

96% de Burundais ont un contact facile et régulier avec la radio

PANA, 28 mai 2014 Bujumbura, Burundi - Près de l'ensemble des Burundais de neuf ans et plus ont un contact facile avec la radio, contre 60% pour la télévision et 37% pour la presse écrite, selon les résultats d'une récente « Étude d'audience des médias » qui a été réalisée par le Groupe international de recherche en communication (IMAR, research and consultancy) pour le compte de l'institut Panos Grands Lacs (IPGL) basé à Bujumbura, une branche de l'institut Panos Paris (IPP) œuvrant dans la promotion de la liberté de la presse. L'étude devait permettre de mieux connaître le paysage médiatique burundais, le taux de pénétration et l'audience des différents médias afin de déterminer leur importance et leur place dans la vie des Burundais. S'agissant de la durée d'écoute, en moyenne Burundais de 15 ans ou plus écoute la radio pendant 99 minutes par jour, selon la même source.

Au chapitre des Technologies de l'information et de la communication, moins d'un Burundais sur dix de neuf ans et plus utilise Internet. Le profil-type de l'internaute est une femme ou un homme de 25 à 39 ans, habitant en ville et de niveau de vie confortable. D'un autre côté, l'accès par internet aux médias audiovisuels traditionnels est encore assez peu répandu chez les internautes, peut-on encore lire dans l'étude de l'IPGL. Le paysage médiatique burundais compte aujourd'hui 16 radios déclarées, dont trois communautaires, cinq télévisions, 18 journaux écrits (dont beaucoup ne paraissent que très irrégulièrement faute de moyens financiers suffisants), trois studios d'enregistrement et cinq agences de presse, selon le document stratégique du Conseil national de la communication (CNC) qui a été publié en mars 2013. Dans cette liste, les médias institutionnels, tels que ceux des corps de défense et de sécurité, du Parlement, des ministères, des sociétés étatiques et para-étatiques n'entrent pas en ligne de compte.