

LE DEVELOPPEMENT DES MEDIAS : L'EXEMPLE DE LA TANZANIE¹

Odile Racine-Issa

Quiconque a connu la Tanzanie il y a cinq ans et y revient aujourd'hui est frappé par la transformation de ce pays et par son aspiration à s'ouvrir au monde. Elle touche tous les domaines et plus particulièrement l'économie, la musique et les médias. Jusqu'à la fin des années 1980, il n'existait qu'un seul quotidien en swahili, on en compte maintenant huit, et le nombre de radios est passé, sur la côte, de deux à plus d'une dizaine. Quant aux télévisions, s'il n'y en avait qu'une, en 1994, à Zanzibar, elles sont maintenant huit à couvrir cette même région.

I - DYNAMISME DE LA PRESSE ECRITE

Le nombre de titres de la presse écrite ne cesse d'augmenter depuis 1992, date de la libéralisation de l'économie, mais, hormis les vieux journaux créés à l'époque de l'*ujamaa*², aucun ne se réclame d'un parti politique ou ne propose officiellement un projet de société. Tous sont de tendance libérale (groupes IPP et Business Times notamment). Cependant, l'envoi d'articles d'opinion par les lecteurs étant chose courante, la presse écrite reflète aussi les points de vue d'un peuple qui subit plus qu'il ne participe aux prises de décision au sein des instances internationales et dont les conséquences sont parfois très lourdes pour sa vie quotidienne. Y perce aussi une certaine nostalgie pour les services sociaux tels qu'ils fonctionnaient avant leur remise en question par les plans d'ajustement structurel imposés par le FMI³. Le journal Rai est celui qui traduit le mieux ce sentiment.

1 Cet article a été rédigé d'après une enquête effectuée du 27 mars au 8 avril 2000 et est paru le 4^{ème} trimestre 2000 dans la revue *Afrique contemporaine* n° 196, p. 36 à 48.

2 Le terme de *ujamaa* souvent traduit par « socialisme à l'africaine » est tiré de celui de *jamaa* qui désigne, en swahili, la famille élargie. L'expérience *ujamaa*, qui fut conduite sous les différents mandats présidentiels de J.K. Nyerere entre 1967 et 1985, s'inspire des valeurs de coopération et d'entraide attribuée à la famille traditionnelle pour les transposer à l'ensemble de la nation considérée comme une grande famille solidaire.

3 Une anecdote diffusée par ATTAC (Association pour une Taxation des Transactions financières pour l'Aide aux Citoyens), en mars 2000, illustre ce sentiment partagé par la majorité des Tanzaniens et que savait si bien exprimer le « Père de la Nation », Julius Kambarage Nyerere. En 1998, il eut la conversation suivante avec l'état-major de la Banque mondiale à Washington : « Pourquoi avez-vous échoué ? » lui demandèrent les experts de la Banque mondiale qui faisaient allusion à la situation économique de la Tanzanie. Nyerere répondit : « L'empire britannique nous laissa un pays qui avait 85 % d'analphabètes, deux ingénieurs et douze médecins. Lorsque j'ai quitté le gouvernement, nous avions 9 % d'analphabètes et des milliers d'ingénieurs et de médecins. J'ai quitté le gouvernement il y a treize ans. Notre revenu par tête d'habitant était alors le double de ce qu'il est aujourd'hui. Nous avons maintenant un tiers d'enfants en moins dans les écoles, la santé et les services publics sont en ruines. Au

Les citoyens tanzaniens suivent de très près la vie politique nationale et internationale. Pour preuve, dans un pays où le niveau de vie est considéré comme l'un des plus bas du monde, le nombre de quotidiens vendus est relativement élevé puisqu'il atteint environ 150 000 exemplaires pour l'agglomération de Dar es-Salaam (3 millions d'habitants) et la côte. Si l'on admet que pour un quotidien vendu il y a cinq lecteurs, alors la presse écrite touche un grand nombre de personnes.

On trouvait, en mars 2000, plus d'une cinquantaine de titres (dont une dizaine en anglais) sur le marché, sans compter les magazines de papier glacé importés de l'étranger et les « bandes dessinées » équivalant nos romans-photos. Ce phénomène est dû, d'une part, à la politique de libéralisation économique adoptée en 1992 et, d'autre part, à la place que la langue swahili a toujours occupée dans la société tanzanienne, notamment pour la constitution d'une forte culture politique⁴, ainsi que dans les importants efforts d'alphabétisation menés par le premier gouvernement de la République Unie de Tanzanie dans les années 1970⁵. En effet, s'il n'y avait pas eu de lecteurs en swahili, il n'y aurait pas eu de marché potentiel lorsque fut autorisée la libre entreprise.

1.1. Les journaux en anglais

La presse anglophone s'adresse à un public assez réduit puisqu'elle vise les intellectuels, les cadres, les professions libérales et les commerçants dont la majorité, d'origine indo-pakistanaise, ne possède pas bien le swahili. Il n'est donc pas étonnant que les journaux économiques soient les plus appréciés. Ce marché n'est pas en extension, mais il draine les publicités les plus rémunératrices, car ses lecteurs ont un pouvoir d'achat élevé.

1.1.1. Les quotidiens

- **The African** [Habari Corporation], 16 p., lancé le 11 février 1999, tire actuellement à moins de 5 000 exemplaires vendus 200 TZS⁶ chacun. Il est diffusé dans les grandes villes du Kenya et de Tanzanie et compte une vingtaine de journalistes.

cours de ces treize années, la Tanzanie a fait tout ce que la Banque mondiale et le Fonds monétaire international ont exigé d'elle. » Et Julius Nyerere retourna la question aux experts de la Banque mondiale : « Pourquoi avez-vous échoué ? » Ce point de vue est confirmé par Christian de Brie dans « Quand la Banque mondiale nie l'évidence », *Le Monde diplomatique*, mai-juin 2000, Paris, p. 50-52.

4 Sur ce sujet, voir Denis-Constant Martin, *Tanzanie. L'invention d'une culture politique*, Fondation des sciences politiques et Karthala, Paris, 1988, pages 28-29, 241-245, 251, 261-263.

5 Voir Denis-Constant Martin, *op. cit.*, 1988, p. 102-105.

6 100 shillings tanzaniens (TZS) = 0,887 francs français (FRF) (taux de change officiel au 31 juillet 2000).

- **Daily News** [Tanzania Standard News Papers Limited] parut pour la première fois en 1960 sous le titre de Tanganyika Standard et fut rebaptisé en 1964 Tanzania Standard. En 1977, lors de la fusion des deux partis au pouvoir à Zanzibar (Afro-Shirazi Party) et sur le continent (Tanganyika African National Union), il fut associé au journal The Nationalist pour devenir le Daily News et le Sunday News. De nos jours, il est diffusé à Dar es-Salaam et dans les grandes villes du pays. Son tirage se situe entre 8 000 et 10 000 exemplaires vendus 300 TZS, alors qu'il s'en vendait environ 80 000 exemplaires dans les années 1980.
- **The Guardian** [IPP Media], 16 p., tiré à 15 000 exemplaires vendus 300 TZS chacun, fut lancé en décembre 1994 et compte maintenant dix-huit journalistes ainsi que des correspondants et des représentants à Arusha, Dodoma, Iringa, Mbeya, Morogoro, Moshi, Mwanza, Tanga et Zanzibar. Il est diffusé dans les grandes villes du Kenya, d'Ouganda et de Tanzanie.

1.1.2. Les hebdomadaires

- **Business Times** [Business Times Limited], hebdomadaire du vendredi, fut fondé en 1989 et était alors le premier journal d'économie. De nos jours, il est tiré à 10 000 exemplaires et compte dix journalistes.
- **The Democrat** [Alias Investments Limited], 20 p., vendu 200 TZS, appartient selon toute vraisemblance au même groupe que Dar es-Salaam Television (DTV).
- **The East African**, 16 p., vendu 600 TZS, est un journal kenyan diffusé au Kenya, en Ouganda et en Tanzanie.
- **The Express** [Media Holding Limited] traite surtout de questions économiques⁷.
- **The Financial Times** [IPP Media], 12 p., est un hebdomadaire du jeudi qui fut lancé en 1996. Il s'en vend actuellement 7 000 exemplaires vendus 300 TZS chacun.
- **Sunday News** fut lancé en février 1995. Voir Daily News

⁷ On peut le consulter sur le site www.theexpress.com.

- **The Sunday Observer** [IPP Media], tiré à 15 000 exemplaires, sort le dimanche et a le même profil que The Guardian. Lancé en 1995, il tire actuellement à 15 000 exemplaires vendus 300 TZS pièce et compte six journalistes.

1.2. Les journaux en swahili

1.2.1. Les quotidiens du matin d'information générale

- **Majira**, « Le Temps » [Business Times Limited], 16 p., est actuellement tiré à moins de 30 000 exemplaires. Le tirage était plus important lorsqu'il était vendu 200 TZS, mais, depuis l'introduction de la couleur, il est devenu le quotidien le plus cher puisqu'il est vendu 300 TZS. Il fut lancé en 1993 et compte actuellement vingt journalistes, alors qu'ils étaient trente avant la baisse de tirage.
- **Mtanzania**, « Le Tanzanien » [Habari Corporation], 16 p., tiré à 20 000 exemplaires vendus 200 TZS chacun, fut lancé le 11 septembre 1995. Il compte une trentaine de journalistes.
- **Nipashe**, « Informe-moi » [IPP Media], 16 p., vendu 200 TZS, fut lancé en 1994. Le tirage actuel se situe entre 35 000 et 40 000 exemplaires. Seize journalistes travaillent à sa rédaction.
- **Taifa Leo**, « La Nation aujourd'hui », 16 p., est un journal kenyan diffusé le lendemain à Dar es-Salaam où il est vendu 200 TZS.
- **Uhuru**, « Liberté » [Uhuru Publications Limited], 16 p., actuellement tiré à 6 000 exemplaires, est le quotidien du CCM (Chama Cha Mapinduzi), le parti au pouvoir. Il fut lancé en 1978 et servait d'organe de propagande. Son nom fut choisi dans l'idée de conscientiser les Tanzaniens sur les bénéfices de leur indépendance nouvellement acquise. Lorsqu'il était le seul quotidien en circulation, il était vendu à 80 000 exemplaires.

1.2.2. Les quotidiens du soir d'information générale

- **Alasiri**, « Le Soir » [IPP Media], 12 p., fut fondé en octobre 1995. Son tirage actuel se situe entre 48 000 et 50 000 exemplaires vendus chacun 100 TZS. Il compte six journalistes.

- **Dar Leo**, « Dar aujourd'hui » [Business Times Limited], 12 p., lancé en 1996 sous le titre de Majira ya Jioni, il fut le premier quotidien du soir. Il était alors tiré à 40 000 exemplaires, mais il est tombé actuellement à 20 000. Son prix est de 200 TZS et il compte dix journalistes.
-
- **Mchana**, « L'Après-Midi » [Habari Corporation], 12 p., est un journal, lancé en mars 2000, qui traite surtout de l'actualité de Dar es-Salaam. Il est actuellement tiré à 12 000 exemplaires vendus 100 TZS pièce, mais ses concepteurs espèrent augmenter le tirage lors des élections d'octobre 2000. En plus de ses cinq journalistes permanents, il fait appel à un important réseau de correspondants.

1.2.3. Les bi-hebdomadaires et les hebdomadaires d'information générale

- **Haki**, « Le Droit », 16 p., est un hebdomadaire du lundi vendu 200 TZS.
- **Heko**, « Bravo » [Heko Publishers], 16 p., fut lancé en octobre 1985 sous forme de quotidien. Il est devenu hebdomadaire à la suite de difficultés financières et est actuellement vendu 200 TZS. Son tirage s'élève à 15 000 exemplaires, alors qu'il tirait autrefois à 25 000. Il compte cinq journalistes.
- **Maisha Tanzania**, « La Vie en Tanzanie » [Business Times Limited], 12 p., est un hebdomadaire du mercredi qui traite de faits divers et de la vie quotidienne des Tanzaniens. Il est tiré à 20 000 exemplaires vendus 100 TZS chacun et compte cinq journalistes. Il a été lancé le 19 janvier 2000.
- **Majira Jumapili**, « Le Temps Dimanche » [Business Times Limited], 24 p., est un hebdomadaire du dimanche vendu 300 TZS. Voir Majira.
- **Mfanyakazi**, « Le Travailleur » [TFFTU], 16 p., paraît deux fois par semaine, le mercredi et le samedi. Tiré à 10 000 exemplaires, il est vendu 200 TZS. Créé en 1958 avec seulement des journalistes en free lance, ce n'est qu'en 1967 qu'il prit sa forme actuelle. Il appartient à Shirika la Vyama Huru vya Wafanyakazi Tanzania, autrement dit Tanzania Federation of Free Trade-Unions, ancien OTTU (Organization of Tanzanian Trade Unions). C'est donc un journal où s'expriment les revendications des salariés. Depuis l'instauration du multipartisme et la libéralisation de la presse, il a été amené à traiter davantage de questions de politique générale afin de faire face à la concurrence.

- **Msanii Afrika**, « L'Artiste en Afrique » [Radio Free Africa], 16 p., vendu 200 TZS, est un hebdomadaire de politique générale qui semble vouloir privilégier les informations culturelles.
- **Mtanzania Jumapili**, « Le Tanzanien Dimanche » [Habari Corporation], 20 p., est un hebdomadaire du dimanche vendu 200 TZS. Voir Mtanzania.
- **Mzalendo**, « Le Patriote » [Uhuru Publications Limited], 12 p., est un hebdomadaire du dimanche vendu 200 TZS qui fut lancé en mars 1978 avec les mêmes objectifs que Uhuru. Vendu actuellement à 6 000 exemplaires, il est soutenu financièrement par la toute nouvelle Radio Uhuru qui draine davantage de publicités.
- **Nasaha**, « Le Bon Conseil », bi-hebdomadaire, 15 p., vendu 200 TZS, a été lancé en mars 1999.
- **Nipashe Jumapili**, « Informe-moi Dimanche » [IPP Media], est un hebdomadaire du dimanche dont le tirage se situe entre 35 000 à 40 000 exemplaires. Voir Nipashe.
- **Rai**, « Opinion » [Habari Corporation], 20 p., est un hebdomadaire du jeudi lancé en novembre 1993. Vendu 200 TZS, tiré à 40 000 exemplaires, il est conçu comme un forum de discussions et un support pour les échanges d'opinions. De nombreux intellectuels y envoient des articles et c'est la raison pour laquelle il tourne actuellement avec seulement deux journalistes. Il est diffusé dans les grandes villes du Kenya et de Tanzanie.
- **Taifa Letu**, « Notre nation » [IPP Media], 16 p., est un hebdomadaire du dimanche dont le tirage ordinaire se situe autour de 30 000 exemplaires vendus 200 TZS chacun. Il fut lancé en 1995.
- **Tanzania Leo**, « La Tanzanie aujourd'hui » [Media Communication Limited], 16 p., paraît le mardi et le vendredi. Lancé en juillet 1999 par deux ex-journalistes de Mtanzania, il est tiré à 10 000 exemplaires vendus 200 TZS chacun et compte douze journalistes.
- **Wiki hii**, « Cette semaine » [Media Communication Limited], bi-hebdomadaire du lundi et du jeudi, il a été créé en 1998 sous forme de magazine en papier glacé par la même équipe que Tanzania Leo. Il est récemment passé à un format tabloïde de 16 p. et est tiré à 6000 exemplaires vendus 200 TZS chacun. Sa périodicité actuelle est considérée par ses concepteurs comme une première étape avant qu'il ne devienne un quotidien. Il compte sept journalistes.

1.2.4. Les mensuels

- **Sauti Ya Siti**, « La Voix de Siti », fut créé en mars 1989. Il s'agit d'un journal traitant de la condition de la femme et sa parution est très irrégulière.

1.2.5. Les journaux religieux

- **An-Nuur**, « La Lumière », 16 p., est un hebdomadaire musulman du vendredi, vendu 200 TZS.
- **Kiongozi**, « Le Leader », 12 p., est un hebdomadaire catholique du samedi lancé en 1959 et fournissant des informations générales. Il est publié par Catholic Publishers qui dépend de Idara ya Mawasiliano ya Baraza la Maaskofu Katoliki Tanzania, c'est-à-dire le « Département des Communications de l'Assemblée des évêques catholiques de Tanzanie ». Avant 1992, il tirait à 100 000 exemplaires, mais son tirage actuel va de 5 000 à 10 000 copies en fonction de l'actualité. Il compte onze journalistes, mais travaille beaucoup avec des correspondants en free lance basés à travers tout le pays. Il est diffusé sur l'ensemble du territoire⁸.
- **Msema Kwell**, « Celui qui dit la vérité », 16 p., hebdomadaire luthérien du dimanche est vendu 200 TZS.

1.2.6. La presse sportive

- **Bingwa Tanzania**, « Champion de Tanzanie » [Habari Corporation], 8 p., premier et unique quotidien spécialisé dans les sports et la musique, a été lancé en septembre 1999 et est tiré à 20 000 exemplaires vendus 100 TZS chacun. Il est diffusé uniquement à Dar es-Salaam et dans ses environs.
- **Dimba Jumapili**, « Foot dimanche », et **Dimba Jumatano** « Foot Mercredi » [Habari Corporation], 12 p., sont vendus 200 TZS pour le premier et 100 TZS pour le second. Lancés le 9 mai 1995, ils tirent actuellement à 40 000 exemplaires. Leur conception a beaucoup évolué depuis les débuts lorsqu'ils proposaient des articles humoristiques, ludiques, culturels et sportifs. Pendant la coupe du monde de football en 1998, leurs concepteurs ont compris qu'ils devaient se spécialiser dans le sport et plus particulièrement sur le foot, la boxe, la course ainsi que la mode et les élections de Miss. Trois journalistes permanents les animent.

⁸ On peut le consulter sur le site <http://members.tripod.com/kiongozi>.

- **Lete Raha**, « Apporte-nous de la joie » [IPP Media], 12 p., est un hebdomadaire du dimanche vendu 100 TZS qui tire de 45 000 à 50 000 exemplaires.
- **Spoti Starehe**, « Sports Loisirs » [Business Times Limited], 12 p., est un hebdomadaire du dimanche qui était vendu à 100 000 exemplaires lorsqu'il ne coûtait que 100 TZS. Il est passé à 200 TZS lors de l'introduction de la couleur et tire maintenant à 30 000 exemplaires. Il fut lancé en 1997.

1.2.7. La presse à scandale⁹

- **Amani**, « La Paix », hebdomadaire de 10 pages vendu 100 TZS, est particulièrement provoquant par ses photos et titres sordides.
- **Kasheshe**, « Pagaille » [IPP Media], est un quotidien de 12 pages, lancé en 1998 et vendu 100 TZS, dont le tirage varie entre 35 000 et 50 000 exemplaires. Quatre journalistes permanents y travaillent.
- **Kiu**, « Soif » [Safeguard Limited], 12 p., est un hebdomadaire du vendredi vendu 100 TZS.
- **Kombora**, « Le Canon », fut lancé en mai 1991.
- **Komesha**, « Gare à toi » [IPP Media], 11 p., hebdomadaire du samedi spécialisé dans les faits divers, tire à 30 000 exemplaires et est vendu 100 TZS.
- **Shangwe**, « Réjouissances », 8 p., est un hebdomadaire vendu 100 TZS.
- **Uwazi**, « Sans rien cacher » [Safeguard Limited], 12 p., est un hebdomadaire du mardi vendu 100 TZS.

1.2.8. La presse humoristique ou enfantine

- **Burudani**, « Divertissements » [Uhuru Publications Limited], est un hebdomadaire, lancé en 1991.

⁹ Il est difficile d'enquêter sur cette presse uniquement animée par des préoccupations financières et qui considère que la moindre information fournie est une part de marché perdue.

- **Kalulu**, « Le Petit Malin » [Heko Publishers], fut lancé en décembre 1991. Il tirait alors à 25 000 exemplaires vendus 200 TZS chacun et comptait deux journalistes. Il est actuellement suspendu pour des raisons financières, mais le titre est toujours enregistré au ministère de l'Information et ses concepteurs espèrent pouvoir le relancer.
- **Sanifu**¹⁰ [Business Times Limited], 12 p., vendu 100 TZS, est un hebdomadaire du jeudi qui propose des bandes dessinées et des histoires humoristiques. Lorsque son prix de vente était de 100 TZS, il était tiré à 100 000 exemplaires, mais, depuis l'introduction de la couleur, il est passé à 200 TZS et est tiré à moins de 30 000 exemplaires. Il fut fondé en 1997 et compte cinq journalistes.
- **Jua**, « Le Soleil », lancé en septembre 1995, est un mensuel de 31 pages de format magazine sur papier glacé. Édité à Morogoro par une ONG financée par les Pays-Bas et le Children's Book Project of Tanzania, il est diffusé dans l'ensemble du pays au prix de 500 TZS.

1.2.9. La presse régionale

Elle est essentiellement entre les mains des organisations religieuses ou non gouvernementales. Malgré le grand nombre de titres enregistrés auprès du ministère de l'Information¹¹, seule une petite dizaine paraissent régulièrement :

- **The Arusha Times** et le **Technical College of Arusha** à Arusha ;
- **Tabasamu** à Iringa ;
- **Meka** (ONG) et **Hesawa** (ONG) à Mwanza ;
- **Mlezi** (catholique) et **Mwenge** (catholique) à Songea ;
- **Habari Maalum za Uzima Tele** (religieux) à Tabora.

Le total des quotidiens vendus actuellement est de 176 000 exemplaires, alors que lorsque Uhuru était le seul journal sur le marché, il s'en vendait 80 000 exemplaires. Quant à la presse sportive, elle n'existait pas avant 1995, alors qu'il se vend actuellement environ 115 000 journaux sportifs chaque dimanche. Le marché s'est donc élargi avec l'offre, mais la concurrence est rude et les plus vieux journaux ont perdu d'énormes parts de marché. Uhuru et Kiongozi sont passés de 80 000 à 6 000 exemplaires depuis l'apparition d'une presse privée.

¹⁰ *Sanifu* est un adjectif permettant de préciser qu'une chose est faite dans les règles de l'art et s'applique plus particulièrement à l'écriture, la composition, la langue.

Dans le même temps, les quotidiens ont diversifié les sujets traités et, avec l'ouverture du pays aux capitaux étrangers, se sont intéressés aux problèmes internationaux (globalisation de l'économie, rapports Nord/Sud, politique du FMI, etc.), aux autres pays d'Afrique (les élections au Sénégal ont été suivies de très près) et plus généralement aux autres pays en voie de développement, alors que par le passé l'horizon se limitait à l'Afrique anglophone.

II - LES RADIOS ET LES TELEVISIONS

2.1. Les radios

2.1.1. A Dar es-Salaam et sur la côte

- **City Radio** – 94.6 MHz – est une radio gouvernementale qui émet de 6 h à 23 h en anglais et en swahili.
- **Classic FM 103.1 Radio** – 103.1 MHz, 24 h/24 – appartient à Cablevision Africa Limited et fut lancée le 20 février 1998. Malgré son nom, elle ne diffuse que du rap et du disco.
- **Clouds Intertainment Radio FM** – 88 MHz – est une radio destinée à un public jeune qui a été lancée le 12 décembre 1998. Son propriétaire est Joseph Kussaga. Même si les annonces sont en swahili, elle diffuse essentiellement de la musique anglo-saxonne : disco, rap et, dans une moindre mesure, salsa et rumba.
- **Radio Free Africa** – 98.6 MHz, 24 h/24 – émet à partir de Mwanza et appartient à Anthony M. Dialo. Elle a commencé à émettre le 6 septembre 1996.
- **Radio One**, propriété de Reginald Mengi, président du groupe IPP, émet depuis le 3 février 1994 et comprend :
 - **Channel 1** – 89.5 MHz, 24 h/24 – qui ne diffuse pratiquement que de la musique (rap, disco, salsa, zouk, rumba), sur commande téléphonique des auditeurs, ainsi que des bulletins d'information en swahili et en anglais.
 - **Channel 2** – 101.4 MHz, 24 h/24 – qui est un relais de la BBC et ne diffuse qu'en anglais.
 - **Channel 3** – 87,8 MHz – qui diffuse dans l'ensemble de l'Afrique de l'Est en swahili et en anglais.
- **Radio Tanzania Dar es-Salaam** – 93.3 MHz – qui appartient au gouvernement, fut lancée le 1^{er} janvier 1994 et émet de 5 h à 24 h.

- **Radio Tumaini**, « Radio Espoir » – 96.3 MHz, 24 h/24 – propriété du diocèse catholique de Dar es-Salaam, a été créée le 3 janvier 1994 et est dirigée par le Père Blanc Jean-François Galtier. Elle émet uniquement en swahili, propose tous les matins une revue de presse, des émissions en direct et des micros-trottoirs particulièrement écoutés. Elle diffuse de la musique religieuse (classique occidentale ou chœurs tanzaniens – *kwaya*).
- **Radio Uhuru**, « Radio liberté » – 95.2 MHz – lancée le 18 février 2000, appartient à Uhuru Publications Limited et sert à drainer les publicités de façon à pouvoir financer le journal qui connaît actuellement des difficultés. Elle diffuse surtout de la musique destinée aux jeunes (rap, disco, rumba, salsa).
- **Tanzanite Radio FM**, « Radio Tanzanite »¹¹, émet à partir d'Arusha depuis le 12 juillet 1997 et appartient à Athman Majengo.
- **Radio Zanzibar** est le porte-parole du gouvernement de Zanzibar. Elle joue un rôle important dans la vie sociale de l'île, notamment grâce à sa rubrique nécrologique. Elle émet de 6 h à 9 h et de 12 h à 18 h sur ondes moyennes (585 MHz). Entièrement en swahili, sa grille de programmes est composée d'émissions portant sur la culture et les événements de l'archipel. Elle retransmet un grand nombre de concerts de *taarab*¹².
Les principaux groupes de presse que sont Business Times Limited et Habari Corporation prévoient chacun le lancement d'une radio. Celle du premier groupe devait démarrer en avril 2000 et celle du second, Viva Radio, à la fin de l'année 2000.

2.1.2. En province

On peut écouter

- **Radio Free Africa** diffusée en swahili à Arusha (89.0 MHz), Kagera (94.1 MHz), Mwanza (89.8 MHz), Shinyanga (88.2 MHz) et en anglais à Arusha (89.9 MHz) et à Mwanza (88.7 MHz).

11 La tanzanite est une pierre précieuse bleu violet que l'on trouve dans la région de Moshi et d'Arusha.

12 *Taarab* est un terme qui désigne à la fois un concert et un type de musique d'origine égyptienne introduite dans l'archipel à l'époque du sultanat. L'orchestre est constitué de violons et d'un harmonium qui accompagnent un soliste, qui ne chante qu'en swahili et qui entouré d'un chœur. Bien que ce type de musique soit uniquement citadin, il est aujourd'hui considéré comme typique des îles.

- **Radio 5 Arusha**, qui appartient à Didas D. Kavishe, émet de 6 h à 15 h depuis le 26 novembre 1996. Sa grille est composée de programmes musicaux, d'émissions sportives et de bulletins d'information. Elle n'émet qu'en swahili.
- **Radio Kwizera** à Ngara, au service des réfugiés rwandais, dépend du UNHCR.
- **Radio Maria** à Songea dépend du diocèse catholique de Songea.
- **Radio Sauti Ya Injili** « La Voix de l'Évangile », dépend du Lutheran Radio Centre de Moshi, lui-même une émanation de la Tanzania Evangelical Lutheran Church.
- **Radio Tanzania** couvre la totalité du territoire, sauf la Kagera et quelques régions rurales très isolées.
- **United Radio Services** à Arusha émet depuis le 19 août 1995.

2.2. Les télévisions

2.2.1. A Dar es-Salaam et sur la côte

- **Cable Entertainment Network (CEN)**, qui appartient à Jitendra P. Ganatra et Ramesh V. Savajiani, a été lancée le 2 janvier 1997. Elle émet de midi à 0 h 45 presque uniquement en anglais et diffuse beaucoup de films indiens.
- **Channel O** (séries genre Dallas) et **C2C** (dessins animés) sont des télévisions sud-africaines qui se partagent le même canal à des créneaux horaires différents. A elles deux, elles émettent 24 h/24.
- **Channel Ten** [groupe DTV] émet de 6 h à 0 h 30 en swahili et en anglais.
- **Coastal Television Network (CTN)**, propriété de Shabbir Abji, Jayesh Shah, Ramesh Patel, Grish Chande, Bud Kassam et Mohmood Mawji (Aga Khan), a été lancée le 14 février 1994 et émet en anglais de 12 h à 24 h.
- **Dar es-Salaam Television (DTV)**, propriété de Shabbir Dewji et de Murtaza Dewji, a démarré le 20 mai 1994 et propose un certain nombre d'émissions en swahili dont des pièces de théâtre et

des débats politiques auxquels sont associés les grands noms de la presse écrite ou de la radio. Elle émet 24 h/24.

- **Independent Television (ITV)**, propriété de Reginald Mengi, président de IPP Media et, entre autres, membre de la Commission de la protection de l'environnement, a été créée le 17 janvier 1994. Elle diffuse surtout en anglais avec quelques pièces de théâtre et des bulletins d'information en swahili aux heures de grande écoute (7 heures au total). Elle est dirigée par Joyce Mhavi, fille de John Mhavi ancien ministre du Territoire, du Logement et du Développement et ancien secrétaire général du CCM. Elle est probablement la télévision la plus regardée du pays et émet 24 h/24. Les soirées sont consacrées à des retransmissions de matches sportifs et à des programmes musicaux.
- **Televisheni ya Taifa**, Télévision nationale, fondée le 6 décembre 1999, a commencé à émettre le 15 mars 2000 et est dirigée par Samwilu Mwakasi. A visée essentiellement éducative, elle se veut avant tout le « miroir du pays » (Kioo cha Tanzania est son sous-titre) et le porte-parole des gens ordinaires. Elle propose des documentaires d'excellente qualité sur les difficultés et particularités des différentes régions de Tanzanie (écologie, agriculture, développement, lutte contre le sida, etc.). Ses émissions sont presque toujours en swahili. Elle compte cinquante-sept employés et ne diffuse actuellement que de 18 h à 22 h en semaine et jusqu'à 23 h en week-end. Elle ne couvre que la côte mais voudrait s'étendre à l'ensemble du territoire.
- **Televisheni ya Zanzibar (TVZ)** est la plus ancienne télévision du pays. Elle fut fondée en 1973 par le gouvernement de l'archipel sans aucune aide financière extérieure. Elle diffuse uniquement en swahili du lundi au vendredi de 15 h à 24 h et en fin de semaine à partir de 10 h. On peut la capter jusqu'à Morogoro, Tanga, Mombasa et Dar es-Salaam. Sa grille est composée de programmes éducatifs, d'émissions pour enfants et de pièces de théâtre.

A ces chaînes diffusées à Dar es-Salaam et dans ses environs, il faut ajouter un certain nombre de télévisions régionales ainsi qu'un choix de 25 chaînes internationales codées proposées par Multichoice, un groupe sud-africain.

2.2.2. En province

- **Abood Television**, qui émet depuis le 17 octobre 1998 à partir de Morogoro, est la propriété d'un notable de la région, Aziz M. Abood.

- **Sokoine University of Agriculture Television** émet depuis le 21 avril 1995 à partir de Morogoro.

Malgré leur nombre et leur diversité, les médias ne touchent qu'une partie de la population. En effet, en dehors des médias gouvernementaux et des grands groupes de presse, qui d'ailleurs ne diffusent que dans les grandes villes de province¹³, la plus grande partie des journaux est concentrée dans Dar es-Salaam et sa région, et touche donc environ 6 millions de Tanzaniens – dont 3 millions à Bongo¹⁴ – sur 33, 5 millions.

III - UNE TENDANCE A LA CONCENTRATION

Quelques groupes de presse tiennent l'essentiel du marché et un nombre important de titres ont disparu. Ces disparitions, toujours liées à des difficultés financières et non à des problèmes de censure, résultent de la concurrence ou parce qu'un collaborateur indélicat est parti après s'être servi dans la caisse¹⁵. La faillite la plus retentissante fut celle de l'homme d'affaires Gulamani, propriétaire de *The Express* et de *Mwananchi*, « *Le Citoyen* »¹⁶, dont *La Lettre de l'Océan Indien* relatait les déboires en ces termes :

« Il a quitté la Tanzanie le 30 août 1999 avec sa famille pour fuir ses créanciers [...]. Au total son endettement auprès de particuliers, de firmes privées et de l'État s'élèverait à 33 millions de TZS [1 USD = 750 TZS]. Gulamani était connu pour avoir débuté en créant une banque privée clandestine tenue par son père Gulam Hussein à Dar es-Salaam. Beaucoup de Tanzaniens d'origine indo-pakistanaise (notamment des Ismaïliens/Aga Khan) y ont mis leurs économies pour un taux de rendement de 1,75 % par mois plus élevé que celui des banques commerciales. Avec cet argent, Gulamani a financé ses activités dans l'agriculture, les pierres précieuses, la communication et la banque. [...] L'affaire est d'autant plus embarrassante pour le gouvernement que Riyaz Gulamani avait obtenu une avance de l'État de 1,8 million de dollars pour financer l'importation de riz, mais n'a jamais payé la contrepartie en monnaie locale une fois que le riz a été vendu. [...] Via Exim Bank, Exim

13 Là où une liaison régulière est assurée par Air Tanzania.

14 Surnom donné à Dar es-Salaam et qui signifie « le cerveau » parce qu'il faut être malin et savoir se débrouiller pour y vivre.

15 Les titres les plus connus et qui ont disparu étaient *Fahari*, *Mambo Magazine*, *Mizani*, *Motomoto*, *Radi*, *Safina*, *Shaba*, *Tazama*. De même l'agence de presse tanzanienne *Shihata*, qui était en sommeil depuis quelques années, a été officiellement dissoute par le Parlement début avril 2000.

16 *Mwananchi* a été racheté par Media Communication Limited et devait réparaître sous forme d'hebdomadaire à partir du 9 avril 2000. *The Express* paraît toujours.

Security and Investment et Tudor Insurance, Riyaz Gulamani s'était spécialisé dans les prêts à des propriétaires de maisons.¹⁷ »

Actuellement trois grands groupes se partagent l'essentiel du marché.

1. – IPP Media¹⁸, fondé dans les années 1980 par Reginald Abraham Mengi, englobe les sociétés suivantes :

- IPP Consult, société de consultants financiers ;
- Bodycare Limited, spécialisée dans la fabrication de savon et de dentifrice ;
- Bonite Bottlers Limited s'occupe de la mise en bouteille de boissons gazeuses du groupe Coca Cola ;
- ITV (Independent Television Limited) ;
- Radio One Limited ;
- The Guardian Limited, groupe de presse qui détient The Guardian, The Sunday Observer, The Financial Times, Nipashe, Nipashe Jumapili, Alasiri, Kasheshe, Lete Raha, Taifa Letu ;
- Printa Afrique Limited, une maison d'édition ;
- Press Service Tanzania Limited, une agence de presse.

2. – Habari Corporation¹⁹ dont dépendent :

- The African ;
- Dimba News Paper Limited qui publie Dimba et Bingwa ;
- Mtanzania Publication Limited qui publie Mtanzania et Mchana ;
- Rai News Paper Limited qui publie Rai ;
- Radio Viva (95.8 MHz), qui devrait diffuser dès la fin de l'année 2000 à Morogoro, Dar es-Salaam et sur la côte. Elle est conçue comme un forum de discussions pour débattre de problèmes de société, un peu à l'image du journal Rai et devrait consacrer peu de temps d'antenne à la musique.

3. – Business Care Services, dirigé par Richard Mwaulawa, compte environ 300 employés et a des activités dans :

- la publication de journaux à travers Business Times Limited : The Business Times, Majira, Dar Leo, Maisha Tanzania, Sanifu, Spoti Starehe ;

¹⁷ *La Lettre de l'océan Indien*, n° 871, 18 septembre 1999, p. 7.

¹⁸ Les journaux de ce groupe se trouvent sur le site ippmedia.com.

¹⁹ Les journaux de ce groupe se trouvent sur le site www.iloveafrica.com.

- l'édition de livres avec Business Printers dont dépend Daipo qui importe du matériel pour l'édition (papier, encre, machines, etc.) ;
- l'assurance ;
- les messageries à l'intérieur et en dehors du territoire ;
- le prêt à des petits commerçants par l'intermédiaire de sa banque Fedha Cie ;
- le conseil en commerce et finance.

4. – Tanzania Standard News Papers Limited édite le Daily News et le Sunday News.

5. – Media Communication Limited publie Wiki Hii, Tanzania Leo et Mwananchi.

6. – Uhuru Publications Limited édite Uhuru, Mzalendo, Burudani et possède Radio Uhuru.

7. – Les autres groupes comme **Safeguard Limited** – qui publie Kiu et Uwazi – et **Heko Publishers** – qui édite Heko et Kalulu ainsi que des livres – ont une dimension réduite. Le second connaît actuellement de grosses difficultés financières. Il en est de même de Mfanyakazi (journal syndical) et de Kiongozi (hebdomadaire catholique) qui ont été obligés d'introduire des articles de politique générale dans leurs colonnes afin de conserver quelques parts de marché.

Ce panorama, loin d'être exhaustif tant la situation, très mobile, est difficile à suivre, montre que la presse anglaise est en stagnation tandis que celle en swahili s'est considérablement élargie avec la diversification de l'offre. C'est d'ailleurs la presse swahili que choisissent les annonceurs publicitaires²⁰ de produits de première nécessité (savon, dentifrice, lessive, etc.) qui veulent élargir leur marché.

IV- LES JOURNALISTES

4.1. Les hommes

Depuis que la Tanzanie a abandonné la politique d'*ujamaa* et applique les directives du FMI, les perspectives d'emploi dans la fonction publique se sont beaucoup réduites et les jeunes sont amenés à se lancer dans la création d'entreprises. Envisager de fonder d'un journal résulte de deux types de motivations, soit par amour de l'écriture et du débat d'idées, soit pour des préoccupations commerciales. Généralement, ce sont des considérations financières qui amènent

²⁰ Les taxes sur la publicité prélevées par l'État s'élèvent à 20 % auxquels il faut ajouter l'impôt sur les sociétés détentrices des journaux.

à fonder un journal à scandale ou un journal sportif. Ce sont aussi en grande partie celles du groupe IPP dont la politique consiste à faire couler ses concurrents afin de drainer dans ses colonnes ou sur ses ondes toute la publicité.

D'autres sont des « aventuriers ». C'est le cas de Ben Rashidi Mtobwa, ancien électricien qui écrivait des feuilletons qu'il envoyait aux journaux. Puis, il s'est lancé dans l'écriture de romans policiers ou de mœurs avant d'ouvrir une maison d'édition (Heko Publishers) dans les années 1980.

Muhingo Rweyemamu, qui dirige actuellement Media Communication, a, lui, fait des études en sciences de l'éducation et a toujours envoyé des articles dans des journaux. Alors qu'il travaillait à Dar es-Salaam au ministère de l'Éducation, il entreprit des études de journalisme à la Tanzania School of Journalism et obtint son diplôme au bout de deux ans. Il fut alors embauché à Mwananchi, qui disparut en 1995 puis à Mtanzania, qu'il trouvait trop proche du parti au pouvoir et qu'il a quitté en juillet 1999 pour devenir son propre patron, créer de nouveaux titres et reprendre Mwananchi.

L'aventure de Rai et Mtanzania est l'histoire de quatre garçons dans le vent, parmi lesquels Jenerali Ulimwengu et Gideon Shoo, qui ont des choses à dire et cherchent un support pour le faire. A l'époque, il n'existait que Uhuru et le Daily News. Ils n'ont ni argent ni bureau et les premiers numéros sont vendus au coin des rues. Leur idée est alors de faire un journal de réflexion à portée philosophique, mais, se rendant compte qu'ils n'auront jamais le public souhaité, ils fondent Rai, un journal qu'ils considèrent avant tout comme le support pour un débat d'idées. Proches du CCM à titre individuel, ces journalistes tiennent à garder les coudées franches vis-à-vis de celui-ci et à conserver leur esprit critique.

Le métier de journaliste est aussi victime de son succès et beaucoup de jeunes sont obligés de travailler en free lance. Le nombre de journalistes sur le marché est en effet si important que la plupart des journaux n'ont plus besoin d'embaucher. Quant aux écoles, anciennes pour la plupart, elles sont aussi en plein développement. Les plus importantes sont :

- la Tanzania School of Journalism, école gouvernementale située à Dar es-Salaam, qui forme en deux ans pratiquement tous les journalistes de la presse écrite. Elle a été fondée en 1975 et a longuement bénéficié de la coopération avec les pays scandinaves ;
- le Nyegezi Social Training Institute, institut situé à Mwanza et dépendant de l'Université catholique Saint-Augustin, qui fut fondé avant l'indépendance. La formation qui y est dispensée et qui vient d'être reprise par les jésuites dure deux ans ;
- et la Dar es-Salaam School of Journalism, école créée dans les années 1960 qui propose des sessions de remise à niveau de trois mois.

Dans l'ensemble, le niveau de formation en presse écrite est bon, mais les moyens manquent pour former les jeunes aux métiers de la radio et de la télévision. Radio Tanzania, lorsqu'elle était la seule à émettre, faisait former son personnel à l'étranger par le biais de la coopération.

4.2. L'organisation de la profession

Tous les journaux sont enregistrés au département de l'Information et les radios et télévisions dépendent de la Tanzania Broadcasting Commission. La presse est régie par la loi de 1976, qui devrait prochainement être amendée, car elle est devenue obsolète depuis la libéralisation de l'économie. Cette loi permet en effet au gouvernement de séquestrer les biens d'un journal et de le faire fermer lorsqu'il se considère remis en question.

La principale activité de Baraza la Habari/Media Council of Tanzania, une association de journalistes, indépendante du pouvoir même si certains de ses membres en sont proches, est de tenter de régler à l'amiable les conflits entre journaux et plaignants. Lorsqu'une conciliation s'avère impossible et que l'affaire est portée devant les tribunaux, Baraza la Habari émet son avis. Un des objectifs actuels de cette association est d'élaborer un code de déontologie auquel adhéreront volontairement les journalistes. Elle publie un bulletin intitulé Media Watch dont le sous-titre est « Promouvoir la liberté des médias, garantir les normes professionnelles les meilleures et la responsabilité (du journaliste) ». Son comité de direction est composé d'hommes politiques, de professeurs d'université et de journalistes.

LA PRESSE TANZANIENNE : UNE EXCEPTION AFRICAINE

La Tanzanie constitue certainement une exception dans les pays d'Afrique pour le dynamisme des médias et la liberté d'expression bien réelle²¹, même s'il est souhaitable que celle-ci soit encore élargie. Cette situation est le résultat d'une longue évolution qui trouve son origine dans la politique d'alphabétisation menée dans les années 1970. A l'origine, le journal Uhuru avait pour mission de proposer aux personnes nouvellement alphabétisées des articles concernant leurs préoccupations et leur vie quotidienne et de leur permettre ainsi de continuer à pratiquer la lecture. La situation actuelle est aussi le résultat de la politique linguistique de ce pays, dont l'enseignement primaire est entièrement en langue nationale et qui édite dictionnaires et ouvrages de toutes sortes en swahili. Lorsque l'économie s'est libéralisée en 1992, la presse a rencontré un

21 Sauf à Zanzibar où le régime de Salim Amour, tristement célèbre pour ses atteintes aux droits de l'homme et à la liberté d'expression, interdit le journal *Majira* pendant de longs mois pour avoir émis des réserves sur le déroulement et le résultat des élections générales dans l'archipel en 1995, et en août 1999 pour avoir osé critiquer le président.

marché potentiel et elle contribue maintenant à son tour au dynamisme de la langue. En effet, les journalistes coopèrent avec les linguistes²² afin de trouver une réponse aux différentes questions qui se posent à eux pour exprimer des réalités étrangères et/ou modernes.

Le débat d'idées, accessible à tous, est certainement un facteur de stabilité et de participation à la vie politique, d'autant plus que la pensée unique n'y est pas de mise.

22 Voir S.A.K. Mlacha, *Kiswahili na Vyombo vya Habari*, Taasisi ya Unchunguzi wa Kiswahili Chuo Kikuu cha Dar es-Salaam, 1995.