

# Tour d'Horizon de l'Écosystème d'Information en Haïti – Confiance en et couverture de l'information liée à la gouvernance et aux élections

Une étude collaborative menée par Internews, l'Institut Panos et Policité  
Février - mai 2024



# Tour d'Horizon de l'Écosystème d'Information en Haïti – Confiance en et couverture de l'information liée à la gouvernance et aux élections

Une étude collaborative menée par Internews, l'Institut Panos et Policité  
Février - mai 2024



## Table des matières

RÉSUMÉ EXÉCUTIF	4	4. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR L'OFFRE	18
1. CONTEXTE DE L'ÉTUDE	6	4.1. Informations socio-démographiques	18
2. MÉTHODOLOGIE	7	4.2. Historique des votes et perspectives de participation des fournisseurs d'information en Haïti	19
2.1. Limites de l'étude	7	4.3. Couverture des thématiques liées à la gouvernance et aux élections en Haïti	20
2.2. Côté demande: les consommateurs d'information	7	4.4. Ressources et outils de vérification	22
2.3. L'offre: les fournisseurs d'information	8	4.5. Formats les plus efficaces pour informer le public sur des sujets liés à la gouvernance et aux élections	24
3. RÉSULTATS DU CÔTÉ DE LA DEMANDE	9	5. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS	25
3.1. Informations auxquelles s'intéressent les participants avant, pendant et après les périodes électorales	9	5.1. Conclusion	25
3.2. Rester informé via les médias sociaux: Avantages et risques	14	5.2. Recommandations	27
3.3. Perspectives mitigées concernant les médias traditionnels	15		
3.4. Les participants veulent de la démocratie participative	16		
3.5. Les citoyens tentent de lutter contre la désinformation	16		

## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Internews, en collaboration avec des partenaires locaux dont l'Institut Panos Caraïbes et le Cercle de Réflexion sur le Développement Économique (CRDE, connu sous le nom de Policité), a mené une étude sur l'écosystème de l'information en Haïti. L'étude vise à contribuer à une meilleure compréhension de l'offre et de la demande d'information sur les questions liées à la gouvernance, à la démocratie et aux élections, en accordant une attention particulière à la «demande» dans l'écosystème de l'information, c'est-à-dire les citoyens qui reçoivent l'information. Cette étude est menée suivant une approche méthodologique de recherche mixte afin, d'une part, de mieux cerner la confiance dont les Haïtiens témoignent envers les médias pour leur fournir des informations de qualité sur les questions liées à la gouvernance et aux élections. D'autre part, l'étude vise à mieux comprendre les pratiques des fournisseurs d'information<sup>1</sup> par rapport à la couverture des sujets afférents à la gouvernance et aux élections. À cette fin, une enquête quantitative a été réalisée auprès de 110 journalistes et fournisseurs d'information, en l'occurrence «l'offre» de l'écosystème de l'information, dans les 10 départements d'Haïti. Un échantillon de 93 journalistes a été sélectionné pour l'analyse après le traitement des données. Dix groupes de discussion ont ensuite été organisés dans huit départements afin de recueillir des données qualitatives relatives à la demande. 116 personnes ont participé à ces groupes de discussion d'une durée de 120 minutes chacun.

<sup>1</sup> Veuillez noter que dans le cadre de cette étude, les termes «fournisseurs d'informations» et «journalistes» sont utilisés de manière interchangeable.

### Du côté de la demande, les principales conclusions de l'étude sont répertoriées ci-après:

- **Les politiques publiques de sécurité pendant les périodes électorales:** la sécurité apparaît comme un sujet d'intérêt majeur avant et après la période électorale.
- **Des préférences mitigées en matière de canaux d'information:** certains participants préfèrent s'informer auprès des médias traditionnels en raison de «la spirale infernale des réseaux sociaux» et parce que «les informations diffusées par les médias traditionnels sont plus fiables». Parmi les participants qui préfèrent les réseaux sociaux, ils évoquent «la possibilité de diffuser l'information en direct».
- **Les participants se méfient des informations diffusées sur les réseaux sociaux en général, et en particulier sur Facebook:** Ils ont indiqué que les informations publiées sur les réseaux sociaux ne sont pas traitées de la même façon que celles publiées par les médias traditionnels.
- **Obstacles à l'accès à l'information:** le manque d'électricité, d'accès à l'internet et de sécurité a été cité comme les principaux obstacles empêchant les citoyens d'obtenir des informations fiables pendant les périodes électorales.
- **Profils des candidats et débats électoraux:** deux sujets sur lesquels les participants souhaitent que les médias se focalisent durant la période électorale.
- **Les participants ont une propension à vérifier les informations avant de les partager:** conscients de la prolifération accrue des «fake news» sur les médias sociaux et/ou dans certains médias partisans, la plupart des participants ont indiqué vérifier les informations auprès de parents, d'amis ou de voisins avant de les partager.
- **Le favoritisme des médias durant les élections de 2016:** en général, les participants ont perçu une inclinaison de la part des médias en faveur d'un candidat particulier pendant les élections de 2016, favorisant ainsi l'élection de ce candidat.

Le rôle des médias est primordial: les participants ont exprimé le besoin d'être informés des actions du gouvernement. Selon eux, les médias doivent également éduquer la population. Par ailleurs, ils ont souligné que les médias doivent aussi participer à la démocratie participative en enquêtant et en documentant les actions du gouvernement, et surtout en effectuant des analyses comparatives entre les réalisations et les promesses de campagne et en veillant à ce que les actions du gouvernement respectent la loi. Selon une personne interrogée, «les médias sont les yeux du peuple et doivent aider la population en contrôlant l'action du gouvernement. La population ne connaît pas vraiment ses droits. Les médias doivent également jouer un rôle éducatif».

#### **Du côté de l'offre, les principales conclusions sont les suivantes:**

- Au moment de l'enquête, **33% des répondants travaillaient sur des sujets relatifs à la gouvernance**, à la démocratie et aux élections, tandis que **68% d'entre eux avaient déjà traité des sujets qui y sont liés**.
- **67% des personnes interrogées ont exprimé leur intention de couvrir les prochaines élections en indiquant un «oui» absolu**. Cependant, 32% ont conditionné le fait de couvrir les prochaines élections à des facteurs tels que: la disponibilité des ressources (13%), la situation sécuritaire du pays (12%), les intérêts éditoriaux (5%), et l'intérêt public (2%), tandis que 1% a estimé que le sujet des élections est controversé et dangereux, et en conséquence ne compte pas le couvrir.
- Les fournisseurs d'informations interrogés ont déclaré faire face à quatre défis majeurs en traitant des sujets liés à la gouvernance, la démocratie et les élections: la difficulté d'accès aux sources individuelles en raison de problèmes d'accès physique, de sécurité ou autres (27%), l'insécurité personnelle - crainte de représailles, menaces, intimidation (20%), le manque d'audience/intérêt pour ces sujets (12%) et le fait qu'il est difficile de savoir ce qui se passe réellement (10%).
- **La vérification croisée avec plusieurs sources (83%) est la principale méthode utilisée par les journalistes** pour valider leurs informations avant de les diffuser.
- À la question de savoir s'ils disposaient des outils et ressources nécessaires pour limiter la propagation de la désinformation, **36% des répondants ont mentionné qu'ils disposaient de très peu ou pas du tout d'outils** et de ressources nécessaires pour atténuer la propagation de la désinformation, tandis que 38% ont souligné le besoin de plus de ressources et de formation.
- **27% des fournisseurs d'informations interrogés n'ont pas reçu de formation** sur les outils et les ressources permettant de limiter la propagation de fausses informations et de désinformation.
- **67% des journalistes interrogés ont déclaré avoir déjà subi des pressions politiques ou des menaces** lors du traitement de sujets liés à la démocratie, à la gouvernance et aux élections en Haïti.
- **40% des personnes interrogées sont convaincues que les médias haïtiens ne jouent pas un rôle suffisamment efficace dans la sensibilisation du public à la gouvernance**, à la démocratie et aux élections, tandis que 16% estiment qu'ils ne sont pas du tout efficaces.
- Parmi les différents formats médiatiques disponibles, les personnes interrogées estiment que les émissions de radio (42%) et les reportages radio (23%) étaient les plus efficaces pour informer le public sur les sujets liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections.
- La promotion du pluralisme dans les médias (42%) et la garantie de la sécurité des journalistes (43%) sont, selon les fournisseurs d'information, les principales mesures que le gouvernement devrait adopter pour permettre à la presse d'assurer une bonne couverture des élections avant, pendant et après la période électorale.

## 1. CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Depuis le retour à la démocratie en 1990, Haïti est plongé dans une série de crises socio-politiques profondes. Ces crises sont nourries par une instabilité politique endémique caractérisée par des changements fréquents de gouvernement et des tensions sociales récurrentes en raison d'élections contestées. La prolifération des groupes armés au cours des cinq dernières années aggrave davantage la situation, en particulier dans l'agglomération de Port-au-Prince, où la violence des gangs a entraîné le déplacement de plus de 85 000 personnes et causé la mort de plus de 1 554 individus<sup>2</sup> depuis le début de l'année 2024.

À la suite de l'assassinat du président Jovenel Moïse survenu en juillet 2021, le pouvoir exécutif a été confié à un premier ministre, M. Ariel Henry, qui a dirigé sans contre-pouvoir. En avril 2024, au moment de la rédaction de cette étude, le premier ministre a démissionné et a transféré le pouvoir à un conseil présidentiel de transition composé de neuf membres désignés par des partis politiques, une coalition d'organisations de la société civile (coalition de Montana) et le secteur privé.

En cette période d'incertitude, de violence de gangs et de polarisation accrue, il existe un besoin urgent pour les citoyens haïtiens d'accéder à des informations fiables et crédibles. Dans ce cadre-là, les médias ont un rôle primordial à jouer dans la stimulation de la participation des citoyens, la promotion de la responsabilité du gouvernement et le renforcement de la démocratie en Haïti. Des élections libres et démocratiques nécessitent la communication d'informations importantes et vérifiées à la population. En général, les fournisseurs d'informations doivent permettre aux citoyens d'avoir accès à un large éventail d'opinions et d'informations sur les principales questions sociales. Ceci est essentiel, notamment en période électorale où la couverture et le suivi des médias, couplés à la diffusion d'informations fiables sur les candidats et les questions électorales, sont primordiaux pour un débat public informé et éclairé.

---

<sup>2</sup> ONU. (2024, Mars 28). Situation des droits de l'homme en Haïti - Rapport du Haut-Commissaire des Nations unies aux droits de l'homme (édition anticipée). URL : <https://www.ohchr.org/en/documents/country-reports/ahrc5576-situation-human-rights-haiti-report-united-nations-high>.

## 2. MÉTHODOLOGIE

Cette étude est basée sur le cadre de l'écosystème de l'information d'Internews (EI), un modèle conceptuel visant à décrire une vue d'ensemble du paysage de l'information dans certaines communautés, à comprendre les relations dynamiques entre l'offre et la demande en termes d'information, et à concevoir des solutions d'information spécifiques adaptées au contexte local.

L'objectif de cette étude est de répondre aux deux questions suivantes:

→ Dans quelle mesure les Haïtiens font-ils confiance à leurs médias pour leur fournir des informations fiables et utiles sur la gouvernance et les questions liées aux élections ? (La demande)

→ Comment les journalistes, les professionnels de la communication et les médias couvrent-ils les questions liées à la gouvernance et aux élections en Haïti ? (L'offre)

L'aspect de la «demande», qui est l'objet principal de cette étude, est réalisé à partir de données qualitatives collectées par le biais de groupes de discussion avec des Haïtiens de différentes régions géographiques du pays.

Le volet «offre», qui concerne principalement les journalistes, les professionnels des médias et autres fournisseurs d'informations, a permis de recueillir des données quantitatives au moyen d'un questionnaire à choix multiples et à réponses fermées, afin d'une part, d'évaluer quand et comment les informations liées à la gouvernance et aux élections sont partagées, et d'autre part, de comprendre les défis auxquels les fournisseurs d'information sont confrontés.

### 2.1. Limites de l'étude

Cette étude n'est pas une analyse exhaustive. En raison de la situation actuelle en Haïti, de nombreuses voix et communautés importantes n'ont pas été prises en compte dans le cadre de l'étude. Par conséquent, la généralisation des résultats à l'ensemble du pays ne peut être totalement garantie. Néanmoins, lors de la conception de l'étude, Internews et l'Institut Panos Caraïbes ont veillé à ce que l'échantillon de groupes puisse illustrer l'accès des Haïtiens aux informations liées à la gouvernance et aux élections, ainsi que la capacité des médias à fournir ces informations.

### 2.2. Côté demande: les consommateurs d'information

Le volet demande de l'étude de l'EI utilise une approche qualitative. L'approche vise à comprendre la confiance dont témoigne la population envers les médias pour leur fournir des informations fiables et utiles sur la gouvernance, la démocratie et les questions liées aux élections. À cette fin, 10 groupes de discussion ont été organisés pour recueillir des données sur les perceptions, les opinions et les expériences de la population en matière de consommation d'informations provenant des médias sur les sujets susmentionnés. Les

groupes de discussion ont été organisés dans huit des dix départements d'Haïti: Ouest, Sud, Sud-Est, Grand-Anse, Artibonite, Nord, Nord-Ouest et Nord-Est. Chaque groupe de discussion était composé de dix et quatorze participants, dont au moins la moitié était des femmes.

Les groupes de discussion ont été réalisés à l'aide d'un guide d'entretien élaboré conjointement par l'institut Panos Caraïbe et Internews. Les questions du guide d'entretien comprenaient, entre autres, des questions sur les types de médias préférés, les perceptions de la couverture médiatique lors des dernières élections et les obstacles empêchant les médias de diffuser des informations fiables, la désinformation, la communication entre la population et le gouvernement, les relations entre le gouvernement et les médias, et les informations spécifiques allant de la période pré-électorale à l'inauguration d'un nouveau gouvernement. Les groupes de discussion ont été menés en créole haïtien par des animateurs formés pour l'occasion, et les participants indépendamment de leur âge et de leur sexe se sont généralement montrés engagés à nourrir la discussion. L'analyse des données s'est principalement concentrée sur l'identification des déclarations importantes et la synthèse des points de vue divergents et convergents.

### 2.3. L'offre: les fournisseurs d'information

110 fournisseurs d'information répartis dans les dix départements géographiques d'Haïti ont répondu à une enquête en ligne de février à mars 2024, et 93 réponses ont été utilisées pour l'analyse. La répartition de l'échantillon selon le département de résidence des journalistes est la suivante: Ouest (31%), Sud (15%), Artibonite (16%), Grand-Anse (12%), Nord (11%), Centre (5%), Nord-Ouest (4%), Nord-Est (3%), Nippes (1%), et Sud-Est (1%).

Un questionnaire de 26 questions diffusé en ligne a permis à l'Institut Panos Caraïbes d'interroger les personnes concernées sur leur historique de vote, leurs pratiques en matière de couverture des sujets liés à la démocratie, à la gouvernance et aux élections en Haïti, et les défis qu'elles perçoivent dans la couverture de ces sujets. L'enquête a également cherché à comprendre les outils et les ressources dont les médias et les fournisseurs d'information disposent afin de vérifier la qualité de l'information. Initialement préparé en anglais, le questionnaire a été diffusé en créole haïtien afin de faciliter la compréhension des répondants. KoboToolbox<sup>3</sup> a été utilisé pour collecter les données.

---

<sup>3</sup> Kobo Toolbox est une suite d'outils libres et gratuits pour la collecte de données sur le terrain.



### 3. RÉSULTATS DU CÔTÉ DE LA DEMANDE

#### 3.1. Informations auxquelles s'intéressent les participants avant, pendant et après les périodes électorales

Les participants aux groupes de discussion se sont montrés très intéressés par les informations relatives à la sécurité, à la politique et à l'économie, que ce soit avant, pendant ou après la période électorale.

##### 3.1.1. Avant les élections, les politiques de sécurité publique et l'avenir politique d'Haïti apparaissent comme les principaux sujets d'intérêt en matière d'information

Parmi les principaux sujets auxquels les participants s'intéressent, les informations relatives à la sécurité émergent de tous les groupes de discussion, à l'exception de celui du Nord-Ouest. Plus précisément, les participants s'intéressent aux décisions politiques prises par le gouvernement pour enrayer le cycle de la violence des gangs.

Selon l'un des participants: «Avec la situation qui prévaut dans le pays, tout le monde veut savoir quand la population pourra se libérer des gangs [...] la situation actuelle d'insécurité pose d'énormes défis au pays».

Selon une autre personne interrogée: «Je veux savoir quand la police va éradiquer ces groupes armés qui empêchent les citoyens de circuler librement.»

Un participant qui a assisté au groupe de discussion dans le Sud a commenté: « L'information que tout le monde attend avec impatience est celle liée au déblocage de Martissant et de Mariani, pour permettre à la population de finalement circuler librement.»

Un autre participant à l'un des groupes de discussion du Grand Sud a ajouté: « Je veux souligner les difficultés auxquelles les citoyens de la région du Grand Sud doivent confronter pour se rendre à Port-au-Prince.»

Bien que les participants aux groupes de discussion du Nord-Ouest n'aient pas explicitement mentionné la

sécurité comme l'un des sujets d'intérêt, ils ont indiqué qu'ils recherchaient des informations plus générales liées à l'éducation, aux soins de santé, à l'économie et à la politique.

Un autre sujet d'intérêt commun aux groupes de discussion est la politique, et plus particulièrement la crise politique actuelle.<sup>4</sup> L'une des personnes interrogées a indiqué: «En ce qui me concerne, l'information la plus importante pour moi est la pièce de théâtre dont Ariel Henry<sup>5</sup> est le personnage principal et sa démission éventuelle. Je suis également intéressé de savoir ce qui se passera après Ariel Henry. Quelles sont les solutions ?»

Un autre participant a ajouté: «La première chose que je veux savoir, c'est quand le gouvernement démissionnera et quand la force multinationale<sup>6</sup> arrivera dans le pays.»

Un troisième répondant a déclaré: «es informations qui m'intéressent sont celles qui concernent la politique, les soins de santé et l'éducation.»

Il est intéressant de souligner ici que si les participants ont manifesté un intérêt pour la politique, cet intérêt était focalisé sur l'impopularité de l'administration Henry ainsi que la situation sécuritaire. En conséquence, la question des élections est le plus souvent abordée de manière implicite

<sup>4</sup> Étant donné le contexte d'Haïti au moment de la collecte des données, la sécurité et la politique qui généralement sont fortement imbriquées, sont considérées séparément dans le cadre de l'analyse des données liées à la demande dans cette étude.

<sup>5</sup> Au moment de la collecte des données, Ariel Henry était premier ministre. Il a depuis démissionné et un Conseil présidentiel de transition a été mis en place.

<sup>6</sup> Ariel Henry a demandé la mise en place d'une force internationale pour aider à démanteler les gangs ; cette force a été approuvée par le Conseil de sécurité des Nations unies et devrait être dirigée par le Kenya avec le soutien de la communauté internationale.

ou tangentielle, dans la quête d'un nouveau système de gouvernance. Les participants sont conscients de ce décalage à bien des égards, et discutent de ce phénomène dans la section 3.1.2.3.

### 3.1.2. Pendant les élections, les profils des candidats et les débats électoraux sont les principaux sujets d'intérêt en matière d'information.

Les médias ont un rôle primordial à jouer pendant la période des élections, et une meilleure compréhension des attentes et des besoins de la demande de l'écosystème de l'information peut aider les fournisseurs d'information à mieux informer et contribuer à l'amélioration du débat public.

La demande la plus souvent citée par les participants aux groupes de discussion est que les médias fournissent davantage d'informations sur les antécédents des candidats. Comme l'a fait remarquer un participant, «le profil des candidats est très important, ainsi que leur niveau d'implication dans leur communauté, leur parcours professionnel et leur travail. Cela nous permettra de savoir s'ils pourront réellement défendre les intérêts de la population.»

Un participant a déclaré que les médias devraient également aider la population à comprendre «dans quelle mesure un candidat a contribué au développement du pays et dans quelle mesure un candidat aime le pays».

Les participants souhaitent également que les médias jouent un rôle plus important dans l'organisation de débats entre les candidats. L'un des participants au groupe de discussion

a fait remarquer «Nous aimerions que les médias creusent davantage dans le programme politique des candidats, qu'ils organisent des débats entre les candidats, afin que nous puissions mieux comprendre dans quelle mesure ils peuvent apporter des solutions aux problèmes auxquels la population est confrontée. Ce serait une bonne façon de nous préparer à aller aux urnes».

Un autre participant a ajouté: «les médias traditionnels doivent organiser des débats entre les candidats pour leur permettre de vendre leur programme politique à la population. Il est préférable pour le pays que la population élise sur la base d'un programme politique»

Ce constat est cohérent avec l'un des résultats de la dernière étude d'Internews et de Pôlicité sur les besoins des citoyens et la compréhension du système politique haïtien: 45,68% des hommes et 42,92% des femmes ont identifié l'information sur les politiques et les programmes politiques des différents partis comme un besoin d'information prioritaire.<sup>7</sup>

Un autre point soulevé par les participants au groupe de discussion de l'Ouest est lié à la source de financement des campagnes électorales. En Haïti, il y a peu de transparence autour du financement de la campagne des candidats. En vertu de l'article 130 du décret électoral, les candidats<sup>8</sup> sont tenus de fournir une liste exhaustive des dons reçus. Néanmoins, les candidats ne jouent pas toujours le jeu.

<sup>7</sup> Pôlicité & Internews (2024). Évaluation des besoins des citoyens et de leur compréhension du système politique haïtien [document PDF].

<sup>8</sup> Gouvernement haïtien. (2023, 10 décembre). Loi électorale avec les amendements de 2013. Publiée dans Le Moniteur. URL: <https://aceproject.org/ero-en/regions/americas/HT/haiti-loi-electorale-2013-2016/view>.

Les fournisseurs d'informations pourraient contribuer à combler ce vide en enquêtant sur la provenance des fonds de campagne des candidats.

Le côté de la demande a également exprimé un intérêt pour que le côté de l'offre organise une campagne de sensibilisation pendant la période électorale afin d'aider les citoyens haïtiens à prendre conscience des manœuvres de certains politiciens. Ce point n'a été soulevé que dans le groupe de discussion du Nord-Est, où un participant a déclaré: «Les médias devraient sensibiliser la population pour qu'elle cesse de monnayer son vote.»

Bien que cela soit illégal en vertu de l'article 201.2 du décret électoral, des cas d'achat de vote ont été signalés<sup>9</sup> lors des précédentes élections en Haïti. Ce clientélisme électoral, entre autres, mine la confiance du public dans le processus électoral et constitue une violation des principes démocratiques. En 2012, seulement 18,5%<sup>10</sup> de la population haïtienne déclarait avoir confiance dans le processus électoral du pays, alors que ce chiffre était inférieur à 2% selon le rapport 2024 de l'évaluation des besoins des citoyens et de leur compréhension du système politique haïtien<sup>11</sup>.

#### 3.1.2.1. Préoccupations concernant la désinformation pendant les élections

<sup>9</sup> Haïti Libre. (2010, 22 Novembre). Haïti - Élections : Jude Célestin Président ? Tous les moyens sont bons. URL : <https://www.haitilibre.com/breve-1716-haiti-elections-jude-celestin-president-tous-les-moyens-sont-bons.html>

<sup>10</sup> Gélineau, F., Evans, C. G., Wilson, C., Boidi, M. F., & Zechmester, E. J. (2010). La culture politique de la démocratie en Haïti et dans les Amériques, 2016/2017: Une étude comparative de la démocratie et de la gouvernance [PDF document]. LAPOP, Vanderbilt University. URL: [https://www.vanderbilt.edu/lapop/haiti/AB2016-17\\_Haiti\\_Country\\_Report\\_French\\_V2\\_W\\_08.27.20.pdf](https://www.vanderbilt.edu/lapop/haiti/AB2016-17_Haiti_Country_Report_French_V2_W_08.27.20.pdf)

<sup>11</sup> Pôlicité & Internews. (2024). Évaluation des besoins des citoyens et de leur compréhension du système politique haïtien [document PDF].

Si certains médias s'efforcent d'analyser et de diffuser des informations avec une rigueur scientifique pendant les élections, il existe toujours un risque d'émettre de fausses informations et de désinformation. Les fausses informations et la désinformation peuvent avoir un impact sérieux sur la vie de toute une population. Les données de tous les groupes de discussion montrent une inquiétude quant à la propagation de la désinformation en période électorale.

Selon un participant au groupe de discussion, «la désinformation est très inquiétante et peut causer des dommages irréparables à une société».

Les participants aux groupes de discussion étaient très préoccupés par la diffusion de fausses informations. Cette désinformation émane, selon eux, de diverses sources, dont les politiciens, les médias partisans et les utilisateurs des réseaux sociaux.

Comme l'a indiqué un participant: «nous en avons déjà fait l'expérience: la désinformation provient des médias partisans. Cela dépend du camp [pour lequel ils travaillent] et de la manière dont ils veulent orienter le vote de la population.... La désinformation émane également des partisans des candidats et des réseaux sociaux».

Un autre participant a ajouté: «la désinformation émane d'acteurs publics dont l'objectif est de faire diversion. Elle peut également émaner des médias ou d'autres acteurs qui ont des biais.»

Cette préoccupation des consommateurs d'informations autour de la diffusion de mésinformations et de

désinformations semble justifiée, étant donné que :

- **21% des fournisseurs d'informations interrogés dans le cadre de l'étude ont déclaré ne pas avoir accès aux outils et ressources nécessaires pour limiter leur diffusion, 12% ont déclaré qu'ils en avaient très peu**
- **et 40% ont indiqué qu'ils en avaient un peu mais qu'ils aimeraient recevoir davantage de ressources et de formation dans ce domaine.**

Par conséquent, la diffusion de mésinformations et de désinformations est un sujet de préoccupation tant pour les fournisseurs d'informations que pour les consommateurs.

### 3.1.2.2. Manque d'infrastructures et insécurité: Principaux obstacles à l'accès à des informations fiables pendant les élections

En discutant de l'accès à des informations fiables pendant les élections avec participants aux groupes de discussion, l'insuffisance des infrastructures, en particulier de l'électricité, est apparue comme l'un des principaux obstacles. Plus précisément, le rationnement de l'électricité et les coupures de courant fréquentes figurent parmi les raisons les plus courantes. Par ailleurs, les participants ont également indiqué que la faible couverture Internet était aussi l'un des obstacles à l'accès à des informations fiables pendant les élections. Ceci corrobore les résultats de l'Évaluation de l'Écosystème de l'Information (IEA) d'Internews 2020 à Port-au-Prince, et 2023 Rooted in Trust IEA: Haïti, où l'accès à l'électricité était l'un des principaux obstacles à l'accès à l'information en général.

L'insécurité est également apparue, lors des groupes de discussions, comme l'un des obstacles à l'accès à des informations fiables pendant les élections.

Les participants ont aussi indiqué que les médias ont une capacité limitée à accéder à l'information et à mener des enquêtes sur des sujets d'intérêt public, tels que les antécédents des candidats et la provenance de leurs fonds de campagne, ce qui constitue un obstacle majeur empêchant la population d'accéder à des informations fiables pendant les élections. Selon une des personnes interrogées: « Les médias sont également confrontés au problème de l'accès à l'information ».

Il convient de noter que les participants n'ont pas fourni davantage de détails par rapport à ce qui limite la capacité des médias. Précédemment, l'EEI 2023 d'Internews<sup>12</sup> a suggéré que les médias n'ont pas accès de manière équitable aux informations, car celles émanant de sources officielles ne sont pas toujours disponibles à tous les journalistes, mais seulement à une poignée d'entre eux. En outre, comme le montre le présent rapport, l'offre a souligné les difficultés rencontrées pour couvrir les sujets liés à la gouvernance et aux élections en Haïti: 8% ont indiqué un manque de ressources ou de personnel, tandis que 9% ont suggéré un manque d'accès à des informations en ligne actualisées et exactes.

Enfin, au cours des discussions, les citoyens ont révélé

<sup>12</sup> Internews, Panos, Pôlicité. (Juin 2023). Rooted in Trust 2.0: Évaluation de l'écosystème d'information. URL : [https://rootedintrust.org/wp-content/uploads/2023/10/Evaluation-de-lecosysteme-dinformation-IEA-Haiti\\_Juin-2023.pdf](https://rootedintrust.org/wp-content/uploads/2023/10/Evaluation-de-lecosysteme-dinformation-IEA-Haiti_Juin-2023.pdf).

qu'ils percevaient l'absence de journalistes qualifiés et compétents, associée à un manque d'objectivité et d'impartialité, dans les médias comme un obstacle majeur à l'accès à une information de qualité pendant les élections.

### 3.1.2.3. Manque d'informations sur les élections

Comme nous l'avons vu, les participants aux groupes de discussion sont parfaitement conscients de la détérioration de la situation politique et du climat sécuritaire en Haïti. L'absence de dirigeants élus et l'augmentation de l'insécurité marquée par la violence des gangs et les enlèvements sont des sujets qui ont éclipsé certains aspects de l'écosystème de l'information en Haïti.

Dans ce contexte, les participants aux groupes de discussion ont souligné le manque d'informations spécifiquement liées aux élections.

Selon l'une des personnes interrogées: «Cela fait un moment que je n'ai pas entendu les médias parler des élections et de la création du Conseil électoral».

Un autre participant a ajouté: «Je pense qu'il n'y a pas assez d'informations sur les élections dans les médias. Les médias n'en parlent pas du tout. Je pense qu'ils devraient parler des élections pour faire prendre conscience de leur importance pour le pays, même si les conditions actuelles ne sont pas propices aux élections».

Un troisième répondant a commenté: «Les médias ne font pas un bon travail [se référant à la couverture des sujets liés aux élections]. C'est peut-être parce qu'il y a d'autres préoccupations urgentes comme l'insécurité, l'arrivée éventuelle de la force multinationale».

Le manque d'informations sur les élections du point de vue de la demande est corroboré par les données relatives à l'offre, qui indiquent que **33% des journalistes interrogés couvraient des sujets liés aux élections au moment de l'étude**. Ces données suggèrent que si les élections et les questions de gouvernance ne sont pas prioritaires pour les médias en raison de préoccupations plus urgentes, les participants en sont conscients de ce manque. Les participants n'ont toutefois pas donné de détails sur les informations spécifiques liées aux élections qu'il leur manque. Ils ont simplement relaté le fait que les médias ne couvrent pas suffisamment les sujets relatifs aux élections.

### 3.1.2.4. Forte demande d'informations relatives à la sécurité

Bien que conscients de l'importance et de l'absence de la couverture médiatique des questions liées aux élections, presque tous les participants ont indiqué vouloir recevoir des informations liées à la détérioration des conditions de sécurité dans le pays.

L'une des personnes interrogées a été catégorique: «L'organisation d'élections n'est pas un sujet d'intérêt dans le contexte actuel. Ce n'est tout simplement pas une option pour le moment».

Interrogé sur les sujets les plus urgents auxquels les médias doivent accorder de l'attention, une personne interrogée a souligné: «Je pense que l'insécurité est la chose la plus importante à discuter. En l'absence de sécurité ou de libre circulation, il n'y a rien d'autre à discuter. La situation actuelle d'insécurité empêche même les médias de faire de bons reportages.»

En d'autres termes, les données suggèrent que certains citoyens établissent un lien entre la capacité des médias à fournir des informations et le contexte sécuritaire. D'autres participants ont établi des liens entre la sécurité et des conditions plus générales telles que l'économie et la liberté de circulation.

Un autre participant au groupe de discussion a indiqué: «En ce qui me concerne, la sécurité est le sujet le plus important à aborder pour les médias. Les conditions de sécurité doivent être établies dans le pays pour pouvoir attirer des investisseurs».

Un troisième participant a déclaré: «Le plus important est que la presse parle de l'insécurité actuelle du pays. La situation sécuritaire se détériore et les droits des citoyens à se déplacer sont mis en péril. Cela doit être la priorité du moment».

Un quatrième participant qui a assisté au groupe de discussion tenu dans l'Artibonite a expliqué: «Quand je vais à Pon Kenep<sup>13</sup>, je ne devrais pas voir de cadavres dans la rue. Même si les gens ne peuvent pas satisfaire leurs besoins de base, la chose la plus importante est la sécurité».

Enfin, dans le cadre des groupes de discussion, les participants ont indiqué d'autres sujets que les médias pourraient envisager de couvrir: la démission (à l'époque, potentielle) du premier ministre, l'inflation et l'émigration des cadres vers l'étranger.

<sup>13</sup> Un quartier des Gonaïves.

### 3.1.2.5. Politiques de sécurité et mesures économiques: information primaire d'intérêt après une élection

Les données recueillies lors des groupes de discussion suggèrent que les attentes des citoyens en termes d'information après l'entrée en fonction d'un nouveau gouvernement sont similaires à celles d'avant les élections. Plus précisément, les participants cherchent à savoir comment le nouveau gouvernement compte répondre à leurs préoccupations; ils souhaitent connaître la politique de sécurité du nouveau gouvernement et les mesures visant à rétablir l'État de droit.

Un participant du groupe de discussion de l'Artibonite a déclaré: «Je veux savoir comment le gouvernement compte sortir le pays de ce borbier. Je veux savoir si le nouveau gouvernement peut rétablir l'ordre dans le pays».

L'Artibonite est confronté à une violence généralisée des gangs. Bien que Port-au-Prince reste l'épicentre de la violence des gangs en Haïti, le quotidien des habitants du Bas-Artibonite est marqué par des meurtres, des enlèvements, des viols et des attaques de véhicules de transport public. L'ONU fait état de 1 690<sup>14</sup> personnes tuées entre janvier 2022 et octobre 2023 dans l'Artibonite.

Un autre participant du groupe de discussion du Nord a ajouté: «La première chose que j'attends du gouvernement, c'est qu'il apporte la stabilité au pays et qu'il en fasse un endroit sûr».

<sup>14</sup> HCDH et BINUH « La violence criminelle s'étend au-delà de Port-au-Prince - La situation dans le bas Artibonite » (2023), <https://www.ohchr.org/fr/documents/country-reports/criminal-violence-extends-beyond-port-au-prince-situation-lower>

Et une personne interrogée dans le groupe de discussion du Sud a expliqué: « Le gouvernement doit communiquer sur les mesures visant à éradiquer les zones de non-droit dans tout le pays afin que la population puisse recommencer à circuler comme avant». Un deuxième répondant du groupe de discussion du Sud a déclaré: «Le gouvernement doit communiquer sa stratégie pour endiguer l'insécurité».

Un autre besoin en termes d'information concerne l'économie: les participants aux groupes de discussion souhaitaient savoir comment un nouveau gouvernement envisagerait de lutter contre l'inflation et de relancer l'agriculture.

L'un des participants du groupe de discussion du Nord a indiqué: « La première mesure que j'attends du nouveau gouvernement est d'entamer la relance économique du pays».

Un deuxième participant du Nord a ajouté: «Il faut relancer l'agriculture. Aujourd'hui, le pays importe tout de la République dominicaine. Nous avons besoin de plus de fermes et de bétail, pour générer des revenus, car aujourd'hui, en l'absence de tout cela, c'est la misère et la souffrance.»

Selon une personne interrogée dans le groupe de discussion du Sud :

«le gouvernement doit commencer à travailler à partir de la base, nous devons soutenir la production nationale, afin qu'il y ait suffisamment de nourriture pour la population. Le pays ne peut pas avancer il importe tout. Auparavant, le pays exportait beaucoup, mais aujourd'hui ce n'est plus le cas»

Du côté de la demande, on est également intéressé par les informations relatives aux politiques d'éducation du nouveau gouvernement: «J'aimerais que le gouvernement se concentre sur l'éducation. Je ne veux plus que le pays connaisse de lockdown<sup>15</sup>. J'espère que cela n'arrivera plus avec l'arrivée d'un nouveau gouvernement, afin que les enfants puissent aller à l'école» explique une personne interrogée. Une deuxième personne a ajouté: «Je veux savoir si les écoles vont recommencer à fonctionner normalement» et une troisième s'intéresse «uniquement à l'éducation, parce que l'éducation peut permettre à la population de faire des choix judicieux pendant les élections».

Les personnes interrogées dans les groupes de discussion souhaitent également recevoir des informations sur la politique de santé du nouveau gouvernement: « J'aimerais en savoir plus sur les politiques de santé du nouveau gouvernement », a déclaré un participant.

Tout en reconnaissant de manière générale le manque d'information de la part des médias sur les élections et la gouvernance, les participants aux groupes de discussion veulent surtout savoir comment et quand ils peuvent s'attendre à un retour à la normale. Les participants n'ont pas cherché à discuter plus spécifiquement des mesures particulières que certains ministères ou responsables gouvernementaux pourraient prendre, ni des moyens de soutenir un nouveau gouvernement ou de s'engager dans la politique.

<sup>15</sup> Ces dernières années, le pays a connu un «lock down» (verrouillage) pour protester contre les politiques gouvernementales. Pendant la période de lock down, les entreprises ne fonctionnent pas, les écoles restent fermées et les transports publics ne sont pas opérationnels.

## 3.2. Rester informé via les médias sociaux: Avantages et risques

L'émergence et la généralisation des réseaux sociaux ont révolutionné la façon dont l'information est diffusée. Haïti n'échappe pas à ce bouleversement qui a entraîné un changement de comportement des utilisateurs dans la manière de consommer l'information. En 2023, il y avait 2,1<sup>16</sup> millions d'utilisateurs actifs de réseaux sociaux en Haïti, et 1,9 millions d'utilisateurs de Facebook<sup>17</sup>. Le rapport EEI 2023 d'Internews<sup>18</sup> a également révélé l'étendue du paysage médiatique haïtien: 700 stations de radio et 150 chaînes de télévision,<sup>19</sup> 4,53 millions d'utilisateurs d'Internet, dont 86,06% sont connectés via un téléphone portable.

### 3.2.1. Les informations sur les médias sociaux sont accessibles et disponibles

Les participants aux groupes de discussion ont une idée assez précise de ce qu'ils considèrent comme étant des avantages de l'utilisation des réseaux sociaux. D'abord, les participants ont indiqué la disponibilité et l'accessibilité

<sup>16</sup> Kemp, Simon (2023, 16 février). Digital 2023: Haïti. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-haiti>

<sup>17</sup> Selon, Simon Kemp, "au cours des derniers mois, Meta a apporté d'importantes modifications à la manière dont ses ressources publicitaires communiquent les données relatives à l'audience, notamment en apportant des révisions significatives à ses données d'audience de base pour Facebook, de sorte que les chiffres présentés ici peuvent ne pas être directement comparables à ceux publiés dans nos rapports précédents." Chiffres qui ont été déjà pris dans la version 2023 de l'Évaluation de l'écosystème de l'information.

<sup>18</sup> Internews, Panos, Policité. (Juin 2023). Rooted in Trust 2.0: Évaluation de l'écosystème d'information. URL : [https://rootedintrust.org/wp-content/uploads/2023/10/Evaluation-de-lecosysteme-dinformation-IEA-Haiti\\_Juin-2023.pdf](https://rootedintrust.org/wp-content/uploads/2023/10/Evaluation-de-lecosysteme-dinformation-IEA-Haiti_Juin-2023.pdf).

<sup>19</sup> Unesco. (2022). Étude sur le développement des médias en Haïti. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384411>

de l'information. Selon l'un d'entre eux: «Même dans les zones rurales sans accès à l'électricité, vous pouvez accéder à des informations sur les réseaux sociaux grâce à votre smartphone, sans avoir besoin d'un téléviseur.»

Ensuite, la rapidité avec laquelle l'information est transmise sur les réseaux sociaux est considérée comme un réel avantage. «L'information est diffusée très rapidement sur les réseaux sociaux», a déclaré un participant. De plus, les réseaux sociaux offrent la possibilité de voir les images qui accompagnent la diffusion de l'information. «Les réseaux sociaux fournissent des images», a indiqué un participant. «Sur les réseaux sociaux, il y a du son mais aussi des images», ajoute un autre participant. «Quand on veut une information en direct, on peut l'écouter et la regarder en même temps», ajoute un troisième participant. Enfin, certains participants préfèrent s'informer sur les réseaux sociaux, en raison de «la possibilité de suivre l'actualité en direct».

Si les participants ont mentionné la disponibilité et l'accessibilité comme étant les deux principaux avantages de s'informer via les réseaux sociaux, il convient de souligner que cette disponibilité et accessibilité existent également pour certains médias traditionnels qui proposent des versions numériques de leurs reportages en ligne. En fait, certains médias traditionnels haïtiens diffusent également des émissions en direct sur des plateformes populaires telles que Facebook.

### 3.2.2. Les médias sociaux sont un terrain fertile pour les rumeurs et la désinformation

Les participants sont, certes conscients de l'utilité et de l'accessibilité des informations provenant des réseaux sociaux, ils évoquent également les inconvénients à s'informer via les réseaux sociaux. L'inconvénient qui fait l'unanimité parmi les participants aux groupes de discussion est le risque de propagation de fausses informations, ainsi que la fiabilité douteuse de l'information. Plus précisément, les participants ont mentionné que les informations disponibles sur les médias sociaux «restent difficiles à confirmer et à vérifier». En outre, les données montrent que les participants sont pleinement conscients que les médias sociaux sont un terrain fertile pour les rumeurs et la propagation intentionnelle ou non de fausses informations, en particulier en période d'incertitude. Par conséquent, presque tous les participants ont exprimé leur méfiance à l'égard des informations émanant des réseaux sociaux. En particulier, les participants se méfient des informations diffusées via Facebook et souhaitent par conséquent rester vigilants.

Comme l'indique une des personnes interrogées, «je me méfie des informations véhiculées sur les réseaux sociaux. Contrairement à la radio traditionnelle, les plateformes de réseaux sociaux n'ont pas de rédacteur en chef, de directeur de l'information, pour valider l'information avant sa diffusion. Les utilisateurs des médias sociaux publient tout et n'importe quoi»

En outre, pour augmenter le nombre de vues et d'abonnés,

certaines créateurs de contenu sur les médias sociaux fabriquent des informations ou tentent de transmettre des informations obsolètes qui se sont produites dans des contextes complètement différents. Comme l'a dit un participant, «l'inconvénient [des médias sociaux] est que certains utilisateurs publient des informations qui n'ont jamais existé ou qui ne correspondent pas à la réalité». Les données indiquent qu'il existe une méfiance à l'égard des individus ou des influenceurs en quête de vues, dont certains «vont jusqu'à publier de fausses informations afin d'augmenter leur nombre de vues et d'abonnés».

### 3.3. Perspectives mitigées concernant les médias traditionnels

Avec l'utilisation généralisée des technologies de l'information et de la communication, les médias traditionnels en Haïti ont été contraints de se réinventer. Ils ont adapté leur modèle économique en investissant dans des plateformes en ligne telles que des sites web et des applications afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs. Par exemple, les utilisateurs peuvent désormais consulter en ligne le contenu de Le Nouvelliste, le plus ancien journal haïtien, et écouter les émissions de Radio Vision 2000 ou de Radio Caraïbes sur Internet.

Contrairement à la plupart des médias qui n'existent que sur les réseaux sociaux, les médias traditionnels ont une structure éditoriale bien établie, avec une salle de rédaction et un rédacteur en chef. Cela favorise la diffusion d'informations plus fiables, ce qui est perçu comme un avantage par les participants: «Les informations diffusées

par les médias traditionnels sont plus fiables». Cependant, le paysage médiatique haïtien est assez fragmenté. Comme l'ont noté les participants, «certains médias sont ouvertement biaisés, diffusant des informations dans une direction particulière». Ces médias «ouvertement biaisés» sont perçus comme des instruments de pouvoir souvent utilisés comme outils de propagande en faveur de certains groupes politiques spécifiques. Les personnes interrogées ont déclaré qu'elles se méfient des informations diffusées par ces médias. Selon un participant: «Souvent, certaines stations de radio commerciales vendent du temps d'antenne, de sorte que les gens peuvent l'acheter et en faire ce qu'ils veulent». Ce genre d'émissions soulève des questions sur la valeur des médias traditionnels.

#### 3.3.1. Impartialité des médias traditionnels avant et pendant les dernières élections

Haïti ne dispose pas d'un organe capable de contrôler les principes du pluralisme. Pour les élections de 2016, les participants aux groupes de discussion indiquent que les différentes opinions politiques n'étaient pas toujours représentées à l'antenne. La perception des participants aux groupes de discussion est qu'il y avait une inclinaison en faveur d'un candidat particulier dont le slogan était promu. En conséquence, les gens ont eu l'impression qu'il n'y avait qu'un seul candidat viable pour lequel ils n'avaient de choix que de voter.

Comme l'a expliqué un participant: «Un seul candidat a bénéficié d'une attention particulière de la part du public, les médias l'ont vendu comme le porteur d'espoir... les médias

ont embrassé sa cause et ont ainsi favorisé son accession à la présidence du pays».

Les participants aux groupes de discussion ont estimé que les informations diffusées lors de la dernière campagne présidentielle étaient biaisées - la presse avait pris parti pour certains candidats et chaque média était associé à un candidat et voulait influencer les votes en faveur de son candidat.

Considérant le rôle prépondérant des médias pendant les périodes électorales, ce sentiment de manque d'impartialité est un obstacle majeur à établir la confiance entre l'offre et la demande. Étant donné la nature cruciale des prochaines élections tant attendues en Haïti, les médias ont un rôle encore plus important à jouer pour informer les citoyens des programmes des candidats et de leur capacité à restaurer la gouvernance démocratique.

Les données recueillies auprès des fournisseurs d'informations dans le cadre de cette étude corroborent ces affirmations. [Seuls 14% des journalistes interrogés considèrent que les médias haïtiens sont impartiaux ou très impartiaux.](#)

#### 3.3.2. Le rôle des médias traditionnels dans le suivi des actions d'un nouveau gouvernement

Les participants aux groupes de discussion souhaitent être informés des actions du gouvernement, afin d'être mieux imbus des politiques publiques qui auront un impact sur leur vie quotidienne, mais aussi de connaître leurs droits et leurs devoirs, et éventuellement de plaider pour un changement

politique. De nombreux participants souhaitent que les médias agissent comme un chien de garde en surveillant l'activité d'un nouveau gouvernement après son entrée en fonction. Les médias peuvent enquêter et documenter les actions du gouvernement, et surtout produire des analyses comparatives entre les réalisations et les promesses de campagne, afin de contribuer à réduire l'écart entre ces promesses et les réalisations.

«C'est aux médias de surveiller les actions du gouvernement par rapport aux promesses de campagne et de veiller à ce qu'elles soient tenues», a expliqué un participant. Un autre participant a ajouté: «Les autorités élues l'ont été sur la base d'un programme électoral. Les médias doivent enquêter et vérifier si ces promesses sont respectées. Ils doivent également impliquer les citoyens». En outre, selon les participants, la presse doit enquêter sur les cas de corruption et «doit aider à contrôler les voyages et les dépenses inutiles» des membres du nouveau gouvernement.

### 3.4. Les participants veulent de la démocratie participative

Les personnes interrogées estiment que la communication entre le gouvernement et la population est un peu complexe. Cela s'explique en grande partie par l'absence d'espace de concertation entre les représentants de l'État en général et la population au niveau local. Les participants ont conscience des canaux qui peuvent être utilisés pour communiquer avec le gouvernement, tels que les médias, les marches pacifiques, les manifestations mais aussi à travers les élus locaux. Ils restent néanmoins dubitatifs quant à la volonté du

gouvernement de prendre en compte leur revendication: «Le peuple n'a pas voix au chapitre». Cette déconnexion entre les communautés et les dirigeants locaux<sup>20</sup> a également été constatée dans l'étude d'Internews 2020 Port-au-Prince IEA, où 50% des personnes interrogées ont déclaré ne pas recevoir d'informations de la part des dirigeants locaux. En outre, dans cette même étude, 25% des personnes interrogées ont déclaré ne pas connaître leurs dirigeants locaux; 24% ont déclaré que leurs dirigeants locaux ne contribuaient pas à la communauté; 19% ont déclaré qu'ils ne pouvaient pas communiquer avec eux; et 15% ont déclaré qu'ils ne faisaient pas preuve leadership avéré.

Dans le cadre de la présente étude, un participant a précisé: «Il y a des canaux de communication. Mais, le gouvernement se moque des besoins de la population. Quand il y a des problèmes et que les citoyens se rassemblent, il y a toujours cette volonté de la part du gouvernement de décrédibiliser le mobile de ces citoyens». Selon les participants, les mouvements sociaux sont les moyens les plus efficaces pour les citoyens de communiquer avec le gouvernement en Haïti :

«La communication avec le gouvernement est assez complexe. Si l'on dénonce les actions du gouvernement à travers la radio et les pancartes, on ne sera pas entendu. Il faut bloquer les rues pour se faire entendre. Ériger des barricades reste problématique, néanmoins, c'est l'unique façon de se faire entendre».

<sup>20</sup> Les dirigeants locaux (maires, chefs de police, chefs religieux, hommes d'affaires, autres personnes influentes).

Étant donné que les participants ne sont pas satisfaits des moyens mis en œuvre pour faire entendre leur voix et répondre à leurs besoins, le rôle des médias devient davantage important. À cette fin, les participants souhaitent que les médias informent les citoyens des actualités politiques mais aussi enquêtent sur les actions du gouvernement et veillent à ce que celles-ci restent licites par rapport aux lois en vigueur.

«Les médias représentent les yeux du peuple, et doivent aider la population en surveillant l'action du gouvernement. La population ne connaît pas les droits que lui confère la constitution et n'arrive pas à forcer le gouvernement à les respecter. Les médias doivent jouer un rôle d'éducateur. En revanche, les médias doivent être très indépendants »

### 3.5. Les citoyens tentent de lutter contre la désinformation

La désinformation est un problème endémique en Haïti. La plupart des participants le reconnaissent et pensent que les réseaux sociaux contribuent grandement à la diffusion de fausses informations. Certains pensent également que les médias partisans en sont aussi responsables.

Compte tenu de l'absence de mécanismes pour lutter contre la désinformation et responsabiliser ceux qui la diffusent volontairement, les participants ont indiqué qu'ils ressentaient le besoin de vérifier les informations avant de les partager. Dans les groupes de discussion, les citoyens ont indiqué qu'ils vérifiaient généralement les informations auprès de leur famille, de leurs amis ou de leurs voisins avant



de les partager. Comme l'a fait remarquer un participant du groupe de discussion du Sud-est: «Il est toujours important de vérifier les informations, de savoir d'où elles viennent et de se faire une idée de leur fiabilité». Un autre participant dans un groupe de discussion dans le Nord-Ouest précise l'importance de vérification de l'information reçue sur les réseaux et les groupes : «il faut d'abord vérifier l'information avant de la partager, sinon une désinformation peut avoir des répercussions sur toute une population».

Et parmi les méthodes de vérification, la plupart des participants privilégient la vérification croisée des informations. Certains vérifient auprès de leurs proches, sur le site<sup>21</sup> ou auprès de fournisseurs d'informations et de journalistes sur les réseaux sociaux qui sont connus pour leur crédibilité. Certains participants ont indiqué utiliser leur téléphone pour remonter à la source de l'information avant d'en accepter la validité. D'autres mentionnent consulter plusieurs sites de réseaux sociaux et des médias traditionnels pour éviter la désinformation.

Cette méthode de vérification croisée des informations est également privilégiée par 80% des journalistes interrogés dans le cadre de l'étude sur l'offre. Cependant, certains participants estiment néanmoins qu'ils ne peuvent pas vraiment éviter que les fausses informations ne leur parviennent ni qu'elles les affectent, mais ils peuvent toujours essayer de les vérifier. D'autres indiquent ne pas écouter l'information politique pour éviter d'être affectés par la désinformation.

---

21 L'Évaluation de l'Écosystème d'Information (EEI) 2020 d'Internews à Port-au-Prince a révélé que lorsqu'ils ont besoin d'aide pour comprendre des informations, les répondants se tournent vers leur famille et leurs amis et leur font grandement confiance. À la question «Faites-vous confiance à la personne qui vous aide à comprendre l'information ?», 80% des personnes interrogées ont répondu «oui» et 18% ont répondu «plutôt oui».

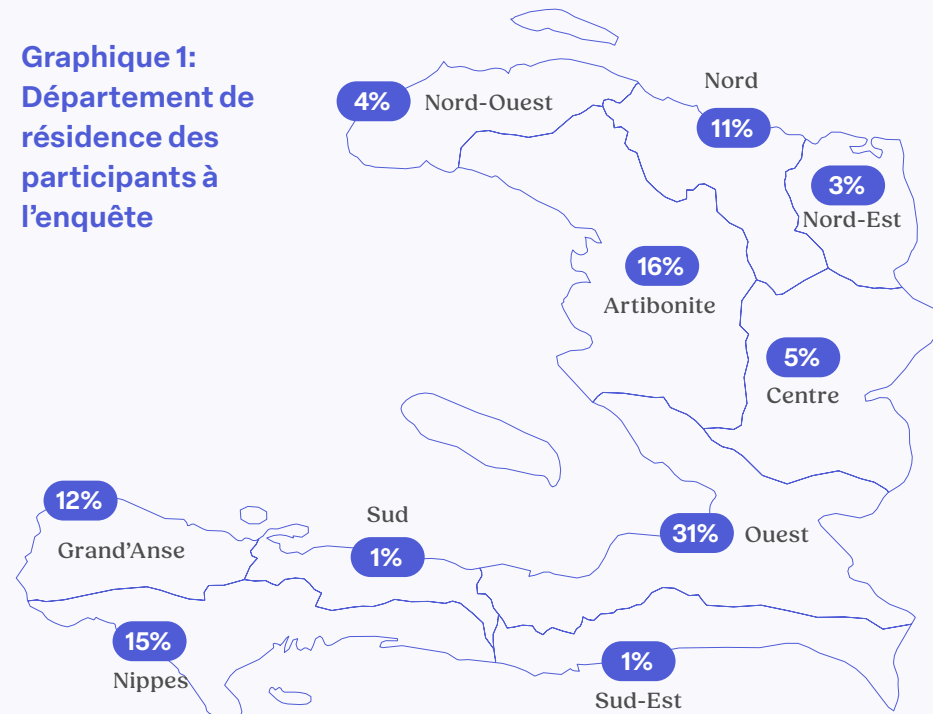
## 4. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR L'OFFRE

### 4.1. Informations socio-démographiques

#### 4.1.1. Situation géographique

L'enquête menée auprès des fournisseurs d'information a couvert l'ensemble des dix départements géographiques d'Haïti. Plus de 30% des journalistes interrogés travaillaient dans le département de l'Ouest au moment de l'enquête. Les départements de l'Artibonite, du Sud, de la Grand-Anse et du Nord sont également bien représentés dans l'échantillon, avec des proportions respectives de 16%, 15%, 12% et 11%. En revanche, les départements du Sud-Est et des Nippes sont les moins représentés, ne comptant chacun que pour seulement 1% de l'échantillon.

**Graphique 1:**  
Département de résidence des participants à l'enquête



Source : Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

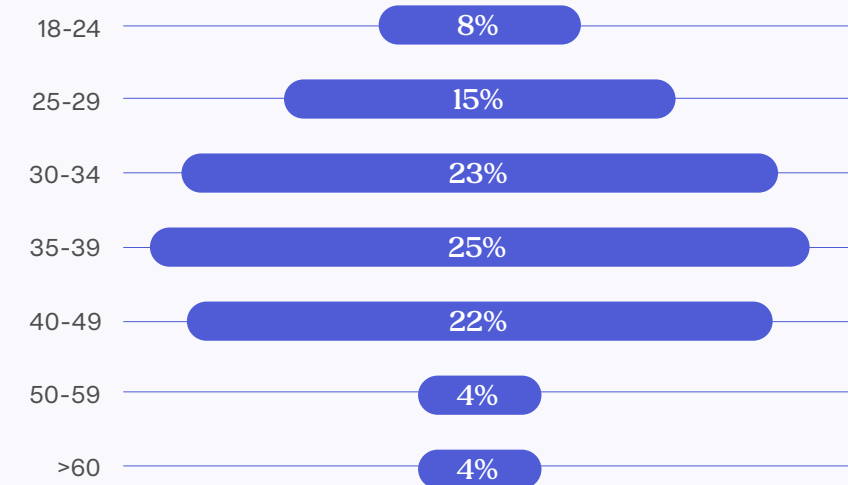
#### 4.1.2. Genre

La majorité des répondants sont des hommes, représentant 84% des fournisseurs d'information interrogés, tandis que les femmes ne représentent que 16%.

#### 4.1.3. Âge

La distribution des fournisseurs d'information interrogés selon l'âge révèle une forte prédominance des jeunes journalistes dans l'échantillon, avec 71% des répondants âgés entre 18 et 39 ans. Les tranches d'âge les mieux représentées sont celles de 30-34 ans et 35-39 ans, avec respectivement 23% et 25%, suivies par la tranche d'âge de 40-49 ans, qui compte pour 22% des répondants. En revanche, les tranches d'âge de 50-59 ans et de plus de 60 ans ne représentent que 4% des personnes interrogées, chacune.

**Graphique 2:**  
Sexe des participants à l'enquête

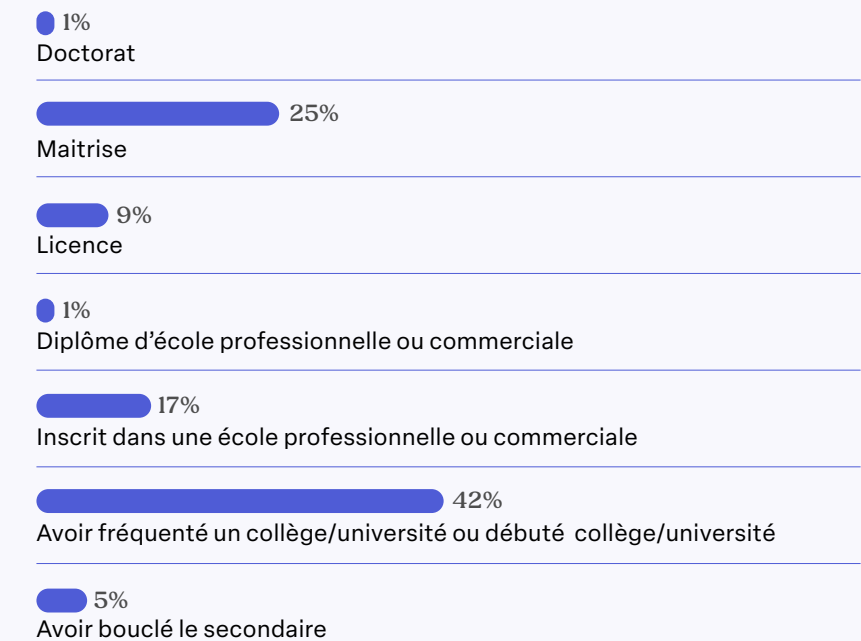


Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

#### 4.1.4. Niveau d'éducation

La distribution des répondants en fonction de leur niveau d'éducation indique que 41% des fournisseurs d'information ont indiqué être inscrits à l'université ou avoir suivi des études universitaires au moment de l'enquête. 25% d'entre eux étaient titulaires d'un master, 8% d'une licence et 1% d'un doctorat. 18% d'entre eux fréquentaient une école professionnelle ou avaient suivi une formation professionnelle. En outre, 5% étaient titulaires d'un diplôme professionnel et 5% d'un diplôme d'études secondaires.

**Graphique 3:**  
Niveau d'éducation des participants à l'enquête

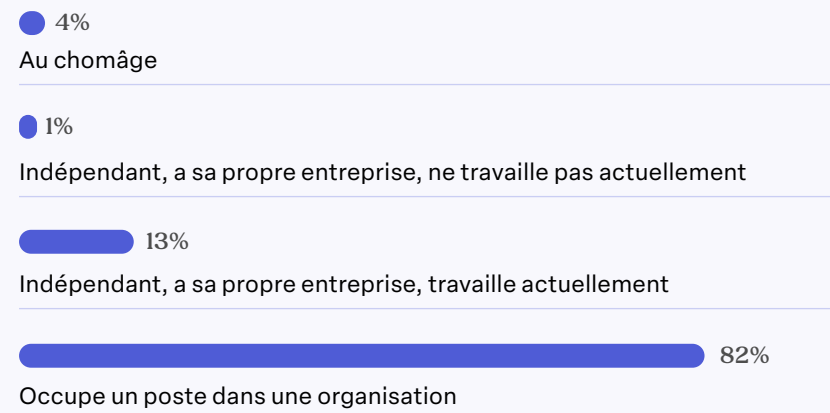


Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

#### 4.1.5. Statut Professionnel

80% des journalistes interrogés étaient salariés au sein d'une organisation au moment de l'enquête. Environ 12% d'entre eux étaient des travailleurs indépendants actifs, tandis qu'une minorité (1%) était des travailleurs indépendants inactifs. En outre, 7% des répondants étaient sans emploi.

**Graphique 4**  
Statut socio-professionnel des participants



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

Les stations de radio sont les plus grands pourvoyeurs d'emploi parmi les personnes interrogées, représentant 47% de l'échantillon total, suivies des médias en ligne (16%) et des journaux (7%). Les journalistes indépendants, les employés des plateformes de réseaux sociaux et des plateformes de médias numériques représentent respectivement 3%, 4% et 5%. 1% des personnes interrogées indiquent travailler en indépendant et 3% gèrent leur propre blog ou page d'information sur Facebook au moment de l'enquête.

En outre, les personnes sans emploi dans le secteur de l'information représentent 6% de l'échantillon. Ces résultats mettent en lumière l'hétérogénéité des employeurs dans le domaine du journalisme en Haïti, allant des organes de presse traditionnels aux journalistes indépendants en passant par ceux qui travaillent sur les plateformes de médias numériques émergentes.

**Graphique 5**  
Types d'employeurs des participants à l'enquête



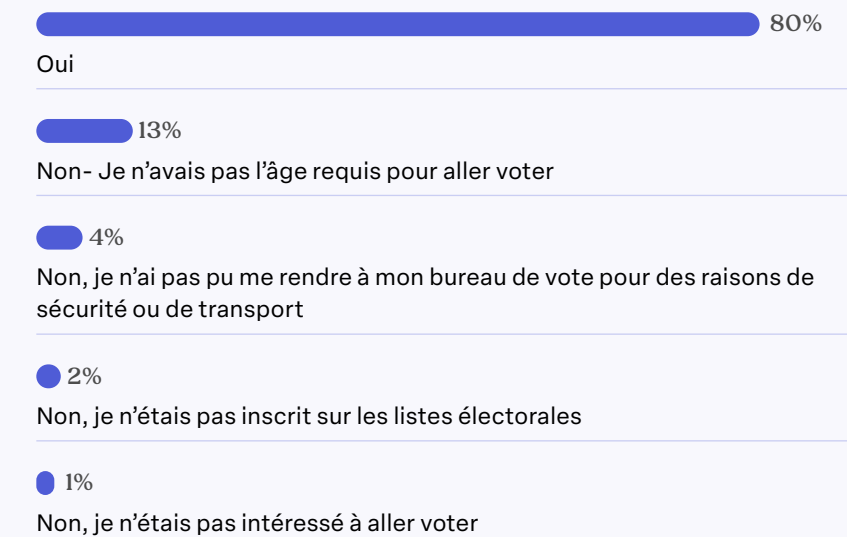
Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

## 4.2. Historique des votes et perspectives de participation des fournisseurs d'information en Haïti

### 4.2.1. Participation aux dernières élections en Haïti

Comme l'indique le graphique ci-dessous, 80% des fournisseurs d'informations interrogés ont déclaré avoir voté lors des dernières élections, tandis que 13% ont déclaré ne pas avoir voté. Parmi ceux qui n'ont pas voté, 63% n'avaient pas l'âge légal de voter à l'époque, 21% ont évoqué des problèmes liés à l'insécurité ou aux transports, 11% ont déclaré ne pas être inscrits sur les listes électorales et 5% ont indiqué un manque d'intérêt pour le processus électoral.

**Graphique 6**  
Participation des fournisseurs d'information aux dernières élections



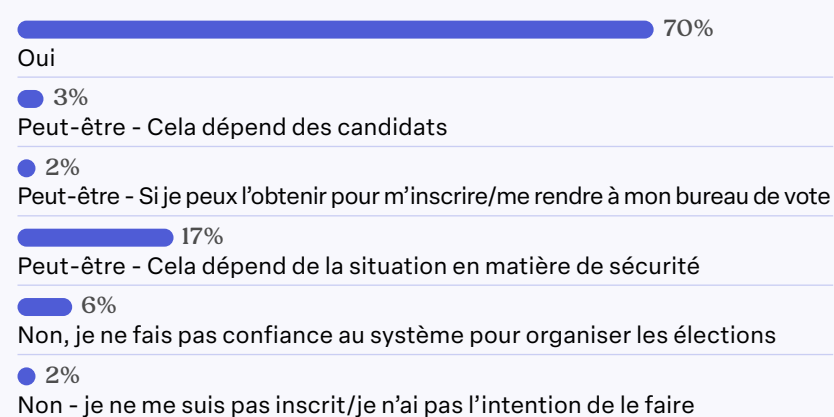
Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

#### 4.2.2. Participation aux prochaines élections

70% des fournisseurs d'information interrogés ont indiqué qu'ils avaient l'intention de voter lors des prochaines élections, ce qui est légèrement inférieur au pourcentage de répondants qui ont indiqué avoir voté lors des dernières élections (80%, graphique 7). Cependant, cette proportion est bien plus élevée que les 13% obtenus lors de l'enquête sur les besoins des citoyens et de leur compréhension du système politique haïtien menée récemment par Internews et Policité<sup>22</sup>. Comme le montre le graphique ci-dessous, 8% des fournisseurs d'informations affirment catégoriquement qu'ils ne prendront pas part au prochain scrutin, ce qui est assez proche de la proportion (9,5%) des répondants à l'évaluation susmentionnée qui ont indiqué qu'ils ne voteront pas. Enfin, 17% des fournisseurs d'informations ont conditionné leur participation à l'évolution de la situation

22 Policité & Internews (2024). Évaluation des besoins des citoyens et de leur compréhension du système politique haïtien [document PDF].

**Graphique 7: Décisions concernant la participation des fournisseurs d'informations aux prochaines élections**



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

sécuritaire dans le pays, 3% ont indiqué que leur décision dépendra des profils des candidats, tandis que 2% ont mentionné que leur participation sera déterminée par la facilité de s'inscrire sur les listes électorales et de se rendre aux bureaux de vote.

#### 4.3. Couverture des thématiques liées à la gouvernance et aux élections en Haïti

##### 4.3.1. Couverture des sujets liés à la gouvernance et aux élections dans le passé

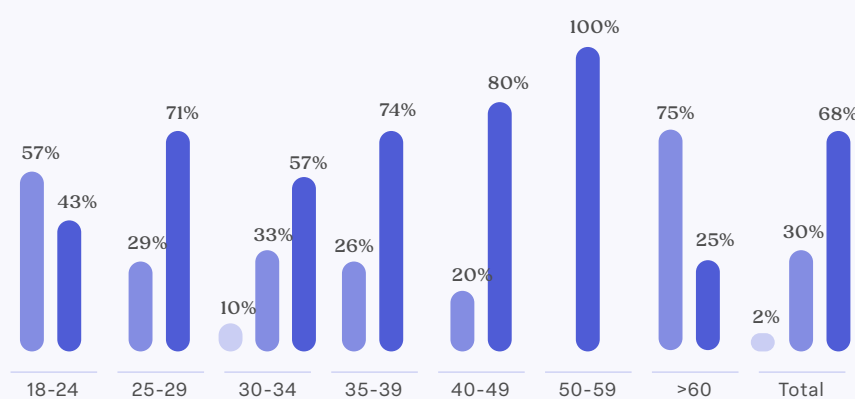
Comme l'indique le graphique ci-dessous, les données relatives à l'offre d'information montrent que 68% des journalistes ayant répondu à l'enquête avaient déjà couvert des sujets liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections au moment de l'enquête, tandis que 30% n'avaient pas cette expérience. Ce résultat met en évidence une opportunité de travailler sur le renforcement de la

couverture médiatique des sujets clés liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections en Haïti. A l'exception de la tranche d'âge «60 ans et plus», le pourcentage de répondants n'ayant pas encore travaillé sur ces sujets est logiquement plus élevé chez les jeunes journalistes. Plus un journaliste est jeune, moins il a de chances d'avoir traité ces sujets, toutes choses égales par ailleurs.

##### 4.3.2. Couverture des THEMES LIES à la gouvernance et aux élections aujourd'hui

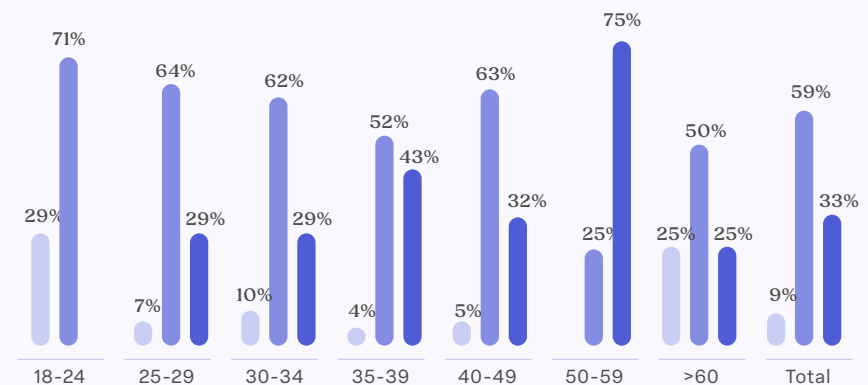
33% des fournisseurs d'informations interrogés ont indiqué qu'ils couvraient activement des sujets liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections au moment de l'étude. Ce pourcentage est similaire dans toutes les tranches d'âge. Dans les sections suivantes, on essaiera de mettre en lumière les raisons possibles de ce faible pourcentage.

**Graphique 8**  
Participants familiers avec les thèmes de la gouvernance, de la démocratie et des élections selon leur âge



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

**Graphique 9**  
Participants couvrant les thèmes de la gouvernance, de la démocratie et des élections au cours de l'enquête



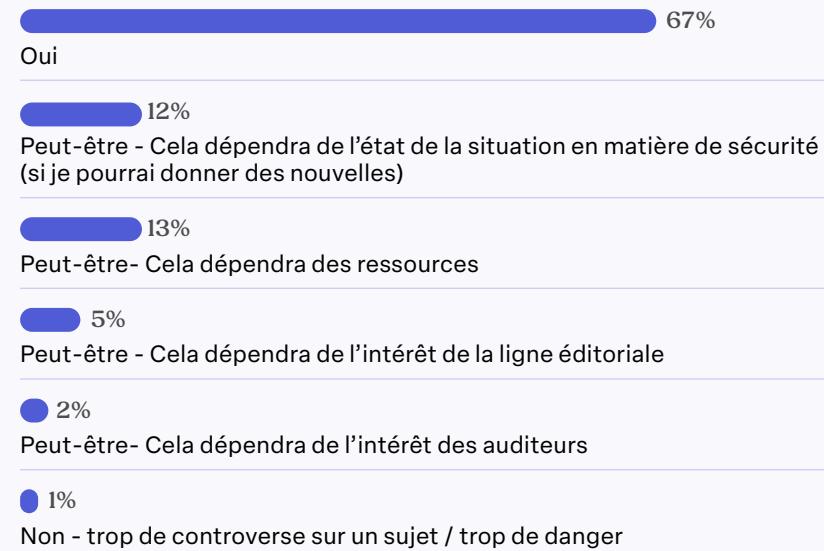
Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

### 4.3.3. Couverture des sujets liés à la gouvernance et aux élections à venir

Selon le graphique ci-dessous, 67% des personnes interrogées du côté de l'offre ont exprimé leur intention de couvrir les prochaines élections en Haïti. 32% d'entre eux ont conditionné leur couverture des prochaines élections à divers facteurs tels que la disponibilité des ressources (13%), les conditions de sécurité (12%), les intérêts éditoriaux (5%) et l'intérêt public (2%). Ces données révèlent un fort intérêt de la part des fournisseurs d'information à couvrir les sujets liés à la gouvernance et aux élections, tout en étant conscients des potentiels obstacles.

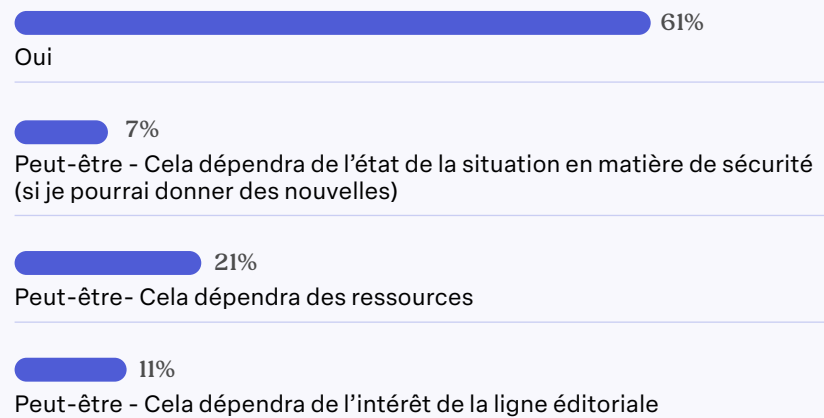
Il est important de noter que 61% des fournisseurs d'informations qui n'avaient jamais couvert de sujets liés à la gouvernance et aux élections avant l'enquête ont exprimé leur intention de couvrir les prochaines élections. Pour les 39% restants, leur implication dépendra de facteurs tels que la disponibilité des ressources (21%), les priorités éditoriales (11%) et les conditions de sécurité (7%).

**Graphique 10**  
Décision des participants à l'enquête de couvrir les prochaines élections



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

**Graphique 11**  
Participants à l'enquête qui n'ont jamais abordé les thèmes de la gouvernance, de la démocratie et des élections au moment de l'enquête mais qui sont prêts à le faire

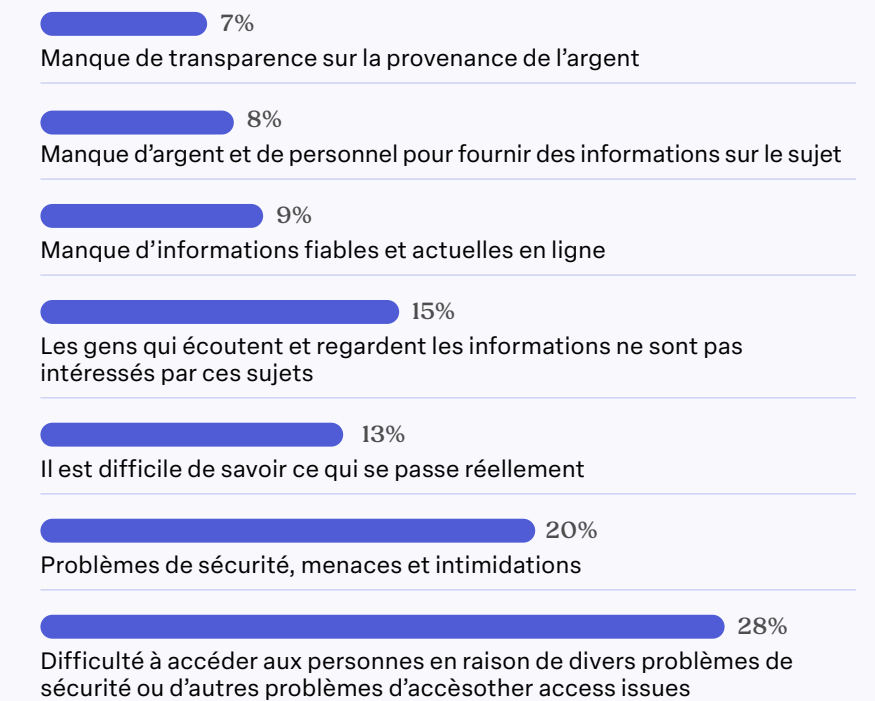


Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

### 4.3.4. Défis en matière de reportage sur la gouvernance et les élections en Haïti

Interrogés sur les défis à relever, les répondants à l'enquête sur l'offre ont souligné: la difficulté d'accéder aux sources individuelles en raison de problèmes de sécurité ou d'autres obstacles (28%); leur sécurité physique, la peur de représailles, de menaces et d'intimidations (20%); le manque d'audience ou d'intérêt pour ces sujets (15%); la difficulté d'obtenir des informations exactes sur ce qui se passe réellement (13%); le manque d'accès à des informations en ligne actualisées et exactes (9%); le manque de ressources ou de personnel (8%); et le manque de transparence des sources (7%).

**Graphique 12**  
Problèmes rencontrés par les participants à l'enquête dans leurs reportages sur la gouvernance, la démocratie et les élections en Haïti



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

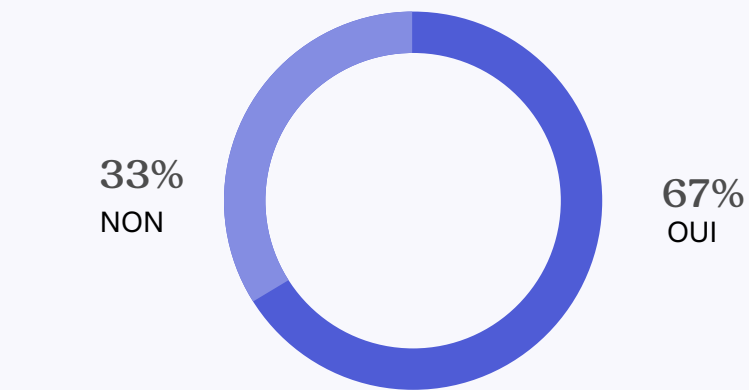
#### 4.3.5. Pressions et menaces politiques lors de la couverture des sujets liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections

67% des personnes interrogées ont indiqué avoir subi des pressions politiques ou des menaces lorsqu'elles couvraient des sujets liés à la gouvernance et aux élections en Haïti. Cela pourrait expliquer en partie la raison pour laquelle seulement 33% des fournisseurs d'information interrogés couvrent actuellement ces sujets considérant le contexte de crise socio-politique actuel. Ces chiffres sont également cohérents avec les conclusions de l'étude sur la demande, dans laquelle les participants aux groupes de discussion ont exprimé leurs préoccupations concernant les « potentielles représailles » et les « pressions », auxquelles doivent faire face les médias qui traitent certains sujets sensibles.

#### 4.3.6. Rôle des médias haïtiens dans la sensibilisation aux défis liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections

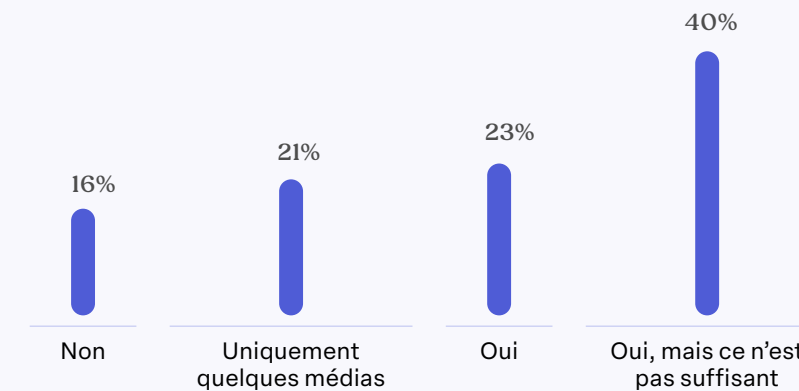
23% des fournisseurs d'information interrogés estiment que les médias haïtiens contribuent efficacement à la sensibilisation du public aux questions liées à la gouvernance et aux élections, et 40% d'entre eux pensent que les médias ne jouent pas un rôle suffisamment efficace dans ce domaine. En outre, 21% des personnes interrogées considèrent que seuls certains médias remplissent efficacement ce rôle, tandis que 16% sont catégoriques sur le fait que les médias ne sont pas. Ces résultats mettent en lumière les opinions mitigées des journalistes quant à l'efficacité des médias haïtiens à sensibiliser le public aux défis relatifs à la gouvernance, à la démocratie et aux élections. Ces résultats

**Graphique 13**  
Expérience des pressions et des menaces subies par les participants à l'enquête lorsqu'ils abordent les thèmes de la démocratie, de la gouvernance et des élections



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

**Graphique 14**  
Témoignages des participants à propos de l'affirmation selon laquelle les médias haïtiens sensibilisent bien le public sur des sujets tels que la gouvernance, la démocratie et les élections



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

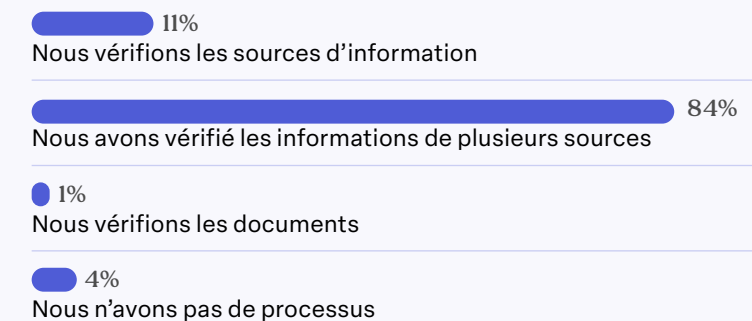
sont renforcés par ceux de l'étude sur la demande dans laquelle les citoyens interrogés déclarent généralement que les efforts déployés par les médias pour informer le public sur les questions politiques ne sont pas suffisants.

#### 4.4. Ressources et outils de vérification

##### 4.4.1. Approche de vérification pour valider les informations avant leur publication

La majorité des répondants (83%) ont affirmé recourir à la « méthode de vérification croisée des informations » pour valider leurs informations avant de les rapporter. Par ailleurs, 10% d'entre eux ont avancé « la vérification des sources » comme méthode utilisée, une minorité (1%) ont souligné « la vérification de la documentation », et 4% d'entre eux n'ont tout simplement pas de processus en place pour s'assurer de l'exactitude de leurs informations avant de les divulguer. Ces résultats soulignent, dans une certaine mesure, une bonne pratique utilisée par la plupart des répondants pour vérifier les informations avant leur publication, tout en reconnaissant qu'il subsiste une marge d'amélioration.

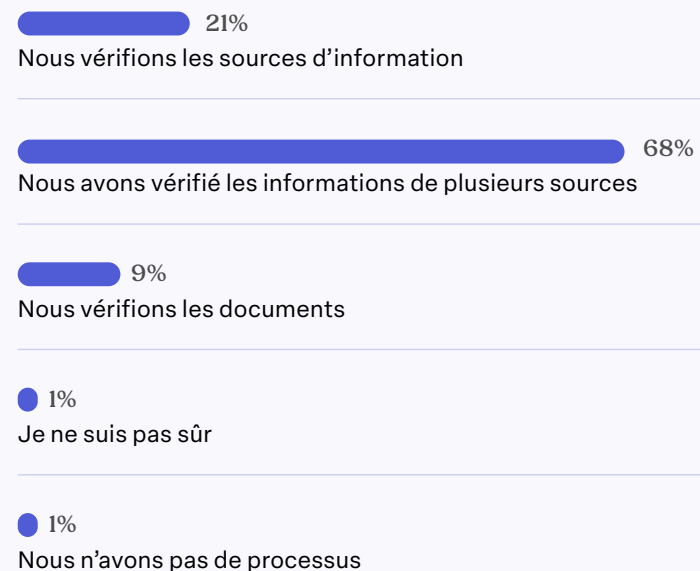
**Graphique 15: Principales méthodes de vérification des informations utilisées par les journalistes**



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

Cette tendance de « vérification croisée des informations » est assez présente dans les médias avec lesquels les fournisseurs d'informations interrogés ont collaboré. Plus précisément, 68% des personnes interrogées ont indiqué que la méthode la plus couramment utilisée par les institutions avec lesquelles ils ont collaboré était la « vérification croisée des informations ». En outre, 21% ont mentionné la « vérification des sources », tandis que 9% ont cité la « vérification de la documentation ». Seuls 1% des répondants ont déclaré collaborer avec des médias qui n'avaient pas de processus en place pour la vérification des informations

**Graphique 16**  
Principales méthodes de vérification des informations utilisées par les participants

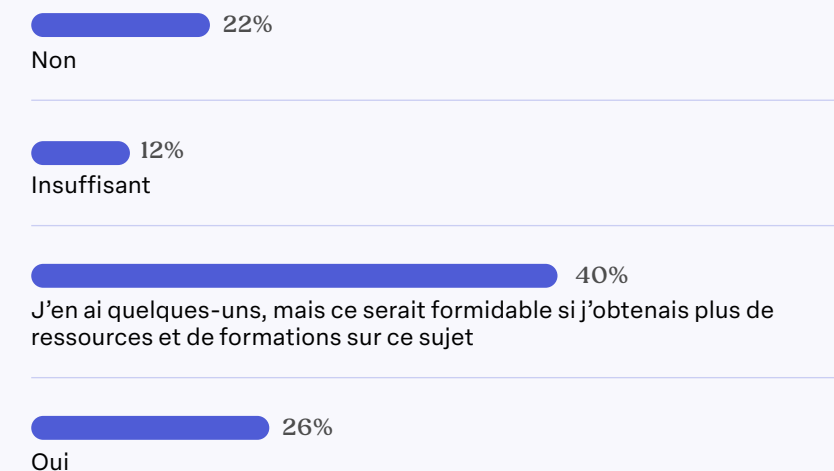


Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

#### 4.4.2. Outils et ressources nécessaires pour limiter la diffusion de mésinformations et de désinformations

Seulement 26% des fournisseurs d'informations interrogés affirment avoir suffisamment d'outils et de ressources pour limiter la propagation de la désinformation. Par ailleurs, 40% des répondants ont déclaré avoir certains outils, mais ont souligné avoir besoin de plus de ressources et de formation. Les données indiquent également que près d'un quart (22%) d'entre eux ne disposaient pas des outils et des ressources nécessaires pour contrer la propagation de la désinformation, et que 12% en avaient très peu au moment de l'enquête. Ces résultats mettent en lumière la nécessité de soutenir davantage les journalistes dans la lutte contre la

**Graphique 17**  
Témoignages des participants sur la disponibilité des outils et des ressources nécessaires pour réduire le partage de fausses informations

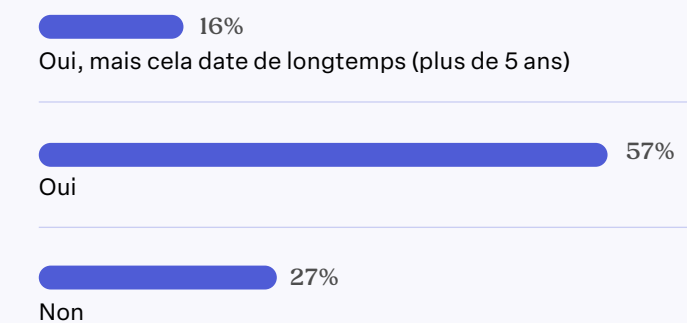


Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

désinformation à travers un processus de formation continue ainsi qu'une amélioration de l'accès aux outils appropriés.

En outre, l'étude révèle que 73% des personnes interrogées ont déjà reçu une formation (bien que 16% d'entre elles indiquent que cela remonte à plus de cinq ans) sur les outils et les ressources permettant de limiter la propagation de la mésinformation et de la désinformation. Toutefois, 27% d'entre eux n'ont jamais bénéficié d'un tel soutien.

**Graphique 18**  
Témoignages des participants sur la formation reçue sur les outils et les ressources visant à réduire le partage de fausses informations



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

#### 4.4.3. Les médias haïtiens sont occasionnellement impartiaux

Seulement 9% des personnes interrogées considèrent que les médias haïtiens sont très impartiaux, tandis que 7% les considèrent comme impartiaux et 15% pensent qu'ils sont impartiaux dans une certaine mesure. 65% des personnes interrogées pensent que l'impartialité des médias dépend de l'individu ou du sujet traité, tandis que 4% pensent que les médias ne sont pas du tout impartiaux. Ces données révèlent une perception nuancée des journalistes par rapport à l'impartialité des médias en Haïti: la majorité d'entre eux considérant que l'impartialité est conditionnée par certains facteurs. Ces résultats corroborent les opinions des citoyens interrogés dans le cadre de la demande, qui perçoivent généralement la presse haïtienne comme partisane.

**Graphique 19**  
Témoignages des participants sur le Niveau de favoritisme dans les médias en Haïti

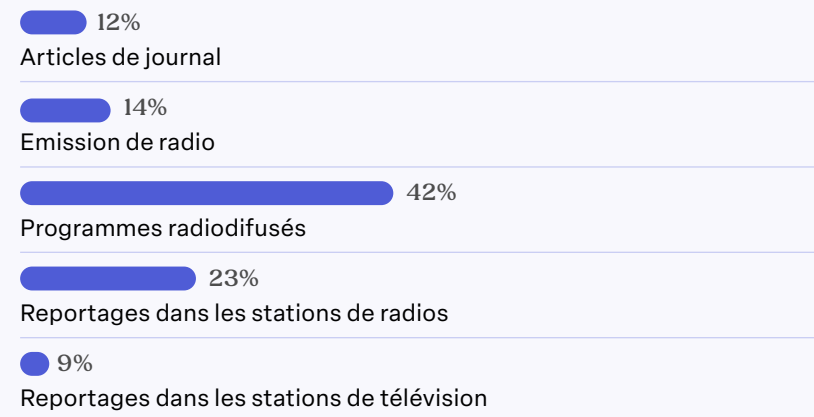


Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

#### 4.5. Formats les plus efficaces pour informer le public sur des sujets liés à la gouvernance et aux élections

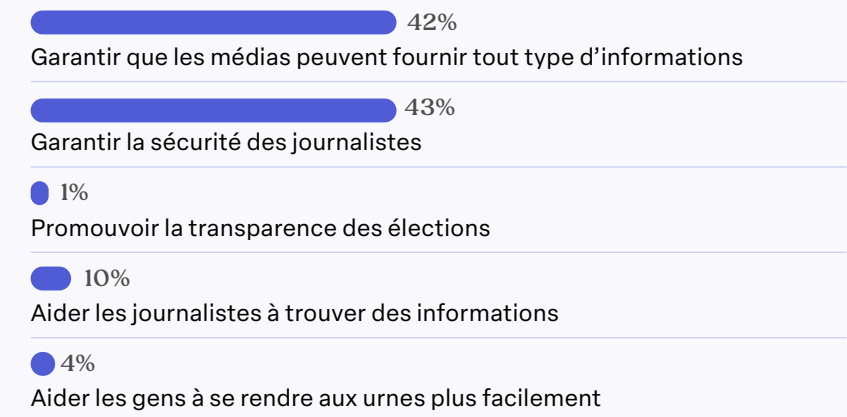
Le graphique ci-dessous montre que les émissions de radio représentent le format médiatique le plus efficace pour informer le public sur des sujets liés à la gouvernance et aux élections, selon 42% des journalistes. Les reportages radio arrivent en deuxième position, avec 23% des journalistes qui les considèrent comme les plus efficaces. Les émissions de tribunes libres sont également mentionnées comme un format efficace par 14% des journalistes interrogés. En revanche, les articles écrits et les reportages télévisés ont été moins souvent cités, avec respectivement 12% et 9% des journalistes les considérant comme efficaces.

**Graphique 20**  
Témoignages des participants au sondage sur le format de média la plus efficace pour informer le public sur des sujets liés à la gouvernance, à la démocratie et aux élections



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024

**Graphique 21**  
Mesures à prendre par le gouvernement pour aider la presse à couvrir les sujets électoraux avant, pendant et après la période électorale



Source: Enquête IEA, Internews & Panos, Février - Mars 2024



## 5. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

### 5.1. Conclusion

L'analyse de l'écosystème de l'information sur des sujets liés à la gouvernance et aux élections en Haïti, tant pour les fournisseurs d'information que pour les consommateurs, a permis de dégager plusieurs conclusions essentielles qui pourraient être pertinentes pour le secteur de l'information en Haïti.

**Les citoyens haïtiens sont divisés quant à leur type de média préféré:** alors que certains préfèrent s'informer auprès des médias traditionnels en raison de la «spirale infernale des réseaux sociaux» et de la «possibilité d'accéder à des informations plus fiables» via les médias traditionnels, d'autres préfèrent s'informer auprès des réseaux sociaux car le contenu est souvent diffusé sous forme de vidéos et d'images que les utilisateurs peuvent visualiser en temps réel. **Toutefois, les consommateurs d'informations s'accordent généralement à dire que les médias traditionnels sont plus fiables et plus attentifs à la diffusion d'informations de qualité.** Les résultats de l'étude quantitative menée auprès des fournisseurs d'information, dont la majorité a indiqué que les médias avec lesquels ils collaborent ont mis en place des processus pour vérifier la qualité des informations avant leur diffusion.

En raison du problème de fiabilité susmentionné, **les consommateurs se méfient profondément des informations publiées sur les réseaux sociaux en général, et sur Facebook en particulier.** Ils estiment que les informations diffusées sur les réseaux sociaux ne sont pas aussi bien analysées et vérifiées que les informations provenant des médias traditionnels. Cette situation les incite donc à **vérifier les informations qu'ils reçoivent sur les réseaux sociaux avant de les partager.** La vérification croisée avec plusieurs sources et la vérification auprès de parents, d'amis et de voisins sont les principales stratégies utilisées par les consommateurs pour vérifier les informations. Il est important de noter que cela n'élimine pas le problème de mésinformation et de désinformation, comme on le voit clairement à travers les médias en Haïti, mais cela suggère que les Haïtiens sont conscients et, selon les données recueillies lors des groupes de discussions, font un effort pour éviter qu'elles se répandent.

**Les consommateurs souhaitent recevoir plus d'informations sur des sujets tels que les politiques de sécurité publique avant les périodes électorales, et les politiques de sécurité et les mesures économiques après les élections.** Bien que les consommateurs soient conscients que la couverture médiatique liée à la gouvernance et aux élections est insuffisante, presque tous les participants aux groupes de discussion pensent que la priorité, en termes de couverture médiatique, devrait être accordée à la situation d'insécurité qui prévaut actuellement dans le pays.

**Selon les données recueillies dans le cadre de cette étude, les fournisseurs d'information haïtiens rencontrent des difficultés pour couvrir les thématiques liées à la gouvernance et aux élections. La plupart des fournisseurs d'information interrogés ont indiqué qu'ils craignaient les pressions politiques.** Par conséquent, selon eux, la promotion du pluralisme dans les médias et la garantie de la sécurité des journalistes sont les principales mesures que le gouvernement pourrait adopter pour leur

permettre d'assurer une couverture adéquate des élections avant, pendant et après la période électorale.

La demande et l'offre de l'écosystème de l'information s'accordent sur la nécessité d'avoir des médias neutres dans le pays. Les consommateurs d'information ont presque unanimement déclaré que les médias haïtiens étaient partisans et biaisés dans leur couverture des élections de 2016 et des informations électorales y afférentes. En outre, 80% des fournisseurs d'informations interrogés estiment que les médias haïtiens sont soit impartiaux dans une certaine mesure, soit conditionnellement impartiaux en fonction de l'information partagée.

Selon les consommateurs d'information, ce problème d'impartialité empêche les médias de jouer leur rôle d'informer et de soutien au renforcement du système démocratique. En ce qui concerne ce rôle clé des médias, les citoyens ont également indiqué que les médias devraient continuer à informer le public sur les activités du gouvernement, tout en éduquant la population sur des sujets liés à la gouvernance et aux élections. Dans l'ensemble, les participants ont estimé que les médias devraient contribuer à la promotion de la démocratie participative en évaluant les actions du gouvernement, par le biais, par exemple, d'analyses comparatives entre les promesses de campagne et les réalisations effectives. Les fournisseurs d'informations interrogés dans le cadre de cette étude ont également souligné la nécessité pour les médias de jouer un rôle plus efficace dans le renforcement de la démocratie et le traitement et diffusion d'informations liées à la gouvernance et aux élections. Par ailleurs, ils ont indiqué que le rôle actuel des médias dans la sensibilisation du public aux sujets liés à la gouvernance et aux élections n'est pas du tout efficace ou pas assez efficace.

## 5.2. Recommandations

Ce dernier chapitre de l'étude « Tour d'horizon sur l'écosystème d'information en Haïti – Confiance en et couverture de l'information liée à la gouvernance et les élections » présente des suggestions pour les individus et organisations, locaux et internationaux, travaillant dans le domaine des médias et de l'information en Haïti, en particulier ceux qui collaborent directement avec les fournisseurs d'informations. Ces recommandations visent à promouvoir la disponibilité et l'accessibilité d'une information fiable et de qualité répondant aux besoins des consommateurs, tout en contribuant à la promotion de la démocratie dans le pays.

Soutenir les médias locaux pour qu'ils fournissent des informations de qualité: les journalistes, les médias et les formateurs en journalisme en Haïti doivent être davantage formés aux outils et techniques basiques et avancés de vérification de contenu. L'étude d'Évaluation de l'écosystème de l'information à Port-au-Prince<sup>23</sup> publiée en 2020 fournit une liste détaillée de recommandations et d'outils disponibles gratuitement. En outre, Internews et l'institut Panos Caraïbe ont développé une boîte à outils dénommée *Thwarting Disinformation* qui vise à renforcer la capacité des groupes locaux à lutter contre les fausses informations et la désinformation. Cette boîte à outils, disponible en créole, propose des solutions spécifiques au contexte et est basée sur les besoins pour contrer la désinformation.

- **Soutenir la production de contenu des fournisseurs fiables en matière d'information:** Il est important de veiller à ce que ces fournisseurs d'informations, qu'il s'agisse de journalistes ou de médias, soient en mesure de participer positivement à l'écosystème de l'information, car ils manquent souvent de ressources et sont confrontés à diverses difficultés, comme l'ont décrit les participants à cette étude.
- **Soutenir et promouvoir le journalisme d'investigation:** médias indépendants et accès à des informations impartiales et de qualité permettent de bien remplir ce rôle des «yeux du peuple», en fournissant aux citoyens les informations dont ils ont besoin pour demander des comptes aux secteurs public et privé. Former les journalistes au journalisme d'investigation et promouvoir la création de contenu visant à encourager le débat et les discussions sur les promesses et les résultats de campagnes électorales, peut contribuer à élargir la liberté d'information et à l'émancipation des Haïtiens.
- **Soutenir et promouvoir le journalisme de données<sup>24</sup> en Haïti:** former les journalistes au journalisme axé sur les données pour pouvoir collecter et analyser des données afin de mieux comprendre les problèmes auxquels sont confrontés les Haïtiens, ainsi que la manière de les aborder au niveau individuel, communautaire et étatique. Le journalisme de données

23. Internews. (2020). Évaluation de l'écosystème d'information de Port-au-Prince. Document PDF. URL: [https://internews.org/wp-content/uploads/legacy/2021-03/Internews\\_IEA\\_PAP\\_Information\\_ecosystem\\_French\\_v2.pdf](https://internews.org/wp-content/uploads/legacy/2021-03/Internews_IEA_PAP_Information_ecosystem_French_v2.pdf)

24. Data journalism, en anglais.

exploite les données afin de réaliser des reportages d'intérêt public, crée un système d'appui visant à assurer la qualité des articles, et développe la capacité locale des journalistes haïtiens à poursuivre leur travail au-delà de la fin du programme.

- **Améliorer les mesures et les politiques de sécurité:** fournir aux journalistes indépendants, fournisseurs d'informations et médias des formations sur la sécurité physique et numérique, des protocoles de sécurité personnelle et organisationnelle adaptés et des ressources adéquates. D'autres formes de soutien pourraient inclure le remboursement des frais de déménagement, la couverture des frais médicaux en cas d'accident de travail, un appui psychologique, une aide juridique et d'autres types d'assistance adaptés au besoin en matière de sécurité des fournisseurs d'informations afin de minimiser d'éventuels obstacles auxquels ils peuvent faire face dans le cadre de leur travail en Haïti.
- **Rendre les modèles financiers et de programmation des médias plus résilients:** fournir aux médias et aux journalistes des formations, des outils et une assistance pratique pour rendre leur programmation plus adaptable et résiliente, et pour renforcer et diversifier leurs sources de revenus afin de leur permettre de couvrir l'actualité de manière indépendante.
- **Se rapprocher de la population et répondre à ses besoins en matière d'information:** Les médias ont tout intérêt à s'engager auprès de leur public pour recevoir un retour d'information, mettre en place une programmation collaborative et identifier les sujets qui intéressent les consommateurs d'information, tout en s'adaptant aux nouveaux canaux et formats à mesure que l'écosystème de l'information continue d'évoluer.
- **Augmenter la couverture des sujets liés à la gouvernance et aux élections en fonction des besoins de la population:** Organiser des ateliers afin de renforcer les capacités des médias, d'une part, à discuter ou couvrir avec impartialité et objectivité des sujets liés à la gouvernance et aux élections auxquels s'intéressent les communautés, et d'autre part, sur les formats les mieux adaptés pour le faire.
- **Pluralisme des médias:** Par le biais de mécanismes juridiques et de plaidoyer social, encourager le pluralisme des médias en Haïti, en particulier pendant les périodes électorales, afin d'encourager une représentation équilibrée des différents points de vue politiques dans les médias.

TOUR D'HORIZON DE L'ÉCOSYSTÈME DE L'INFORMATION EN HAÏTI – CONFIANCE EN ET COUVERTURE DE L'INFORMATION LIÉE À LA GOUVERNANCE ET AUX ÉLECTIONS



Cette étude a été rendue possible grâce au soutien généreux du peuple américain à travers l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID). Le contenu relève de la responsabilité des auteurs et ne reflète pas nécessairement le point de vue de USAID ou du Gouvernement des États-Unis.

La conception et l'analyse de cette étude ont été réalisées en toute indépendance d'investigation et éditoriale par l'Institut Panos et Policité, avec la contribution d'Internews.