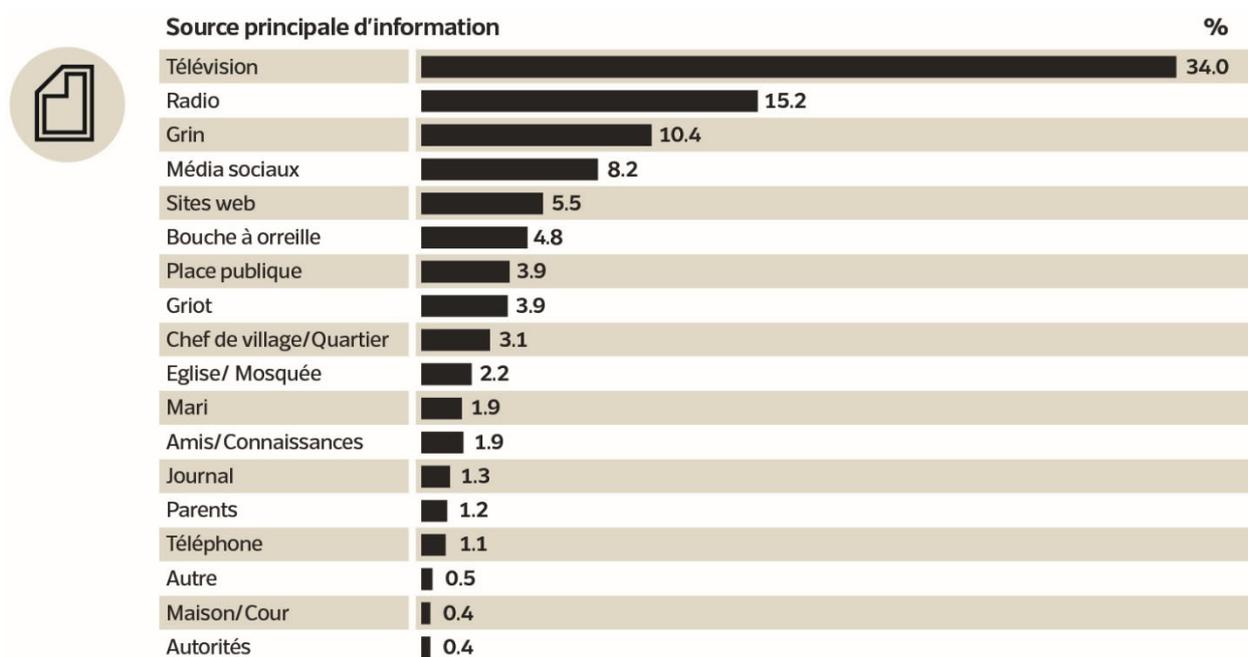
(18,8% chez les 15-35 ans, 27,2% chez les 36-55 ans et 26,3% chez les 56 ans et plus) et la sécurité (19,6% chez les 15-35 ans, 20,7% chez les 36-55 ans et 22,7% chez les 56 ans et plus) restent les types d'informations les plus recherchées pour tous les âges. On note cependant que les informations d'ordre politique sont l'affaire des plus adultes.

2.2 Sources d'information

Durant l'étude, on a demandé aux enquêtés quelle était leur principale source

d'information en général. La télévision a été la source d'informations la plus citée par les enquêtés. Le tiers des enquêtés (34,0%) s'informe via la télévision. Après la télévision, vient la radio avec 15,2% des répondants. Les grins, un moyen traditionnel d'information est l'affaire d'un enquêté sur dix (10,4%) pour s'informer (Figure 11).

Figure 11 : Répartition des enquêtés selon la source principale d'informations (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les réseaux sociaux et l'internet sont des moyens d'information qui commencent à gagner du terrain bien qu'ils sont encore faibles dans les régions Nord visitées. Ils sont utilisés respectivement par 8,2% et 5,5% des interviewés pour s'informer.

Les tendances sont les mêmes selon le sexe. Les hommes comme les femmes s'informent généralement par la télévision, la radio, au grin ou en utilisant les réseaux

sociaux. Ainsi, pour la télévision, les résultats montrent que 34,5% des hommes et 33,5% chez les femmes s'informent par la télévision, 18,3% des hommes et 12,2% des femmes utilisent la radio, 10,5% des hommes et 10,4% pour les femmes s'informent au grin. En ce qui concerne les



réseaux sociaux, 9,4% des hommes et 7,0% des femmes les utilisent.

L'analyse selon le groupe d'âges montre que la tendance reste la même. Cependant, les 36-55 ans ont plus recours à la télévision (42,4%) et les 56 ans et plus utilisent le plus la radio (23,5%).

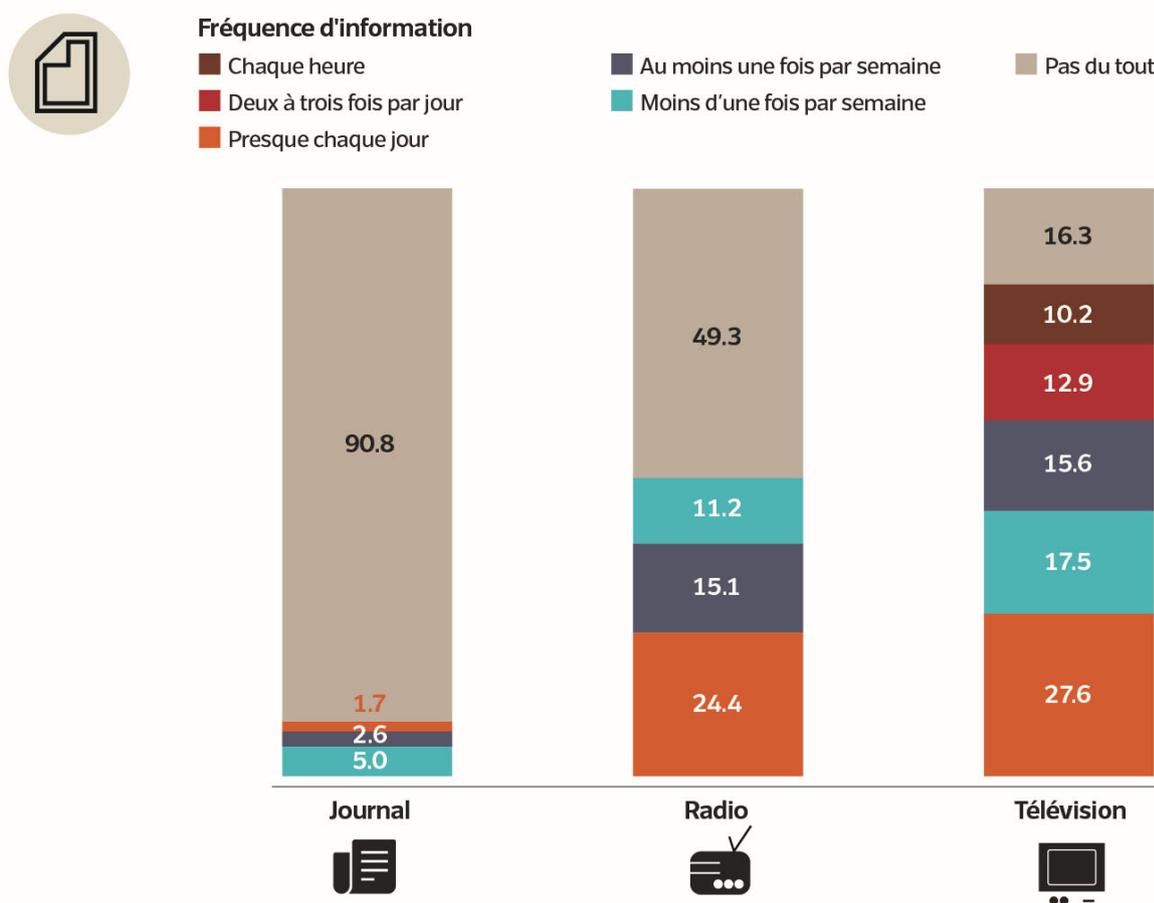
Fréquence d'utilisation des sources d'information

L'étude a cherché à savoir à quelle fréquence les enquêtés lisent le journal, écoutent la radio et regardent la télévision. L'analyse des déclarations a montré que la

quasi-totalité des personnes interrogées ne lit pas le journal (90,8%). La moitié des enquêtés (49,3%) n'écoute pas la radio. Seulement 24,4% affirment écouter la radio presque chaque jour.

S'agissant de la télévision, les réponses sont multiples. 27,6% des répondants regardent la télévision presque chaque jour, 15,6% des répondants regardent la télévision au moins une fois par semaine et 17,5% des répondants regardent la télévision moins d'une fois par semaine. 16,3% des personnes interrogées ne regardent pas du tout la télévision (Figure 12).

Figure 11 : Fréquence de lecture du journal, d'écoute de la radio et du regard de la télévision



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



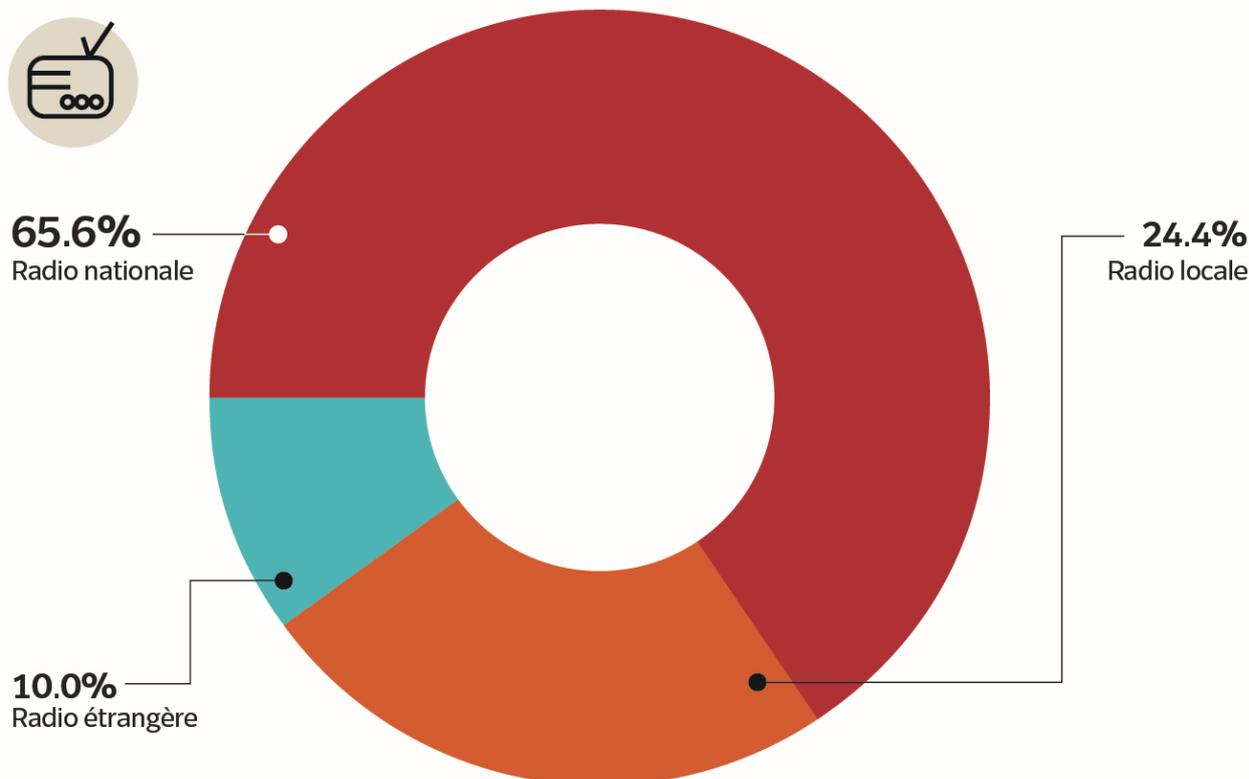
Type de radio écoutée

La question posée aux enquêtés était la suivante « *Entre les radios locales, nationales et internationales, laquelle écoutez-vous le plus ?* ». Les radios nationales ont obtenu 65,6% des réponses. Elles sont suivies des radios locales avec 24,4%. Les radios étrangères sont l'affaire d'un répondant sur dix (Figure 13).

Regardé par région d'enquête, la tendance est presque la même partout. Cependant, à

Korhogo, on écoute plus la radio nationale (84,2%) et un peu moins la radio locale (7,0%). A Kimbirila-Nord/Goueya par contre, la radio nationale occupe 78,7% des réponses et la radio locale est également faible (4,3%). Les populations préfèrent se tourner vers Mali FM, une radio étrangère.

Figure 12 : Type de radio écoutée par les enquêtés



Source : Étude sur l'écosystème d'information R4P, EAI 2021

Au chapitre des radios nationales, ce sont la Radio Côte d'Ivoire (51,5%) et la fréquence 2 (32,8%) qui sont les plus suivies. Pour les radios locales, les résultats dépendent des régions de l'étude mais globalement Radio Doropo, Radio Binkadi de Bouna, Radio Tengréla et radio communale Kong sont relativement écoutées. En ce qui concerne les radios étrangères, la palme d'écoute

revient à RFI Afrique. Près de 60% des personnes qui écoutent les radios internationales l'ont citée. Après vient, Mali FM qui est l'affaire de 16,4% (Figure 14).

S'agissant de la radio locale qui inspire le plus confiance, les répondants ne se prononcent pas majoritairement à Kimbirila-Nord

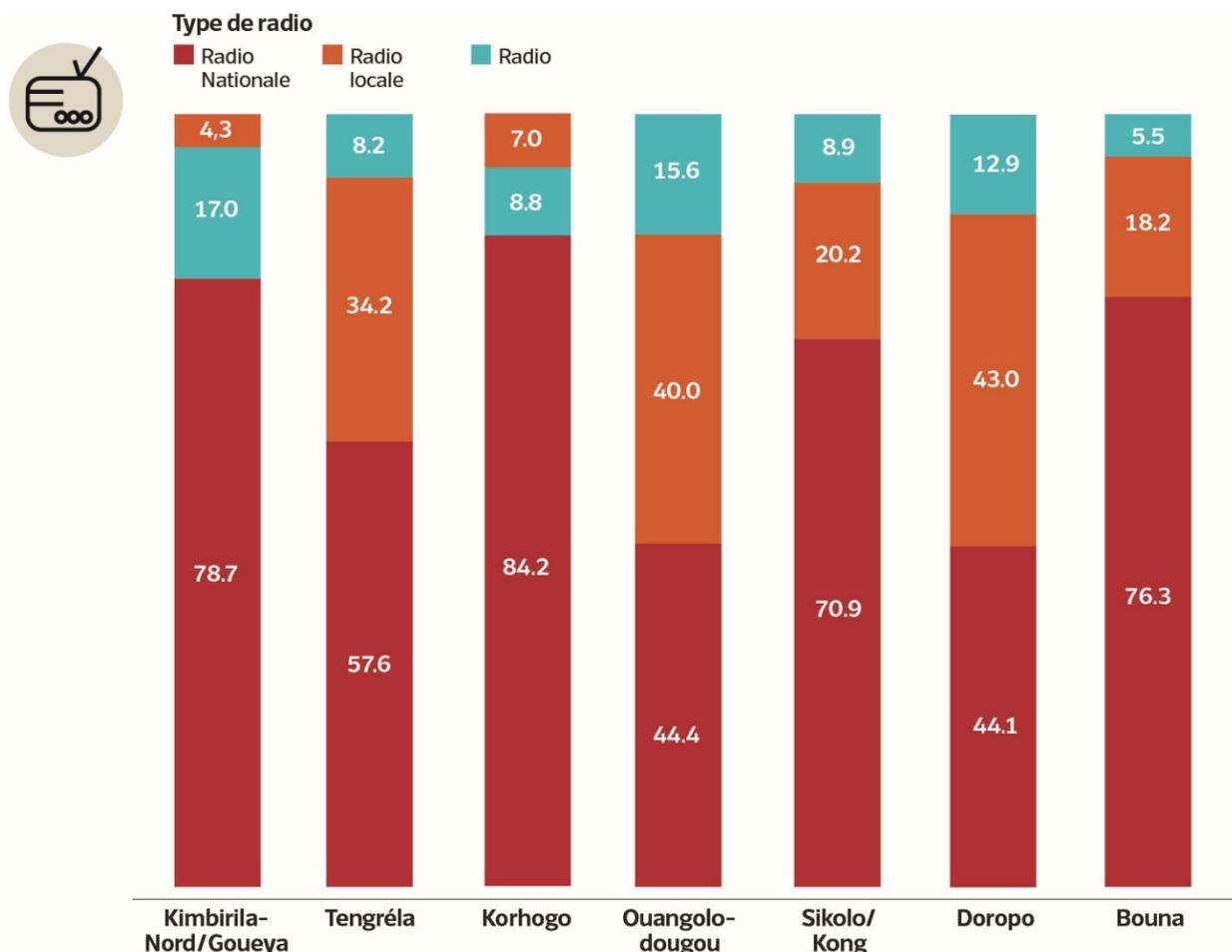


(61,7%)¹, à Bouna (51,8%), à Sikolo/Kong (48,4%), à Korhogo (42,1%). La voix des deux frontières à Ouangolodougou (55,6%), la radio Tengréla (54,8%) et la radio Doropo (50,5%) sont en revanche celles qui inspirent le plus confiance aux répondants de leurs régions.

Généralement les programmes sont diffusés dans ces radios en Malinké (40,9%), en

Français (17,3%), en Lobi (14,4%) en Dioula (10,5%). Les nombres de répondants à cette question sont relativement faibles par région mais il ressort des données que l'utilisation du Malinké est prédominante dans les régions de Tengréla, Sikolo/Kong, Ouangolodougou et Kimbirila-Nord/Goueya. Le lobi est plus pratiqué à Bouna et à Doropo.

Figure 13 : Type de radio écoutée par les enquêtés par région



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Programmes préférés à la radio

À la question de savoir « *Quel programme aimez-vous le plus à la radio ?* », les

populations ont cité en première position le flash info (19,3%) suivi de la musique (17,9%) et du débat sociopolitique (16,9%). En

¹ Bien qu'il n'y ait pas de radio locale émettrice dans cette localité, les populations écoutent des radios

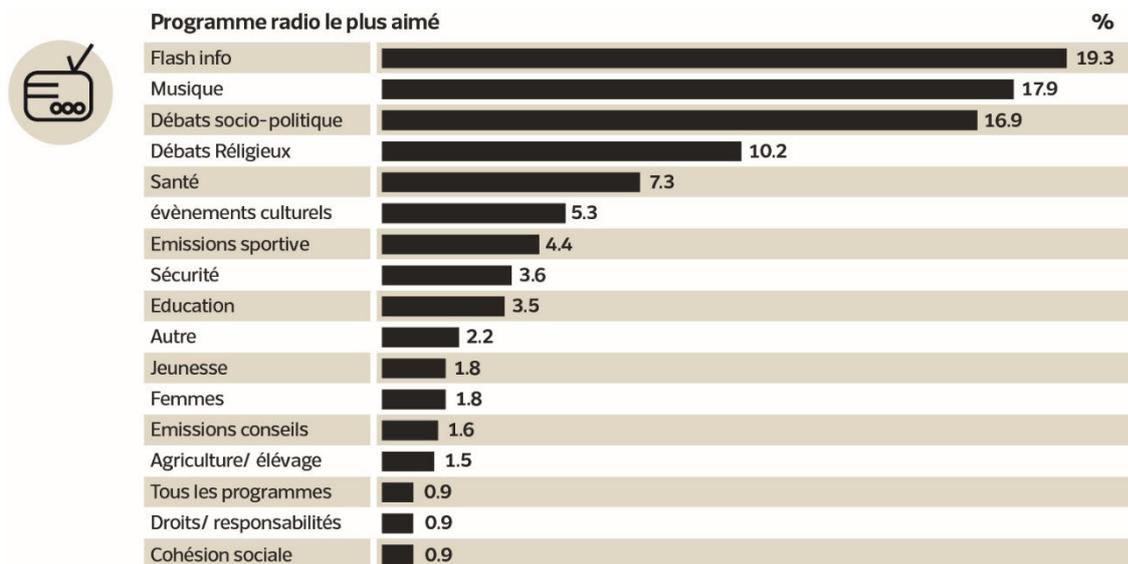
locales proches comme Denguélé FM (Odiénné), Folon FM (Odiénné) et Radio Dakan (Minignan)



dehors du débat religieux qui recueille plus d'une déclaration sur dix (10,2%), les autres pourcentages sont relativement faibles et éparés (Figure 15). Les débats sociopolitiques sont plus préférés par les hommes (24,4% contre 5,9% chez les femmes). Les femmes en revanche préfèrent la musique (27,1% contre 11,6% chez les hommes) Les femmes préfèrent également un peu plus les débats religieux que les hommes (13,6% contre 7,9%) au moment où les hommes sont plus attirés par le flash info (22,0% contre 14,0%).

C'est dans les régions de Tengréla (43,8%) et de Korhogo (29,8%) qu'on rencontre le plus de personnes qui préfèrent le flash info à la radio. Le chiffre est plus bas par contre à Sikolo/Kong avec 9,7%. Ils préfèrent plus les débats sociopolitiques (27,4%) avec ceux de Kimbirila-Nord/Goueya (29,8%) contre 7,5% à Doropo et 8,2% à Bouna. Les enquêtés de Kimbirila-Nord/Goueya (27,7%) sont plus orientés vers la musique (Figure 16).

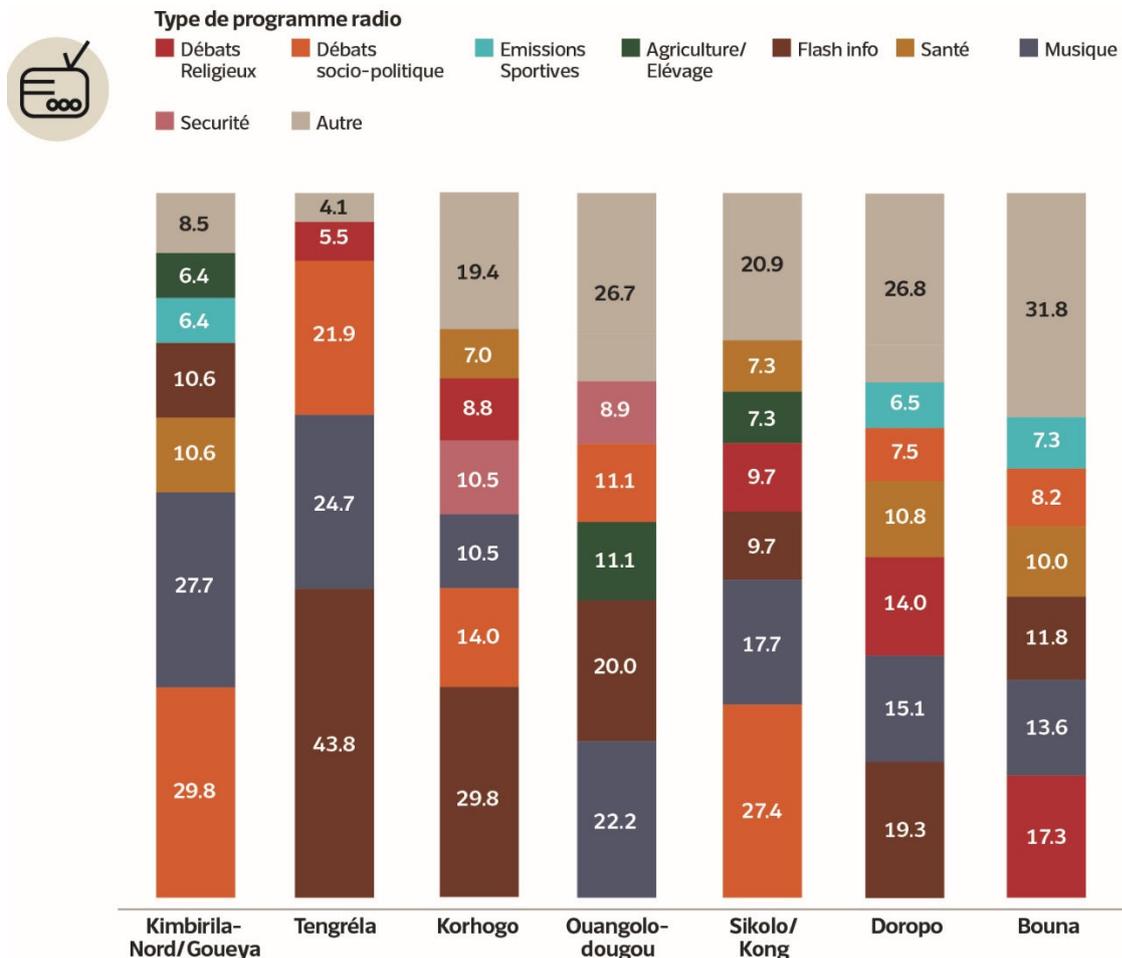
Figure 14 : Programme de la radio le plus aimé (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Figure 15 : Programme de la radio le plus aimé par région (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les informations recherchées à la radio sont relatives aux nouvelles de la Côte d'Ivoire (47,9%), au divertissement (15,3%) et aux nouvelles de leur communauté (10,7%). Ces résultats s'apparentent aux premiers relatifs aux informations les plus recherchées déjà évoqués plus haut.

Chaîne de télévision regardée

« Entre les chaînes de télévision nationales et étrangères, laquelle regardez-vous le plus ? », telle fut la question posée aux enquêtés. Les

chaînes nationales prennent largement le dessus des réponses avec 76,8% (Figure 17).

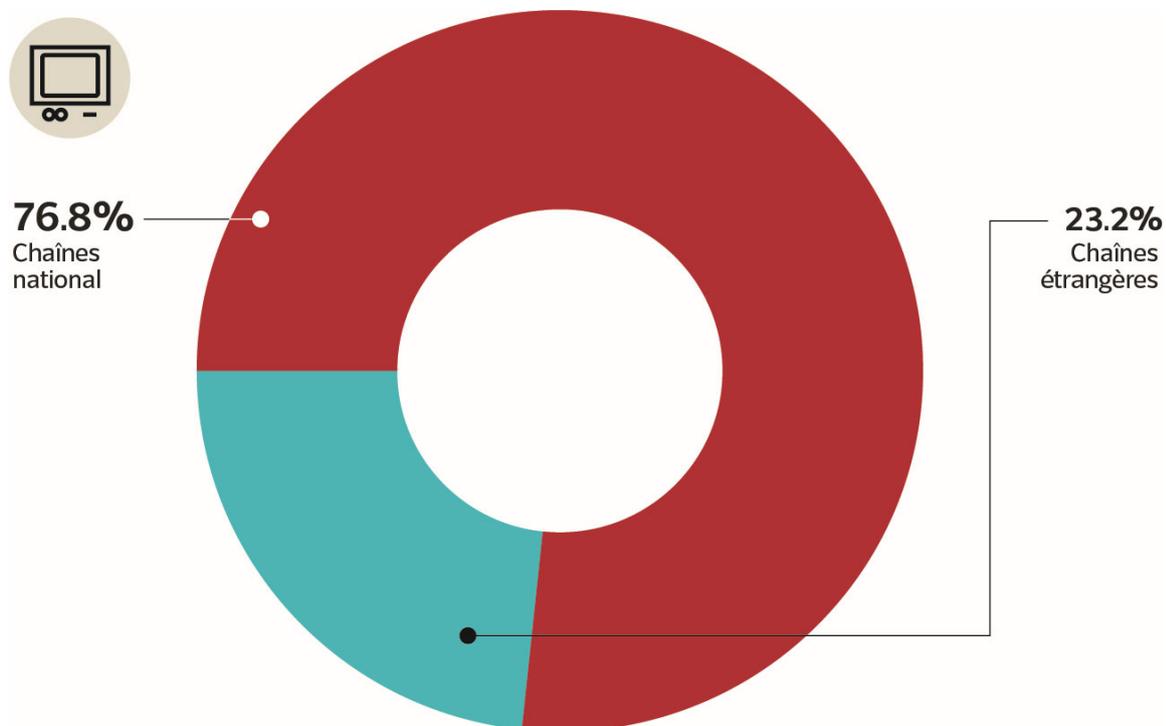
La chaîne RTI I inspire le plus confiance aux répondants. Seule elle recueille 76,0% d'avis favorables, les autres chaînes recevant moins de 5% des réponses.

Programmes préférés à la télévision

Pour les programmes préférés à la télévision, les enquêtés ont cité en premier le journal télévisé (51,4%). Après viennent les émissions de divertissement (31,4%). Ces deux programmes dépassent de très loin tous les autres en termes de préférence (Figure 18)



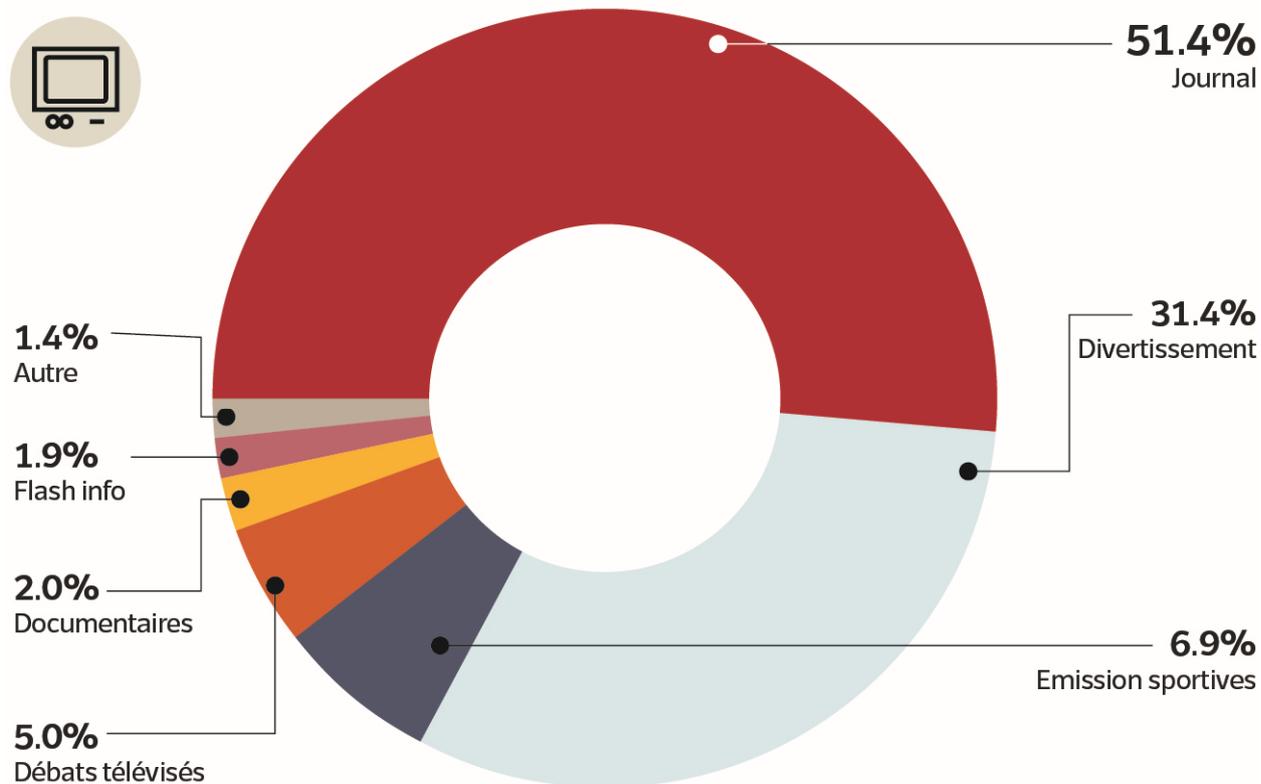
Figure 16 : Type de chaîne de télévision regardée par les enquêtés



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Figure 17 : Programmes de télévision aimés le plus (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les femmes préfèrent plus les émissions de divertissement (50,1% contre 14,8% chez les hommes) au moment où les hommes sont plus accrochés au journal télévisé (61,5% contre 40,0% chez les femmes). Les émissions sportives sont également le fait des hommes. Ils sont 12,1% à les préférer contre 1,2% chez les femmes.

L'analyse selon la région montre que le journal est plus préféré à Tengréla (66,9%) et Kimbirila-Nord (63,7%) et moins préféré à Bouna (35,0%) et à Doropo (37,3%). Le

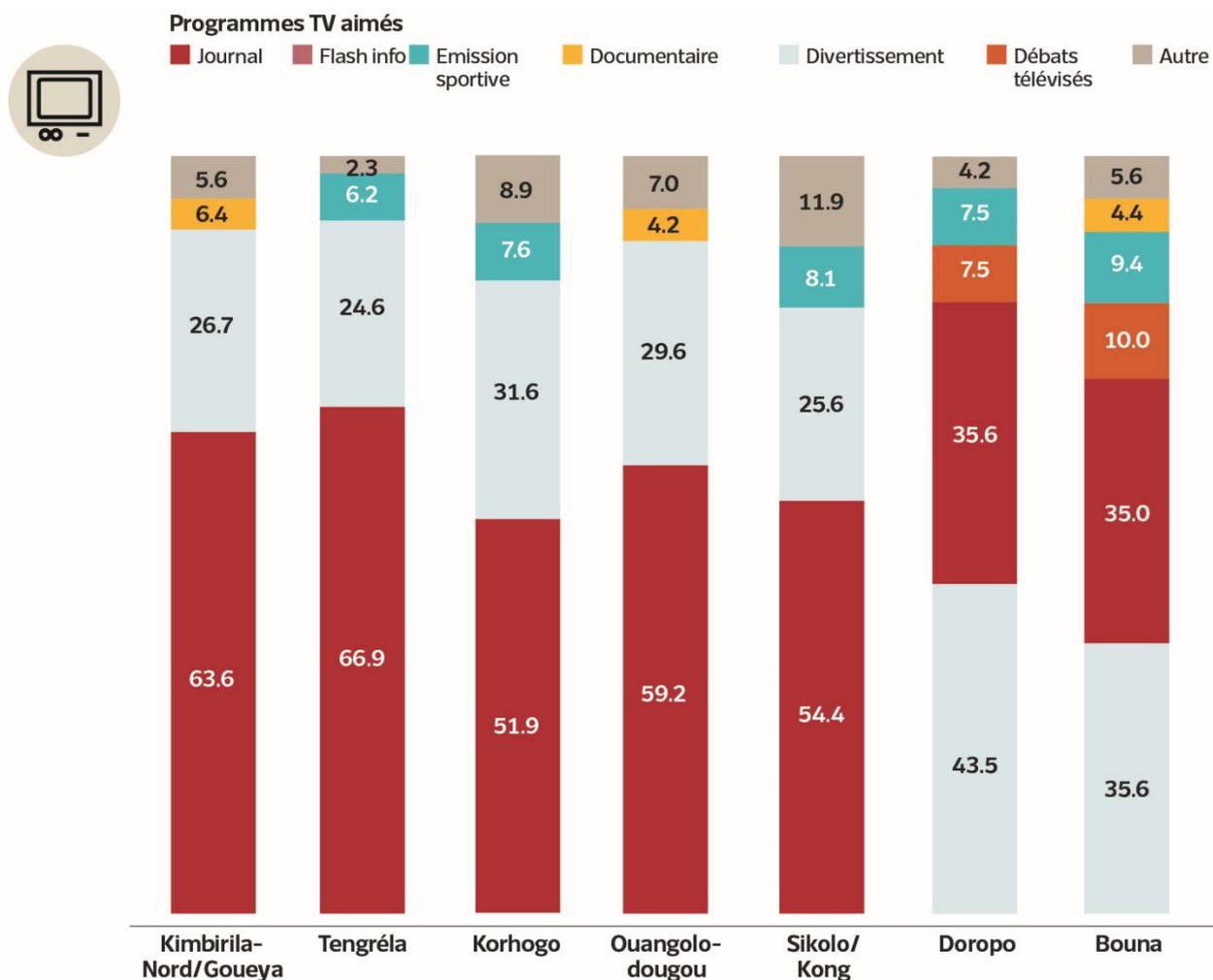
divertissement occupe 43,5% des préférences à Doropo (Figure 19).

2.3 Usage du téléphone portable, de l'ordinateur et accès à l'internet

Pour s'informer et communiquer, plusieurs équipements dont le téléphone portable et l'ordinateur s'offrent à la population. Ils sont utiles notamment pour aller sur les sites internet, les plateformes et les réseaux sociaux. Cette section s'intéresse à leur possession et utilisation.



Figure 18 : Programmes de télévision aimés le plus par région (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

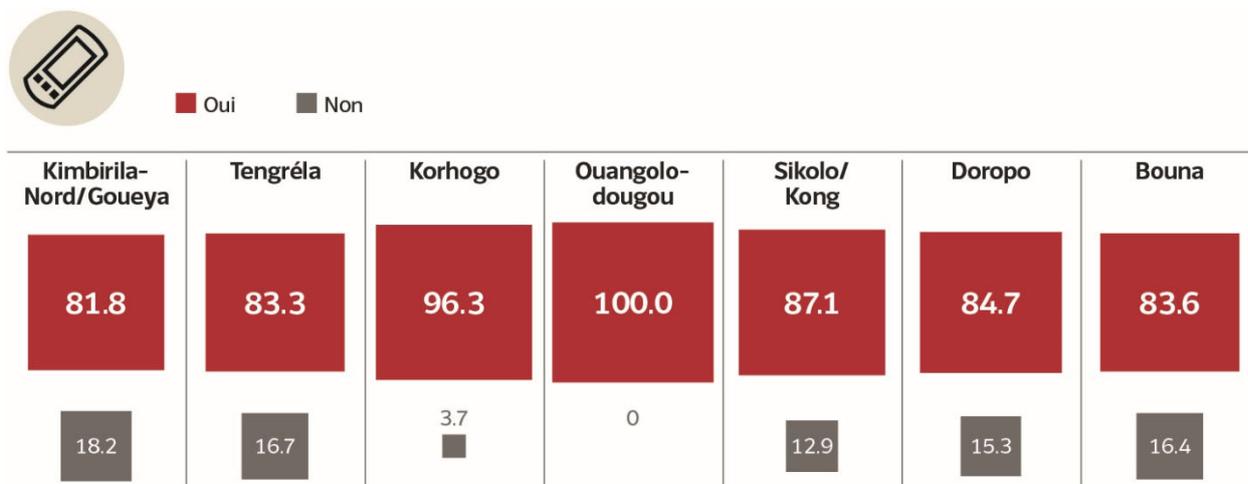
Utilisation du téléphone portable

Près de neuf enquêtés sur dix (86,2%) ont affirmé avoir déjà utilisé un téléphone portable. A Ouangolodougou, la totalité (100%) des enquêtés a affirmé avoir déjà utilisé le téléphone portable. Ils étaient 96,3%

à Korhogo et 87,1% à Sikolo/Kong, 84,7% à Doropo, 83,6% à Bouna et 81,8% à Kimbirila-Nord/Goueya. La tendance reste élevée dans toutes les régions de l'étude (Figure 20).



Figure 19: Utilisation ou non du téléphone portable par région (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Le téléphone portable est le moyen de communication le plus utilisé par les enquêtés. LCD confirme cela « *Maintenant on utilise plus le téléphone pour donner l'information qu'utiliser les griots. C'est par le téléphone qu'on donne nos informations* ».

Les résultats analysés selon le sexe indiquent que 93,0% des hommes ont déjà utilisé un téléphone portable contre seulement 79,5% des femmes.

La probabilité de l'utilisation du téléphone portable augmente légèrement avec l'âge, 83,5% chez les 15-35 ans, 88,5% chez les 36-55 ans et 90,2% pour les 56 ans et plus.

Les enquêtés ont utilisé le téléphone presque chaque jour (69,7%) au cours mois précédant l'enquête. Certains même l'utilisent toutes

les heures (10,7%). Ils l'utilisent le plus pour passer des appels (65,5%). Il sert après pour se connecter dans 11,2% des cas. Ils dépensent en moyenne 1935,2 FCFA pour l'achat de crédit de communication lors d'une semaine typique.

Barrières à l'utilisation du téléphone portable

Pour les enquêtés qui n'ont jamais utilisé le téléphone portable, on leur a demandé la raison principale. Les résultats montrent que la première barrière évoquée est le manque d'argent pour en acheter (24,2%). Ensuite vient le fait de ne pas savoir lire et écrire (20,8%). Pour 15,4% des personnes qui n'utilisent pas le téléphone, c'est le déficit de réseau qui en est la raison (Tableau 7).



Tableau 7 : Raisons de non-utilisation du téléphone portable

Raisons de non-utilisation du téléphone	Total	%
Aucune raison précisée	18	12.1
Autre	4	2.7
Il n'y a pas de lieu pour charger le téléphone	2	1.3
Je n'ai pas d'argent pour acheter du crédit de communication	5	3.4
Je n'ai pas d'argent pour m'acheter un téléphone	36	24.2
Je ne sais pas lire/écrire	31	20.8
Je ne suis pas autorisé à utiliser un téléphone par mon conjoint ou la famille	12	8.1
Je ne vois pas la nécessité d'utiliser un téléphone/ordinateur	12	8.1
L'utilisation d'un téléphone est contre ma culture / religion	6	4.0
Le réseau ne couvre pas le lieu où je vis / travaille	23	15.4
Total	149	100.0

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Bien que cela soit très négligeable, six personnes dont trois (3) femmes et trois (3) hommes ont évoqué le fait que l'utilisation du téléphone soit contre leur culture/religion. On les retrouve à Vonkoro (Bouna), Sokoro (Kimbirila-Nord/Goueya), Kimbirila-Nord, Doropo (2) et Tengréla.

Utilisation de l'ordinateur

L'utilisation de l'ordinateur est en faveur des hommes. 17,9% d'entre eux l'ont déjà fait contre 9,2% des femmes. C'est également que les plus jeunes que l'utilisation de l'ordinateur est relativement plus importante (16,4% chez les 15-35 ans contre 10,6 chez les 36-55 ans ou 9,4% chez les 56 ans et plus). Cela s'explique par le fait que ces technologies sont récentes et plus attractives pour les jeunes.

Le tiers des interviewés ayant déjà utilisé un ordinateur (38,8%) a déclaré n'avoir pas utilisé un ordinateur au cours du mois

précédant l'enquête. Ils sont 25,2% à l'avoir utilisé moins d'une fois par semaine et 21,1% à le faire presque chaque jour.

On a demandé aux personnes qui n'utilisaient pas le portable et/ou l'ordinateur s'ils avoient un téléphone mobile/portable était important pour eux. Trois sur quatre (75,8%) ont répondu par l'affirmative, 13,4% ne se sont pas prononcés et 10,7% ont dit non.

Utilisation de l'internet

Dans l'ensemble, 56,3% des enquêtés n'ont jamais utilisé internet. Tengréla (67,8%) et Kimbirila-Nord/Goueya (62,4%) ont les taux de personnes qui n'ont jamais utilisé l'internet les plus élevés. En revanche, Korhogo et Ouangolodougou se démarquent du lot. Dans ces deux localités, les populations interviewées ont affirmé avoir déjà utilisé internet respectivement à 67,5% et 65,0% (Figure 22).

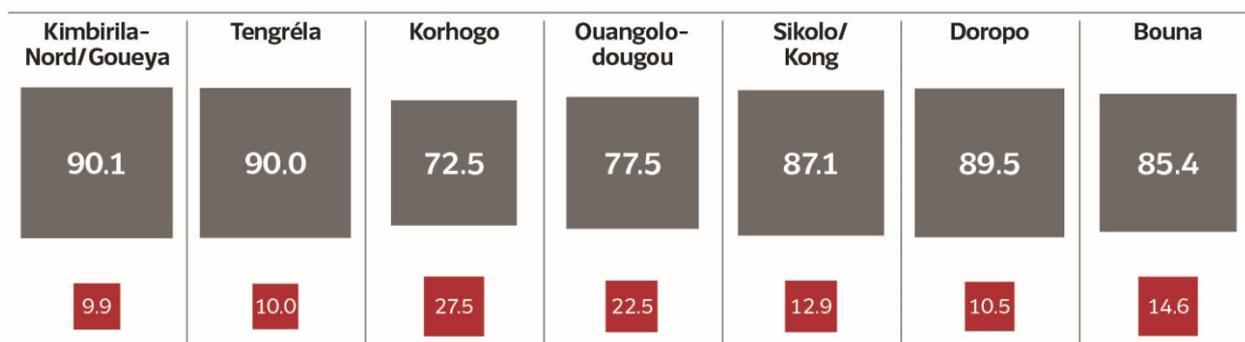


Figure 20 : Utilisation ou non de l'ordinateur par région (%)

Raisons de non-utilisation du téléphone	Total	%
Aucune raison précisée	18	12.1
Autre	4	2.7
Il n'y a pas de lieu pour charger le téléphone	2	1.3
Je n'ai pas d'argent pour acheter du crédit de communication	5	3.4
Je n'ai pas d'argent pour m'acheter un téléphone	36	24.2
Je ne sais pas lire/écrire	31	20.8
Je ne suis pas autorisé à utiliser un téléphone par mon conjoint ou la famille	12	8.1
Je ne vois pas la nécessité d'utiliser un téléphone/ordinateur	12	8.1
L'utilisation d'un téléphone est contre ma culture / religion	6	4.0
Le réseau ne couvre pas le lieu où je vis / travaille	23	15.4
Total	149	100.0



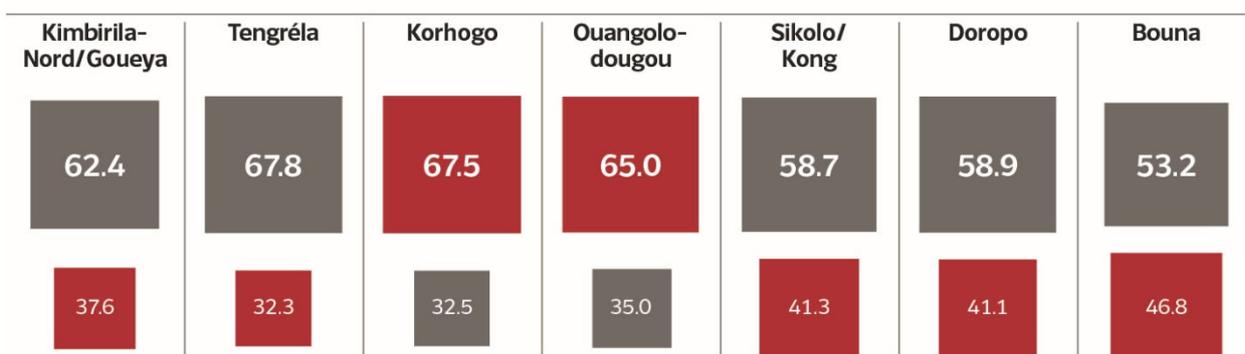
■ Yes ■ No



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Figure 21 : Utilisation ou non d'internet par région


■ Oui ■ Non



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



La non-utilisation de l'internet est très prononcée chez les femmes. Deux tiers d'entre elles (64,7%) n'ont jamais utilisé internet contre 48,0% chez les hommes.

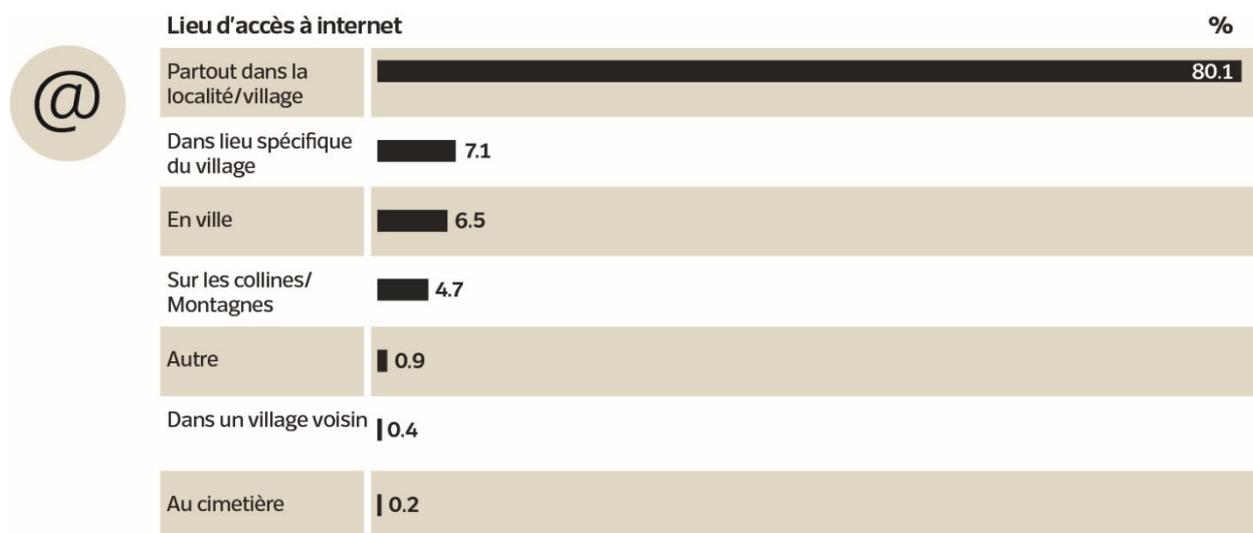
Les jeunes (49,3%) et les personnes en âge de travailler (48,8%) ont le plus recours à l'internet. Les 56 ans et plus sont seulement 25,9% à avoir utilisé l'internet.

Lieu d'accès à l'internet

A la question « Où allez-vous principalement pour vous connecter ? » pour ceux qui utilisent l'internet, huit répondants sur dix (80,1%) ont répondu « partout dans le village ou dans la localité » (Figure 23).

Dans certaines localités, les populations ont accès à internet grâce à des antennes fixées dans le village (Photo 4). C'est ce que LCV explique « Ici, c'est le chef qui a fixé une antenne pour le réseau Ivoirien sur un bois, mais à part ça, il n'y a pas de réseau ivoirien dans le village. C'est chez le chef seulement qu'il y a le réseau ivoirien. La plupart des villageois ont le réseau Ghanéen mais moi j'ai une puce ivoirienne ».

Figure 22 : Lieux d'accès à internet par les populations



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Photo 4: Vue des endroits où le réseau Ghanéen et Ivoirien sont disponibles à Vonkoro



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les répondants ont déclaré avoir utilisé internet presque chaque jour (52,2%), quelques fois par jour (16,3%) et au moins une fois par semaine (15,6%). Dans l'ensemble, l'utilisation de l'internet est quasi-fréquente. Ils vont sur Whatsapp, Messenger (41,6%), pour obtenir des informations (16,1%), et sur les réseaux sociaux, Facebook (12,3%). Au cours d'un mois normal, les enquêtés ayant déclaré utiliser internet dépensent en moyenne 4369,9 FCFA pour l'achat de crédit de connexion selon leurs déclarations.

Barrières à l'utilisation de l'internet

On a demandé à ceux qui n'ont jamais utilisé l'internet les raisons de ce fait. Le quart des personnes concernées (26,4%) n'a pas donné de réponse précise. Parmi ceux qui ont donné une réponse, les raisons évoquées sont principalement le fait ne pas savoir lire et écrire (32,5%) et celui de ne pas avoir de portable adapté pour naviguer (31,6%). En dehors du manque de compétences ou de connaissances qui concentre 13,8% des réponses, les autres réponses sont faiblement citées (Tableau 8).

2.4 Lieu prioritaire d'information

On a demandé aux enquêtés « *Quand vous voulez vous informer en général, où allez-vous*



prioritairement ? ». Le tiers des enquêtés (38,9%) va chez des parents et amis au moment où une enquête sur cinq (21,0%) s'informe via les chaînes nationales. Les réseaux sociaux constituent 12,0% des lieux

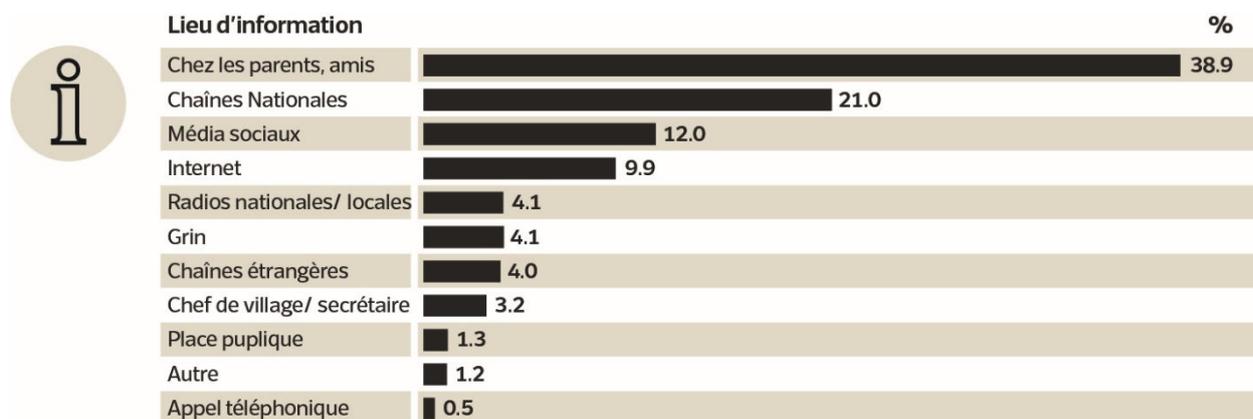
d'information et l'internet sert de lieu d'information à un enquêté sur dix (Figure 24).

Tableau 8 : Raisons de non-utilisation de l'internet

Raisons de non-utilisation de l'internet	Total	%
Aucune raison précisée	161	26.4
Autre	13	2.9
Il n'y a pas de lieu pour aller naviguer	1	0.2
Je crains ce que les gens de ma communauté penseraient	3	0.7
Je n'ai pas de portable adapté pour naviguer	142	31.6
Je ne vois pas la nécessité d'utiliser l'internet	20	4.5
Le réseau ne couvre pas le lieu où je vis / travaille	31	6.9
Les frais de connexion sont élevés	8	1.8
Manque de compétences ou de connaissance	62	13.8
N'est pas utile pour moi	18	4.0
Ne sais pas lire/écrire	146	32.5
Pas d'argent	5	1.1
Total	485	100.0

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Figure 23 : Lieu d'information prioritaire des populations



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

2.5 Vérification des informations reçues

L'analyse des données met en exergue le fait que 55,2% des 1083 personnes interrogées

ont déjà entendu parler de Fake News ou rumeurs. Parmi ceux-là, 32,3% y ont déjà été confronté. Les réactions sont diverses et



éparses allant de ne rien faire à se renseigner auprès de plus sachants.

On a demandé aux enquêtés s'il leur était déjà arrivé de partager une information sans la vérifier. Sur les 1083 répondants, 212 ont répondu par l'affirmative soit 19,6% d'entre eux. Les chiffres sont les mêmes chez les hommes (19,0%) comme chez les femmes (20,1%).

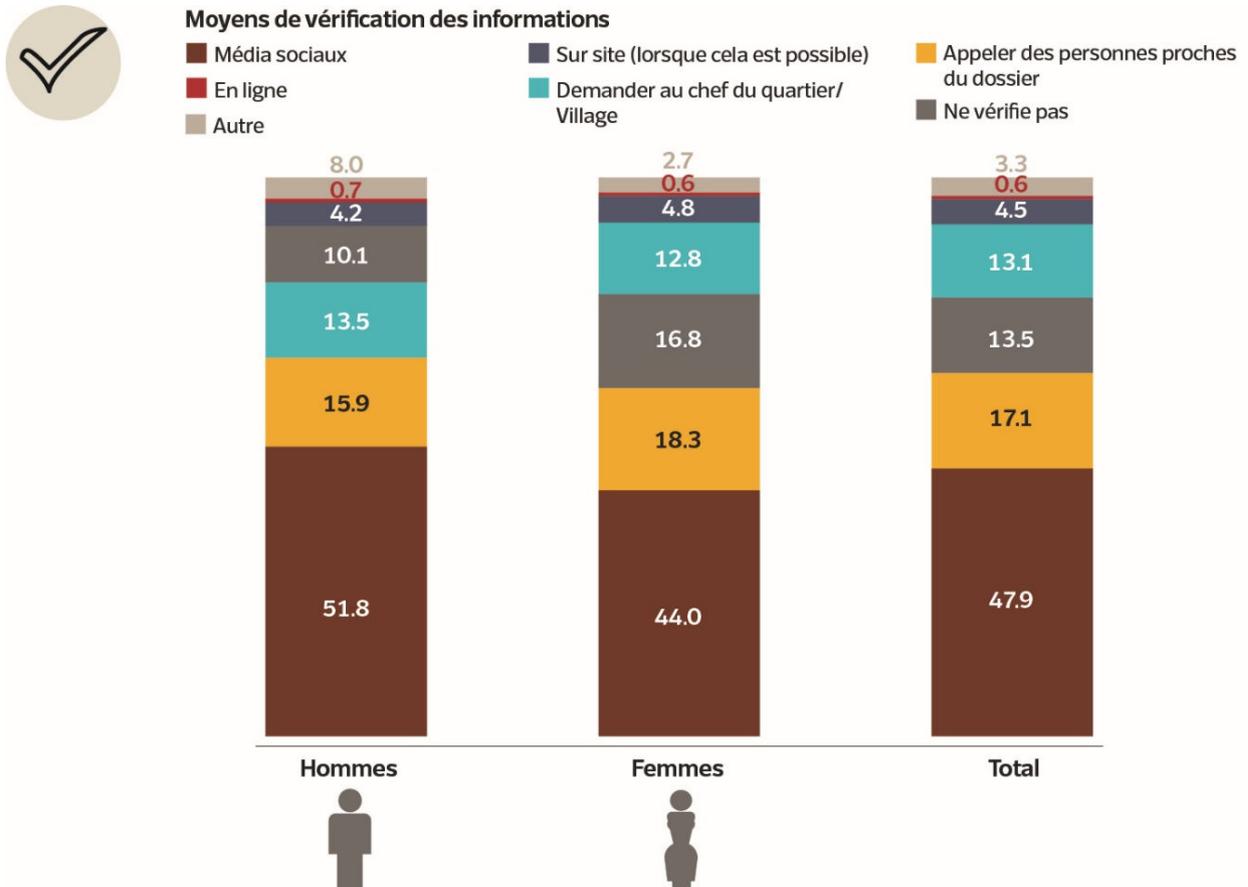
On leur a également posé la question « Comment vous assurez-vous de la véracité des informations que vous recevez ? ». Selon les déclarations, 47,9% des interviewés confrontent plusieurs sources, 17,1% appellent des personnes proches du dossier et 13,1% demandent au chef de village ou quartier. Par contre, 13,5% des personnes interrogées ne vérifient pas les informations qu'elles reçoivent (Figure 25).

Les jeunes de Sikolo confortent cette thèse de confrontation de plusieurs sources dans

leurs déclarations. Lisons S4 « Nous confrontons les informations que nous recevons par plusieurs sources en appelant. On vérifie les informations en tout lieu par appel, on a peur ici des réseaux sociaux car tout ce qui est dessus n'est pas toujours vrai. On préfère les radios, télévisions et les appels téléphoniques. On choisit les chefs de quartiers et ce sont eux qui vont divulguer les informations ; moi je peux donner une information, lui il peut transmettre un message que lui-même, il a entendu. Une autre personne peut lui dire non ce n'est pas comme ça. En ce moment ça peut devenir une causerie de groupe et on échange, et maintenant on trouve une solution ». Son confrère S7 ajoute « On va demander sur le terrain. Nous allons à la source si possible. Par exemple, si on dit qu'il y a un accident là-bas on va voir pour vérifier ». S6 le soutient « Il faut aller sur les lieux pour bien se renseigner » (Focus Group Jeunes Sikolo).



Figure 24: Moyens de vérification des informations par genre (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Il n’y a pas de différences selon le sexe et selon le groupe d’âges en termes de traitement d’informations reçues.

Selon la femme **P6** « Si on veut connaître la justesse d’une information, on se rend chez la présidente des femmes. Si c’est un problème du village, on peut partir chez la présidente pour lui demander. En dehors de cela, on regarde le journal à la télévision ». Pour sa consœur **P9** « Tu fais appel, tu peux demander quand tu vas au marché » (Focus Group Femmes Kimbirila). **DB6** ajoute « Si on entend par exemple une nouvelle d’Abidjan, on appelle un parent qui est à Abidjan pour dire voilà ce qu’on a appris est ce que

c’est vrai » (Focus Group Femmes Débété). Pour une femme de Manogota « On vérifie les informations par la bouche des femmes ». Certaines se réfèrent à la radio pour vérifier les informations comme le mentionne **M7** « Pour vérifier qu’une information reçue est vrai, c’est à la radio de Kong ».

Contrairement à ceux qui appellent, certains voient les choses plus simplement. Lisons **V9** « Si quelqu’un vient dire quelque chose à quelqu’un et puis un autre vient dire la même chose c’est que c’est vrai, mais si elle a fini et puis personne ne parle de ça c’est que c’est faux ».

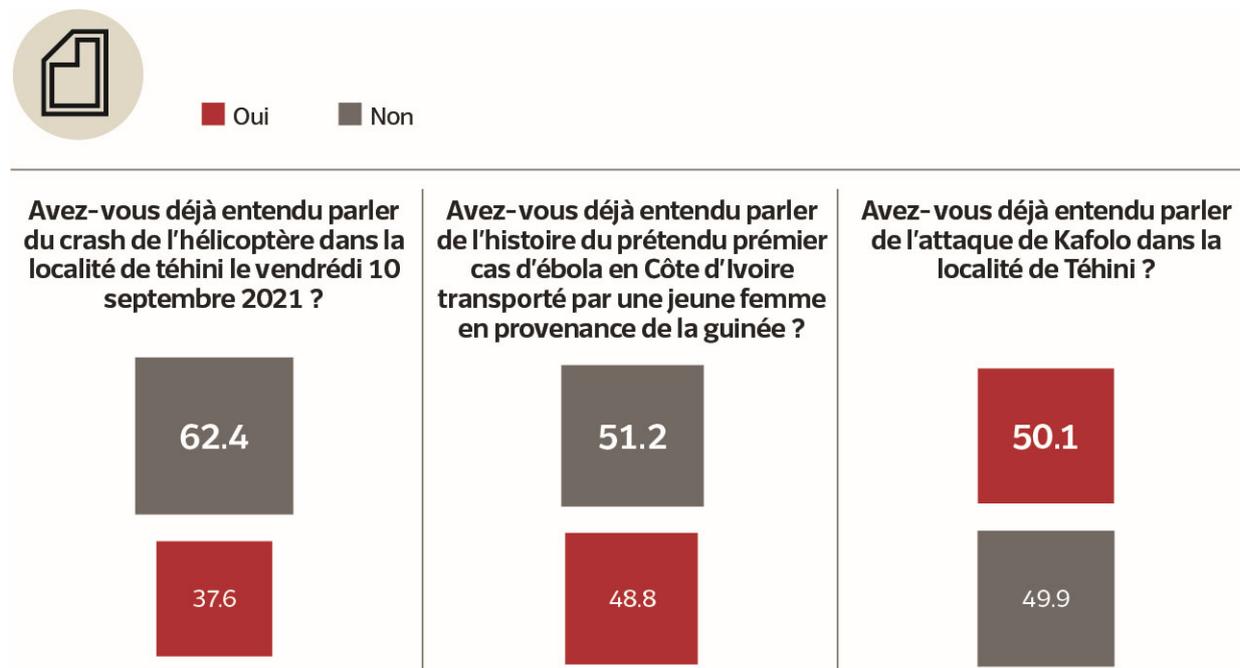


2.6 Informations sur les événements des régions frontalières Nord

Trois questions relatives à des événements qui se sont déroulées dans les régions frontalières Nord quelques temps avant la collecte de données et qui ont fait l'objet de médiatisation ont été posées aux enquêtés. L'idée était de savoir s'ils en étaient informés, le canal de leur information et la réaction que cela a suscité chez eux. Le crash d'un hélicoptère à Togolokaye est connu seulement par le

tiers des répondants (37,6%). S'agissant du prétendu premier cas de virus Ebola en Côte d'Ivoire transportée par une jeune femme qui a traversé la frontière en provenance de la Guinée et de l'attaque de Kafolo dans le département de Téhini, la moitié des enquêtés en ont eu connaissance avec des taux respectifs de 48,8% et 50,1% (Figure 26).

Figure 25 : Connaissance ou non sur les événements des régions frontalières Nord



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Regardé par région, on réalise que le crash de l'hélicoptère est moins connu à Kimbirila-Nord où seulement 16,6% des enquêtés ont entendu parler. D'ailleurs lors des discussions, les participantes ont toutes affirmé ne pas en avoir entendu parler « *Nous n'avons rien entendu de cela* » ont-elles dit. A Danoa, voici les réactions des femmes sur les événements D1 « *Non non, je n'ai pas appris ça* », D8 « *Non non, je viens d'apprendre ça*

comme ça même, hum !!! », D4 « *Nous tous, on n'a pas appris ça, hein !! Hum !!* » (Focus Group Femmes Danoa).

Pour ce qui concerne le prétendu cas de virus Ebola, il est moins connu à Sikolo/Kong (30,3%). Tengréla et Kimbirila-Nord sont les plus ignorants de l'attaque de Kafolo avec respectivement 28,3% et 31,5% des



répondants de ces deux régions qui ont déclaré en avoir entendu parler.

Pour ces trois évènements, la télévision constitue le premier moyen d'information des populations. Pour le crash d'un hélicoptère à Togolokaye dans le département de Téhini, 20,6% en ont eu connaissance grâce à la télévision, 16,2% via les réseaux sociaux et 13,8% de bouche à oreille. En ce qui concerne le prétendu premier cas de virus Ebola en Côte d'Ivoire transportée par une jeune femme qui a traversé la frontière en provenance de la Guinée, ils sont 37,4% à en avoir eu connaissance à travers la télévision, 14,6% par la radio et 11,2% dans les grins. Relativement à l'attaque de Kafolo dans le département de Téhini, la télévision a été citée par 22,7% des répondants comme leur source d'information, 13,8% en ont eu connaissance de bouche à oreille et 12,9% par le biais des réseaux sociaux. Globalement, c'est donc à travers la télévision, les réseaux sociaux, le bouche à oreille et la radio que les populations ont la première information sur les évènements qui se déroulent dans les régions frontalières.

Les femmes semblent discriminées en termes de connaissance des évènements évoqués plus haut. Dans presque toutes les régions de l'étude et pour chacun des évènements, quand il y a une différence notable entre les

hommes et les femmes, elle est autour de 20 points et cela en défaveur des femmes en termes de connaissance de l'évènement.

La peur est le sentiment le plus partagé par les populations lors de ces évènements. Elle a constitué 63,1% des réactions pour le crash de l'hélicoptère, 68,4% pour le prétendu virus Ebola et 77,3% pour l'attaque de Kafolo.

Durant les discussions, ce sont les hommes qui ont montré un peu plus d'information sur les évènements. Lisons K11 « *On a su ça dans portable, sur internet* ». K10 ajoute « *Toute la population a appris l'information, elle était inquiète parce que nos frontières sont délaissées et le contrôle n'est pas de qualité et en tout cas, on ne sait pas à quelle position nous sommes, vraiment si l'Etat pouvait renforcer la sécurité, ça allait être un plaisir pour la population. Pour dire la vérité, les forces cherchent à racketter donc on ne leur fait pas confiance* » (Focus Group Jeunes Kalamon).

2.7 Transmission des informations

Les populations utilisent plusieurs canaux pour transmettre les informations. Le canal de transmission le plus utilisé par les enquêtés est le bouche à oreille (55,6%). Les femmes (62,5%) ont le plus recours à ce canal que les hommes (48,8%). Les interviewés utilisent dans une moindre mesure les appels téléphoniques (14,6%) pour s'informer (Figure 27).

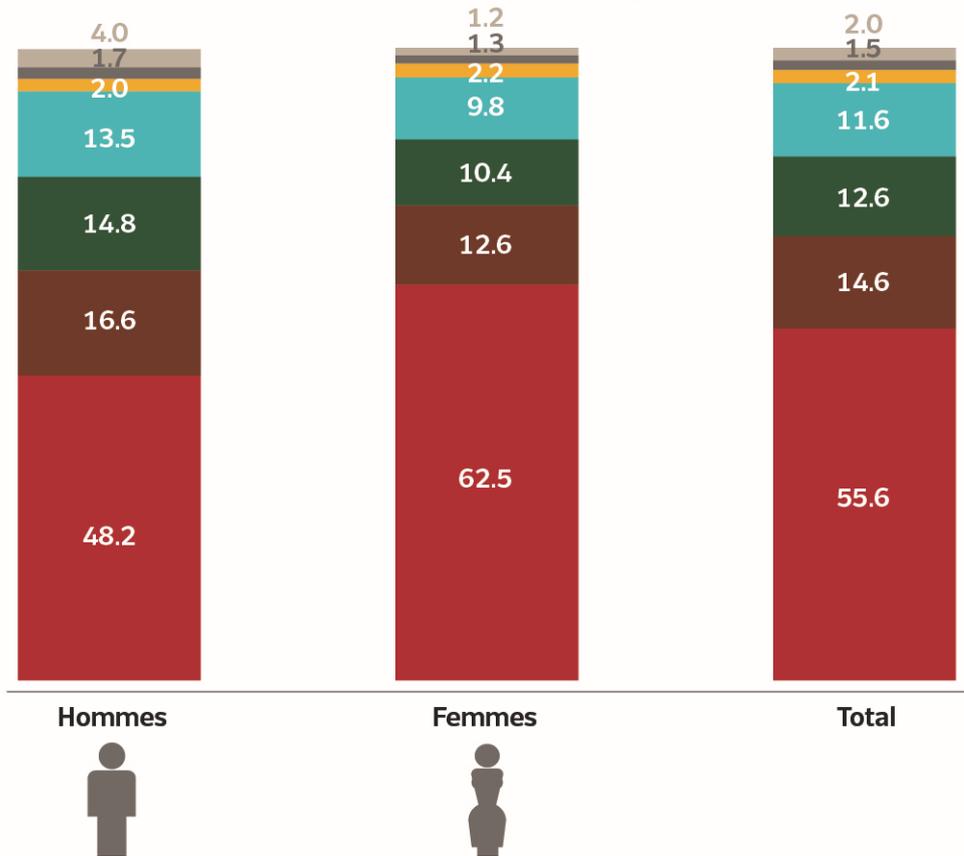


Figure 26 : Canaux utilisés pour transmettre les informations



Canaux utilisés pour transmettre les informations

- Bouche à oreille
- Média sociaux
- Envoie de SMS
- Appel téléphoniques
- Grin
- Je partage pas d'information
- Autre



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les enquêtés utilisent également les grins (12,6%) pour transmettre les informations. Ce canal est sollicité par 10,4% des femmes et 14,8% des hommes (Figure 27).

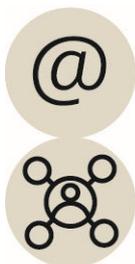
Communication via l'internet et les réseaux sociaux

Les enquêtés qui ont déjà utilisé l'internet ont été interrogés sur la fréquence

d'utilisation de l'internet et des réseaux sociaux pour communiquer. Plus de la moitié ont déclaré presque chaque jour pour l'internet (56,2%) et les réseaux sociaux (59,5%). Si on ajoute à ceux-là ceux qui le font au moins une fois par semaine, les taux dépassent les 80,0% (Figure 28).

Figure 27 : Fréquence d'utilisation de l'internet et des réseaux sociaux pour communiquer

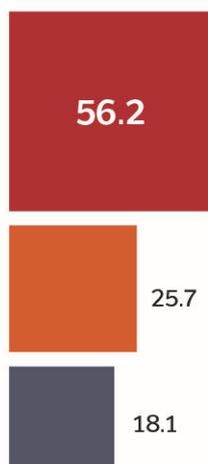




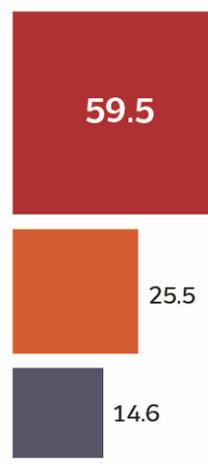
Fréquence de communication des informations

- Presque chaque jour
- Au moins une fois par semaine
- Moins d'une fois par semaine

A quelle fréquence utilisez-vous internet pour communiquer ? %



A quelle fréquence utilisez-vous les réseaux sociaux pour communiquer ? %



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les hommes sont plus enclins à utiliser l'internet pour communiquer. Ils sont 64,9% à le faire contre 52,3% des femmes. Les chiffres sont dans la même tendance que pour les réseaux sociaux où les hommes sont 61,2% contre 48,7% des femmes.

Réaction face aux SMS de personnes inconnues

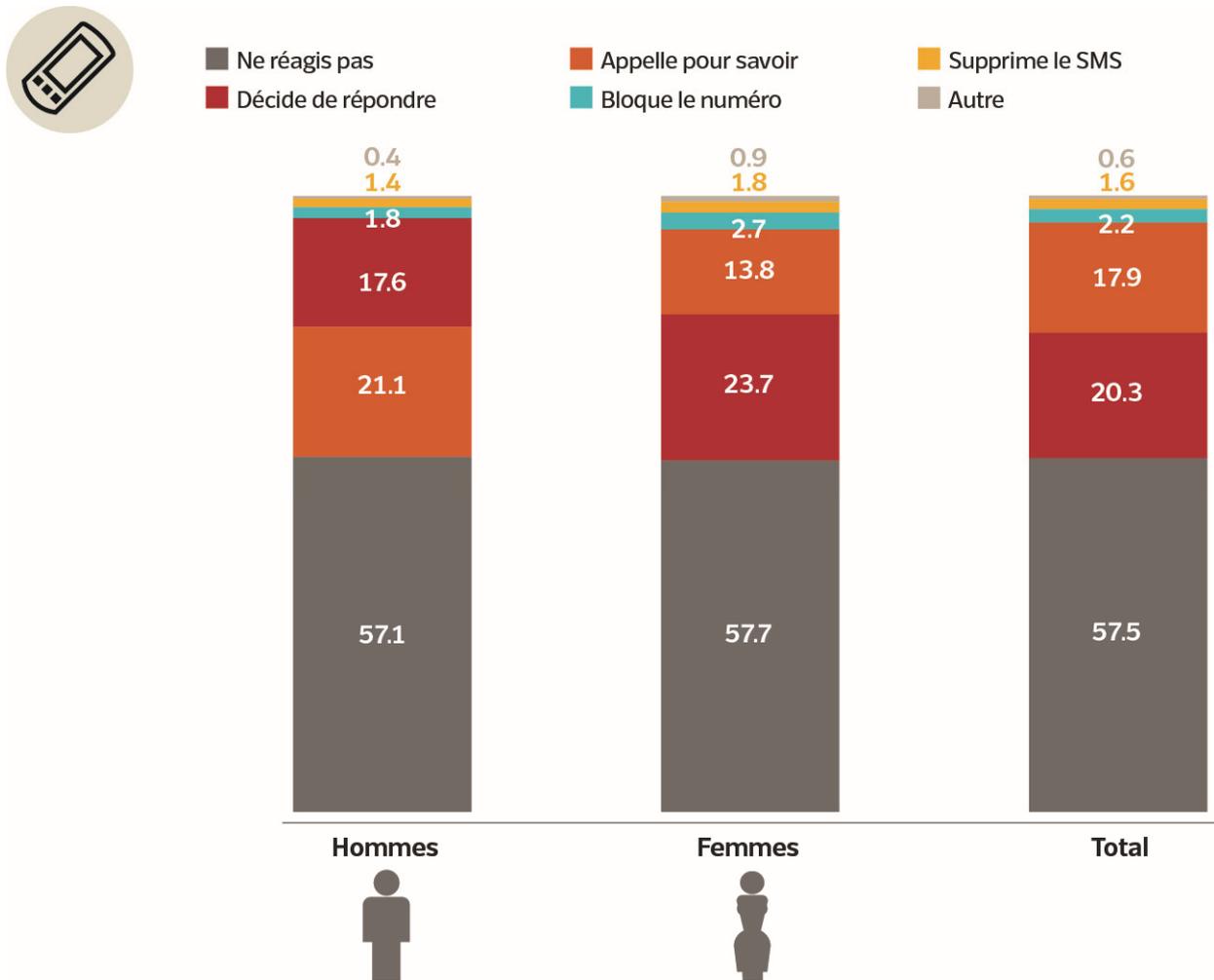
Plus de la moitié des 508 personnes répondantes (57,5%) à la question sur les

SMS ont déclaré ne pas donner de suite aux SMS de personnes inconnues. 20,3% décident de répondre et 17,9% appellent pour savoir à qui elles ont affaire. Les comportements sont similaires pour les hommes comme pour les femmes (Figure 29).

L'étude a consacré une section à l'acquisition de l'information et la communication dans la localité. Elle vise à identifier les moyens d'accès à l'information, les acteurs de l'information ainsi que les espaces et les langues de communication.



Figure 28 : Réaction face au SMS de personnes inconnues



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

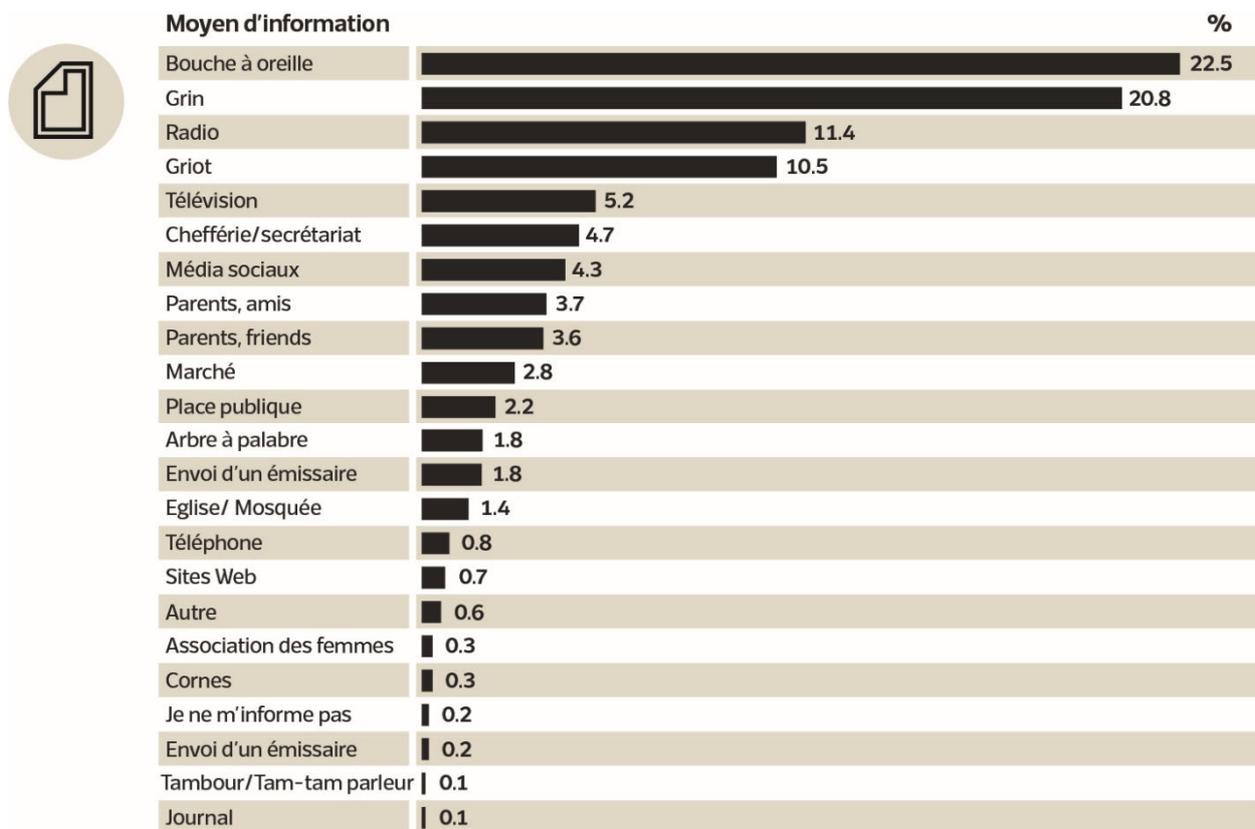
2.8 Moyens d'accès à l'information dans la localité

Dans les localités visitées, **le bouche à oreille (22,5%) et le grin (20,8%) restent les moyens par lesquels les populations accèdent le plus à l'information.** La radio (11,4%) et le Griot (10,5%), viennent ensuite.

Contrairement à l'information en général où la télévision constituait la source du tiers des enquêtés, elle obtient un faible taux de recours (5,2%) quand il s'agit de l'information dans la localité (Figure 30).



Figure 29 : Moyens d'information dans la localité (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Les résultats par région indiquent qu'à Doropo et à Bouna, respectivement 37,2% et 31,9% des enquêtés accèdent à l'information par le bouche à oreille. A Kimbirila-Nord/Goueya, c'est le grin (59,1%) qui est le plus utilisé pour

s'informer. Les griots par contre servent plus de source d'information des populations à Sikolo/Kong (32,3%). Le quart des populations de Korhogo et Ouangolodougou (26,3%) s'informe également par leur biais (tableau 9).



Tableau 9 : Moyens d'information dans la localité par région

Moyens d'information	Régions														Total	
	Bouna		Doropo		Kimbirila-Nord/Goueya		Korhogo		Ouangolo		Sikolo/Kong		Tengréla		Eff	%
	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%		
A l'association des femmes	0	0.0	1	0.5	3	1.7	0	0.0	0	1.3	1	0.5	0	0.0	6	0.6
A l'Eglise/Mosquée	2	1.2	4	2.1	6	3.3	3	3.8	0	0.0	2	1.0	3	1.7	20	1.8
A la radio	35	20.5	26	13.7	4	2.2	12	15.0	12	15.0	7	3.5	28	15.6	124	11.4
A la télévision	6	3.5	10	5.3	15	8.3	5	6.3	1	1.3	3	1.5	16	8.9	56	5.2
A travers le téléphone	3	1.8	6	3.2	1	0.6	3	3.8	0	0.0	2	1.0	0	0.0	15	1.4
Au Grin	10	5.8	7	3.7	107	59.1	8	10.0	3	3.8	21	10.4	69	38.3	225	20.8
Au marché	10	5.8	10	5.3	6	3.3	4	5.0	3	3.8	4	2.0	2	1.1	39	3.6
Autre	0	0.0	1	0.5	3	1.7	0	0.0	2	2.5	0	0.0	2	1.1	8	0.7
Dans le Journal	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.1
De bouche à oreille	54	31.6	72	37.9	11	6.1	21	26.3	21	26.3	43	21.4	22	12.2	244	22.5
Eglise/Mosquée	0	0.0	2	1.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.2
Envoi d'un émissaire	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.2
Je ne m'informe pas	0	0.0	1	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.0	0	0.0	3	0.3
Par l'Envoi d'un émissaire	6	3.5	2	1.1	0	0.0	3	3.8	1	1.3	7	3.5	0	0.0	19	1.8
Par la chefferie, le secrétaire	2	1.2	10	5.3	9	5.0	1	1.3	1	1.3	27	13.4	1	0.6	51	4.7
Par la Corne	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	1.7	3	0.3
Par le Griot	10	0.0	4	0.0	0	0.0	9	0.0	21	26.3	65	32.3	5	1.7	114	0.3
Par le Tambour/Tam Tam parleur	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.1
Par les parents, amis	6	3.5	7	3.7	8	4.4	0	0.0	2	2.5	9	4.5	8	4.4	40	3.7
Sous l'arbre à palabre	11	6.4	11	5.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.5	1	0.6	24	2.2
Sur la place publique	9	5.3	7	3.7	1	0.6	1	1.3	1	1.3	5	2.5	6	3.3	30	2.8
Sur les Réseaux sociaux	3	1.8	8	4.2	5	2.8	10	12.5	9	11.3	1	0.5	11	6.1	47	4.3
Sur les Sites internet	0	0.0	1	0.5	2	1.1	0	0.0	2	2.5	1	0.5	3	1.7	9	0.8
Total	171	100	190	100	181	100	80	100	80	100	201	100	180	100	1,083	100

Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



2.9 Langues de communication dans la localité

Dans l'ensemble des régions frontalières Nord, le Malinké (32,7%) est la langue prédominante de communication, suivie de Dioula (28,2%)². Après ces deux langues maternelles, vient le français (Figure 31).

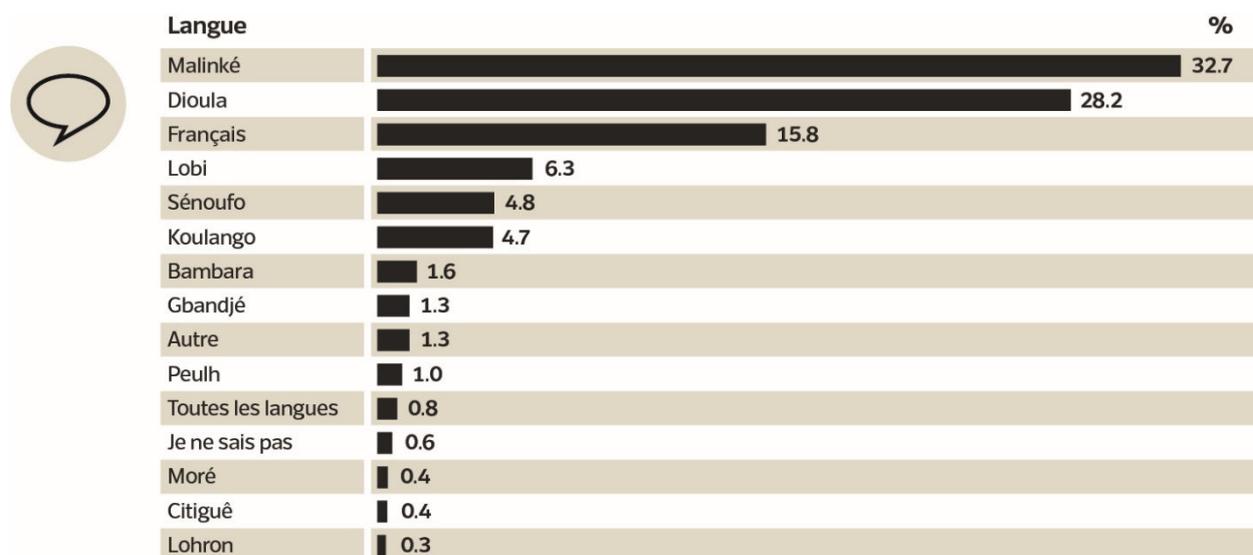
L'analyse selon la région montre que le Malinké, le Dioula et le Français sont utilisés en premier ressort dans toutes les localités de l'étude pour la communication. Cependant, le recours au malinké est plus prononcé à Sikolo/Kong (54,2%), Ouangolodougou (47,5%) et à Korhogo (43,8%). En revanche, le Koulango semble

plus présent à Doropo (16,3%) et Bouna (11,7%).

2.10 Utilisation des moyens traditionnels d'information et de communication

On a demandé aux enquêtés s'ils faisaient partie d'un grin, un espace où ils vont s'informer. Deux répondants sur cinq (42,7%) ont répondu par l'affirmative. La participation à un rassemblement sous l'arbre à palabre est encore plus faible. Seulement un enquêté sur cinq (20,6%) y a déjà été (Figure 32).

Figure 30 : Langues utilisées pour la communication (%)



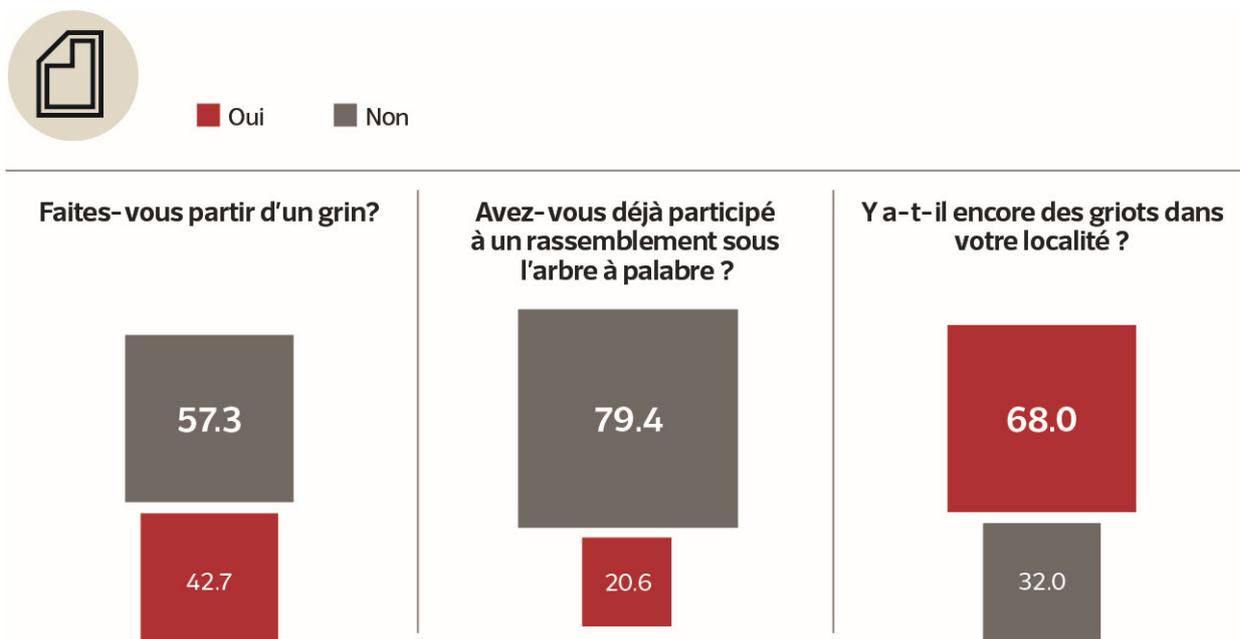
Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

² Selon les répondants, le Dioula diffère du Malinké. Le Dioula est une langue commerciale accessible à

tous. Le Malinké est plus lourd, il n'est donc pas compris par tous.



Figure 31 : Recours aux moyens traditionnels d'information et de communication (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Ceux qui fréquentent les grins y vont de manière régulière. En effet, 57,6% des personnes qui appartiennent à un grin y vont 7 fois dans la semaine. En moyenne, ils pratiquent le grin 5,2 [5,02-5,44] fois par semaine. S'agissant des rassemblements sous l'arbre à palabre, la participation dans le mois est plus faible. Le nombre moyen de rassemblements auxquels les enquêtés ont pris part dans le mois est de 2,3 [1,88-2,75].

L'existence des griots reste relativement importante dans la région frontalière Nord. Deux tiers des répondants (68,0%) ont déclaré qu'on les y trouvait dans leur localité (Figure 32).

2.11 Espaces d'échanges d'informations et accès à l'information

Les réponses fournies par les femmes et les hommes sont quasi identiques en ce qui concerne l'existence d'espaces d'échanges d'informations ainsi que des personnes privilégiées ou marginalisées en matière d'accès à l'information dans leur localité. Cette concordance confirme la véracité des déclarations. Dans l'ensemble, 63,6% des répondants ont affirmé que des espaces d'échanges d'information existaient dans leur localité (Figure 33).

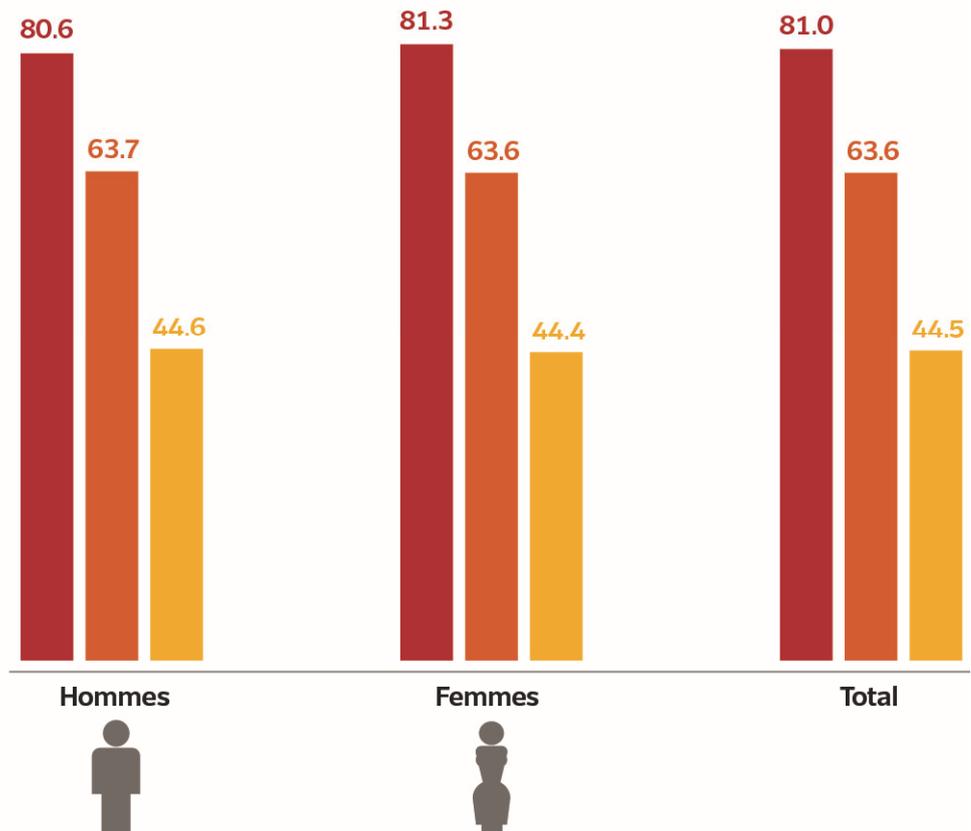
Doropo est la zone la plus mal lotie en la matière. En effet, seulement 48,9% des répondants ont affirmé l'existence d'espaces d'échanges d'information dans leur localité au moment où Tengréla (79,4%) et Korhogo (76,3%), les chiffres sont nettement élevés.



Figure 32 : Réponses affirmatives sur l'existence d'espaces de communication et de privilégiés ou de défavorisés dans l'accès à l'information (%)



- Y a-t-il des espaces d'échanges d'information dans votre localité ?
- Dans votre communauté, existe-il des personnes qui ont toujours les informations en premier ?
- Dans votre communauté, y a-t-il des personnes qui accèdent difficilement aux informations ?



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Selon les entretiens réalisés, les espaces d'informations sont divers. Très souvent, ce sont les lieux d'habitation des leaders communautaires qui servent de cadre d'information. C'est ce que nous relate **CS** « Nos espaces ici, ce n'est pas trop. Il y a un espace chez le chef, chez le président des jeunes, mais la majorité du temps c'est chez le chef », **MD** ajoute « On se réunit chez le président des jeunes ou pour les femmes chez la présidente des femmes. On échange chaque un mois, si on se réunit dans ce mois ; faut que le président décide, c'est le président des jeunes qui nous appelle. S'il y a un problème on règle chez le chef

du village ou chez le président des jeunes ». **ZK** ajoute « Les lieux d'information sont chez le chef du village ou son secrétaire » et le président des jeunes. **SV** renchérit « Les lieux d'information et de communication, c'est chez moi ou chez le chef canton quand cela dépasse mes compétences ». Outre cela, il y'a également les grins, les places publiques, les mosquées, les écoles, les kiosques, les hôpitaux...comme espaces de communication (photo 5).

Lisons **DF** « Il y'a ça ici, il y'a grin, les gens vont là-bas pour avoir les informations, il y en a beaucoup comme ça ici ». **MK** ajoute « Ici, il y a le grin des jeunes pour échanger, pour changer



notre avenir. On fait des causeries pour se comprendre et partager des idées, bon !!! On a l'école, ce sont les deux coins où on fait les réunions ». **OB** complète « On va à l'hôpital, à la mosquée, souvent quand on va aux champs, on se donne les informations, souvent quand on va au marigot aussi ». **SI** confirme la diversité des espaces « Au kiosque, les jeunes viennent aussi, s'il y a un mariage aussi là, au kiosque on donne les informations ».

Photo 5: Vue d'espaces d'informations, mosquée de Sokoro et un grin à Goueya



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

D'après les déclarations des enquêtés, toutes les ethnies ont accès aux espaces d'informations dans 85,5% des cas et eux même dans 88,5% des réponses. C'est ce qu'atteste **KI** « D'abord on a chez le chef du village, le foyer, bon ! Souvent on a à l'école. **Ces**

lieux sont ouverts à tout le monde, à tous les ethnies, Koulango, Mossi, Lobi, les Peulhs, les Mauritiens et les Dagarés pas de différence entre nous, même mère, même père ». **V6** confirme « Tout le monde peut aller chez le chef pour avoir l'information ». Cependant dans certaines localités comme Kimbirila-Nord/Goueya 45,5% des répondants ont déclaré que toutes les ethnies n'ont pas accès aux espaces d'informations. Un participant à un entretien de cette région explique « C'est chez le chef de village et mosquée. C'est ouvert **sauf si tu n'es pas musulman** ».

Pour 81,0% des interviewés, il existe des personnes qui ont toujours en premier les informations. En revanche, 44,5% ont attesté que des personnes avaient également difficilement accès aux informations (Figure 24).

Les hommes et les femmes décrivent la même réalité. Mais à Tengréla, on a la plus grande proportion d'interviewés (95,0%) qui affirment que la primeur de l'information est réservée à des personnes, le plus bas chiffre se retrouvant à Doropo (60,5%).

La situation des personnes qui accèdent difficilement à l'information est meilleure dans les zones de Sikolo/Kong et Tengréla. C'est respectivement seulement 34,3% et 36,7% de personnes qui en sont concernées.

2.12 Existence de communications spécifiques à la prévention et à la gestion des conflits

On a demandé aux enquêtés s'il existait dans leur localité des communications faites spécifiquement pour prévenir les violences et les conflits. Plus de sept répondants sur dix (74,2%) ont affirmé qu'il existait des moyens de communication pour prévenir les conflits. Le chiffre baisse à 55,6% quand il s'agit de la communication faite dans le but de prévenir le radicalisme religieux (Figure 34). Pour



l'existence d'une communication en vue de prévenir la violence, 79,2% des enquêtés ont répondu Oui. La quasi-totalité des répondants (92,4%) a attesté qu'en cas de conflits, une communication faite pour apaiser les tensions existait dans leur localité.

Les réponses sont quasi similaires pour les femmes et les hommes.

Pour l'existence d'une communication visant à prévenir les conflits, c'est à Tengréla (87,2%) que les enquêtés ont le plus répondu par l'affirmative. En revanche, le pourcentage est très faible à Doropo (44,7%). S'agissant de la communication visant à prévenir le radicalisme religieux, Tengréla (73,9%), Korhogo (65,0%) et Ouangolodougou sont les mieux logés. Là également, Doropo est la mal lotie avec seulement 31,6% de

déclarations affirmatives. 88,3% des enquêtés de Tengréla ont affirmé qu'il existe une communication dans le but de prévenir la violence contre seulement 56,3% des interviewés de Doropo. La quasi-totalité des enquêtés de chaque région a attesté qu'en cas de conflits, la communication pour créer l'apaisement existait.

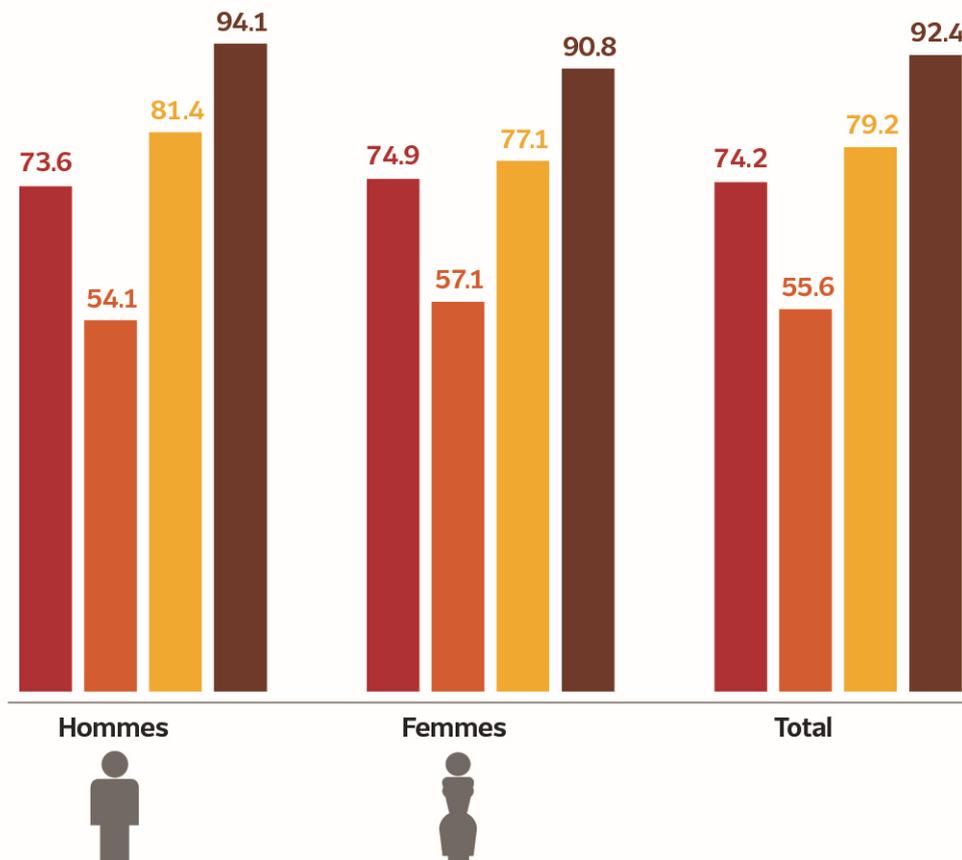
La gestion des conflits se fait majoritairement à la royauté ou à la chefferie y compris chez le secrétaire du chef ou le président des jeunes (42,2%), sous l'arbre à palabre (15,7%) ou au grin (12,7%). La création du dialogue entre les deux parties a recueilli également 10,3% des avis. Les autres approches de communication sont faiblement utilisées pour gérer les conflits (Figure 35).



Figure 33 : Réponses affirmatives sur l'existence de communications spécifiques (%)



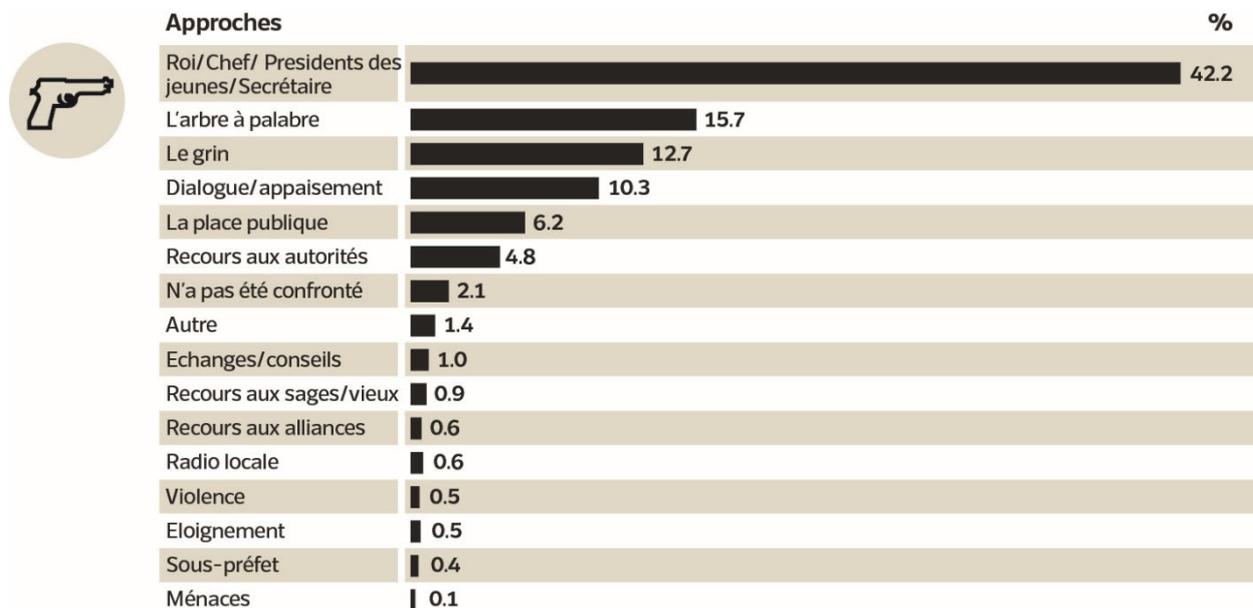
- Existe-t-il une communication faite dans le but de prévenir les conflits dans votre localité ?
- Existe-t-il une communication faite dans le but de prévenir le radicalisme religieux chez vous ?
- Existe-t-il une communication faite dans le but de prévenir la violence dans votre localité ?
- En cas de conflit dans votre localité, existe-il une communication faite pour apaiser les tensions?



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021



Figure 34 : Approches de communications utilisées pour gérer les conflits (%)



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI 2021

Le recours au roi, à la chefferie est la première approche de communication pour le règlement des conflits. Les entretiens expliquent ce fait. Lisons les propos d'une présidente des femmes « Si toi seule tu peux régler, tu fais, on appelle d'autres personnes quand c'est dur. On commence dans la famille pour régler mais si e n'est pas bon, on envoie ça chez le chef et il appelle les autres pour régler » (Focus Group Femmes Kimbirila-Nord).

ZV abonde dans le même sens « S'il y a un problème qui vient, par exemple vous êtes venus au village ici, ils ont appelé les notables pour venir vous accueillir, c'est comme ça on fait. On envoie un enfant pour appeler les notables ». **KF** complète « On est toujours allé chez le roi pour régler les palabres, c'est lui qui parle et tout le monde écoute. C'est lui qui règle les conflits, les palabres oh !! Tout ça, on gère chez le roi ici. Il leur parle d'une manière et puis ça passe et tout le monde est content ». **BY** ajoute « Si c'est la terre, on voit le chef et puis la terre appartient au chef donc personne ne peut dire que la terre là lui appartient. Ici, c'est le chef qui décide à qui donner la terre ». Le chef du village **BO**

confirme « Si, il y a palabre je les appelle pour venir parler avec eux, villageois comme étrangers car il faut qu'ils s'entendent pour vivre ensemble ».

Outre la chefferie, il y a l'arbre à palabre et les grins. **VK** nous parle de ces approches de communication pour le règlement des conflits « Ici il y a un grin des notables, s'il a un problème de notable, c'est chez le chef qu'on règle ce problème. Ici notre grin c'est chez le président des jeunes ; s'il y a un problème on part se réunir là-bas ». **DV** ajoute « On va au grin et on règle ça par le dialogue ». Parlant de l'arbre à palabre, **DY** dit ceci « Aaaah ici là, on va sous l'arbre à palabre pour régler ça ». **FM** abonde dans le même sens « Pour régler les conflits, on s'assoit sous l'arbre à palabre pour discuter pour dire celui-ci ou celle-ci a raison ou pas et tu acceptes la décision qui a été dite ». Les lieux de règlement de conflits ont une valeur pour les populations qui tiennent à avoir toujours ce genre d'espaces. Lisons **BA** « Avant, on partait sous l'arbre à palabre pour régler les problèmes mais quand les gens voulaient faire la route ils ont coupé l'arbre là



donc les chefs ont créé un appatam, c'est là on règle les palabres maintenant ».

Prôner le dialogue entre les parties belligérantes dans le cadre de la gestion des conflits est confirmé par les entretiens. C'est ce qu'affirme CS « Depuis temps d'Houphouët, si y'a palabre entre deux personnes, on les appelle pour dire ils vont mettre les mains ensemble, faut pas ils vont faire palabre. La même chose se poursuit ici ». On commence d'abord par appeler les personnes en conflit au pardon et à la tolérance. Selon KS « Lorsqu'il y a conflits, je viens leur demander pardon d'arrêter ». BM ajoute « Je les appelle, je parle avec elles pour que la paix vienne, pour qu'il n'y ait plus de dispute ». SA renchérit « Je demande pardon pour qu'elles laissent tomber. Je vais dans la maison où il y a conflit ».

Le recours aux autorités dont la gendarmerie constitue seulement 4,8% des déclarations. Il n'intervient qu'en cas de gravité du conflit. C'est ce que nous dit JK « Ça dépend du niveau de conflit. S'il y a palabre grave, c'est la gendarmerie et la justice qui règlent cela ». DF ajoute « C'est nous-mêmes on s'assoit pour régler, maintenant si ça va pas, on va voir les autorités, on se rencontre avec le chef de la brigade ». FY confirme ce fait « On s'assoit chez le chef du village pour régler mais quand ça

ne va pas on fait appel au sous-préfet et quand ça ne va pas du tout on va à la gendarmerie ».

Seulement 6,2% des enquêtés ont cité les places publiques comme moyen de communication pour régler les conflits. Ces places publiques occupent parfois une place de choix dans certaines localités (photo 6).

Photo 6: Vue de la place publique de Féni



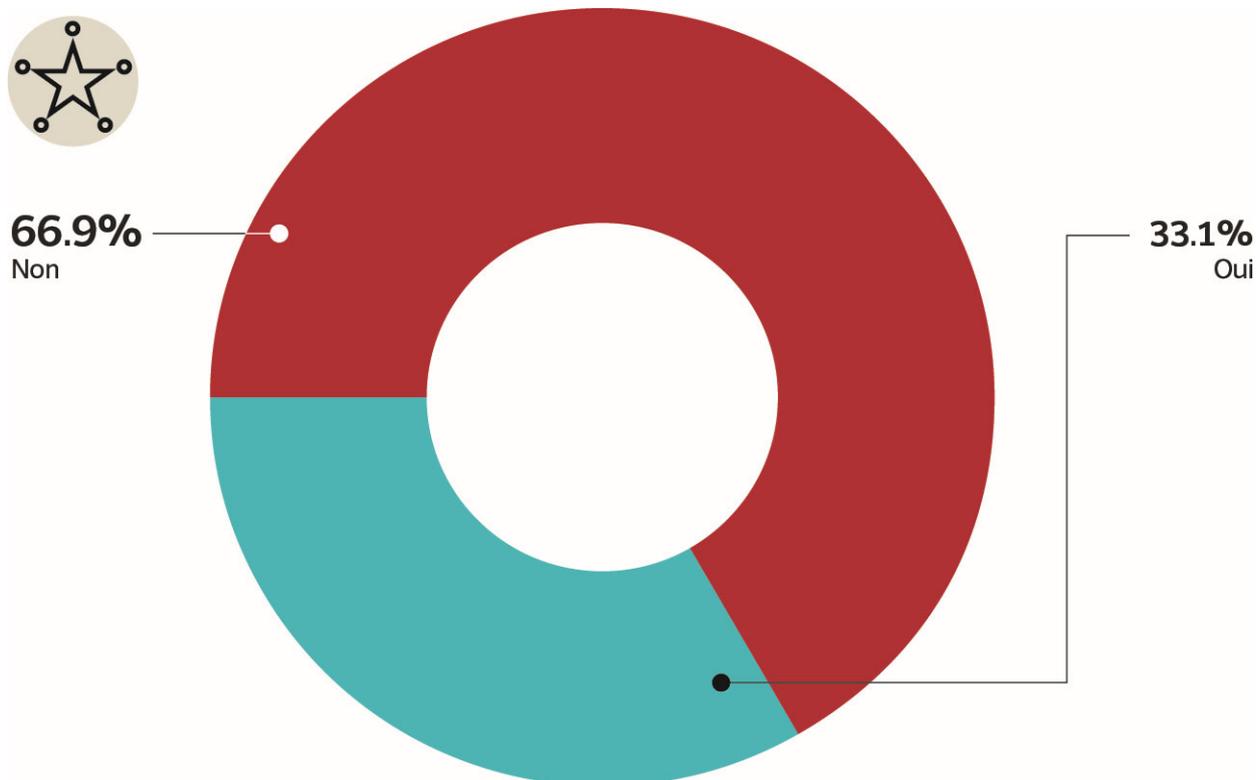
Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI2021

2.13 Rôle joué dans le processus de communication

Avez-vous un rôle à jouer dans le processus de communication au sein de votre communauté ? Telle était la question posée aux répondants de cette étude. Deux tiers d'entre eux (66,9%) ont affirmé ne pas avoir de rôle à jouer dans le processus de communication au sein de leur communauté (Figure 36).



Figure 35: Répartition des enquêtés selon qu'ils ont ou non un rôle à jouer dans le processus de communication de leur communauté



Source : Étude Écosystème de communication R4P, EAI2021

L'une des raisons avancées pour justifier la réponse négative de plusieurs réside dans place donnée aux femmes dans les localités.

Lisons **BD** « Avant que les femmes ne parlent, il faut que ça passe forcément par les hommes et les femmes ne peuvent pas se lever elles-mêmes pour donner l'information. Il faut qu'il y ait réunion entre les hommes avant que les femmes ne prennent la parole. Ici les femmes ne participent pas aux prises de décision, quand il y a les informations, on leur dit ».

BK ajoute « Bon, ici s'il y a informations le chef donne à la présidente des femmes et puis elle va réunir toutes les femmes pour donner les informations ou bien s'il y a problème entre les

femmes aussi elles vont chez la présidente pour régler ça mais problème de tout le village **on ne met pas les femmes dedans c'est uniquement le chef et ses notables, pas de femmes** ». **VI** poursuit « Quand il y a un problème à la chefferie ce sont les jeunes seulement on appelle pour régler avec les chefs, **les femmes ne vont pas, les femmes n'ont aucune influence dans notre communauté** ». **V9** poursuit « S'il y a quelque chose chez les femmes on peut aller chez le roi mais quand c'est pour les autres, les femmes ne vont pas, mais elles viennent chez la présidente. Ici, ce sont les hommes seulement qui règlent les problèmes ».

D'autres raisons comme le fait qu'il s'agisse souvent d'une affaire de personnes initiées ou avancées en âge ont été évoquées par les enquêtés pour justifier le fait qu'ils n'auraient pas selon eux, de rôle à jouer dans le processus de communication de leur communauté.



A analyser les dires des entretiens, on réalise qu'en dehors de la présidente des femmes qui elle-même n'a une audience véritable qu'auprès des femmes, le rôle des femmes est ailleurs et non dans la communication. Les potentiels influenceurs en matière de communication sont selon les entretiens réalisés le roi, le chef, le secrétaire du chef, le président des jeunes et dans une moindre mesure la présidente des femmes.

2.14 Propositions pour améliorer la communication dans la localité

Lors des entretiens et discussions, il a été demandé aux participants ce qu'ils suggéraient pour l'amélioration de la communication dans leur localité. Certaines femmes veulent que les choses restent en l'état et qu'elles n'occupent pas de place prépondérante dans le processus de communication. Lisons **M6** « Ce sont les hommes qui ont la force et l'autorité, si ça reste comme ça, ça nous plaît ». **M4** va dans le même sens « Il ne faut pas que ça change, ça nous arrange ». **M5** poursuit « Concernant la communication, que ça reste comme ça ». Sa consœur **M12** enfonce le clou « Ce que les hommes vont décider on va suivre ça » (Focus Group Femmes Manogota).

Les autres suggestions sont relatives à la mise à disposition de radios et de réseau téléphonique. Pour **S4** : « Il faut une radio ici ce ne sera pas mal. On doit nous envoyer plusieurs médias. Qu'on nous amène toutes sortes de moyens de communication, les réseaux téléphoniques déconnent ». Son confrère **S2** ajoute : « Il faut que le réseau passe bien ici car pour l'avoir il faut aller jusqu'à 30km ». **S5** renchérit : « Il faut que le satellite arrive ici car sans Canal on n'a pas RTI » (Focus Group Jeunes Sikolo).

Pour les jeunes de Débété, l'amélioration de la communication passe par la fonctionnalité de la radio et de la télévision car disent-elles « C'est radio (l'ensemble répond c'est radio). Télévision, RT1, RT2, ça ne passe pas ici. Il nous

faut la Radio Côte d'Ivoire, ça ne passe pas ici » (Focus Group Femmes Débété). A Vonkoro, une localité à 1 Km du Ghana voisin, **un interviewé** réclame « Le réseau téléphonique ivoirien en premier point. Ensuite le courant pour pouvoir avoir accès à la télévision. Les poteaux sont là depuis 2014 mais rien jusqu'à présent ». Pour un **interlocuteur de Féni** « On veut antenne télé, radio, téléphonique pour communication. Il n'y a pas ça ici, ça nous manque. Si ce n'est pas canal, on ne peut pas avoir chaînes de RTI, quand tu mets petite antenne, tu peux ne pas avoir RTI. Venez nous aider ».

Certaines communautés du fait de leurs besoins spécifiques évoquent des initiatives qui visent à développer la culture du pardon. Lisons **D11** « Ici, ce qu'on veut c'est une association de toutes les femmes, Mossi, Lobi, Koulango et même Peulhs pour avoir l'entente, pour qu'on puisse se pardonner ».

Chapitre 3 : Différences en matière de communication

Cette section s'inspire des disparités constatées et évoquées dans les chapitres précédents et confirme l'existence de liaison entre les différentes variables ou non à partir de tests statistiques dont le test de Khi deux et le test de comparaison de proportions pour orienter la prise de décision dans la mise en œuvre du projet R4P.

3.1 Analyse différentielle de l'information recherchée

Il n'y a pas d'attitude différentielle entre les hommes et les femmes en matière d'informations recherchées. Les deux sexes affichent un intérêt pour les nouvelles de la Côte d'Ivoire (65,1% chez les hommes et 57,5% chez les femmes) et celles de leur localité (22,2% chez les femmes et 13,8% chez les hommes). L'ordre des priorités change légèrement selon le sexe mais la



différence n'est pas statistiquement significative.

En termes de priorités par contre, les hommes privilégient les informations d'ordre politique tandis que les femmes sont plus intéressées par les informations sur la santé (p inférieur à 0,05).

Il n'y a pas de comportement différentiel entre les jeunes et les plus âgés en ce qui concerne les informations recherchées. Les 15-35 ans (56,0%), les 36-55 ans (70,0%) et les 56 ans et plus (66,7%) recherchent tous en premier lieu les informations sur la Côte d'Ivoire. On réalise que les informations d'ordre politique sont plus l'affaire des adultes comparativement aux jeunes mais la différence n'est pas statistiquement significative.

3.1 Analyse différentielle de la source d'information

Les hommes (34,5%) comme les femmes (33,5%) s'informent majoritairement par la télévision. Les deux sexes utilisent le plus après la radio (18,3% des hommes et 12,2% des femmes) et le grin (10,5% des hommes et 10,4% pour les femmes). Il n'y a aucune différence sur la source d'information en général.

L'analyse selon le groupe d'âges montre que la tendance reste également la même. Il n'y a pas de différence de comportement quand on considère l'âge.

Le comportement est le même quand on considère la régions d'enquête. La télévision vient en première position dans les différentes localités.

3.2 Analyse différentielle des émissions de radio suivies

Les débats sociopolitiques sont plus préférés par les hommes (24,4% contre 5,9% chez les femmes). Les femmes en revanche préfèrent la musique (27,1% contre 11,6% chez les

hommes) La différence entre les hommes et les femmes est statistiquement significative en termes d'émission d'intérêt (p inférieur à 0,05).

On note également une différence significative entre les régions d'enquête en termes d'émissions radio préférées. On écoute plus le flash info à la radio à Tengréla (43,8%) qu'à Sikolo/Kong (9,7%). On préfère plus les débats sociopolitiques à Kimbirila-Nord/Goueya (29,8%) et Sikolo/Kong (27,4%) qu'à Doropo (7,5%) et à Bouna (8,2%).

3.3 Analyse différentielle des émissions de télévision suivies

Quels que soit la région, le sexe et l'âge, la chaîne RTI I inspire le plus confiance aux répondants.

A la télévision, les femmes préfèrent plus les émissions de divertissement (50,1% contre 14,8% chez les hommes) au moment où les hommes sont plus accrochés au journal télévisé (61,5% contre 40,0% chez les femmes). Les émissions sportives sont également le fait des hommes. Ils sont 12,1% à les préférer contre 1,2% chez les femmes. Il y a une liaison statistique entre le sexe et le type d'émissions télévisées préférées.

L'analyse par région montre que le journal télévisé est plus préféré à Tengréla (66,9%) et Kimbirila-Nord (63,7%) et moins préféré à Bouna (35,0%) et à Doropo (37,3%). Le test de comparaison de proportion montre que la différence est statistiquement significative au seuil de 5%.

3.5 Analyse différentielle de l'utilisation des moyens de communication

Les hommes (93,0%) sont nombreux à avoir déjà utilisé un téléphone portable que les



femmes (79,5%). Il existe un lien entre le sexe et l'utilisation du téléphone portable (p est inférieur à 0,05).

En revanche, l'utilisation du téléphone n'est pas liée à l'âge.

Bien que l'utilisation de l'ordinateur soit en faveur des hommes (17,9% contre 9,2%), le lien n'est pas statistiquement significatif. C'est le même constat pour l'âge, les plus jeunes utilisent le plus l'ordinateur mais la différence n'est pas statistiquement significative.

Dans toutes les régions, le pourcentage de personnes n'ayant jamais utilisé l'ordinateur avoisine les 90,0% excepté Korhogo (27,5) et Ouangolodougou (22,5%) qui sont des villes. Le test de liaison montre que l'utilisation de l'ordinateur dépend du milieu de résidence (p inférieur à 0,05).

L'utilisation de l'internet est également tributaire du milieu de résidence notamment du standing de la ville (p inférieur à 0,05). Korhogo (67,5%) et Ouangolodougou (65,0%) ont les taux d'utilisation d'internet les plus importants.

La non-utilisation de l'internet est très prononcée chez les femmes. Deux tiers d'entre elles (64,7%) n'ont jamais utilisé internet contre 48,0% chez les hommes. Les jeunes (49,3%) et les personnes en âge de travailler (48,8%) ont le plus recours à l'internet. Les 56 ans et plus sont seulement 25,9% à avoir utilisé l'internet. Les tests statistiques montrent que l'utilisation de l'internet dépend du sexe (p inférieur à 0,05) et de l'âge (p inférieur à 0,05).

3.6 Analyse différentielle de l'accès à l'information

Les hommes (59,4%) appartiennent plus au Grin que les femmes (25,9%). En matière d'accès à l'information, en termes

d'appartenance au Grin, il y a une différence significative selon le sexe.

Les données sur l'âge ne confirment pas de relation entre le groupe d'âges et l'appartenance à un Grin.

3.7 Analyse différentielle de la vérification d'informations

Il n'y a aucune liaison statistique entre le sexe ou le groupe d'âges et la vérification d'informations reçues.

3.8 Analyse différentielle de l'existence de communication pour la résolution de conflits

Dans toutes les régions, les enquêtés ont affirmé l'existence de moyens de communication pour prévenir les conflits. Le chiffre est faible seulement à Doropo mais il n'y a pas de lien visible qui soit lié à la région.

5. Conclusion

Au terme de l'étude sur l'écosystème d'information dans les régions frontalières Nord de la Côte d'Ivoire, on retient que les populations enquêtées recherchent plus les informations sur la Côte d'Ivoire. **S'agissant de la quête des informations en général**, la télévision et la radio apparaissent comme les premières sources d'information des enquêtés. Ces derniers n'ont pas la culture du journal papier. Pour la radio, les langues à considérer pour une communication réussie sont le Malinké, le Senoufo, le Lobi et le Koulango sans oublier le Français. Les populations sont plus attirées par les chaînes et radios nationales.

Les enquêtés possèdent presque tous le téléphone portable mais ils l'utilisent en grande partie pour effectuer des appels. La pratique de l'internet dans les régions Nord reste encore faible.



Au chapitre de l'information, le recours aux parents et amis est encore considérable. Le bouche à oreille reste également développé et la pratique est répandue chez les femmes.

Certains enquêtés ne vérifient pas les informations avant de les partager. On note une faible connaissance par les enquêtés des événements qui se déroulent dans leur région. Les personnes qui utilisent l'internet et les réseaux sociaux l'utilisent dans 50% des cas pour communiquer.

Les moyens d'accès à l'information dans la localité sont le bouche à oreille et le grin. Deux répondants sur cinq font partie d'un grin et le cinquième des enquêtés participent à des rassemblements sous l'arbre à palabre et cela de manière régulière. Les griots existent encore dans les régions frontalières Nord. Ces moyens traditionnels sont des sources d'information locale. Selon deux tiers des répondants, des espaces d'échanges d'information existent dans leur localité. Ces espaces d'informations sont divers. Très souvent, ce sont les lieux d'habitation des leaders communautaires qui servent de cadre d'information. Ces lieux sont ouverts à tout le monde, à tous les ethnies. Si d'autres sont privilégiés en matière d'accès à l'information, certains en revanche avaient difficilement accès aux informations.

Des communications spécifiques sont développées pour prévenir et gérer les conflits dans les différentes localités. Les potentiels influenceurs en matière de communication sont selon les entretiens réalisés le roi, le chef, le secrétaire du chef, le président des jeunes et dans une moindre mesure la présidente des femmes. D'ailleurs, la gestion des conflits se fait majoritairement à la royauté ou à la chefferie. On assiste encore à une marginalisation du rôle de la femme dans la communication de leur localité.

6. Recommandations

Les résultats de l'étude sur l'écosystème de communication dans les régions frontalières Nord de la Côte d'Ivoire appelle les recommandations ci-après à l'attention des responsables du projet Résilience pour la Paix (R4P).

- L'étude nous montre que la radio nationale est la plus écoutée devant les radios locales et les radios internationales. Afin de toucher un large public et de passer outre les considérations politiques, il serait pertinent pour R4P de signer un partenariat avec radio Côte d'Ivoire pour diffuser les messages de sensibilisation, les communiqués d'intérêt public et les contres narratifs.
- Faire passer les informations de lutte contre les fakes news sous le format flash info en langue locale sur un ton enjoué. L'étude a démontré que les programmes de radio préférés par les populations sont le flash info (19,3%), la musique (17,9%) et le débat sociopolitique (16,9%). Les programmes des radios locales sont diffusés en langue Malinké (40,9%) et en Français (17,3%). Selon les régions, des particularités apparaissent, comme le Lobi à Bouna et à Doropo.
- Insérer dans le fil conducteur des émissions radios du projet, des plages musicales afin de capter l'attention des femmes et les maintenir connecter.
- Explorer la piste des appels téléphoniques et WhatsApp (messages écrits et vocaux) en langue afin de faire passer les messages aux communautés. 65% des enquêtés utilisent les téléphones pour passer des appels téléphoniques tandis que 11,2% l'utilisent pour se connecter à internet.
- Accroître la sensibilisation sur la nature, la typologie des fakes news et les comportements à adopter une fois confronté à une situation pareille en impliquant les leaders communautaire





(chef de village, chef de quartier, président d'association... etc.).

- Utiliser les grins comme canal de diffusion des messages de sensibilisation, des contre narratifs et des informations avérées à travers la mise en place de task force pour la détection et la réponse au messages nuisibles à la cohésion des communautés. Le canal de transmission le plus utilisé par les enquêtés est le bouche à oreille (55,6%)
- Mettre en place un programme de coaching en développement personnel pour les femmes et un programme sur la masculinité positive à destination des hommes afin de remédier aux problèmes de genre. En effet, parlant de la responsabilité dans la communication dans leur localité, 66,9% des femmes enquêtées ont affirmé ne pas avoir de rôle à jouer dans le processus. Les entretiens indexent la marginalisation du rôle des femmes dans un tel processus. Selon les entretiens, on réalise qu'en dehors de la présidente des femmes, qui elle-même n'a une audience véritable qu'auprès des femmes, les femmes ne jouent pas un rôle dans la communication.



7. Annexes

Annexe 1 : test de comparaison de proportion

Soit p_1 (respectivement p_2) la proportion d'individus d'une certaine modalité A dans la population M_1 (resp. M_2). On extrait un échantillon de taille n_1 (resp. n_2) dans la population M_1 (resp. M_2). On teste à partir de ces échantillons, on dispose d'une estimation f_1 (resp. f_2) de p_1 (resp. p_2) qui suit une loi F_1 (resp. F_2).

$H_0 : p_1 = p_2$ contre $H_1 : p_1 \neq p_2$ au risque α .

On suppose que $n_1 F_1$ et $n_2 F_2$ suivent approximativement des lois normales. On calcule

$$\hat{p} = \frac{n_1 f_1 + n_2 f_2}{n_1 + n_2} \quad z = \frac{f_1 - f_2}{\sqrt{\hat{p}(1-\hat{p})\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

puis

On rejette H_0 au risque α si $z \notin [-t_{1-\frac{\alpha}{2}}, t_{1-\frac{\alpha}{2}}]$ où la valeur $t_{1-\frac{\alpha}{2}}$ est lue dans la table de la loi normale centrée réduite.



Annexe 2 : outils de collecte

A. QUESTIONNAIRE MENAGE

INTRODUCTION ET CONSENTEMENT

Bonjour, je m'appelle _____, je travaille comme membre de l'équipe de recherche qui est en train d'enquêter sur l'information et la communication dans votre localité. Les résultats de cette recherche permettront d'avoir des informations sur les pratiques en matière de communication des communautés. Il n'y a pas d'avantage direct si vous décidez de participer à cette étude. Vous avez le droit de ne pas participer ou de vous retirer à tout moment. Il n'y a pas de risques à participer à cette recherche. Je vous assure que notre entretien restera strictement confidentiel et permettra d'améliorer les actions de communication dans votre localité.

Pouvons-nous à présent commencer l'interview ?

1. Oui

0. Non

Merci

Date : [__|__|_1_|_0_|_2|1]

Heure de début de l'interview ____ : ____

Observations



SECTION 0 : IDENTIFICATION

N°	Questions	Modalités	Codages	Sauts
Q001	Zone de l'enquête <i>(Choisir dans liste déroulante)</i>	Bouna/Doropo Téhini Tengréla Sikolo/Kong/Kafolo Kimbirila-Nord/Goueya Ouangolodougou/Korhogo	/ _ /	
Q002	Village / Quartier	<i>Choisir dans liste déroulante</i>	/ _ // _ /	
Q003	Numéro du ménage	Croissant dans le village/quartier <i>/ _ // _ // _ /</i>	/ _ // _ // _ /	
Q004	Nom du chef de l'équipe	<i>Choisir dans liste déroulante</i>	/ _ // _ /	
Q004	Nom de l'enquêteur	<i>Choisir dans liste déroulante</i>	/ _ // _ /	



SECTION I : CARACTÉRISTIQUES DU REpondANT

N°	Questions	Modalités	Codages	Sauts
Q101	Sexe	1. Masculin 2. Féminin	/_/_	
Q102	Age ans	/_/_/_	
Q103	Quelle est votre langue maternelle ?	1. Bambara 2. Dioula 3. Koulango 4. Koyaka 5. Lobi 6. Malinke 7. Mahoka 8. Peulh 9. Senoufo 10. Autre..... 11. Langue étrangère	/_/_	
Q104	Quelles autres langues, comprenez-vous ?	1. Bambara 2. Dioula 3. Koulango 4. Koyaka 5. Lobi 6. Malinke 7. Mahoka 8. Peulh 9. Senoufo 10. Autre..... 11. Langue étrangère	/_/_	
Q105	Situation matrimoniale	0. Célibataire 1. Marié 2. Union libre 3. Divorcé 4. Veuf (ve)	/_/_	



Q106	Savez-vous lire et écrire en français ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sait lire et écrire 2. Sait lire seulement 3. Ne sait ni lire ni écrire 	/ _ /	
Q107	Niveau d'étude atteint	<ol style="list-style-type: none"> 0. Aucun 1. Ecole coranique 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur 	/ _ /	
Q108	Religion	<ol style="list-style-type: none"> 0. Aucune 1. Catholique 2. Protestant 3. Evangélique 4. Musulman 5. Animiste 6. Autre religion..... 	/ _ /	
Q109	Taille du ménage	/ _ // _ / personnes	/ _ // _ /	
Q110	Biens possédés par le ménage de l'enquête (Plusieurs réponses possibles, Ne pas suggérer, 1.Oui 0. Non)	<ol style="list-style-type: none"> A. Portable B. Télévision C. Radio D. Ventilateur E. Réfrigérateur F. Ordinateur G. Voiture H. Motocyclette I. Bicyclette J. Autre bien..... 	/ _ / / _ /	
Q111	Profession du répondant	<ol style="list-style-type: none"> 0. Sans emploi 1. Agriculture 2. Elevage 3. Commerce, restauration 4. Artisanat 5. Corps habillés 	/ _ // _ /	



		6. Corps médical 7. Corps enseignant 8. Cadres, employés de bureau 9. Pasteurs, imams 10. Ménagère 11. Etudiant/élève 12. Retraité/rentier 13. Autre.....		
--	--	---	--	--

SECTION 2 : INFORMATION ET COMMUNICATION

N°	Questions	Modalités	Codages	Sauts
Q201	En général, êtes-vous plus intéressés par les informations de l'étranger, du pays, de la région ou de votre localité ?	1. Informations de l'étranger 2. Informations de la région 3. Informations de ma localité 4. Nouvelles de ma communauté 5. Nouvelles de la Côte d'Ivoire 6. Nouvelles du monde 7. Autre	/ _ /	
Q202	En termes d'informations, laquelle recherchez-vous le plus (Citez les réponses)	1. Politique 2. Sécurité 3. Emploi 4. Santé 5. Environnement 6. Agriculture 7. Autre.....	/ _ /	
Q203	Quelle est votre principale source d'informations en général ?	1. Place publique 2. Grin 3. Griot	/ _ /	



		4. Eglise/Mosquée 5. Télévision 6. Radio 7. Journal 8. Sites internet 9. Réseaux sociaux 10. Autre.....		
Q204	A quelle fréquence lisez-vous un Journal (<i>Citez les réponses</i>)	1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. Pas du tout	/_/_/	
Q205	A quelle fréquence écoutez-vous la radio ? (<i>Citez les réponses</i>)	1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. Pas du tout	/_/_/	<i>Si Pas du tout, allez à Q213</i>
Q206	Entre les radios locales, nationales et étrangères, laquelle écoutez-vous le plus ?	1. Radios locales 2. Radios nationales 3. Radios étrangères	/_/_/	
Q207	Si Radio locale, laquelle écoutez-vous principalement ?	1. Radio Binkadi Bouna (La voix de la savane) 2. Radio Tengréla 3. Radio Benkadi (Ferké) 4. Poufiré FM (Ferké) 5. La voix du rassemblement (Kong) 6. Radio Communale Kong 7. Radio Foundara FM 8. Radio Togoniere 9. Radio Doropo	/_/_//_/_/	



		10. La voix des 2 frontières (Ouangolodougou) 11. La voix du Poro (Korhogo) 12. Radio Peleforo Gbon (Korhogo) 13. Satellite FM (Korhogo) 14. Folon FM (Minignan) 15. Radio Dakan (Minignan) 16. Radio Dah-Kan (Odienné) 17. Denguélé FM (Odienné) 18. Autre.....		
Q20 8A	Si radio nationale, laquelle écoutez-vous principalement ?	1. Fréquence 2 2. Radio Côte d'Ivoire 3. Nostalgie 4. Jam FM 5. Vide Radio 6. Autre.....	/_/_/	
Q208	Si radio internationale, laquelle écoutez-vous principalement ?	7. RFI 8. BBC 9. Voice Of America 10. Africa Radio 11. ONUCI FM 12. BF FM 13. Autre.....	/_/_/	
Q209	Quel programme aimiez-vous le plus à la radio ?	1. Musique 2. Débat religieux 3. Débat socio-politique 4. Evènements culturels 5. Santé	/_/_//_/_/	



		6. Education 7. Droits/Responsabilités 8. Jeunesse 9. Agriculture/Elevage 10. Femmes 11. Sécurité 12. Emissions sportives 13. Flash info 14. Autre.....		
Q210	Quelles sont les informations que vous recherchez à la radio ?	1. Nouvelles de ma communauté 2. Nouvelles de la Côte d'Ivoire 3. Nouvelles du monde 4. Divertissement (musique, jeux) 5. Informations pour m'aider dans ma vie quotidienne 6. Informations religieuses 7. Informations politiques 8. Autre.....	/_/_/	
Q211	Selon vous, quelle est la radio locale qui inspire le plus confiance dans votre zone ?	1. Radio Binkadi Bouna (La voix de la savane) 2. Radio Tengréla 3. Radio Benkadi (Ferké) 4. Poufiré FM (Ferké) 5. La voix du rassemblement (Kong) 6. Radio Communale Kong 7. Radio Foundara FM 8. Radio Togoniere	/_/_//_/_/	



		<p>9. Radio Doropo</p> <p>10. La voix des 2 frontières (Ouangolodougou)</p> <p>11. La voix du Poro (Korhogo)</p> <p>12. Radio Peleforo Gbon (Korhogo)</p> <p>13. Satellite FM (Korhogo)</p> <p>14. Folon FM (Minignan)</p> <p>15. Radio Dakan (Minignan)</p> <p>16. Radio Dah-Kan (Odienné)</p> <p>17. Denguélé FM (Odienné)</p> <p>18. Autre.....</p>		
Q212	Dans quelle langue sont diffusés les programmes sur cette radio locale ?	<p>1. Bambara</p> <p>2. Dioula</p> <p>3. Koulango</p> <p>4. Koyaka</p> <p>5. Lobi</p> <p>6. Malinke</p> <p>7. Mahoka</p> <p>8. Peulh</p> <p>9. Senoufo</p> <p>10. Autre.....</p>	/_/_/	
Q213	A quelle fréquence regardez-vous la télévision ? (Citez les réponses)	<p>1. Presque chaque jour</p> <p>2. Toutes les heures</p> <p>3. Deux à trois fois par jour</p> <p>4. Au moins une fois par semaine</p> <p>5. Moins d'une fois par semaine</p> <p>6. Pas du tout</p>	/_/_/	Si Pas du tout, allez à Q219



Q214	Entre les chaînes de télévision nationale et étrangères, laquelle regardez-vous le plus ?	1. Chaînes nationales 2. Chaînes étrangères	/_/_/	
Q215	Si chaîne de télévision nationale, laquelle regardez-vous le plus ?	1. RTI 1 2. RTI 2 3. RTI 3 4. NCI 5. Life TV 6. A+ Ivoire 7. Autre.....	/_/_/	
Q216	Si chaînes de télévision étrangères, laquelle regardez-vous le plus ?	1. Africa 24 2. France 24 3. Africa News 4. Africa Media 5. RTB 6. LCI 7. BFM TV 8. Autre chaîne de Canal + 9. Autre.....	/_/_/	
Q217	Quel programme aimez-vous le plus à la télévision ?	1. Divertissement 2. Débat télévisé 3. Documentaire 4. Emissions sportives 5. Flash info 6. Journal 7. Autre.....	/_/_/	
Q218	Selon vous, quelle est la chaîne de télévision qui inspire le plus confiance dans votre localité ?	1. RTI 1 2. RTI 2 3. RTI 3	/_/_/	



		<ul style="list-style-type: none"> 4. NCI 5. Life TV 6. Africa 24 7. France 24 8. Africa News 9. Africa Media 10. A+ Ivoire 11. Autre chaîne de Canal + 12. RTB 13. LCI 14. BFM TV 15. Autre..... 		
Q219	Avez-vous déjà utilisé un téléphone portable ?	<ul style="list-style-type: none"> 0. Non 1. Oui 	/ _ /	<i>Si Non, allez à Q223</i>
Q220	Au cours du dernier mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé un téléphone portable ? (Citez les réponses)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Presque chaque jour 2. Toutes les heures 3. Deux à trois fois par jour 4. Au moins une fois par semaine 5. Moins d'une fois par semaine 6. Pas du tout 	/ _ /	
Q221	Que faites-vous avec votre téléphone portable ?	<ul style="list-style-type: none"> 1. Passer des appels téléphoniques 2. Recevoir des appels téléphoniques 3. Envoyer des SMS 4. Recevoir des SMS 5. Écouter la radio 6. Écouter de la musique 7. Se connecter à internet 8. Prendre des photos 	/ _ /	



		9. Regarder des vidéos 10. Autre.....		
Q222	Au cours d'une semaine normale, combien dépensez-vous en crédit pour téléphone mobile ?CFA	/__//__//_ //__//__/	
Q223	Avez-vous déjà utilisé un ordinateur ?	0. Non 1. Oui	/__/	Si Non, allez à Q225
Q224	Au cours du dernier mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé un ordinateur ? (Citez les réponses)	1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. Pas du tout	/__/	
Q225	Vérifiez possession téléphone et ordinateur Avez-vous déjà utilisé internet ?	0. Non 1. Oui	/__/	Si Non, allez à Q230
Q226	Si Oui, où allez-vous principalement pour vous connecter ?	1. Partout dans la localité/village 2. Dans un lieu particulier du village 3. Sur les arbres 4. Sur les collines 5. Dans un village voisin 6. En ville 7. Au cimetière 8. Autre.....	/__/	
Q227	Au cours du dernier mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé internet ? (Citez les réponses)	1. Presque chaque jour 2. Quelques fois par jour 3. Au moins une fois par semaine	/__/	



		<p>4. Moins d'une fois par semaine</p> <p>5. Pas du tout</p>		
Q228	Pourquoi allez-vous sur internet ?	<p>1. Communications de base (Discuter sur Whatsapp, Messenger...)</p> <p>2. Réseaux sociaux (Facebook)</p> <p>3. Blogs</p> <p>4. Micro-blog Ging (Twitter)</p> <p>5. Pour obtenir des nouvelles de ma localité</p> <p>6. Pour obtenir des nouvelles internationales</p> <p>7. Pour se divertir (télécharger de la musique, regarder des vidéos)</p> <p>8. Pour l'école</p> <p>9. Pour le travail</p> <p>10. Autre.....</p>	/_/_/	
Q229	Au cours d'un mois normal, combien d'argent dépensez-vous pour utiliser l'internet ?	<p>.....CFA</p>	/_/_/	
Q230	Quand vous voulez vous informer en général, où allez-vous prioritairement ?	<p>1. Chez les parents, amis</p> <p>2. Sur la place publique</p> <p>3. Sur internet</p> <p>4. Sur les chaînes étrangères</p> <p>5. Sur les chaînes nationales</p> <p>6. Sur les réseaux sociaux</p> <p>7. Autre</p>	/_/_/	
Q231	A quel type d'information vous fiez vous le plus ?	<p>1. Celle des parents</p> <p>2. Celles de la chefferie</p>	/_/_/	



		3. Celles des guides ou leaders religieux 4. Celle des chaînes étrangères 5. Celles des chaînes nationales 6. Celles des réseaux sociaux 7. Autre.....		
Q232	Comment vous assurez-vous de la véracité des informations que vous recevez ?	1. Confronter plusieurs sources 2. Appeler des personnes proches du dossier 3. Se rendre sur place quand on peut 4. Demander au chef du quartier/village 5. Autre.....	/ _ /	
Q233	Avez-vous déjà entendu parler des rumeurs ou Fake news ?	0. Non 1. Oui	/ _ /	Si Non, allez à Q236
Q234	Si, Oui, avez-vous déjà été confronté à des rumeurs ?	0. Non 1. Oui	/ _ /	Si Non, allez à Q236
Q235	Si, Oui, comment l'avez-vous géré ?	/ _ /	
Q236	Avez-vous entendu parler du Crash d'un hélicoptère à Togolokaye dans la localité de Téhini ?	0. Non 1. Oui	/ _ /	Si Non, allez à Q239
Q237	Si Oui, comment en avez-vous entendu	1. A la Place publique de la localité	/ _ // _ /	



	parler pour la première fois ?	<ol style="list-style-type: none"> 2. Au Grin 3. Par le Griot 4. Au Marché 5. A l'Eglise/Mosquée 6. A la Télévision 7. A la Radio 8. Dans le Journal 9. Sur les Sites internet 10. Sur les Réseaux sociaux 11. Autre..... 		
Q238	Qu'est-ce que cela a suscité en vous ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peur 2. Méfiance 3. Inquiétude 4. Fuite de la zone 5. Psychose 6. Autre..... 	/_/_/	
Q239	Avez-vous entendu parler de l'histoire du prétendu premier cas de virus à Ebola en Côte d'Ivoire transporté par une jeune femme qui a traversé la frontière en provenance de la Guinée ?	<ol style="list-style-type: none"> 0. Non 1. Oui 	/_/_/	<i>Si Non, allez à Q242</i>
Q240	Comment en avez-vous entendu parler pour la première fois ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. A la Place publique de la localité 2. Au Grin 3. Par le Griot 4. Au Marché 5. A l'Eglise/Mosquée 6. A la Télévision 7. A la Radio 8. Dans le Journal 	/_/_/	



		9. Sur les Sites internet 10. Sur les Réseaux sociaux 11. Autre.....		
Q241	Qu'est-ce que cela a suscité en vous ?	1. Peur 2. Méfiance 3. Inquiétude 4. Fuite de la zone 5. Psychose 6. Autre.....	/_/_/	
Q242	Avez-vous entendu parler de ce qui s'est passé de l'attaque de Kafolo dans la localité de Téhini ?	0. Non 1. Oui	/_/_/	Si Non, allez à Q245
Q243	Comment en avez-vous entendu parler pour la première fois ?	1. A la Place publique de la localité 2. Au Grin 3. Par le Griot 4. Au Marché 5. A l'Eglise/Mosquée 6. A la Télévision 7. A la Radio 8. Dans le Journal 9. Sur les Sites internet 10. Sur les Réseaux sociaux 11. Autre.....	/_/_/	
Q244	Qu'est-ce que cela a suscité en vous ?	1. Peur 2. Méfiance 3. Inquiétude 4. Fuite de la zone 5. Psychose	/_/_/	



		6. Autre.....		
Q245	Quand vous recevez une information, quel canal utilisez-vous pour la partager ?	1. Bouche à oreille 2. Tam Tam parleur/Tambour 3. Corne 4. Griot 5. Envoi d'un émissaire 6. Place publique 7. Grin 8. Appel téléphonique 9. Envoi de SMS 10. Sur les réseaux sociaux 11. Autre	/ __ // __ /	
Q246	Vous est-il déjà arrivé de partager une information sans la vérifier ?	0. Non 1. Oui	/ __ /	
Q247	A quelle fréquence utilisez-vous le SMS pour communiquer ?	1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. Pas du tout	/ __ /	
Q248	Comment réagissez-vous lorsque vous recevez un SMS d'une personne que vous ne connaissez pas personnellement ?	1. Décide de répondre 2. Appelle pour savoir 3. Bloque le numéro 4. Ne réagis pas 5. Jamais vécu cette situation 6. Autre.....	/ __ /	<i>Si Jamais vécu, allez à Q251</i>
Q249	A quand remonte en mois la dernière fois que cela s'est produit ? mois	/ __ // __ /	



Q250	Si dans les 30 derniers jours, à quelle fréquence cela s'est-il produit ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. C'était le seul cas, non régulier 	/_/_/	
Q251	A quelle fréquence utilisez-vous l'internet pour communiquer ? (Vérifier Q225, citez les réponses)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. Pas du tout 	/_/_/	
Q252	A quelle fréquence utilisez-vous les réseaux sociaux pour communiquer ? (Vérifier Q225, citez les réponses)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presque chaque jour 2. Au moins une fois par semaine 3. Moins d'une fois par semaine 4. Pas du tout 	/_/_/	

SECTION 3 : BARRIERES A L'UTILISATION DU PORTABLE ET DE L'INTERNET

N°	Questions et filtres	Modalités	Codages	Passer à
----	----------------------	-----------	---------	----------

Vérifiez si le répondant n'a jamais utilisé le téléphone portable et/ou l'internet (Vérifier Q207 et 213)

Q201	Quelle est la raison principale pour laquelle vous ne disposez pas de téléphone mobile / ordinateur ? (Vérifier Q219 et Q223)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je ne suis pas autorisé à utiliser un téléphone par mon conjoint ou la famille 2. L'utilisation d'un téléphone est contre ma culture / religion 3. Je n'ai pas d'argent pour m'acheter un téléphone 	_]_ _]	
------	--	--	--------	--



		<p>4. Je n'ai pas d'argent pour acheter du crédit de communication</p> <p>5. Le réseau ne couvre pas le lieu où je vis / travaille</p> <p>6. Je crains ce que les gens de ma communauté penseraient</p> <p>7. Je ne vois pas la nécessité d'utiliser un téléphone/ordinateur</p> <p>8. Il n'y a pas de lieu pour charger le téléphone</p> <p>9. Je ne sais pas lire/écrire</p> <p>10. Autre.....</p> <p>.....</p> <p>11. Aucune raison précisée</p>		
Q202	Avoir un téléphone mobile/ordinateur est-il important pour vous ?	<p>0. Non</p> <p>1. Oui</p> <p>2. Ne se prononce pas</p>	<input type="checkbox"/>	
Q203	Quelle est la principale raison pour laquelle vous n'utilisez pas d'internet ? (Vérifier Q225)	<p>1. Manque de compétences ou de connaissance</p> <p>2. Je n'ai pas de portable adapté pour naviguer</p> <p>3. Le réseau ne couvre pas le lieu où je vis / travaille</p> <p>4. J'ai d'avantage confiance dans l'envoi de documents papier</p> <p>5. Je crains ce que les gens de ma communauté penseraient</p> <p>6. Je ne vois pas la nécessité d'utiliser l'internet</p> <p>7. Il n'y a pas de lieu pour aller naviguer</p> <p>8. Les frais de connexion sont élevés</p> <p>9. N'est pas utile pour moi</p> <p>10. Ne sais pas lire/écrire</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	



		11. Autre.....		
		12. Aucune raison précisée		

SECTION 4 : COMMUNICATION DANS LA LOCALITE

N°	Questions et filtres	Modalités	Codages	Passer à
Q401	Comment accédez-vous principalement à l'information dans votre localité ?	1. Sur la place publique 2. Sous l'arbre à palabre 3. Au marché 4. De bouche à oreille 5. Par le Griot 6. Au Grin 7. Par le Tambour/Tam Tam parleur 8. Par la Corne 9. Par l'Envoi d'un émissaire 10. A l'Eglise/Mosquée 11. A la Télévision 12. A la Radio 13. Dans le Journal 14. Sur les Sites internet 15. Sur les Réseaux sociaux 16. Autre.....	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Q402	Dans quelle langue, l'information est-elle donnée ?	1. Bambara 2. Dioula 3. Koulango 4. Koyaka 5. Lobi 6. Malinke 7. Mahoka 8. Peulh 9. Senoufo	<input type="checkbox"/>	



		10. Autre.....		
Q403	Faites-vous partie d'un grin ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	<i>Si Non, allez à Q405</i>
Q404	Si Oui, combien de fois y allez-vous par semaine ?Fois	<input type="checkbox"/>	
Q405	Avez-vous déjà participé à un rassemblement sous l'arbre à palabre ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	<i>Si Non allez à Q407</i>
Q406	Si Oui, combien de fois y êtes-vous allés dans ce mois ?Fois	<input type="checkbox"/>	
Q407	Comment communiquez-vous sur vos événements dans votre communauté ?	1. Sur la place publique 2. Au grin 3. Griot 4. Envoi d'un émissaire 5. Tambour/Tam Tam parleur 6. Corne 7. Sous l'arbre à palabre 8. Au marché 9. De bouche à oreille 10. Autre _____	<input type="checkbox"/>	
Q408	Y a-t-il encore des griots dans votre localité ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	<i>Si Non allez à Q410</i>
Q409	Dans votre communauté, existe-t-il des personnes qui ont toujours les informations en premier ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q410	Dans votre communauté y'a-t-il des personnes qui accèdent difficilement aux informations ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	<i>Si Non, allez à Q412</i>



Q411	Si Oui, qui sont-elles ?	<input type="checkbox"/>	
Q412	Y a-t-il des espaces d'échanges d'informations dans votre localité ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	<i>Si Non, allez à Q415</i>
Q413	Si Oui, toutes les ethnies ont-elles accès à ces espaces ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q414	Et vous, avez-vous accès à ces espaces ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q415	Existe-t-il une communication faite dans le but de prévenir les conflits dans votre localité ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q416	Existe-t-il une communication faite dans le but de prévenir le radicalisme religieux dans votre localité ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q417	Existe-t-il une communication faite dans le but de prévenir la violence dans votre localité ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q418	En cas de conflits dans votre localité, existe-t-il une communication faite pour apaiser les tensions ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	
Q419	A quel moyen de communication avez-vous recours dans votre localité pour gérer des conflits ? 1 Oui 0 Non	A. Le grin B. La place publique C. L'arbre à palabre D. La violence E. L'éloignement F. Les menaces G. Autre.....	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	



Q420	Avez-vous un rôle à jouer dans le processus de communication au sein de votre communauté ?	0. Non 1. Oui	<input type="checkbox"/>	Si Non, allez à Q422
Q421	Si oui, lequel	<input type="checkbox"/>	
Q422	Si Non, Pourquoi ?	A. C'est une affaire d'homme B. C'est une affaire de personnes initiées C. Le rôle de la femme concerne l'éducation des enfants D. Le rôle de la femme concerne les tâches ménagères E. Autre _____ _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Q423	Vers qui vous tournez-vous pour avoir des informations fiables par rapport à un évènement/incident survenu dans votre localité ?	1. Chez les parents 2. Meilleurs amis 3. Sur la place publique 4. Au marché 5. Sous l'arbre à palabre 6. Au grin 7. De bouche à oreille 8. Sur internet 9. Autre.....	<input type="checkbox"/>	
Q424	Vers qui vous tournez-vous pour demander des conseils en ce qui concerne votre avenir ?	A. Chez les parents B. Les meilleurs amis C. Le féticheur D. Le pasteur /prête/Imam E. Le sage	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	



		F. Autre.....		
Q425	A quel genre d'information n'avez-vous pas accès dans la communauté ?	<input type="checkbox"/>	
Q426	A qui vous adressez-vous pour régler vos problèmes dans la communauté ?	A. Le chef B. Meilleurs amis C. Le féticheur D. Le pasteur /Prête/Imam E. Le sage F. Autre _____ —	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

Heure de fin -

MERCI D'AVOIR PARTICIPE A CETTE ENQUETE



A. GUIDE D'ENTRETIEN

ETUDE SUR L'ECOSYSTEME DE COMMUNICATION DANS LES ZONES FRONTALIERES NORD DE LA COTE D'IVOIRE

Guide d'entretien avec les leaders communautaires

Présentation et attentes

Indiquez la raison de votre présence et obtenir le consentement du répondant

0. SVP, pouvez-vous vous présenter ? (*rôle dans le village, nombre d'années dans la fonction*)

Disparités dans l'accès à l'information, acteurs exclus ou marginalisés

1. Quels sont les moyens de communication utilisés dans votre localité pour faire passer une information ? (*Grin, Griot, Corne, Tam Tam paroleur, arbre à palabre, place publique*)

2. Dites-moi, comment avez-vous adapté votre communication aux nouveaux moyens de communication (*mail, vidéoconférence, réseaux sociaux : Facebook, Whatsapp, You tube, Instagram, Tik Tok, Twitter*)

3. Parlez-nous des espaces d'information et de communication qui existent dans votre localité ? (*lieux différents ?*)

4. Qui sont les acteurs ou groupes d'acteurs qui ont le monopole de l'information dans votre localité ? (*Depuis combien d'années ? Pourquoi ?*)

5. Qui sont les acteurs ou groupes d'acteurs qui ont le moins accès à l'information dans votre localité ? (*Depuis combien d'années ? Pourquoi ?*)

6. Existe-t-il des exemples d'histoires ou d'informations qui ont provoqué un changement positif/ significatif dans votre vie ou votre communauté ? (*Expliquez*)

7. Quels sont les moyens par lesquels vous obtenez des informations dans votre communauté ces dernières années ? (*Ont-ils changé, comment ?*)

8. Comment saviez et vérifiez-vous si ce que vous entendez, voyez ou lisez est exact ? (*Donnez un exemple*)

Potentiels influenceurs en matière de communication

9. Quelles sont les personnes à qui on accorde du crédit en matière de communication dans votre localité ? (*Depuis combien d'années ? Age, groupe ethnique, pourquoi ?*)

10. A quelle personne vous n'accorderiez pas de crédibilité en matière de communication ?

11. Pensez-vous que les jeunes peuvent influencer leurs familles et leurs communautés ? (*Comment ?*)

12. Pensez-vous que les personnes instruites et férues de technologie (Internet, Mobile money) peuvent influencer les autres ? (*Comment ? Qui ?*)



13. Quels moyens de communication utilisez-vous pour la gestion des conflits dans votre localité ?
14. Quel est le rôle des femmes/Jeunes dans le processus de communication dans votre localité ? *(place dans les instances coutumières, femmes médiatrices)*
15. Parlez-nous de l'utilisation des réseaux sociaux dans votre localité *(pour s'informer, pour communiquer) ?*
16. Parlez-nous de la dernière fois que quelqu'un dans votre communauté a rencontré des difficultés ou des menaces suite à un post sur internet ou l'utilisation de mobile money ? *(Quel était le problème et qui s'y opposait ? S'agit-il d'une situation courante ? Impact sur les autres membres de la communauté)*
17. Quelles sont les forces et les faiblesses de vos moyens de communication ?
18. Que suggérez-vous pour l'amélioration de la communication dans votre localité ?



B. GUIDE DE DISCUSSION DE GROUPE

ETUDE SUR L'ECOSYSTEME DE COMMUNICATION DANS LES ZONES FRONTALIERES NORD DE LA COTE D'IVOIRE

Guide de discussion avec les femmes/jeunes

Présentation et attentes

Indiquez la raison de votre présence et obtenir le consentement des répondants

0. SVP, pouvez-vous vous présenter et précisez votre code pour la discussion ? (Nom et prénoms, éducation, âge)

Gestion de l'information et utilisation des médias sociaux

1. Quels sont les lieux publics d'information qui existent dans votre localité ? (ouverts à tous ? jeunes, femmes, ethnies)
2. Quelles sont les langues qui sont privilégiées dans l'accès à l'information et pourquoi ?
3. Qui sont les acteurs ou groupes d'acteurs qui ont le moins accès à l'information dans votre localité ? (Depuis combien d'années ? Pourquoi ?)
4. Quand vous voulez faire passer une information par rapport aux femmes/jeunes, comment procédez-vous ?
5. Dites-moi, comment vérifiez-vous une information reçue ? (En appelant une connaissance, sur la place publique, au marché, dans les médias locaux et sociaux, médias étrangers, internet)
6. Quels sont les moyens que les populations utilisent pour s'informer dans votre localité ? (sur le pays, les attaques de Kafolo)
7. Que savez-vous du récent crash d'un hélicoptère à Togolokaye dans la localité de Téhini ? (Comment en avez-vous entendu parler pour la première fois ? Qu'avez-vous entendu à ce sujet ? Qu'avez-vous fait ? Cela vous a-t-il influencé ? Comment) ?
8. Que savez-vous de l'histoire du prétendu premier cas de virus à Ebola en Côte d'Ivoire transporté par une jeune femme en provenance de la Guinée ? (Comment en avez-vous entendu parler pour la première fois ? Qu'avez-vous entendu à ce sujet ? Qu'avez-vous fait ? Cela vous a-t-il influencé ? Comment) ?
9. Comment saviez et vérifiez-vous si ce que vous entendez, voyez ou lisez est exact ? (Donnez un exemple)
10. Pensez-vous que les différentes formes de médias disponibles localement sont guidées par des intentions politiques particulières et des acteurs puissants ? (Quel est leur but Utilisez des exemples) ?
11. Quels rôles utiles les médias peuvent-ils jouer pour combler le fossé entre les communautés rurales, la société civile et les gouvernements nationaux ou locaux ? (Expliquez et donnez des exemples si possible).
12. La confiance accordée aux médias augmente-t-elle ou diminue-t-elle ? (Pourquoi ?)



Place des femmes/jeunes dans le processus de communication

13. Parlez-nous du rôle des femmes/jeunes dans la communication de votre localité
14. Comment les femmes/jeunes peuvent-ils (elles) influencer leurs familles et leurs communautés ?)
15. Quelles sont les raisons pour lesquelles les gens viennent généralement vous demander de l'aide ? (*Comment les traitez-vous ?*)
16. Quelles sont les méthodes de communication que vous utilisez pour gérer les conflits ? (*Grin, arbre à palabre, place publique, violence, éloignement, menaces*)
17. Selon vous, quelles sont les forces et faiblesses des moyens de communication dans votre localité ?
18. Que suggérez-vous pour l'amélioration de la communication dans votre localité ?



