

La manière dont les Africains s'informent évolue – mais la quantité d'informations qu'ils reçoivent pourrait ne pas suivre

Dépêche No. 1173 d'Afrobarometer | Jeffrey Conroy-Krutz, Komi Amewunou et Kelechi Amakoh

Résumé

Le paysage médiatique continue d'évoluer en Afrique, tout comme dans le reste du monde. L'essor des technologies numériques a transformé la manière dont de nombreuses personnes s'informent, offrant un accès facile et rapide à celles qui possèdent un smartphone ou un ordinateur (Yu, Bekerian, & Osback, 2024). Dans ce contexte, les médias traditionnels se sont adaptés en renforçant leur présence sur les plateformes numériques : La plupart des journaux, chaînes de radio et de télévision gèrent désormais des sites web ou des comptes sur les réseaux sociaux par le biais desquels ils diffusent leurs contenus (Al-Quran, 2022).



Quel est l'impact de ces mutations sur la consommation de l'information par les Africains et sur leur perception des médias et de la démocratie ?

Sur la base des enquêtes Afrobarometer 2024/2025 réalisées dans 38 pays africains, nous constatons que plus de huit citoyens sur 10 à travers le continent s'informent régulièrement via au moins un média de masse. La radio reste le média le plus utilisé pour s'informer, probablement en raison de sa large accessibilité à tous les groupes socio-économiques.

Cependant, le recours aux informations via la radio est en baisse constante. Les médias numériques semblent supplanter la radio et les journaux comme sources d'information pour certaines personnes, bien que la croissance de la consommation d'informations en ligne ait ralenti ces dernières années.

Les Africains sont globalement favorables à ce que les médias contrôlent l'action publique, et ils ont tendance à privilégier la liberté de la presse plutôt que la réglementation gouvernementale ; toutefois, les avis des citoyens quant à la protection effective de cette liberté dans leur pays sont mitigés. De plus, certains éléments indiquent que beaucoup ne considèrent pas nécessairement une presse libre comme un avantage incontestable : Le soutien à la liberté de la presse est quelque peu moins élevé parmi les répondants qui perçoivent la presse de leur pays comme libre que parmi ceux qui l'estiment non libre.

L'enquête Afrobarometer

Afrobarometer est un réseau panafricain et non partisan de recherche par sondage qui fournit des données fiables sur les expériences et les évaluations des Africains en matière de démocratie, de gouvernance et de qualité de vie. Dix rounds d'enquêtes ont été réalisés dans un maximum de 45 pays depuis 1999. Les enquêtes du Round 10 (2024/2025) couvrent 38 pays. (Voir le Tableau A.1 en annexe pour la liste des pays et les dates des travaux de terrain.)

Les Partenaires Nationaux d'Afrobarometer conduisent des entretiens en face à face dans la langue choisie par les répondants, permettant d'obtenir des résultats nationaux avec une marge d'erreur de +/-2 à +/-3 points de pourcentage à un niveau de confiance de 95%. Cette analyse de 38 pays s'appuie sur 50.961 entretiens. Les données sont pondérées afin de garantir la représentativité nationale des échantillons. Tous les pays sont pondérés équitablement (plutôt que proportionnellement à leur population) pour le calcul des statistiques moyennes plurinationales.

Résultats clés

Consommation de l'information

- La radio reste la source d'information la plus courante en Afrique : A travers les 38 pays sondés en 2024/2025, six citoyens sur 10 (59%) déclarent s'informer « tous les jours » ou « quelques fois par semaine » à la radio, contre environ la moitié qui le font à la télévision (53%) et sur les réseaux sociaux (50%), et une proportion plus faible qui consultent régulièrement d'autres sources sur Internet (38%) et la presse écrite (13%).
 - La radio est également la source d'information la plus accessible sur le continent, avec un taux d'accès supérieur à celui des autres médias chez les femmes, les habitants des zones rurales, les répondants les plus pauvres et les répondants les moins instruits.
 - Cependant, la prédominance de la radio s'affaiblit progressivement : A travers les 28 pays régulièrement sondés depuis 2014, la proportion des individus déclarant écouter la radio au moins « quelques fois par semaine » a régressé de 10 points de pourcentage par rapport à il y a 10 ans.
- La croissance de la consommation fréquente des médias d'information numériques a ralenti après avoir connu une forte progression à la fin des années 2010.
- Malgré ces changements, la proportion des Africains qui déclarent suivre régulièrement l'actualité via au moins un média de masse n'a pas évolué de manière significative au cours de la dernière décennie, ce qui suggère que les progrès technologiques n'ont pas accru l'audience des médias d'information.

Médias et démocratie

- L'engagement avec les médias est limité : Seuls 6% des répondants disent avoir contacté les médias au cours de l'année écoulée, et une proportion équivalente de répondants déclarent avoir publié des messages sur les réseaux sociaux traitant de politique ou de questions communautaires.
- La plupart (72%) des Africains soutiennent que les médias jouent un rôle dans le contrôle de l'action gouvernementale, y compris une majorité dans tous les pays sondés.
- Les avis sur la liberté de la presse sont mitigés : 53% des répondants estiment que les médias dans leur pays sont globalement libres, mais 43% considèrent qu'ils sont soumis à la censure ou influencés par le gouvernement.
 - La perception de la liberté des médias varie considérablement à travers l'Afrique, de 81% en Tanzanie et 77% au Libéria à seulement 28% aux Comores et 16% au Congo-Brazzaville.
- Presque deux tiers (65%) des citoyens sont favorables à la liberté des médias, y compris une majorité dans tous les pays sondés à l'exception de la Tanzanie (49%) et du Mali (27%).

- Les personnes qui considèrent que les médias dans leur pays sont libres sont quelque peu moins susceptibles que celles qui ne partagent pas cet avis de soutenir la liberté des médias (63% contre 69%).

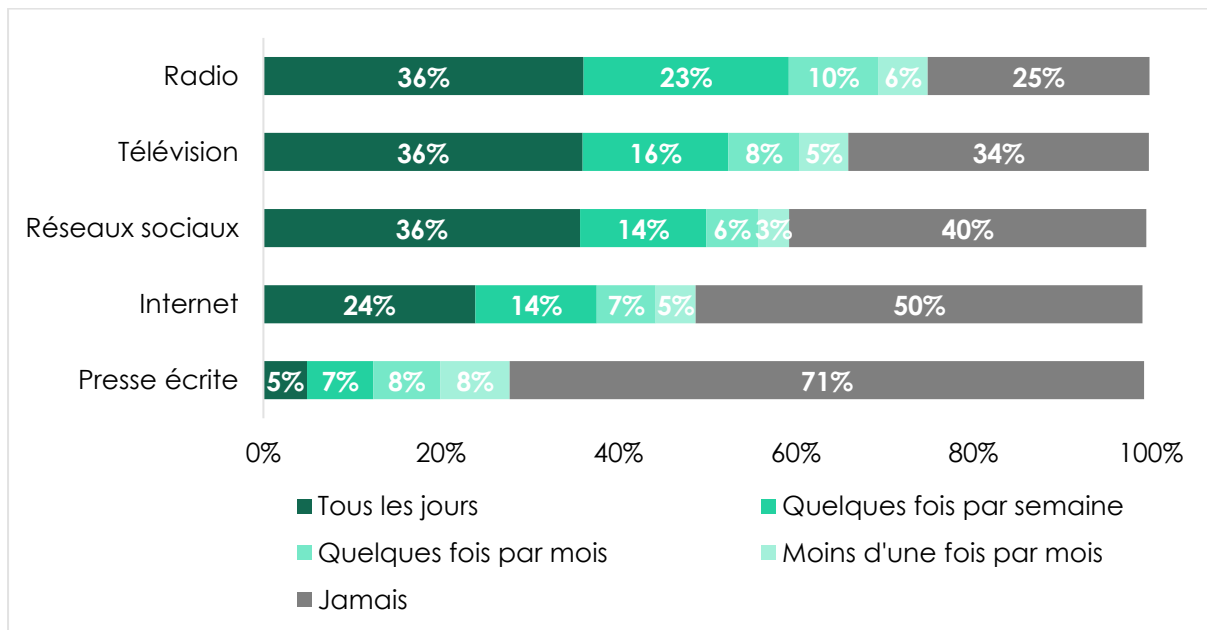
Comment les Africains s'informent-ils ?

La domination persistante – mais en déclin – de la radio

Les enquêtes Afrobarometer ont demandé aux répondants à quelle fréquence ils s'informaient via cinq types de médias : la radio, la télévision, les journaux, les réseaux sociaux et Internet (Figure 1). La radio reste le média le plus utilisé : Environ six Africains sur 10 (59%) déclarent l'écouter « tous les jours » ou « quelques fois par semaine » pour s'informer. La télévision arrive en deuxième position (53%¹), suivie des réseaux sociaux (50%) et d'autres sources Internet (38%).

Seulement 13% des répondants déclarent lire fréquemment la presse écrite. Ce chiffre pourrait toutefois minorer l'impact de la presse écrite, car de nombreux articles initialement publiés dans les journaux sont repris dans des émissions de radio et de télévision, diffusés en ligne et partagés sur les réseaux sociaux.

Figure 1 : Fréquence de consommation de l'information | 38 pays | 2024/2025



Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes : Radio ? Télévision ? Presse écrite ? Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, ou autres ? Autres sources d'information sur Internet ?

Une analyse des habitudes de consommation d'informations au fil du temps révèle d'importants changements au cours de la dernière décennie (Figure 2). A travers les 28 pays régulièrement sondés par Afrobarometer entre 2014/2015 et 2024/2025, la radio est restée le média de masse le plus consulté, mais sa position dominante s'est affaiblie : La proportion des répondants qui déclarent écouter fréquemment les informations à la radio a baissé de 10 points de pourcentage au cours de la dernière décennie. L'accès régulier aux

¹ En raison des arrondis, les pourcentages des catégories regroupées tel qu'indiqués dans le texte pourraient différer légèrement de la somme des sous-catégories figurant dans les graphiques (par exemple, 36% « tous les jours » et 16% « quelques fois par semaine » totalisent 53%).

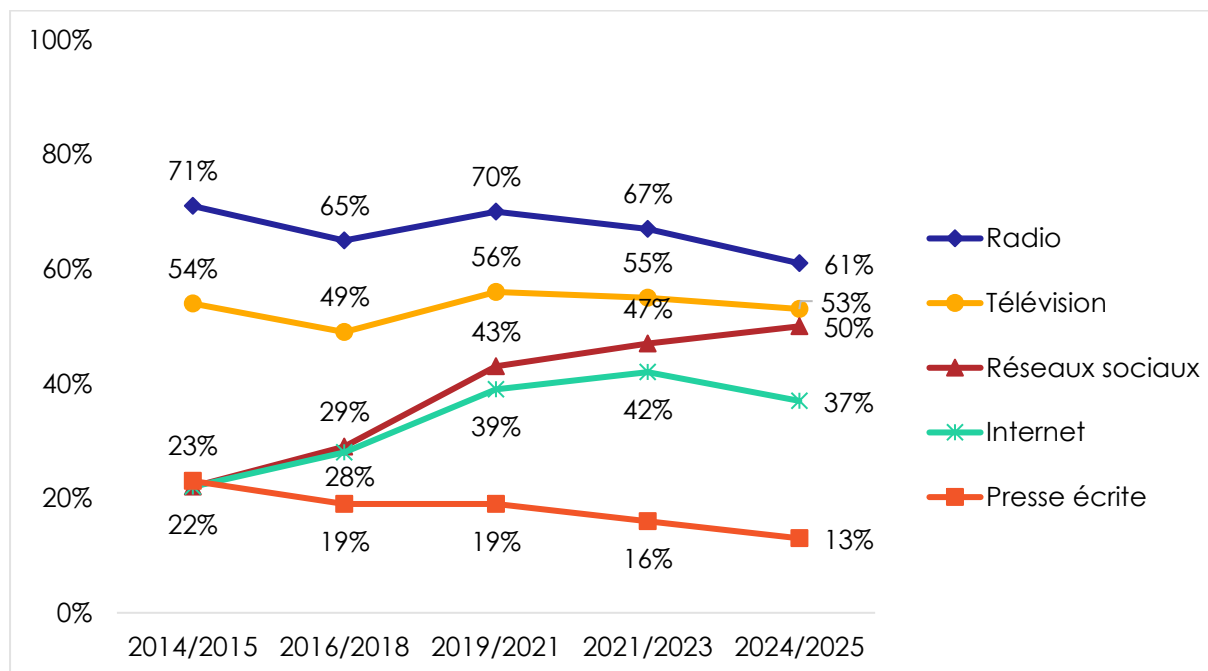
informations télévisées reste à peu près stable, ce qui signifie que l'écart entre la radio et la télévision s'est réduit, passant de 17 points à 8 points.

En 2014/2015, seulement environ un sur cinq répondants déclaraient recourir régulièrement aux réseaux sociaux (22%) ou à Internet (22%) pour s'informer. Ces chiffres se sont rapidement accrus au cours de la seconde moitié des années 2010 et ont continué à progresser, bien que plus lentement, pour les réseaux sociaux, tandis que le recours à d'autres sources d'information sur Internet a atteint un pic à 42% en 2021/2023 et a depuis régressé de 5 points.

La consommation régulière de journaux a baissé, passant de 23% des citoyens à seulement 13%.

Si le changement le plus notable dans la consommation d'informations au cours de la dernière décennie a été la croissance de l'utilisation régulière des médias d'information numériques, les dernières données laissent entrevoir un éventuel ralentissement de cette croissance. Divers facteurs structurels pourraient limiter l'adoption de ces médias, notamment le manque de culture numérique, la cherté des données mobiles (les plus chères de tous les continents), le manque de moyens pour acheter des téléphones compatibles avec Internet et les restrictions gouvernementales sur les médias numériques (Baum & van Rooyen, 2025 ; Harrisberg & Mensah, 2022).

Figure 2 : Consommation fréquente de l'information | 28 pays | 2014-2025



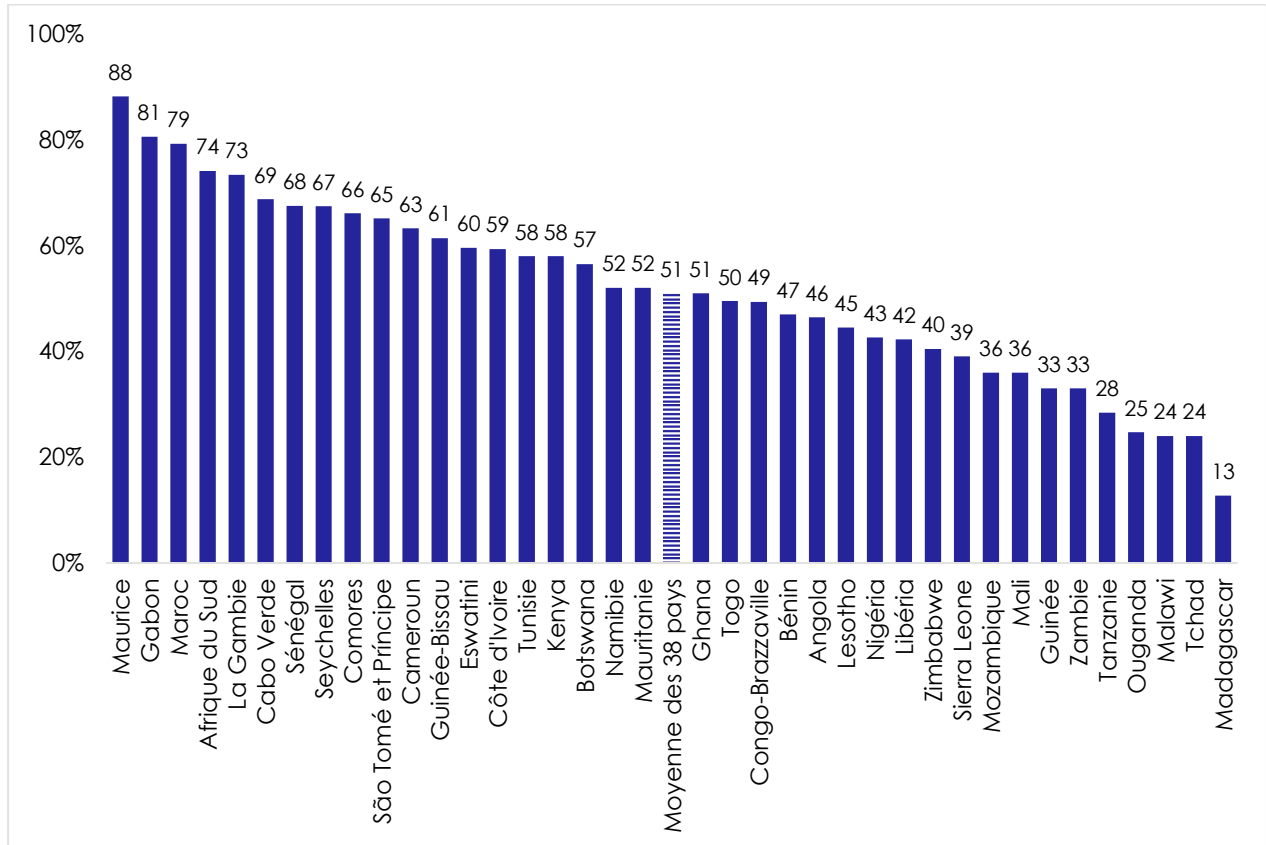
Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes ? (% qui disent « tous les jours » ou « quelques fois par semaine »)

Les médias numériques

Environ la moitié (51%) des Africains déclarent s'informer fréquemment via les réseaux sociaux, d'autres sources Internet ou ces deux types de médias en ligne. Etant donné que la proportion de ceux qui s'informent régulièrement via les réseaux sociaux est de 50%, cela signifie que la quasi-totalité de ceux qui utilisent régulièrement d'autres sources Internet pour s'informer sont également des usagers réguliers des réseaux sociaux. Il se peut que les personnes qui consultaient auparavant directement des sites web pour s'informer obtiennent désormais les mêmes informations en cliquant sur des liens qu'elles trouvent sur les réseaux sociaux.

Le recours aux médias numériques pour s'informer varie considérablement d'un pays à l'autre sur le continent, de seulement 13% des Malgaches à plus de trois quarts des Marocains (79%), Gabonais (81%) et Mauriciens (88%) qui consomment au moins un type de média numérique quelques fois par semaine ou plus (Figure 3).

Figure 3 : Accès à l'information via les médias numériques (%) | 38 pays | 2024/2025

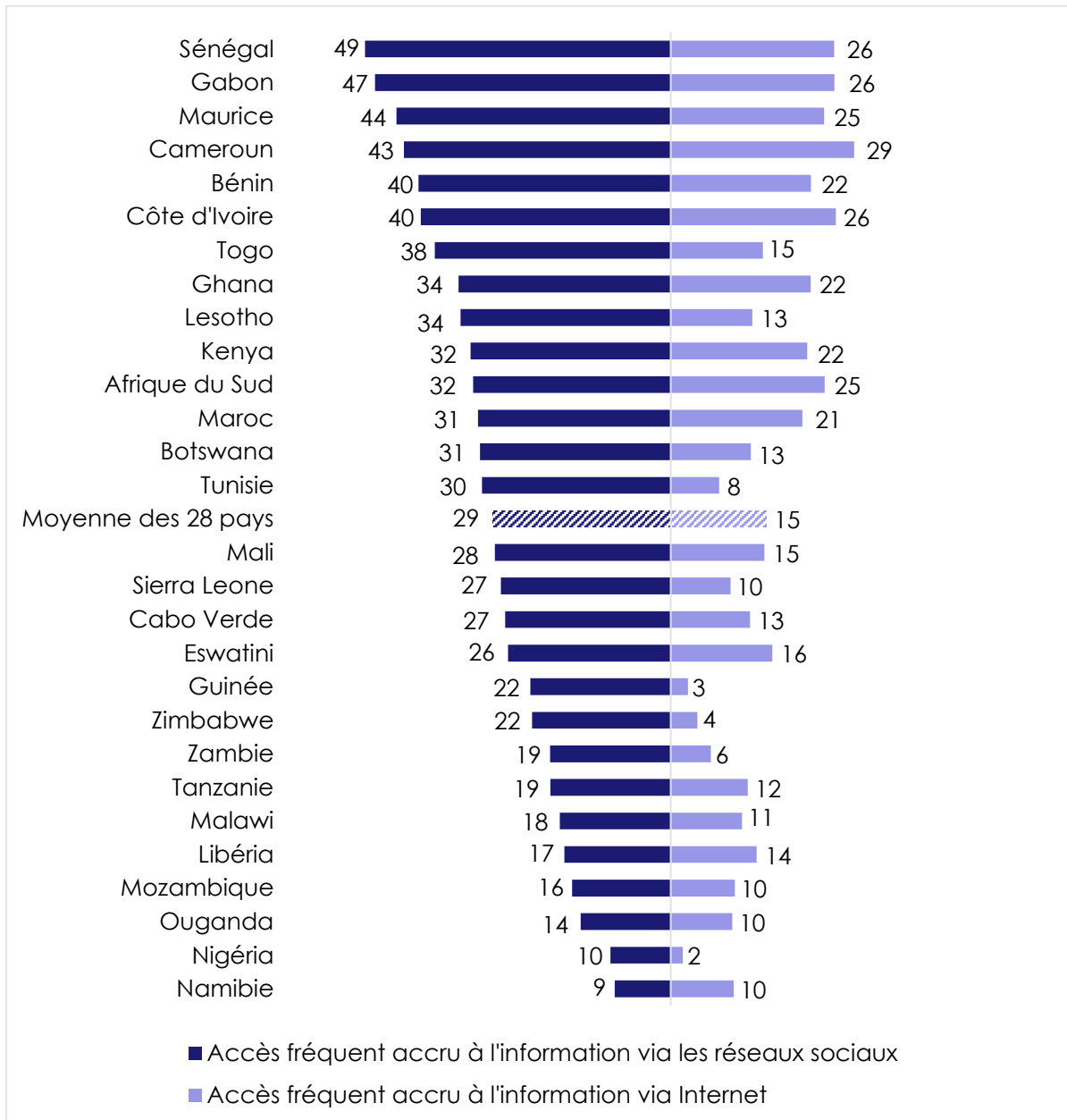


Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes : Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, ou autres ? Autres sources d'information sur Internet ? (La figure montre le pourcentage de répondants qui disent « tous les jours » ou « quelques fois par semaine » pour les médias sociaux, d'autres sources Internet ou les deux.)

Les 28 pays régulièrement sondés au cours de la dernière décennie ont tous enregistré une hausse de la consommation régulière d'actualités via les réseaux sociaux (une hausse moyenne de 29 points de pourcentage) et d'autres sources en ligne (une hausse moyenne de 15 points de pourcentage), bien qu'à des degrés divers (Figure 4). Les pays francophones affichent les hausses les plus importantes : le Sénégal (+49 points de pourcentage pour la consommation d'actualités sur les réseaux sociaux et +26 points de pourcentage pour la consommation d'actualités ailleurs sur Internet), le Gabon (+47 et +26 points de pourcentage), Maurice (+44 et +25 points de pourcentage), le Cameroun (+43 et +29 points de pourcentage), le Bénin (+40 et +22 points de pourcentage) et la Côte d'Ivoire (+40 et +26 points de pourcentage).

Les progrès ont été plus modestes en Ouganda (+14 et +10 points), en Namibie (+9 et +10 points) et au Nigéria (+10 et +2 points). En Ouganda, où l'utilisation des médias numériques était relativement faible en 2014/2015 (8% à 9%), cette croissance limitée ne peut être attribuée à une saturation. En revanche, les niveaux antérieurs étaient déjà relativement élevés en Namibie (41% et 33%) et au Nigéria (31% dans les deux cas) ; ces hausses moins importantes suggèrent donc la possibilité d'un « effet de plafonnement ».

Figure 4 : Augmentation de l'accès fréquent à l'information via les médias numériques (en points de pourcentage) | 28 pays | 2014-2025



Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes : Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, ou autres ? Autres sources d'information sur Internet ? (La figure montre l'évolution, en points de pourcentage, entre 2014/2015 et 2024/2025 de la proportion de répondants qui disent « tous les jours » ou « quelques fois par semaine ».)

Profil démographique des utilisateurs des médias

Les caractéristiques démographiques semblent influencer le profil des consommateurs d'actualités et les types de médias auxquels ils ont accès (Figure 5). Les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'utiliser régulièrement tous les types de médias. C'est à la radio que l'écart est le plus important en matière de consommation fréquente d'actualités (12 points de pourcentage), ce qui pourrait surprendre. Les facteurs sociaux, économiques et juridiques qui désavantagent systématiquement de nombreuses femmes, tels que les obstacles à l'instruction formelle (Ohamadike, 2023 ; Frola, Delprato, & Chudgar, 2024), aux

ressources (Patel, 2020 ; Wamboye, 2023 ; Kolovich, Malta, Newiak, & Zafar, 2024) et les droits (Tripp, 2023) devraient, en théorie, avoir le moins d'impact sur la radio, qui ne nécessite aucune alphabétisation particulière ni de technologie difficile d'accès et est plus susceptible de proposer des contenus en langues vernaculaires.

L'âge semble également influencer le choix du média. La radio est le média d'information le plus utilisé par toutes les tranches d'âge, à l'exception des jeunes adultes (âgés de 18-35 ans), qui préfèrent de justesse les réseaux sociaux (58% contre 55%). La consommation régulière d'actualités à la radio s'accroît avec l'âge, atteignant 68% chez les seniors, tandis que l'utilisation des médias numériques diminue avec l'âge : Les plus jeunes sont deux fois plus susceptibles que les plus âgés de consommer fréquemment l'actualité via les réseaux sociaux (58% contre 28%) et Internet (44% contre 20%). Les chiffres relatifs à la télévision et aux journaux restent stables toutes catégories d'âge confondues,

Comme on pouvait s'y attendre, le recours aux médias décroît sensiblement à mesure que la pauvreté² s'accroît, avec des baisses particulièrement marquées pour la télévision (passant de 77% chez les répondants sans aucune expérience de la pauvreté vécue à 39% chez ceux confrontés à une forte pauvreté vécue), les réseaux sociaux (de 72% à 37%) et Internet (de 60% à 26%) (Figure 6). La radio est le média le moins affecté par la pauvreté, avec un écart de seulement 7 points de pourcentage entre les personnes aisées (62%) et les plus démunis (55%). Et la radio est le seul média régulièrement consommé par une majorité dans les deux catégories les plus pauvres.

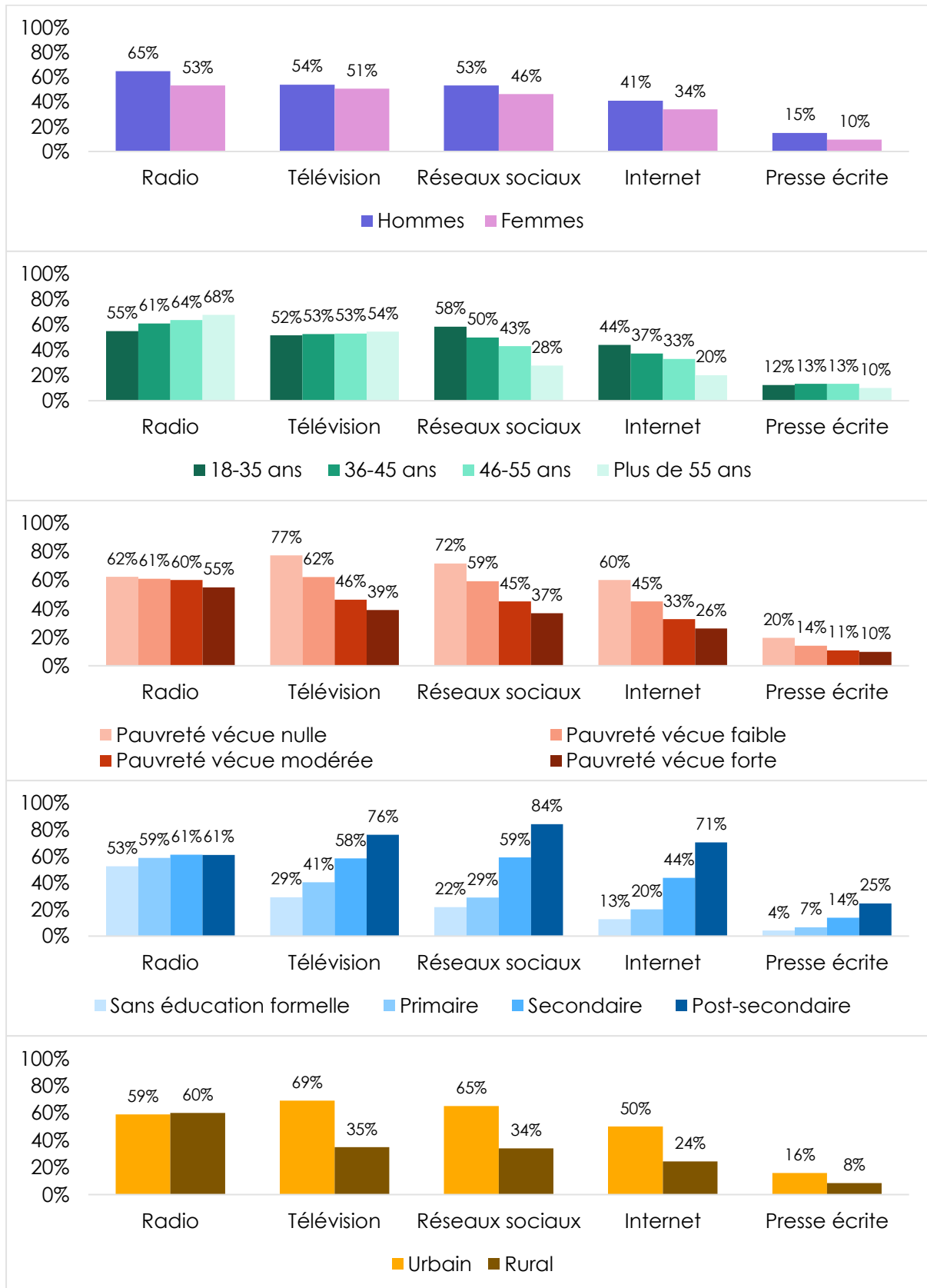
En examinant le niveau d'instruction, on constate une nouvelle preuve de la répartition relativement équitable de la consommation radiophonique. Bien que la fréquence de consommation des informations ait tendance à croître avec le niveau d'instruction pour tous les types de médias, cette hausse est beaucoup moins marquée pour la radio que pour la télévision, les deux formes de médias numériques et la presse écrite. La radio est le seul média auquel accèdent régulièrement la majorité des adultes n'ayant pas fait d'études formelles et ceux n'ayant fait que des études primaires. Etant donné que la télévision, tout comme la radio, ne nécessite pas de compétences particulières en lecture et en écriture, cette tendance pourrait être largement liée au niveau de vie. Les citoyens ayant fait des études post-secondaires sont plus susceptibles de s'informer via les réseaux sociaux (84%), la télévision (76%) et Internet (71%) que par la radio (61%).

Enfin, les citadins sont environ deux fois plus nombreux que les habitants des zones rurales à suivre l'actualité à la télévision (69% contre 35%), sur les réseaux sociaux (65% contre 34%), sur Internet (51% contre 24%) et par la presse écrite (16% contre 8%). Là encore, cela pourrait s'expliquer en grande partie par l'accès à l'instruction et à la richesse, mais cela est probablement aussi dû, au moins en partie, à des différences géographiques dans l'accès fiable à l'Internet haut débit et aux réseaux de distribution de la presse écrite. En revanche, il n'y a pas d'effet géographique en ce qui concerne la radio ; en fait, la radio est le seul média régulièrement consulté par une majorité de résidents en milieu rural (60%), bien que le déclin de la consommation régulière d'informations à la radio soit observé aussi bien dans les zones rurales qu'urbaines.

En résumé, on constate que la radio reste non seulement le média de masse le plus écouté du continent, mais aussi celui qui est le plus accessible aux personnes susceptibles d'être confrontées aux plus grands obstacles à l'accès à une information adéquate, comme cela a été le cas par le passé (Conroy-Krutz, Amakoh, & Amewunou, 2024).

² L'Indice de la Pauvreté Vécue (IPV) d'Afrobarometer mesure le niveau de précarité matérielle des répondants en leur demandant à quelle fréquence eux-mêmes ou leur famille ont manqué de produits de première nécessité (suffisamment de nourriture, d'eau, de soins médicaux, de combustible pour cuisiner et de revenus en espèces) au cours de l'année précédente. Voir Mattes et Lekalake (2025) pour plus d'informations sur la pauvreté vécue.

Figure 5 : Accès fréquent à l'information | par sexe, âge pauvreté vécue, éducation et milieu urbain-rural | 38 pays | 2024/2025



Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes ? (% qui disent « tous les jours » ou « quelques fois par semaine »)

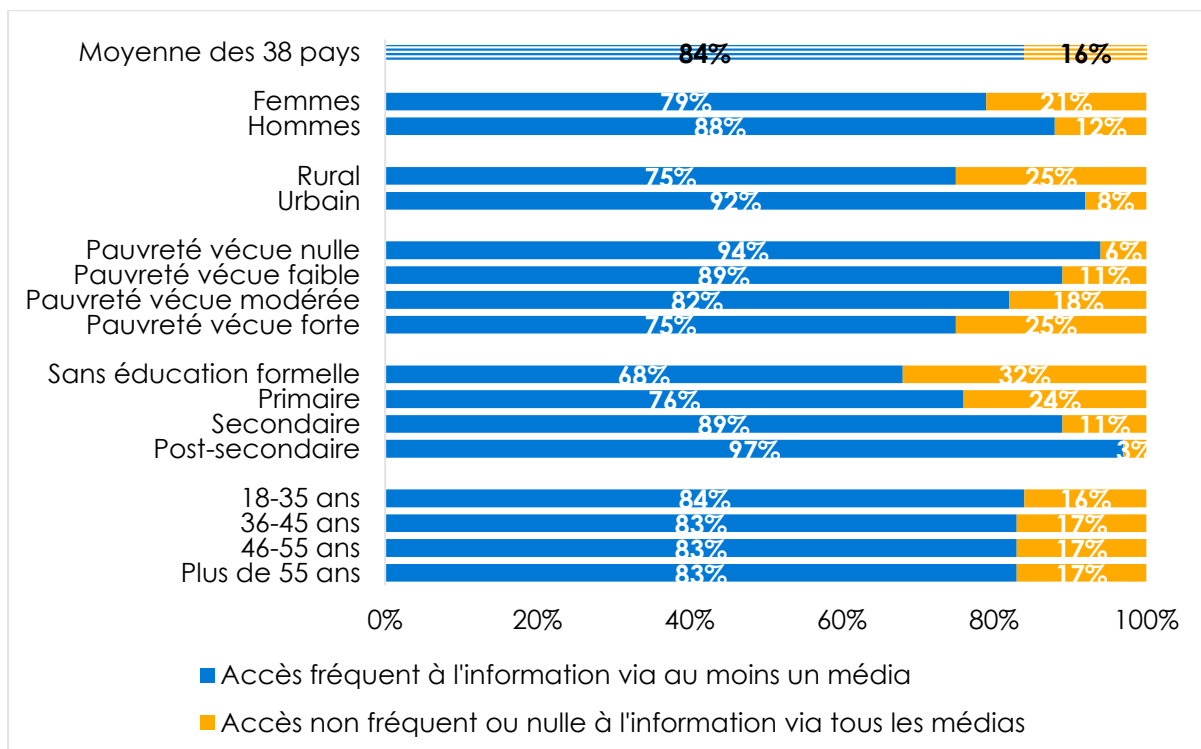
Consommation globale d'informations

Pour mieux cerner la consommation globale d'informations en Afrique, on peut s'intéresser à la proportion des répondants qui déclarent s'informer, quelle que soit la source, au moins plusieurs fois par semaine. Les résultats d'enquête montrent que 84% des Africains déclarent s'informer régulièrement via un ou plusieurs des cinq canaux que nous examinons (Figure 6).

Tous les groupes ne sont pas également disposés à le faire. Les hommes (88%) sont plus fréquemment consommateurs d'actualités que les femmes (79%). Ces différences reflètent probablement les normes relatives à l'acceptabilité de la participation des femmes aux affaires publiques, les perceptions d'efficacité, ainsi que l'accès aux compétences en lecture et en écriture et aux ressources (Afrobarometer, 2025 ; Butegwa & Charmaine, 2020). Comme le dit le dicton, la connaissance est le pouvoir, et l'une des conséquences potentielles de cet écart lié au genre dans la consommation d'informations est donc qu'il pourrait exacerber les différences préexistantes entre les capacités des hommes et des femmes en matière d'engagement.

Des différences s'observent également dans d'autres catégories démographiques : Les citoyens aisés (94%) et les citadins (92%) sont nettement plus susceptibles que les répondants les plus pauvres (75%) et les ruraux (75%) de s'informer régulièrement. Et si la quasi-totalité des Africains ayant fait des études supérieures (97%) s'informent régulièrement, ce n'est le cas que de 68% de ceux qui n'ont pas fait d'études. Il est intéressant de noter qu'il existe une uniformité presque parfaite dans la consommation d'actualités entre les tranches d'âge.

Figure 6 : Accès fréquent à l'information via au moins un média vs. accès non fréquent ou nulle à l'information via tous les médias | par groupe démographique
 | 38 pays | 2024/2025

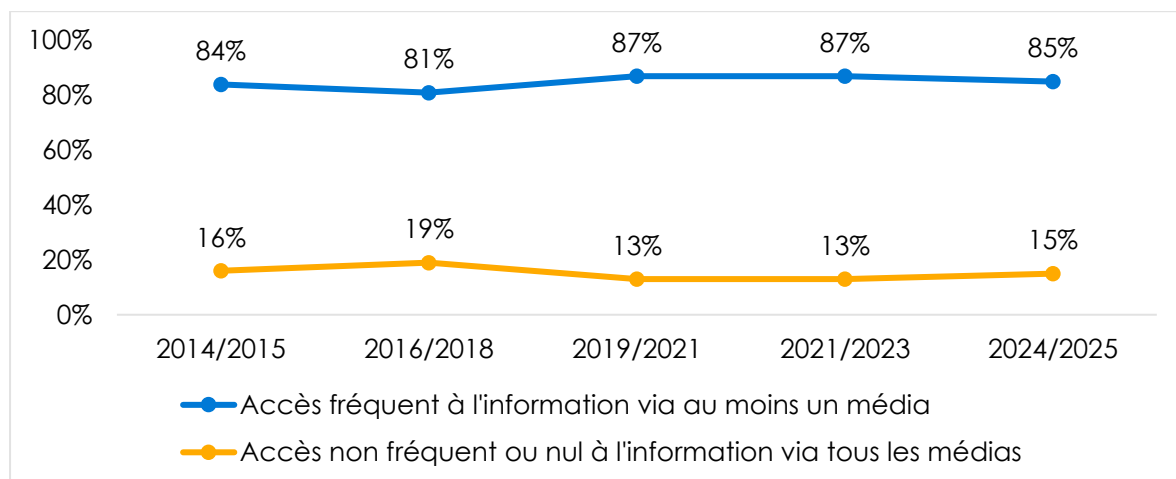


Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes : Radio ? Télévision ? Presse écrite ? Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, ou autres ? Autres sources d'information sur Internet ? (« Accès fréquent à l'information » désigne les répondants qui disent « tous les jours » ou « quelques fois par semaine » pour au moins un des cinq types de médias. « Accès non fréquent ou nul à l'information » désigne les répondants qui disent « quelques fois par mois », « moins d'une fois par mois » ou « jamais » pour les cinq types de médias.)

Les paysages médiatiques africains ont clairement évolué au cours de la dernière décennie. Cela soulève la question suivante : Ces changements incitent-ils davantage les Africains à s'informer ? Etant donné qu'un nombre croissant d'Africains peuvent accéder à l'actualité via des appareils portables, à tout moment de leur choix et à travers un large éventail de sources, on pourrait s'attendre à ce que davantage de personnes soient informées de l'actualité qu'auparavant. Cependant, il est également possible que les médias numériques ne fassent que supplanter les sources d'information traditionnelles. Après tout, la croissance significative de l'utilisation des médias d'information numériques a coïncidé avec un déclin modeste mais réel de l'utilisation régulière de la radio et de la presse écrite. Si les individus accèdent simplement via les médias numériques à des informations auxquelles ils auraient auparavant eu accès par la radio ou la presse écrite, alors le niveau global de consommation d'informations pourrait ne pas augmenter grâce à l'innovation et à l'adoption technologiques.

Les données collectées par Afrobarometer dans 28 pays faisant l'objet d'enquêtes régulières depuis 2014/2015 montrent que les médias numériques ont un effet de substitution, et non un effet d'amplification. La proportion des Africains qui consultent régulièrement les médias pour s'informer est restée remarquablement stable au cours de la dernière décennie : Alors que 84% déclaraient consommer fréquemment des informations via un ou plusieurs canaux médiatiques il y a 10 ans, 85% en font de même en 2024/2025 (Figure 7).

Figure 7 : Accès fréquent à l'information via au moins un média vs. accès non fréquent ou nulle à l'information via tous les médias | 28 pays | 2014-2025



Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes : Radio ? Télévision ? Presse écrite ? Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, ou autres ? Autres sources d'information sur Internet ? (« Accès fréquent à l'information » désigne les répondants qui disent « tous les jours » ou « quelques fois par semaine » pour au moins un des cinq types de médias. « Accès non fréquent ou nul à l'information » désigne les répondants qui disent « quelques fois par mois », « moins d'une fois par mois » ou « jamais » pour les cinq types de médias.)

Cependant, trois autres éléments méritent d'être pris en compte ici. Premièrement, les réponses proposées dans l'enquête sont assez approximatives ; elles ne permettent pas de mesurer le nombre réel de fois par jour, en moyenne, où les gens consultent les actualités, ni le temps qu'ils y consacrent. Il est possible qu'avec les médias numériques, les gens se tiennent informés plusieurs fois par jour, alors qu'avec la presse écrite ou la radio, ils ne le faisaient et ne le font toujours qu'une seule fois. Il est également possible que les personnes qui lisaient autrefois un journal de bout en bout se contentent désormais de parcourir rapidement les titres sur les réseaux sociaux. La fréquence déclarée de consommation d'actualités de ces personnes n'a pas changé, mais leur niveau d'engagement vis-à-vis de l'actualité a peut-être diminué. Deuxièmement, la fréquence de consommation de

l'actualité ne correspond pas nécessairement à la qualité de l'information. Les individus pourraient se détourner des médias qui s'appuyaient sur des journalistes formés pour produire la majeure partie de leur contenu au profit de sources qui diffusent de grandes quantités de désinformation ou d'informations erronées. Dans un tel scénario, les implications normatives de l'accès à l'information sont passées de positives à négatives. Enfin, les médias numériques offrent un accès à une plus grande variété de sources potentielles (Ajaegbu & Ajaegbu, 2024). Bien que ces données ne permettent pas de déterminer si les gens consomment des informations provenant d'une plus grande variété de sources et sont exposés à un éventail plus large de perspectives, les médias numériques offrent ici un potentiel plus important, pour le meilleur ou pour le pire, que les médias audiovisuels ou la presse écrite n'ont jamais pu le faire.

Médias et démocratie

Outre le suivi de la consommation médiatique, les enquêtes d'Afrobarometer examinent les perceptions générales de l'environnement médiatique, notamment l'opinion publique sur le rôle que devraient jouer les médias, le rôle du gouvernement en matière de régulation et le degré de liberté dont bénéficie la presse pour publier sans ingérence gouvernementale. Etant donné le rôle central d'une presse libre pour favoriser le débat politique, garantir la responsabilité des pouvoirs publics et offrir un espace de libre concurrence démocratique, ces questions méritent toute notre attention.

Médias et engagement citoyen

Les médias peuvent contribuer à la démocratie en offrant une tribune d'expression aux citoyens. Les journaux publient des tribunes libres et des courriers des lecteurs, tandis que les programmes interactifs comprenant des rubriques d'appels téléphoniques et des micro-trottoirs sont courants dans les médias audiovisuels (Tietah, Amoakohene, & Tuurusong, 2019). Et bien sûr, les médias numériques offrent aux individus une multitude de possibilités pour publier leurs commentaires.

Ces types de comportements ne sont toutefois pas très courants en Afrique. A peine 6% des citoyens de 38 pays déclarent avoir contacté les médias, par exemple en appelant une émission de radio ou en écrivant une lettre à un journal, au cours de l'année écoulée, tandis qu'une proportion équivalente de répondants (6%) indiquent avoir publié des messages sur les réseaux sociaux sur des sujets politiques ou liés à la vie locale (Figure 8). Les Libériens sont les plus susceptibles de contacter les médias (17%), suivis des répondants de Guinée-Bissau (14%), de Guinée (13%) et de Gambie (11%). Les Libériens sont également relativement actifs sur les réseaux sociaux, 12% d'entre eux déclarant avoir publié des messages politiques, un chiffre dépassé uniquement par les Angolais (13%) et égalé par les Sénégalais (12%).

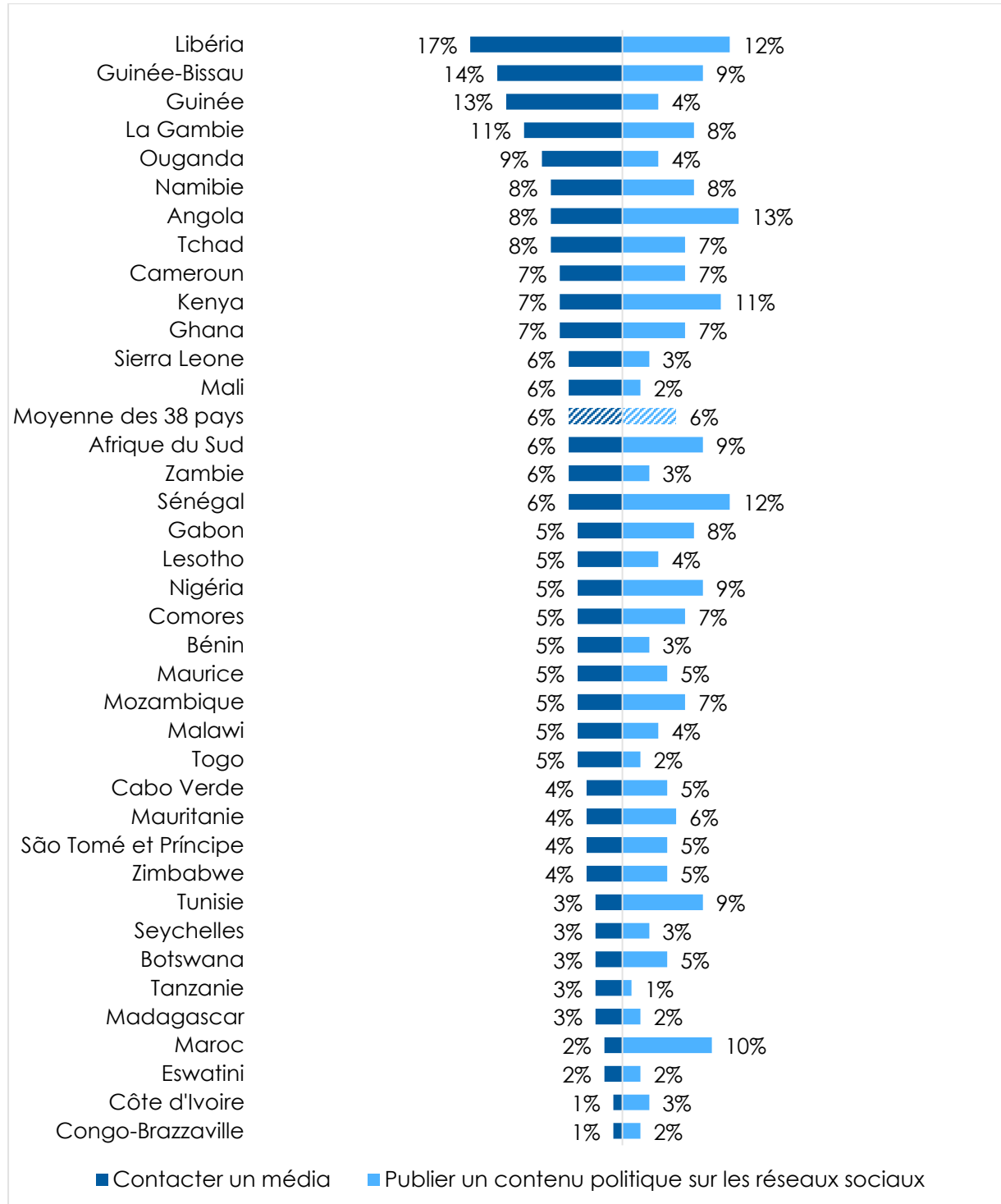
Les hommes sont deux fois plus susceptibles que les femmes d'interagir avec les médias (8% contre 4% pour ces deux types d'activités) (Figure 9). Les citadins sont plus nombreux que les ruraux à publier des messages politiques (7% contre 4%), mais les deux groupes sont tout aussi souvent susceptibles de contacter les médias (6%). L'activité sur les réseaux sociaux varie à peine en fonction du niveau de pauvreté, bien que les Africains les plus pauvres soient plus enclins que les plus aisés à contacter les médias (7% contre 4%), un écart modeste qui reflète une relation inverse plus générale entre le statut socio-économique et la participation, à l'opposé de la tendance observée dans les démocraties occidentales (Afrobarometer, 2025).

Les jeunes sont plus susceptibles que les personnes âgées de contacter les médias (7% contre 3%) et de publier sur les réseaux sociaux (6% contre 4%).

Le niveau d'instruction pourrait constituer un indicateur légèrement plus fiable : La proportion des personnes ayant déclaré mener des activités politiques sur les réseaux sociaux passe de 2% chez les adultes n'ayant suivi aucune scolarité formelle à 12% chez les personnes ayant

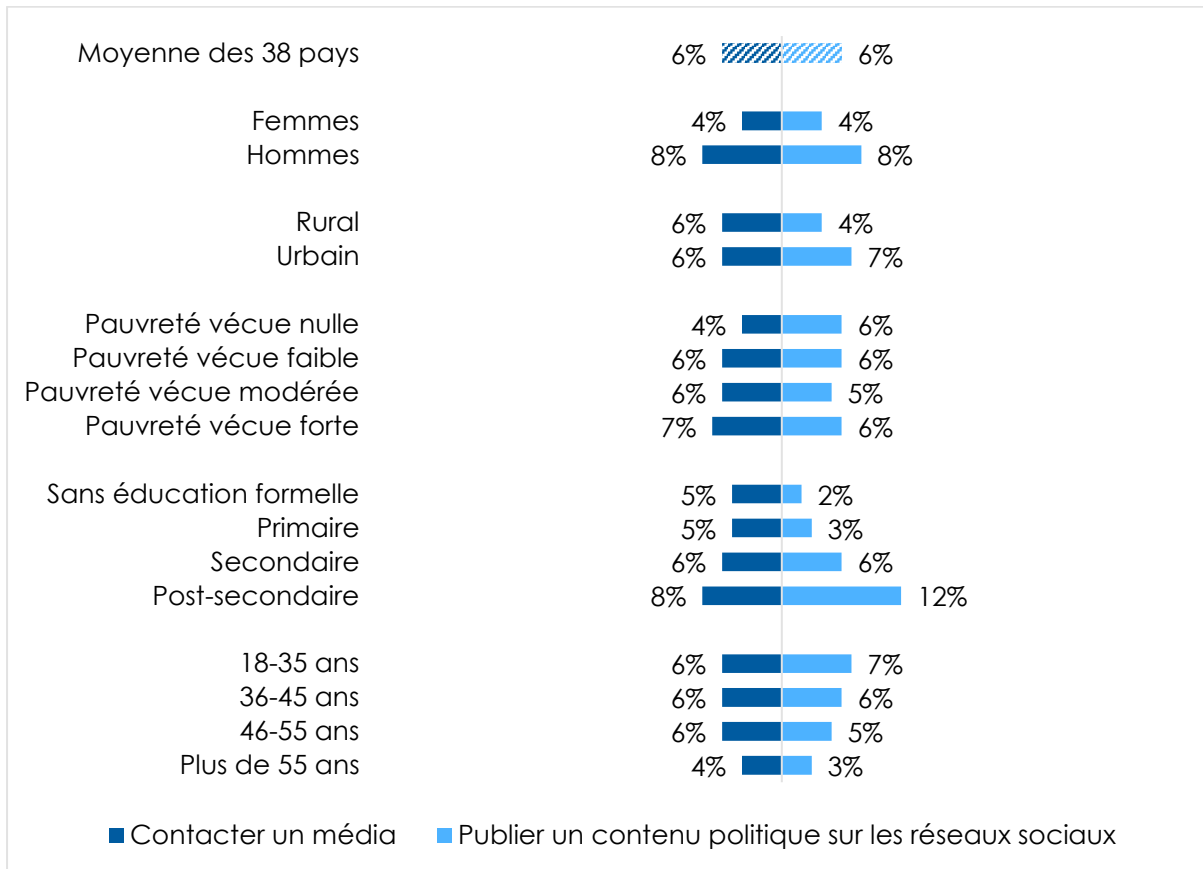
suivi des études supérieures. Quant à la fréquence des contacts avec les médias, elle passe de 5% à 8%.

Figure 8 : Engagement avec les médias | 38 pays | 2024/2025



Questions posées aux répondants : Voici une liste d'actions que les gens entreprennent parfois en tant que citoyens. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire si vous avez personnellement fait l'une de ces choses au cours des 12 derniers mois : Contacter les médias, par exemple en appelant une émission de radio ou en écrivant une lettre à un journal ? Publier des articles sur la politique ou les affaires communautaires sur les médias sociaux ? [Si oui :] Souvent, plusieurs fois, une ou deux fois ? (% qui disent « oui, une ou deux fois », « oui, quelques fois » ou « oui, souvent »)

Figure 9 : Engagement avec les médias | par groupe démographique
| 38 pays | 2024/2025



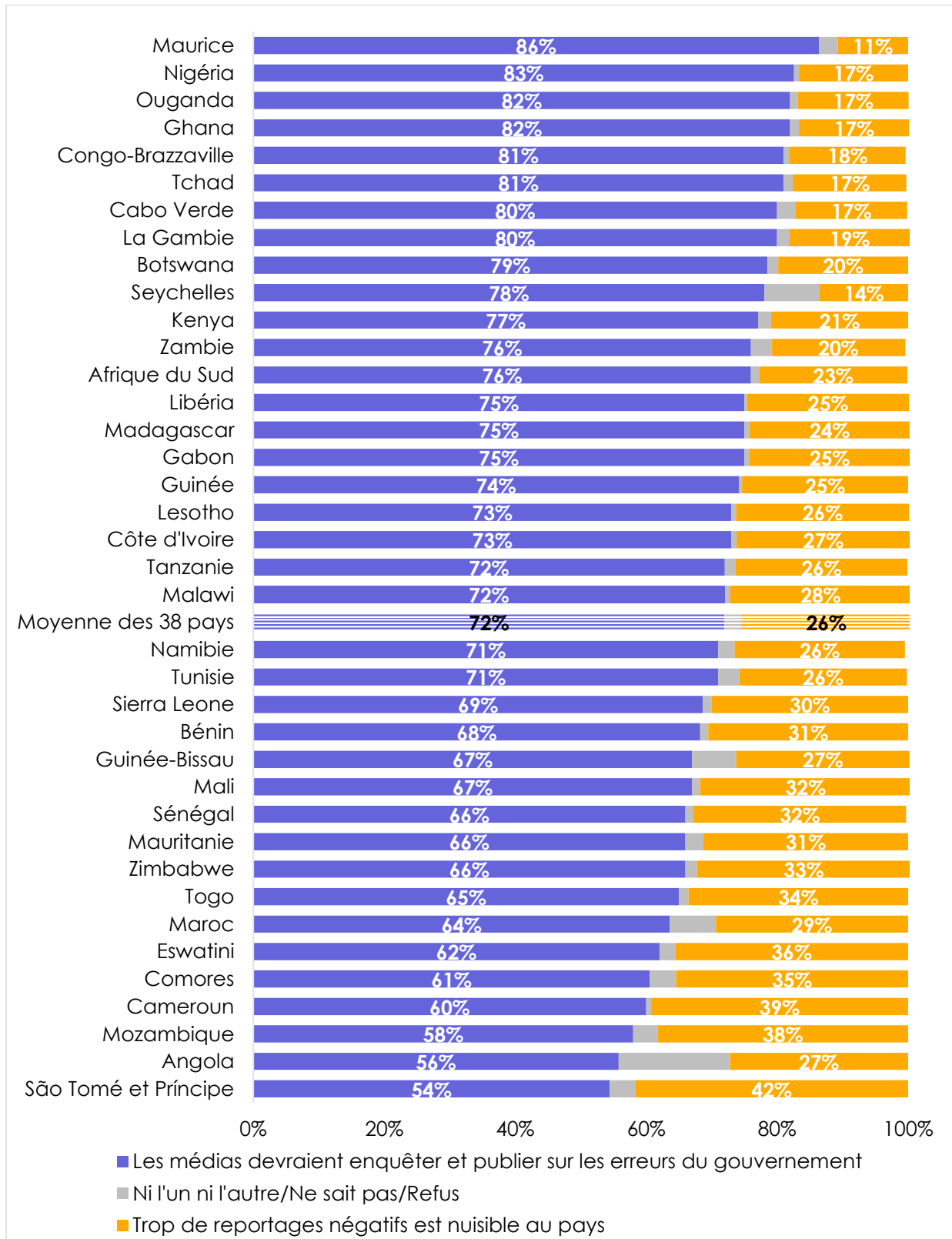
Questions posées aux répondants : Voici une liste d'actions que les gens entreprennent parfois en tant que citoyens. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire si vous avez personnellement fait l'une de ces choses au cours des 12 derniers mois : Contacter les médias, par exemple en appelant une émission de radio ou en écrivant une lettre à un journal ? Publier des articles sur la politique ou les affaires communautaires sur les médias sociaux ? [Si oui :] Souvent, plusieurs fois, une ou deux fois ? (% qui disent « oui, une ou deux fois », « oui, quelques fois » ou « oui, souvent »)

Quel rôle les médias devraient-ils jouer ?

Afin d'évaluer la perception publique du rôle que devraient jouer les médias, on a demandé aux répondants s'ils estimaient que « les médias devraient constamment enquêter et publier sur la corruption et les erreurs du gouvernement » ou que « trop de publications sur les événements négatifs comme la corruption et les erreurs du gouvernement sont nuisibles au pays ».

En moyenne, 72% des Africains estiment que les médias devraient mettre en lumière les erreurs du gouvernement, tandis que 26% préféreraient qu'ils évitent toute couverture négative (Figure 10). Le soutien au rôle de veilleur des médias est majoritaire dans tous les pays sondés, dépassant les huit personnes sur 10 à Maurice (86%), au Nigéria (83%), en Ouganda (82%), au Ghana (82%), au Congo-Brazzaville (81%) et au Tchad (81%). Et même dans les pays où le soutien à la couverture médiatique des erreurs gouvernementales est relativement faible, comme dans les anciennes colonies portugaises que sont le Mozambique (58%), l'Angola (56%) et São Tomé et Príncipe (54%), seules des minorités préfèrent éviter de couvrir les événements négatifs.

Figure 10 : Médias et contrôle de l'action gouvernementale | 38 pays | 2024/2025



Question posée aux répondants : Laquelle des affirmations suivantes est la plus proche de votre opinion ?

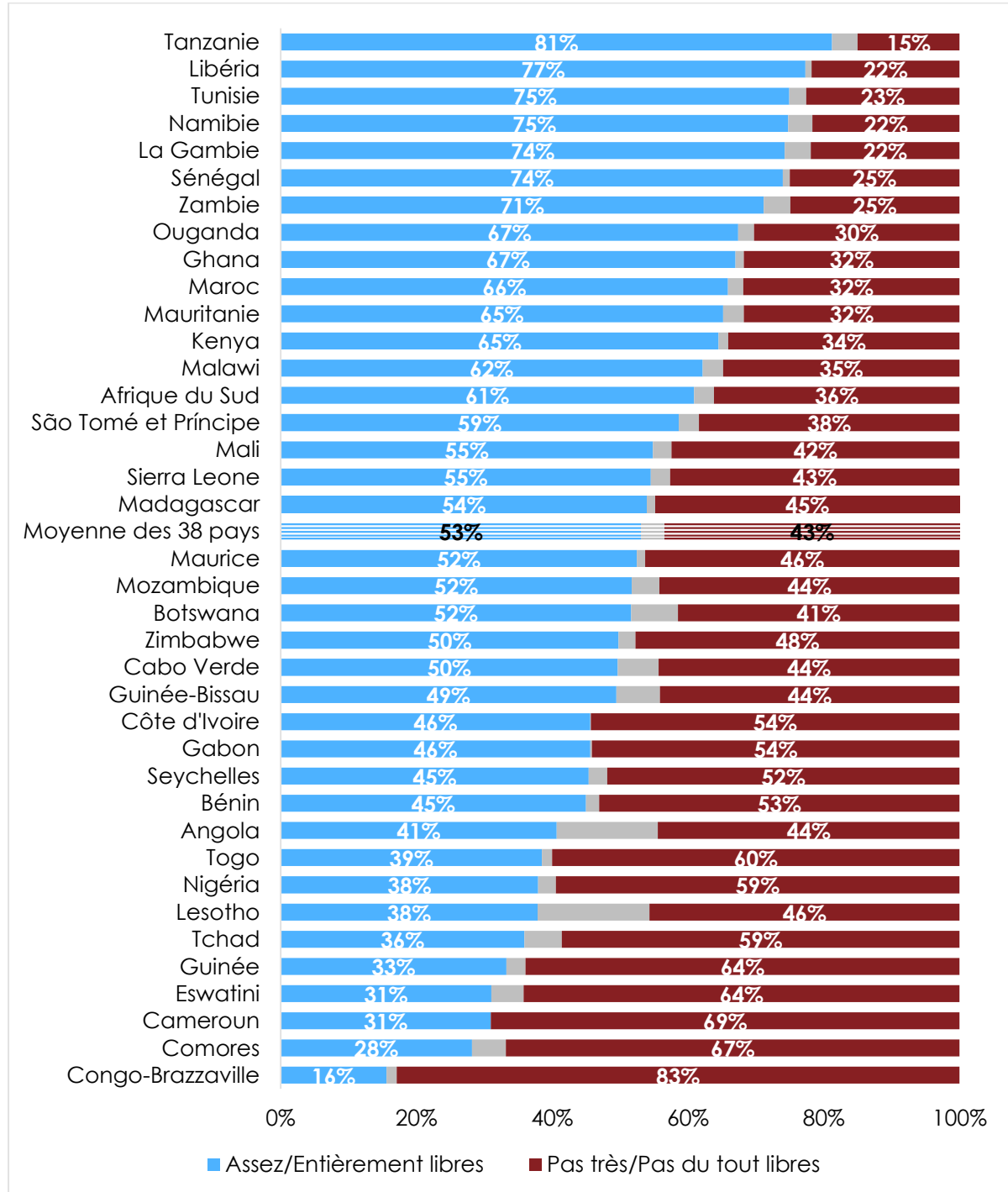
Affirmation 1 : Les médias devraient constamment enquêter et publier sur la corruption et les erreurs du gouvernement.

Affirmation 2 : Trop de publications sur les événements négatifs comme la corruption et les erreurs du gouvernement sont nuisibles au pays.

Liberté de la presse

En moyenne, une petite majorité (53%) d'Africains qualifient leurs médias de « assez libres » (32%) ou d'« entièrement libres » (21%) de toute ingérence ou censure gouvernementale, tandis que 43% les jugent pas libres. Mais les perceptions populaires de la liberté des médias varient considérablement d'un pays sondé à l'autre. Plus de trois quarts des citoyens décrivent les médias comme étant au moins « assez libres » en Tanzanie (81%) et au Libéria (77%), tandis que moins d'un sur trois en font de même au Congo-Brazzaville (16%), aux Comores (28%), au Cameroun (31%) et en Eswatini (31%) (Figure 11).

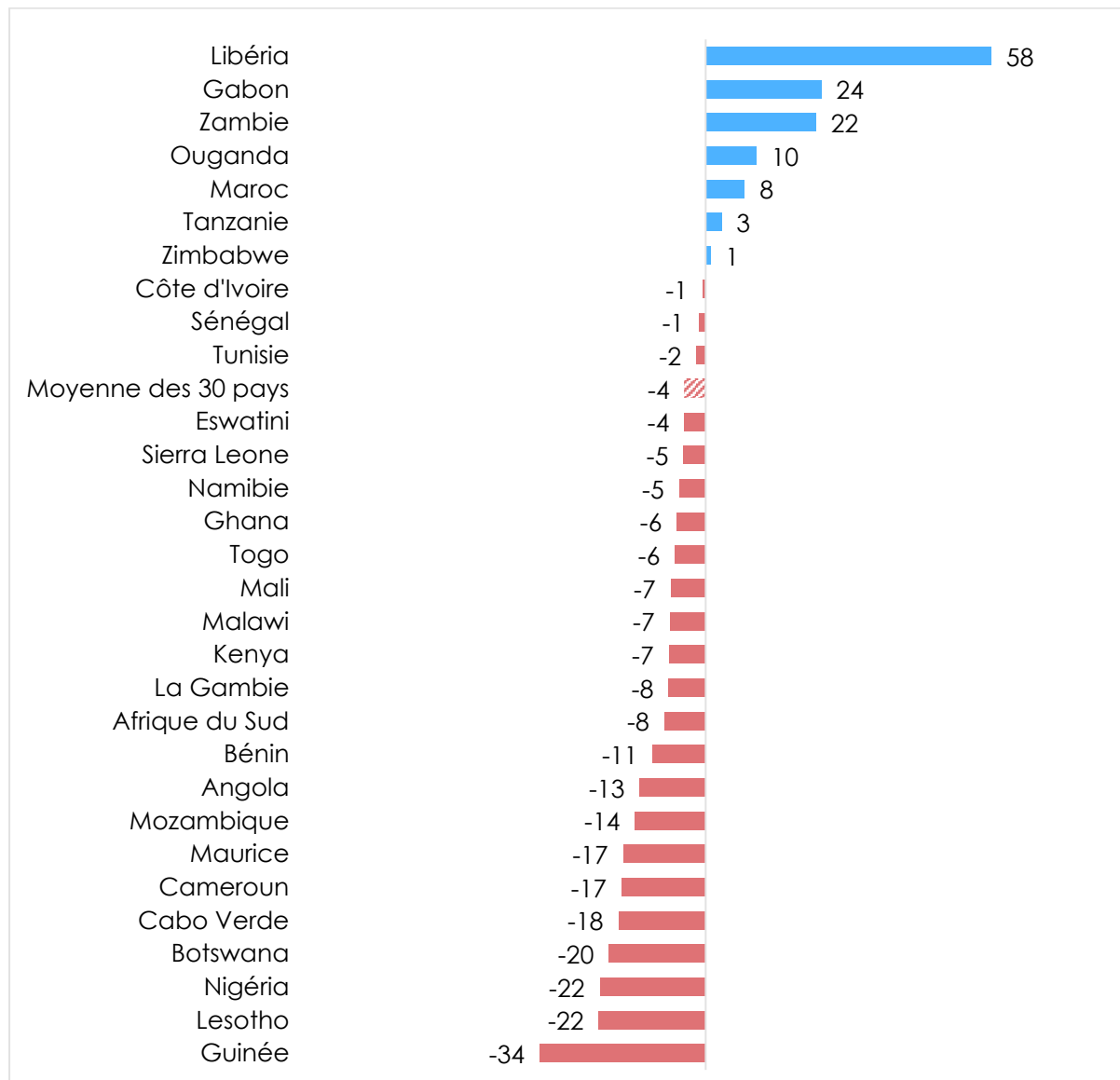
Figure 11 : A quel point les médias sont-ils libres ? | 38 pays | 2024/2025



Question posée aux répondants : A votre avis, à quel point les médias sont-ils libres dans ce pays de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement ?

Les récentes évolutions constatées au niveau national soulignent le caractère inégal et spécifique au contexte de ces évaluations. Sur les 30 pays sondés tant en 2019/2021 qu'en 2024/2025, l'évolution moyenne de la perception de la liberté de la presse est en baisse de 4 points de pourcentage (Figure 12). Mais de nombreux pays ont connu des évolutions bien plus marquées dans un sens ou dans l'autre. Les baisses les plus importantes de la proportion des répondants qui perçoivent les médias comme libres ont été enregistrées en Guinée (-34 points de pourcentage), au Lesotho (-22 points), au Nigéria (-22 points) et au Botswana (-20 points). La forte baisse observée en Guinée pourrait refléter la détérioration rapide de la liberté de la presse à la suite du coup d'Etat de 2021 dirigé par Mamadi Doumbouya (Reporters Sans Frontières, 2021). Au cours de la même période, le Libéria a connu une hausse spectaculaire de 58 points de la perception de la liberté des médias, passant du pays le moins libre au deuxième pays le plus libre. Le Gabon (+24 points) et la Zambie (+22 points) ont également enregistré des gains importants.

Figure 12 : Changement dans la perception de liberté des médias (points de pourcentage) | 30 pays | 2019-2025



Question posée aux répondants : A votre avis, à quel point les médias sont-ils libres dans ce pays de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement ? (La figure montre l'évolution, en points de pourcentage, entre 2019/2021 et 2024/2025 de la proportion de répondants qui disent « assez libres » ou « entièrement libres »)

Si les avis sur la liberté de la presse divergent fortement à travers l'Afrique, le soutien au principe de la liberté de la presse est à la fois plus fort et moins contrasté.

Presque deux tiers (65%) des citoyens estiment que les médias devraient être libres de publier toutes opinions et idées sans contrôle gouvernemental (Figure 13). Dans plusieurs pays, le soutien à la liberté de la presse dépasse trois quarts de la population, notamment à Maurice (86%), aux Seychelles (85%), au Congo-Brazzaville (80%), au Lesotho (77%), au Tchad (76%) et au Botswana (76%).

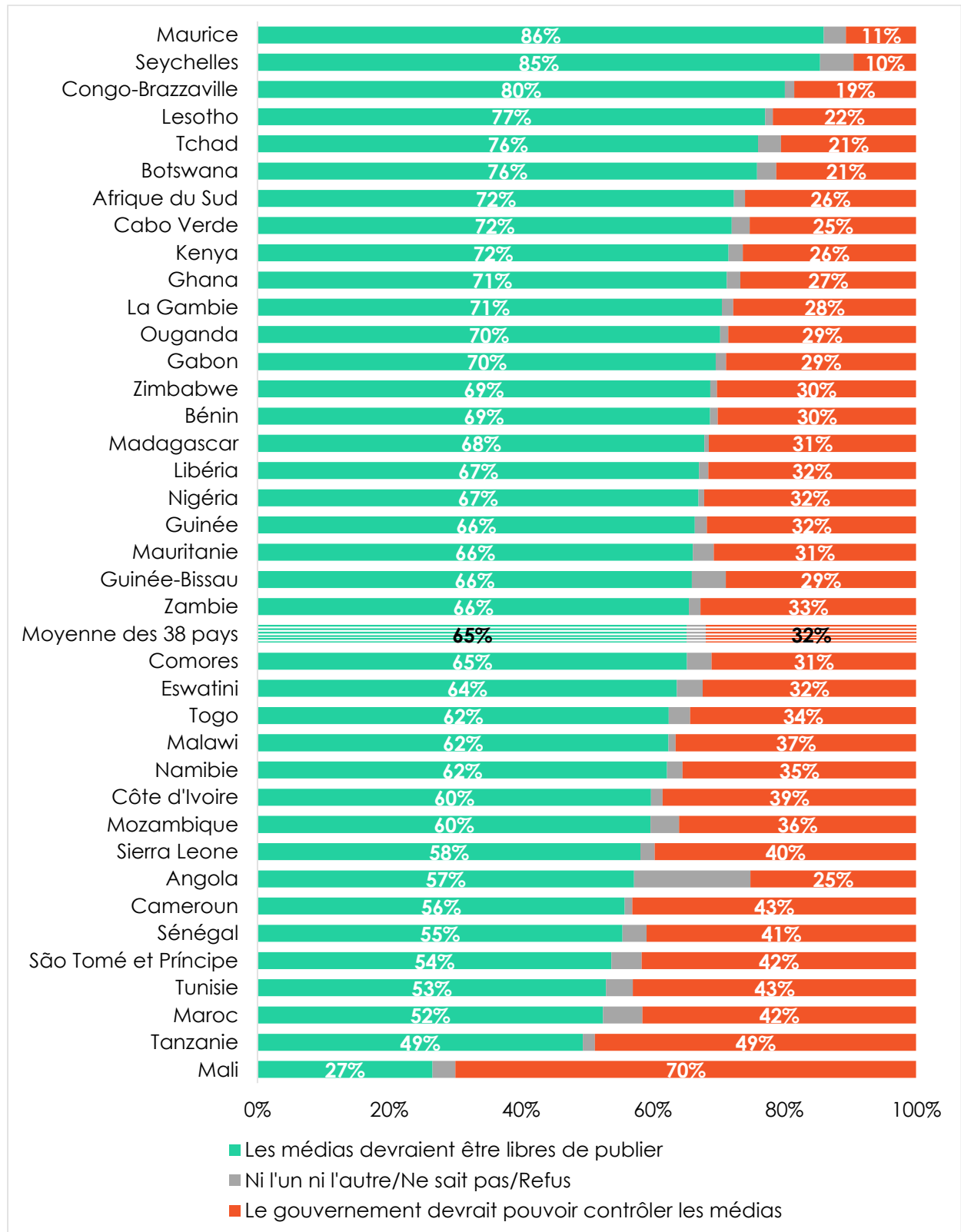
Seuls deux pays ne parviennent pas à obtenir une majorité de soutien : La Tanzanie, où la liberté de la presse (49%) et le droit de l'Etat à contrôler ce que publient les médias (49%) recueillent chacun la même adhésion, et le Mali, où seulement 27% des répondants se déclarent favorables à une presse indépendante. Ces cas se distinguent pour différentes raisons. Au Mali, les chefs militaires et d'autres élites accusent depuis des années les médias étrangers et indépendants d'être responsables de l'instabilité (Reporters Sans Frontières, 2025), tandis que les réseaux sociaux contribueraient à attiser la violence intercommunautaire et l'extrémisme (de Bruijn, 2025). La Tanzanie suit une tendance différente : Si les Tanzaniens sont les plus susceptibles de déclarer que la liberté de la presse est une réalité dans la pratique, ils sont moins susceptibles que la plupart des Africains d'approuver le principe de la liberté de la presse. Ces disparités suggèrent qu'une grande perception de la liberté de la presse ne se traduit pas nécessairement par un soutien normatif fort en faveur d'une presse indépendante, une question approfondie ci-dessous.

Les tendances observées au fil du temps indiquent que le soutien à la liberté de la presse s'est légèrement raffermi plutôt qu'affaibli (Figure 14). Parmi les 30 pays sondés tant en 2019/2021 qu'en 2024/2025, le soutien à la liberté de la presse s'est considérablement accru (de plus de 3 points de pourcentage) dans 15 pays. Les hausses les plus importantes ont été enregistrées à Maurice (+19 points de pourcentage), au Botswana (+14 points) et au Kenya (+13 points). Parallèlement, sept pays ont connu des baisses significatives, ce qui souligne que l'évolution des attitudes normatives à l'égard de la liberté de la presse n'est pas uniforme à travers le continent. Les baisses ont été modestes au Cabo Verde (-4 points), en Côte d'Ivoire (-5 points), au Zimbabwe (-7 points) et en Sierra Leone (-7 points), mais le Gabon (-11 points) et le Sénégal (-17 points) ont enregistré des baisses à deux chiffres, et le Mali a connu une chute vertigineuse de 42 points, ce qui pourrait refléter la rhétorique répressive des dirigeants militaires.

Dans l'ensemble, ces résultats indiquent une distinction claire entre les attitudes à l'égard des normes médiatiques et les perceptions de la performance des médias. Les Africains expriment un soutien fort et, dans de nombreux cas, croissant à la liberté de la presse et au rôle de contrôle des médias. Cependant, l'analyse illustrée à la Figure 15 montre que les Africains qui considèrent que la presse dans leur pays est globalement libre sont légèrement moins susceptibles de soutenir la liberté de la presse (63%) que ceux qui la jugent non libre (69%).

A première vue, ce résultat semble paradoxal, mais il reflète des tendances observées dans les données des précédents rounds d'enquêtes Afrobarometer (Conroy-Krutz & Sanny, 2019). Il suggère que, si les Africains sont généralement sceptiques face aux restrictions de la liberté de la presse, ils ne considèrent pas nécessairement une liberté de la presse sans entraves comme nécessairement positive. Ils pourraient plutôt identifier des pathologies potentielles associées à la liberté de la presse, telles que la rhétorique clivante ou partielle, la désinformation et les contenus jugés inappropriés pour les enfants, et soutenir en conséquence certaines limitations imposées par le gouvernement (Conroy-Krutz, 2025).

Figure 13 : Soutien à la liberté des médias | 38 pays | 2024/2025

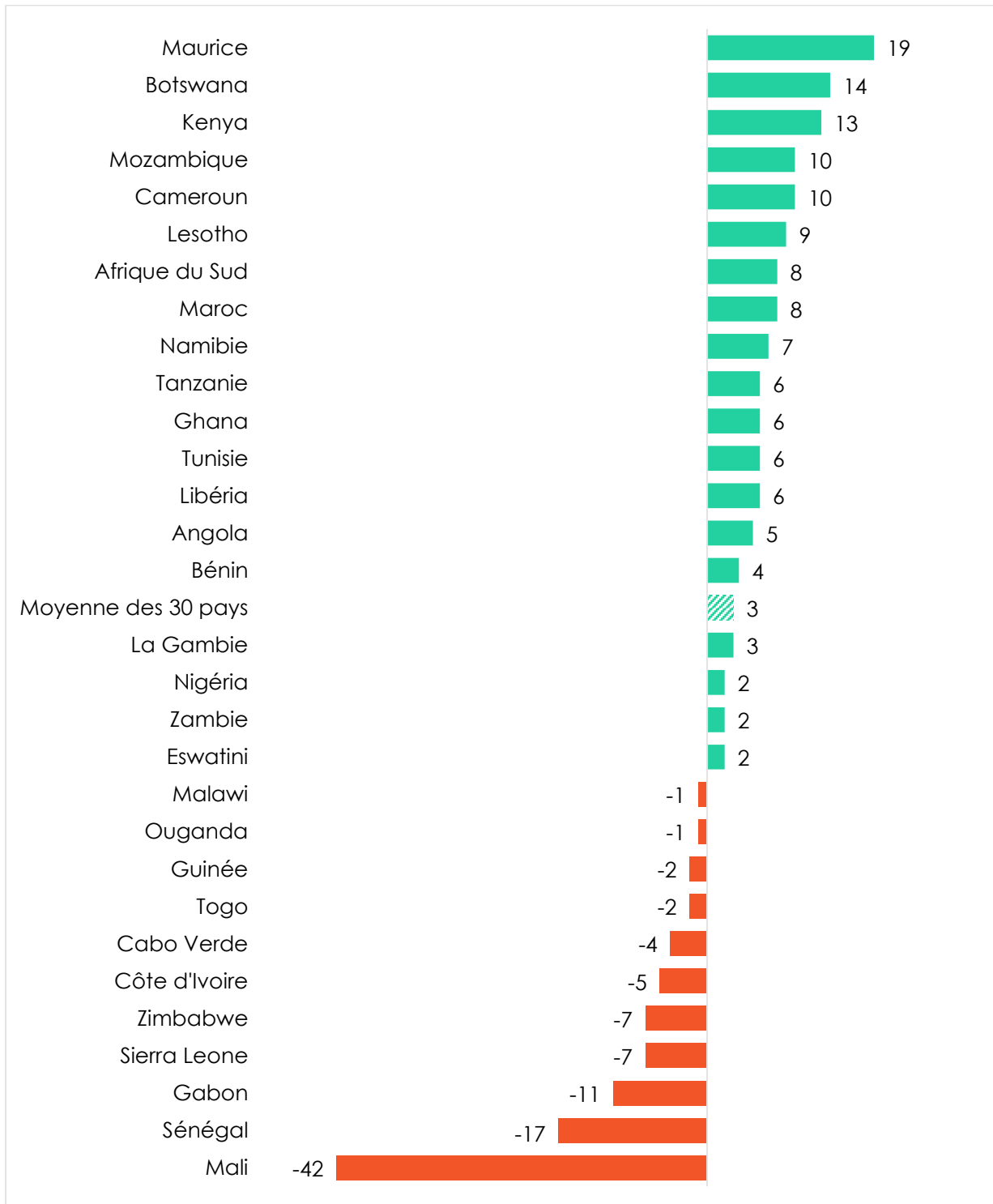


Question posée aux répondants : Laquelle des affirmations suivantes est la plus proche de votre opinion ?

Affirmation 1 : Les médias devraient être libres de publier n'importe quelles opinions ou idées sans le contrôle du gouvernement.

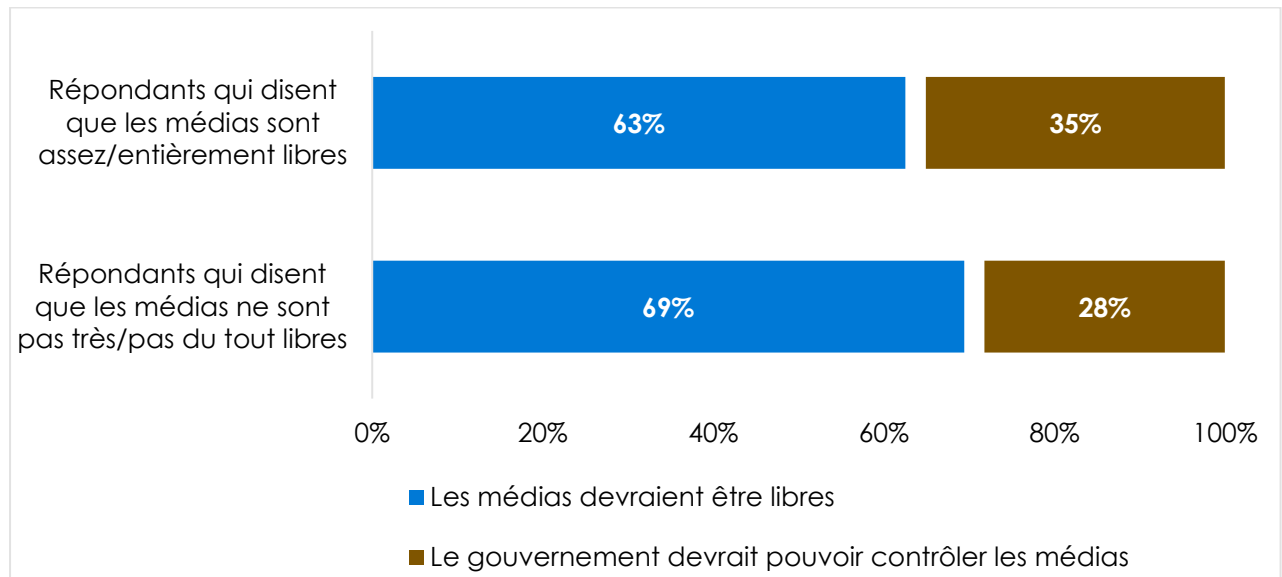
Affirmation 2 : Le gouvernement devrait pouvoir interdire aux médias de publier des choses qu'il désapprouve.

Figure 14 : Changement dans le soutien à la liberté des médias (points de pourcentage) | 30 pays | 2019-2025



La figure montre l'évolution, en points de pourcentage, entre 2019/2021 et 2024/2025 de la proportion de répondants qui sont d'accord pour dire que « les médias devraient avoir le droit de publier tous les points de vue et toutes les idées sans contrôle gouvernemental ».

Figure 15 : Soutien à la liberté des médias par perception de la liberté des médias
 | 38 pays | 2025



Questions posées aux répondants :

A votre avis, à quel point les médias sont-ils libres dans ce pays de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement ?

Laquelle des affirmations suivantes est la plus proche de votre opinion ?

Affirmation 1 : Les médias devraient être libres de publier n'importe quelles opinions ou idées sans le contrôle du gouvernement.

Affirmation 2 : Le gouvernement devrait pouvoir interdire aux médias de publier des choses qu'il désapprouve.

Conclusion

L'Afrique continue de connaître des changements importants dans le paysage médiatique, les sources d'information numériques menaçant la domination de longue date des médias audiovisuels. Cependant, après avoir connu un essor fulgurant dans les années 2010, la croissance de l'utilisation des médias numériques semble ralentir, ce qui laisse entrevoir des limites structurelles potentielles à une plus large accessibilité. Et bien que le recours à la radio ait progressivement diminué au cours de la dernière décennie, celle-ci reste le média le plus largement consommé, probablement parce qu'elle est accessible au-delà des clivages socio-économiques et géographiques.

Les résultats de l'enquête révèlent que la forte croissance de l'utilisation des médias numériques au cours de la dernière décennie ne s'accompagne pas d'une hausse significative de la consommation régulière d'informations. En effet, la même proportion de la population déclarent consommer fréquemment des informations en 2024/2025 qu'en 2014/2015. Cela suggère que, plutôt que d'accroître la proportion des personnes pouvant facilement accéder aux médias de masse ou d'accroître l'intérêt pour l'actualité, la croissance des médias numériques a principalement supplanté l'utilisation régulière d'autres sources, en particulier la radio et la presse écrite. Il convient toutefois de rester prudent avant de signer l'arrêt de mort de ces médias « traditionnels », car de nombreuses sources numériques s'appuient sur les reportages des journaux et des programmes radio (et vice versa).

Les Africains considèrent généralement que les médias jouent un rôle important dans la promotion de la redevabilité et de la transparence gouvernementales : Dans tous les pays sondés, une majorité de répondants estiment que les médias devraient dénoncer les malversations du gouvernement. Cela dit, la liberté de la presse est un sujet plus controversé. Si le soutien à une presse libre est majoritaire dans presque tous les pays sondés, des minorités

importantes dans la plupart des pays – et une large majorité au Mali – sont favorables à un contrôle gouvernemental sur ce que la presse peut publier. De plus, en moyenne, seule une petite majorité de répondants considèrent que la presse dans leur pays est largement libre, et cette perception a légèrement régressé au cours des cinq dernières années. Enfin, le public est également sceptique quant à savoir si la liberté totale de la presse est réellement une bonne chose : Les répondants sont légèrement plus susceptibles de préférer un contrôle gouvernemental de la presse s'ils perçoivent celle-ci comme libre dans leur pays que s'ils ne la perçoivent pas ainsi.

A l'avenir, les médias africains devront faire face à de nombreux défis. Les médias traditionnels sont confrontés à une concurrence accrue dans la course à l'attention publique et doivent de plus en plus recourir aux médias numériques pour conserver et élargir leur audience. Ces médias numériques peuvent souvent fonctionner à moindre coût et diffuser l'information plus rapidement, mais les données indiquent qu'ils pourraient se heurter à des obstacles à leur expansion. Le coût élevé des services de données, la volonté croissante des gouvernements de restreindre les médias et les préoccupations du public concernant la désinformation constituent des menaces réelles. Et tous les acteurs des médias doivent continuer à trouver un équilibre entre leurs responsabilités fondamentales – informer les citoyens, promouvoir la transparence et la responsabilité, et offrir des espaces de pluralisme et de dialogue – et le maintien du soutien du public à l'ouverture face à des gouvernements souvent disposés à imposer des restrictions.

Pour sonder vous-même ces données, veuillez
visiter notre outil d'analyse en ligne au
www.afrobarometer.org/online-data-analysis.

Références

- Afrobarometer. (2025). Aperçus africains 2025 : Engagement citoyen, pouvoir citoyen : Les Africains revendiquent leur droit à la démocratie.
- Ajaegbu, O., & Ajaegbu, C. (2024). The new democratisation: Social media impact on the political process in sub-Saharan Africa. *Frontiers in Communication*, 9.
- Al-Quran, M. W. M. (2022). Traditional media versus social media: Challenges and opportunities. *Technium: Romanian Journal of Applied Sciences and Technology*, 4(10), 145-160.
- Baum, J., & van Rooyen, M. (2025). Offline and silenced: Africa's quiet rise of internet repression. Institut d'Etudes de Sécurité.
- Butegwa, F., & Charmaine, R. (2020). Young women's participation in politics & decision-making in African Union member states. ONU Femmes.
- Conroy-Krutz, J. (2025). Muzzling the media? Explaining popular support for media restrictions in Africa. *Journal of Politics*, 87(3), 1169-1181.
- Conroy-Krutz, J., Amakoh, K., & Amewunou, K. (2024). Mutation du paysage médiatique d'Afrique : L'usage des médias numériques augmente, mais les fossés démographiques aussi. Dépêche No. 800 d'Afrobarometer.
- Conroy-Krutz, J., & Sanny, J. A-N. (2019). Presse sous pression. Le soutien à la liberté des médias recule en Afrique. Document de Politique No. 56 d'Afrobarometer.
- de Bruijn, M. (2025). Digital communication as a weapon: The case of Mali. Carnegie Endowment for International Peace.
- Frola, A., Delprato, M., & Chudgar, A. (2024). Lack of educational access, women's empowerment and spatial education inequality for the eastern and western Africa regions. *International Journal of Educational Development*, 104.
- Harrisberg, K., & Mensah, K. (2022). As young Africans push to be online, data cost stands in the way. Forum Economique Mondial.
- Kolovich, L., Malta, V., Newiak, M., & Zafar, U. (2024). Leveling the playing field: Gender equality and economic development in sub-Saharan Africa. Fonds Monétaire International.
- Mattes, R., & Lekalake, R. (2025). Décennie de misère ? La pauvreté vécue sévère explose dans de nombreux pays africains. Dépêche No. 943 d'Afrobarometer.
- Ohamadike, N. (2023). Addressing the education gender gap in Africa. Bonne Gouvernance Afrique.
- Patel, J. (2020). Despite perceptions of gender equality, Africa's rural women bear brunt of economic exclusion. Dépêche No. 397 d'Afrobarometer.
- Reporters Sans Frontières. (2021). Guinée : Dix recommandations au président Doumbouya pour restaurer le droit à l'information dans le pays, 103e au Classement mondial de la liberté de la presse.
- Reporters Sans Frontières. (2025). Interpellations de trois journalistes, suspension de cinq médias : le rétrécissement continu de l'espace médiatique au Mali.
- Tietaah, G., Amoakohene, M., & Tuurusong, D. (2019). Radio redux: Audience participation and the reincarnation of radio for development in Africa. *Journal of Developing Societies*, 35(2), 282-302.
- Tripp, A. (2023). The expansion of women's rights in Africa. *Current History*, 122(844), 172-177.
- Wamboye, E. (2023). Land rights, gender equality, and economic outcomes in sub-Saharan Africa. Center for Global Development.
- Yu, J., Bekerian, D. A., & Osback, C. (2024). Navigating the digital landscape: Challenges and barriers to effective information use on the Internet. *Encyclopedia*, 4(4), 1665-1680.

Annexe

Tableau A.1 : Dates des travaux de terrain des rounds 10 et précédents d'Afrobarometer

Pays	Travaux de terrain du Round 10	Précédents rounds d'enquêtes
Afrique du Sud	Juin-août 2025	2000, 2002, 2006, 2008, 2011, 2015, 2018, 2021, 2022
Algérie	-	2013, 2015
Angola	Mars-avril 2024	2019, 2022
Bénin	Jan.-fév. 2024	2005, 2008, 2011, 2014, 2017, 2020, 2022
Botswana	Juil. 2024	1999, 2003, 2005, 2008, 2012, 2014, 2017, 2019, 2022
Burundi	-	2012, 2014
Cabo Verde	Août-sept. 2024	2002, 2005, 2008, 2011, 2014, 2017, 2019, 2022
Cameroun	Fév.-mars 2024	2013, 2015, 2018, 2021, 2022
Comores	Mai-juin 2025	N/A
Congo-Brazzaville	Sept.-oct. 2024	2023
Côte d'Ivoire	Jan. 2024	2013, 2014, 2017, 2019, 2021
Egypt	-	2013, 2015
Eswatini	Avril-mai 2025	2013, 2015, 2018, 2021, 2022
Gabon	Avril-mai 2024	2015, 2017, 2020, 2021
Gambie, La	Avril-mai 2024	2018, 2021, 2022
Ghana	Août 2024	1999, 2002, 2005, 2008, 2012, 2014, 2017, 2019, 2022
Guinée	Mai-juin 2024	2013, 2015, 2017, 2019, 2022
Guinée-Bissau	Juil.-sept. 2025	N/A
Kenya	Avril-mai 2024	2003, 2005, 2008, 2011, 2014, 2016, 2019, 2021
Lesotho	Mars 2024	2000, 2003, 2005, 2008, 2012, 2014, 2017, 2020, 2022
Libéria	Juil.-août 2024	2008, 2012, 2015, 2018, 2020, 2022
Madagascar	Oct.-nov. 2024	2005, 2008, 2013, 2015, 2018, 2022
Malawi	Août 2024	1999, 2003, 2005, 2008, 2012, 2014, 2017, 2019, 2022
Mali	Oct.-nov. 2024	2001, 2002, 2005, 2008, 2013, 2014, 2017, 2020, 2022
Maroc	Fév.-mars 2024	2013, 2015, 2018, 2021, 2022
Maurice	Avril-mai 2024	2012, 2014, 2017, 2020, 2022
Mauritanie	Déc. 2024-jan. 2025	2022
Mozambique	Juil-sept. 2025	2002, 2005, 2008, 2012, 2015, 2018, 2021, 2022
Namibie	Mars 2024	1999, 2003, 2006, 2008, 2012, 2014, 2017, 2019, 2021
Nigéria	Juin-juil. 2024	2000, 2003, 2005, 2008, 2013, 2015, 2017, 2020, 2022
Ouganda	Jan.-fév. 2024	2000, 2002, 2005, 2008, 2012, 2015, 2017, 2019, 2022
São Tomé et Príncipe	Sept.-nov. 2024	2015, 2018, 2022
Sénégal	Fév.-mars 2025	2002, 2005, 2008, 2013, 2014, 2017, 2021, 2022
Seychelles	Août 2024	2022
Sierra Leone	Mars-avril 2025	2012, 2015, 2018, 2020, 2022
Tanzanie	Juin-juil. 2024	2001, 2003, 2005, 2008, 2012, 2014, 2017, 2021, 2022
Tchad	Fév.-avril 2025	N/A
Togo	Juil. 2024	2012, 2014, 2017, 2021, 2022
Tunisie	Fév.-mars 2024	2013, 2015, 2018, 2020, 2022
Zambie	Juil. 2024	1999, 2003, 2005, 2009, 2013, 2014, 2017, 2020, 2022
Zimbabwe	Juin 2024	1999, 2004, 2005, 2009, 2012, 2014, 2017, 2021, 2022

Jeffrey Conroy-Krutz est professeur de sciences politiques à Michigan State University et éditeur de la série des documents de travail d'Afrobarometer. Email : jconroy@afrobarometer.org.

Komi Amewunou est éditeur à Afrobarometer. Email : akomi@afrobarometer.org.

Kelechi Amakoh est doctorant en sciences politiques à Michigan State University. Email : amakohke@msu.edu.

Afrobarometer, une organisation à but non-lucratif dont le siège se trouve au Ghana, est un réseau panafricain et indépendant de recherches. La coordination régionale de 40 partenaires nationaux est assurée par le Ghana Center for Democratic Development (CDD-Ghana), l'Institute for Justice and Reconciliation (IJR) en Afrique du Sud, l'Institute for Development Studies (IDS) de l'University of Nairobi au Kenya et l'Innovante Recherche en Economie et Gouvernance (IREG) au Bénin. Michigan State University et University of Malawi apportent un appui technique au réseau.

Afrobarometer bénéficie du soutien financier de la Suède à travers l'Agence Suédoise de Coopération pour le Développement International, de l'Agence Norvégienne de Coopération pour le Développement via le projet Think Africa de la Banque Mondiale, de la Fondation Mo Ibrahim, des Open Society Foundations - Africa, de Luminata, de la Fondation Ford, de la Fondation William et Flora Hewlett, de la Fondation Mastercard, de la Fondation David et Lucile Packard, de la Fondation Obama, de la Fondation Rockefeller, de la Commission de l'Union Européenne, du Groupe de la Banque Mondiale, du Population Institute, du Centre for International Governance Innovation, du Centre de Recherches pour le Développement International (CRDI), de l'Ambassade Royale du Danemark en Ouganda/Danida, de l'Ambassade du Royaume des Pays-Bas en Ouganda et du Ministère Fédéral Allemand de la Coopération Economique et du Développement (BMZ) soutenu par la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Less dons permettent à Afrobarometer de donner la parole aux citoyens africains. Nous vous invitons à faire un don à Afrobarometer. Pour faire un don en ligne, veuillez cliquer sur ce [lien](#) ou ce [lien](#). Veuillez contacter Felix Biga (felixbiga@afrobarometer.org) ou Runyararo Munetsi (runyararo@afrobarometer.org), pour discuter de financement institutionnel.

Suivez nos publications avec #VoicesAfrica.



Dépêche No. 1173 Afrobarometer | 27 avril 2026