

A QUAND L'AFRIQUE DANS LA SOCIETE DE L'INFORMATION ?

Taïrou BANGRE

Enseignant, UFR/LAC - Département de Communication et Journalisme

Université de Ouagadougou, Burkina Faso

tairou.bangre@univ-ouaga.bf

RESUME. L'insertion de l'Afrique dans la « société de l'information » s'articulait prioritairement autour de la question de l'accès des populations aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Or de nos jours, ces technologies sont omniprésentes dans toutes les sphères de la société africaine. Mais la « société de l'information » s'inscrit dans une logique de maîtrise et de valorisation de l'information loin d'être acquise sur le continent africain. Pour y parvenir, il faut relever le défi de l'éducation et de la formation, promouvoir une « culture de l'information ».

MOTS CLES: Afrique, technologies de l'information et de la communication, société de l'information, culture de l'information, éducation aux médias.

ABSTRACT. The insertion of Africa in the “society of information” used to evolve mainly around populations access to information and communication technologies. Nowadays, a fairly increasing development of these modern communication tools can be noticed in all the levels of African society. The “society of information” – a concept in line with a good command and valorization of information – requires to meet development challenge, through the training and education of populations, the promotion of “information culture”.

KEYWORDS: Africa, numerical gap, information society, information and communication technologies, information culture, education to media.

A QUAND L'AFRIQUE DANS LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION ?

INTRODUCTION

L'insertion de l'Afrique dans le système mondial de l'information a suscité un immense espoir. Ceci s'articulait en partie autour de la question de l'accès des populations aux technologies de l'information et de la communication (TIC). La bataille pour le développement et la participation du continent dans la mondialisation de l'économie nécessitaient la mobilisation des énergies pour résorber la « *fracture numérique* » désignant les disparités criardes entre les pays développés de la triade USA – Europe - Japon et ceux pauvres du Sud.

Or, depuis la fin des années 80 et l'amorce des processus démocratiques, le paysage médiatique dans la plupart des pays africains a connu de véritables mutations. L'affirmation d'une volonté des pouvoirs politiques de libéraliser le secteur des médias a permis l'émergence d'une presse privée et l'apparition de nouveaux médias audiovisuels. Les populations ont de plus en plus accès à une diversité d'informations et une variété de programmes. Plus que jamais, de nos jours, les médias et les TIC constituent des éléments structurants de l'environnement immédiat des populations et des jeunes notamment.

L'omniprésence grandissante des outils de communication dans toutes les sphères de la société africaine, n'est pas sans susciter quelques interrogations. Dans des contextes marqués par les affres du sous-développement avec des populations ne disposant pas de compétences requises pour se repérer par rapport au flot continu d'informations et d'images, l'inclusion à la société de l'information qui suppose l'appropriation et la

transformation de l'information en « savoir » ne devient-elle pas un mythe ? Par conséquent, les médias et les TIC ne sont-ils pas plutôt des produits de consommation ou d'indigestion que des instruments de diffusion du savoir ? Peuvent-ils se prévaloir comme des outils

d'apprentissage aptes à valoriser les informations nécessaires dans la construction d'un espace public démocratique et d'une citoyenneté active ? Et quelle peut être la place de l'Afrique noire - plutôt consommatrice que productrice - dans cette « société de l'information » ? Comment tirer parti de ces nouvelles potentialités afin qu'elles puissent devenir de véritables moyens de transformation sociale en Afrique ?

Face aux enjeux stratégiques que constituent la maîtrise et la valorisation de l'information, notre propos souligne le rôle et l'importance des structures de formation, de l'institution scolaire, ce lieu de « *structuration du champ des connaissances qui transforme une culture mosaïque en une culture efficace* » (Moles A. Abraham, Rohmer Elisabeth, 1986). En effet, le développement voire la nécessité d'un ancrage de la culture démocratique et citoyenne exige l'appropriation d'une « culture de l'information » qui vise à développer des compétences pratiques pour la mise en valeur de cette ressource stratégique qu'est l'information au cœur de la « société de l'information ».

Trois axes essentiels vont constituer cette communication sur l'Afrique et la société de l'information :

- Un essai d'éclairage du concept de l'information et de la compréhension de la

société de l'information.

- Une analyse critique de la place et du rôle des médias et des TIC dans le développement des pays africains et en particulier le Burkina Faso.

- Une tentative d'approche des conditions d'appropriation citoyenne et de valorisation des médias et des TIC.

I. DU RÔLE PREPONDERANT ET STRATEGIQUE DE L'INFORMATION

« Si vous regardez ce qu'il y a derrière la prospérité des nations, vous trouverez l'information ; derrière la pauvreté des nations, vous trouverez l'absence d'information. Si l'on veut un développement durable, une société civile saine et une véritable production intellectuelle, l'information est véritablement ce qui est nécessaire à tous les besoins. »

Ces propos de Noah Samara, fondateur de Worldspace, tendent à démontrer la corrélation entre le niveau de développement d'une société et la qualité de l'information. C'est dire que les TIC apparaissent comme les moyens d'un nouveau mode global de régulation de la société. Quant à l'expression « société de l'information », elle désigne l'édification de la société autour des technologies de l'information et se réfère surtout au rôle prépondérant de l'information dans la société. Si l'information est une notion assez complexe et controversée, quelle peut être sa teneur dans la société de l'information ?

1. L'information, un phénomène physique et quantitatif

C'est un concept mathématique comme l'ont démontré les théoriciens de la communication (Hartley, Shannon, etc.) L'information est réduite à des données intrinsèques c'est-à-dire à un ensemble de signaux non signifiants. Elle est transmise de manière linéaire et mécanique. Aussi se définit-elle objectivement comme

improbabilité physique et quantitative. Ici, seules les préoccupations techniques importent aux yeux des ingénieurs de la télécommunication qui vont chercher à lutter contre tout ce qui réduit la fiabilité de la communication (bruit, entropie, chaos). La notion d'information qui donne lieu au concept de mesure est numérique, statistique et ne peut s'employer que dans un contexte technique. Mais peut-on concevoir une information en dehors de son ancrage social ?

2. L'information, une notion cognitive et qualitative

Elle se passe dans un contexte sociétal et se définit subjectivement par une réduction de l'incertitude. Une information n'a de sens que dans la mesure où l'incertitude d'un sujet se lève; elle est censée provoquer une réaction. Une information dénuée d'effets est une information perdue ou même un simple bruit. L'information s'entend ici comme une notion cognitive et non pas physique. C'est le contenu qui véhicule du sens pour celui qui le reçoit. L'information produite par exemple par les journalistes apporte quelque chose de significatif, par le fait qu'elle fournit des clés nécessaires au décryptage de la réalité, de sa complexité, de sa richesse. Elle est un pouvoir pour l'homme qui accède à cette connaissance, laquelle lui sert de guide et lui permet d'agir en toute autonomie.

L'information telle qu'elle est valorisée, porteuse de sens est ce qui est au cœur de la « société de l'information ». Quant au concept de « société de l'information », il tend à désigner la place centrale qu'occupent la communication et ses nouvelles technologies dans la structuration des sociétés qui les intègrent au point que celles-ci en sont devenues des nécessités socio-économiques incontournables. (Charles de Mestral, 2004)

3. L'information, un élément essentiel de régulation de la société

Mais qu'on ne s'y trompe pas. La « société de l'information » va au-delà de la seule question d'appropriation des outils ou de la simple satisfaction du retard technologique. Le concept s'inscrit dans une logique de maîtrise et de valorisation de l'information considérée comme un élément essentiel de régulation de la société, une matière première indispensable à l'intelligibilité du monde. La distinction de la société de l'information c'est la primauté d'une information de qualité partagée, la mise en circulation des connaissances et des pratiques : diffusion et disponibilité des contenus éducatifs, culturels, scientifiques, aptes à rendre les personnes actives, productives et performantes ; investissement dans le capital humain à travers le développement d'un enseignement et d'une formation de qualité à tous les niveaux.

Il est vrai que les médias et les TIC permettent l'accès à une masse d'informations, la disponibilité des documents et favorisent une multiplication des situations de communication : les blogs, les chats, les appels radiophoniques pour *donner son opinion* au Sénégal : *Wax sa xalaat* (Mendy D., 2007) ou faire des *confidences* au Burkina Faso (sur la radio Horizon FM). Mais cette expansion des médias et des TIC qui a sans doute permis un *nouvel espace public pluriel et multiforme* – que l'on peut considérer comme un indicateur de la démocratisation - n'a de sens que si elle est encadrée c'est-à-dire de manière professionnelle. L'information utile, de qualité ne peut être servie que par des hommes et des femmes de qualité, formés à leurs responsabilités déontologiques, aux enjeux éthiques.

La société de l'information implique la société de savoir telle que définie par l'UNESCO. Elle repose sur une vision de la société propice à l'autonomisation qui englobe les notions de pluralisme, d'intégration, de solidarité, de participation. Il s'agit que l'utilisation des technologies, comme toute action à caractère politique et culturel, tienne compte des droits de l'homme, en accordant une attention particulière aux principes de liberté d'expression, d'accès universel à l'information, d'égalité d'accès à l'éducation, de respect de la diversité culturelle : tous principes qu'une

simple logique de performance technique ou la confiance dans la logique du marché n'ont aucune raison de garantir naturellement.

Au regard de toutes ces réalités que recouvre la société de l'information, celle-ci est-elle en phase avec les pays africains ? Autrement, les médias et les TIC qui leur offrent un potentiel réel sont-ils un véritable catalyseur d'une mondialisation, facteur de progrès ?

II. LES MEDIAS ET LES TIC: REFLETS DES CARACTERISTIQUES SOCIOPOLITIQUES

Depuis l'amorce des récents processus démocratiques, l'Afrique ou « *le continent des conteurs* » - dernier bastion de ces fragiles monuments que sont les personnes âgées, véritables bibliothèques et sources authentiques de connaissances - « *En Afrique, dira A. Hampaté Bâ, quand un vieillard meurt c'est une bibliothèque qui brûle* » - est plus que jamais entré en pleines turbulences. Certes, l'implantation de ces moyens modernes de communication n'a pas encore étouffé les circuits de l'information traditionnelle, lesquels sont restés vivaces et continuent de jouer un rôle considérable dans la société, au milieu des institutions de la république (Balima, 1990). Mais ces moyens de communication moderne s'intègrent de plus en plus dans l'univers et le quotidien des populations.

Jadis, les enfants et les jeunes, voire des adultes se délectaient des récits des anciens mettant en scène la vie, les individus et les valeurs. De nos jours c'est autour des médias et des TIC qu'on les retrouve. Aux médias traditionnels – presse, radio, télévision – se sont ajoutées les nouvelles technologies de l'information et de la communication – Internet, la téléphonie mobile, le Cd-rom, les DVD, etc. Aussi cette relative expansion de ces moyens modernes de communication, ne bénéficie pas de tous les atouts pour susciter les attentes en matière de développement et de

démocratie.

Plus que jamais, ces moyens en Afrique se retrouvent le plus souvent enfermés dans des logiques de pouvoir, du marché, du fonctionnement même des médias et demeurent des lieux d'exclusion de larges couches de la population.

1. Quelques facteurs d'affaiblissement de la qualité de l'information

Des logiques de gestion politique et partisane de l'information : Le vieux précepte selon lequel « *qui détient l'information, détient le pouvoir* » fait toujours recette chez les hommes politiques en Afrique; ceux-ci restent convaincus de l'utilité de ces outils de communication qui leur servent de porte-voix, de propagande. L'élaboration des politiques de communication et la gestion de l'information sont le fait des gouvernants ; elles s'articulent autour des logiques partisans pour une communication unidirectionnelle. Il est ainsi fréquent de voir que la couverture des médias porte en grande partie sur les personnes politiques (le culte de la personnalité), sur la communication institutionnelle, les faits officiels. La presse africaine est élitiste dans son fonctionnement. L'information de proximité, celle qui émane et concerne des couches sociales les plus vastes est souvent dérisoire, voire ignorée.

En dépit d'une ère nouvelle sur le plan politique avec l'introduction de nouvelles législations (code de l'information), le renoncement au monopole sur les médias, la mise en place des instances de régulation (Conseil Supérieur de la Communication au Burkina Faso), certaines pratiques héritées du passé perdurent. La sacralisation des sources d'information officielle, les cas de censure et d'autocensure, le recours à l'intimidation ou la répression comme l'attestent les fréquents procès intentés contre les médias et qui « *sont révélateurs d'une certaine politisation de la presse* » (Frère, 2000) entravent le fonctionnement et l'efficacité des médias.

Autres contraintes relatives au fonctionnement des médias : A la prépondérance du politique expliquant en partie l'affaiblissement notable de la qualité de l'information et partant celle de l'opinion, on peut souligner – en référence au Burkina Faso – les insuffisances de formation des professionnels de l'information, la faiblesse de la scolarisation (55%), l'ampleur de l'analphabétisme (70%), le problème linguistique (une soixantaine de langues), l'utilisation d'une langue officielle (le français) qui est la langue des médias en grande partie, l'isolement des zones rurales, lesquels constituent un réel handicap dans l'utilisation efficace des médias et des TIC (Balima, 2006).

Or, si l'on veut que ces moyens de communication modernes deviennent un levier du développement c'est-à-dire de véritables espaces informatifs et instructifs, il est impératif non seulement d'engager la réflexion sur le rapport politique/médias mais bien entendu de lever les obstacles cités. Il s'agit d'amener les gouvernants à plus de responsabilité dans l'élaboration d'une véritable politique de communication intégrant les médias et les TIC dans les plans de développement. Comme le disent A. et M. Mattelart (2004), « *l'information doit pouvoir circuler. La société de l'information ne peut exister qu'à la condition d'un échange sans entraves. Elle est incompatible par définition avec l'embargo ou la pratique du secret, les inégalités d'accès à l'information et la transformation de cette dernière en marchandise.* »

2. Les populations africaines dans le tourbillon des images

Une des conséquences de la démocratisation des sociétés africaines, c'est l'émergence d'une presse privée et l'apparition de nouveaux médias audiovisuels (privés et étrangers). Nous allons particulièrement évoquer le cas de la télévision qui reste, en dehors de la radio, un média prisé et dominant chez les enfants et les jeunes. Karl Popper (1993) décrit cette fascination que suscite ce média en ces termes : « *La télévision est devenue aujourd'hui*

un pouvoir colossal ; on peut même dire qu'elle est potentiellement le plus important de tous, comme si elle avait remplacé la voix de Dieu. Et il en sera ainsi tant que nous continuerons à supporter ses abus. »

Depuis la fin des années 90, le paysage audiovisuel africain a connu une floraison de chaînes de télévision. On peut noter une trentaine de chaînes au Congo Démocratique (RDC), une demi-douzaine au Bénin et au Burkina Faso. Grâce aux antennes paraboliques, le public africain se familiarise avec Canal+ Horizon, RTL9, AB Cartoons, BBC World, Al-Jazira, etc. Ainsi, de Kinshasa à Cotonou en passant par Ouagadougou, les différentes chaînes diffusent et rediffusent à volonté des émissions de divertissement que sont les “*soap operas*” américains (“*Dynastie*”, “*Dallas*”, “*Santa Barbara*”, etc.) et surtout les “*telenovelas*”, productions sud-américaines très prisées par les téléspectateurs. Citons quelques unes de ces fictions que les téléspectateurs ont eu le loisir de voir sur les écrans de télévision au Burkina : “*Café*”, “*Dona Béija*”, “*Le cercle de feu*”, “*Femmes de sable*”, “*Rose sauvage*”, “*Terra Nostra*”, “*Luz Clarita*”, “*Destin de femme*”, “*Muneca Brava*”, “*Sublime mensonge*”, “*Ruby*”, “*Marimar*”, “*Barbarita*”, “*Maria La Del Barrio*” etc.

Sans doute, avec cette possibilité d'accéder à plusieurs chaînes locales et de capter des chaînes étrangères grâce aux antennes paraboliques, on peut dire que le paysage audiovisuel africain est entré de plain-pied dans les tourbillons des images. Une situation non moins inquiétante. En effet, l'absence d'une véritable politique de communication dans les pays africains incite les organismes de télévision à recourir de façon massive aux programmes étrangers offerts gratuitement (grâce aux accords de coopération) ou obtenus à bas prix. C'est dire que la programmation des chaînes porte en grande partie sur des émissions de distraction ou de divertissement - Cas de la Télévision Nationale du Burkina friande des films, téléfilms (feuilletons, séries, sitcom), des variétés musicales, des

retransmissions sportives (Championnats et Coupes européens, etc.)

Au regard du succès populaire et indéniable que connaissent ces fictions télévisées, il est tout à fait légitime de s'interroger sur leurs contenus. Que véhiculent-elles ? Peut-on considérer les chaînes de télévision - qui se donnent à cœur joie pour fixer et rediffuser ces rendez-vous solennels qui ont valeur de pain de vie pour certains - comme des espaces de perversion, d'aliénation et d'acculturation des masses ? Deux exemples marquants illustrent nos préoccupations :

- Au micro-trottoir organisé par la Télévision Nationale du Burkina (TNB) pour recueillir les avis des fidèles téléspectateurs à la fin d'un de leur feuilleton préféré “*Café*”, une jeune fille a pu s'exprimer sans détour : « *Dorénavant, je ne peux plus faire confiance aux hommes.* » Inutile de chercher à en savoir davantage, elle en voulait aux hommes, rien de plus normal, quand l'héroïne préférée se fait brocarder par ces infidèles...

- « *Les belles maliennes habillées dernier cri, ne jurent plus que par le style Alexis. Chez les filles nées depuis 1993, le prénom à la mode c'est Christelle. Dans tous les quartiers, les adolescents veulent qu'on les appelle Blake plutôt que Modibo ou Seydou. Plus de dix ans après avoir conquis l'Amérique et fasciné l'Europe, le feuilleton américain “Dynastie” fait des ravages au Mali.* » (Hennebelle, 1995)

A travers ces différentes perceptions et interprétations, c'est une problématique de l'identité culturelle qui se voit ainsi poser. Il y a perte d'identité et de personnalité quand certains n'éprouvent plus cet attachement sentimental et culturel à donner les prénoms traditionnellement courants à leurs progénitures, leur préférant ceux de leurs héros (présents sur l'écran). L'observateur attentif peut relever quelques attitudes et comportements au sein de la jeunesse africaine assoiffée de modèles. A travers tel style vestimentaire, tel modèle en coiffure, etc., des

jeunes filles voudraient s'identifier à leur héroïne préférée. On investit dans la mode *Dona Béija*, on se maquille comme *Ruby*, on adopte la démarche *Marybelle*, héroïnes de feuilletons. Idem chez des jeunes garçons qui voudraient reproduire les approches de séduction de *Marco*, de caractère de *Sergio*, de puissance de *Alejandro*, héros de feuilletons.

Selon E. Morin, l'identification aux héros médiatiques traduit une sorte de "déréalisation", une perte du sens des réalités. C'est dans ce sens que J. Ki-Zerbo (2003) stigmatise tous ces éléments culturels qui viennent d'ailleurs, lesquels forgent, moulent, forment et transforment.

Bien d'autres phénomènes sont remarquables aussi bien sur les écrans de télévision que dans les autres médias et les TIC. Ces technologies sont des espaces véhiculant toutes sortes de publicités (appel à la consommation du tabac et de l'alcool, promotion des produits de beauté éclaircissants, etc.) Des publicités qui peuvent influencer énormément, quand elles contribuent à accentuer les attitudes vis-à-vis de la beauté et les concepts de beauté (en référence aux produits de beauté utilisés par des personnes dans le but de se "dépigmenter" la peau - pour avoir "un teint de peau clair" - tout en ignorant leurs conséquences : le cancer de la peau par exemple). Rappelons tout de même que de telles publicités sont interdites dans les médias occidentaux.

A travers la fréquentation des cybercafés qui se multiplient dans les centres urbains, les jeunes notamment ont dorénavant accès à des données disponibles et plurielles ; ils peuvent dialoguer, échanger des informations, développer des initiatives en participant aux « forums » ou « groupes de discussion », etc. Toutefois, les technologies informationnelles demeurent des lieux de propagation de contenus pervers : On parle de « réseau rose » quand elles recèlent des ressources sexuelles - pornographie, pédophilie, prostitution, etc. On parle de « cyberdélinquance » quand des individus malintentionnés s'adonnent au piratage (informatique) et à toutes sortes de trafics - opérations financières illicites, argent sale,

drogue, armes.

Dans ces conditions, parler du rôle que doivent jouer les médias et les TIC dans une dynamique de transformation sociale est particulièrement difficile. Aussi, faire face aux influences négatives des médias et des TIC sur les populations, contrebalancer un tel diktat des images et des messages médiatiques incite à développer une « culture de l'information ». Au fait, en quoi consiste-t-elle et pourquoi faut-il l'enseigner?

III. QUELLE « CULTURE DE L'INFORMATION » ?

Il est indéniable que les jeunes, de nos jours, passent de plus en plus de temps devant la télévision et sont au contact permanent avec le cinéma, la radio, les journaux de toute sorte, Internet. Ces médias par lesquels ils reçoivent des informations sur leur entourage et sur le monde, constituent une « école parallèle ». Mais, ces informations sont souvent mal décodées, que les connaissances acquises sont peu articulées, c'est-à-dire sans liens logiques apparents, sans ordre séquentiel. Parce que les jeunes manquent de repères, d'outils intellectuels pour les approfondir, les hiérarchiser et les synthétiser (De Smedt, 2000).

Selon Orson Welles, « *le principal enjeu de ce siècle, sera l'éducation.* » De son côté, J. Ki-Zerbo (1990) reconnaît que l'avenir du continent africain réside dans sa capacité à remettre vite en place toute une structure d'enseignement adaptée à ses besoins. Rappelons que déjà en 1980, le rapport Mc Bride de l'UNESCO soulignait que « *les systèmes éducatifs devraient préparer les jeunes... à l'utilisation des moyens d'information.* »

En effet, notre propos souligne que l'institution scolaire – si elle veut être performante dans sa

mission – ne peut continuer d’ignorer ces pratiques quotidiennes des jeunes dans leur relation constante et étroite avec les technologies modernes. Aussi, n’est-il pas urgent de cerner et de définir un projet qui puisse fournir aux populations et aux jeunes générations notamment d’autres perspectives pratiques, d’autres moyens de résistance où les réalités et les vraies valeurs soient mises en évidence, comprises et où ils peuvent être des êtres actifs et créatifs ?

Cette communication ambitionne de provoquer un réel débat et de susciter une prise de conscience de l’importance de la « culture de l’information » dans le système scolaire comme une alternative à cette société “*hypermédiatique*” trop envahissante et inquiétante.

1. Le concept de la « culture de l’information »

La culture de l’information - composante de « l’éducation aux médias » - s’entend comme le développement des capacités d’analyse critique des médias, quel que soit le support (écrit, radio, télévision, TIC), la recherche d’une distanciation nécessaire par la prise de conscience de leurs fonctionnements, de leurs contenus, etc. Autrement, il s’agit d’initier, de permettre « *toutes les manières d’étudier, d’apprendre et d’enseigner à tous les niveaux et en toutes circonstances l’histoire, la création, l’utilisation et l’évaluation des médias en tant qu’arts pratiques et techniques, ainsi que la place qu’occupent les médias dans la société, leur impact social, les implications de la communication médiatisée, la participation, la modification du mode de perception qu’ils engendrent, le rôle du travail créateur et l’accès aux médias* » (UNESCO, 1984). Sur un plan pédagogique, il s’agit d’éduquer le regard, d’enrichir la sensibilité, de stimuler la créativité et l’imagination des jeunes.

L’éducation aux médias loin d’être une pratique reconnue dans nos systèmes scolaires, devrait y être intégrée. Car les compétences

dont les jeunes ont besoin pour tirer parti des messages médiatiques se construisent et se consolident en partie sur le *chemin de l’école - el camino de la escuela*. En effet, l’école qui permet d’acquérir des connaissances structurées et des compétences pratiques est le lieu de la confrontation, du dialogue, de l’échange et de la complémentarité; elle favorise la circularité de la parole qui fertilise la pensée; parole qui conjugue avec l’esprit critique, la contradiction, la discussion, l’argumentation. C’est à l’école que l’on pourrait apprendre à connaître que les médias et les TIC peuvent être source de savoirs mais aussi de manipulation, de propagande, de désinformation.

Dans un contexte d’apprentissage, l’élève qui analyse les contenus médiatiques peut ainsi décoder et identifier les ressources de la manipulation qui y sont présentes. Ceci permet de prendre conscience de leur danger. On peut citer en exemple certains médias appelant à la violence contre des minorités - cas des médias de la haine en Côte-d’Ivoire - ou appelant publiquement au meurtre - cas de la sinistre « Radio-télévision des milles collines » au Rwanda.

La formation à la culture de l’information va donc dans le droit fil d’une vision globale et ambitieuse du processus éducatif en tant qu’élément constitutif du développement personnel et de la cohésion de la société. C’est une démarche qui vise non seulement à réduire le danger des “tentations interprétatives” et des “idées fausses”, mais aussi et surtout à donner des repères, afin que chacun, « *puisse devenir son propre pilote dans l’image en étant capable d’en identifier les mécanismes et les effets* » (Tisseron, 1998).

2. Mise en œuvre des programmes de formation

Il existe une variété de programmes mis en œuvre dans nombre de pays (mais aussi par l’UNESCO) pour initier les jeunes à la culture de l’information ou à l’éducation aux médias (qui peut s’intégrer dans plusieurs disciplines :

le français, l'histoire, l'art). Par exemple, à travers des séances de visionnement de films ou d'extraits de journal télévisé, d'écoute de programmes radiophoniques, de lecture de journaux, on apprend à familiariser le jeune avec l'environnement des médias. Dans des activités pratiques, on peut orienter le travail sur :

- la connaissance de l'activité de lecteur, d'auditeur ou de téléspectateur de l'élève (son rapport aux médias à travers une grille d'enquête);

- l'apprentissage de la conception, du choix et de la hiérarchisation de l'information ;

- la découverte de l'environnement des médias : visite des organes de presse, d'un studio radiophonique, d'une salle de rédaction TV ;

- la connaissance des ressorts de la publicité ;

- la connaissance des notions de ciblage du public ;

- la connaissance des techniques pour obtenir des effets, le trucage ;

- la découverte du contexte de production d'un film, d'une publicité ;

- l'analyse de la place des scènes de violence, d'amour ;

- l'analyse des ressorts de l'émotion lors des retransmissions sportives ;

- la découverte de l'effet de loupe/de grossissement.

3. Vers un effort d'accompagnement de la relation des jeunes aux médias et aux TIC

Si dans cette démarche d'éducation aux médias, il importe d'associer les parents, c'est dans l'espoir que ceux-ci répercutent les connaissances acquises sur leurs enfants. Il y a nécessité d'une grande responsabilité de leur part pour protéger les enfants des influences négatives des médias. Le rôle des parents c'est de trouver des réponses adéquates aux

questions des enfants; c'est de les apprendre à mieux connaître les programmes des médias.

L'éducation aux médias c'est aussi un comportement visant au refus d'utiliser la télévision ou les jeux vidéo comme un baby-sitter, au refus de les installer dans la chambre de l'enfant, etc. Autant d'indications qui révèlent la nécessaire implication, voire la formation des parents à cette problématique des médias que proposent d'ailleurs certaines structures associatives, des ONG ou des réseaux d'éducation aux médias. Pour sensibiliser davantage, il importe d'organiser des débats autour de cette thématique, dans les journaux, à la télévision et la radio, avec des personnes ressources.

La réussite d'un tel projet implique d'avoir des formateurs, enseignants et des éducateurs compétents, bien formés dans l'accompagnement des jeunes. Aussi il leur revient d'impulser les étudiants à s'intéresser et à s'orienter davantage dans la recherche sur les médias et les TIC - l'objectif étant d'appréhender leurs usages, leurs effets, les différents publics et leur structuration, etc.

Une information de qualité a besoin d'une coopération de qualité, venant donc de tous les horizons. Celle-ci foisonnant d'expériences, de compétences en matière d'éducation aux médias, devrait appuyer les structures de formation déjà existantes comme le Département de Communication et Journalisme/Université de Ouagadougou ou naissantes comme l'IPERMIC (Institut Panafricain d'Etude et de Recherche sur les Médias, l'Information et la Communication) au Burkina Faso.

EN GUISE DE CONCLUSION

On peut admettre comme le dit Norbert Wiener, le père de la cybernétique que « *la société du futur s'organisera autour de l'information* ». De ce fait, il est juste de reconnaître qu'il n'y a pas de citoyenneté authentique sans une information de qualité servie par des hommes et des femmes de

qualité. Avec les médias et les TIC, l'Afrique semble avoir mis « *les charrues avant les bœufs* » en se réfugiant dans un mimétisme technocratique. L'inclusion des pays africains dans la « société de l'information » qui se réfère aux questions d'infrastructures, de production, de consommation, de flux n'est pas pour demain comme le dit J. Barrat.

Toutefois, si l'on veut faire des médias et des TIC - qui vont continuer de s'implanter de façon inéluctable - des outils de transformation sociale en Afrique, il est important de les appréhender pour ce qu'ils sont c'est-à-dire des outils à notre service et dont nécessairement il conviendra de connaître leur fonctionnement et leurs effets (pervers et déformants, positifs et utiles). Plus que tout, il s'agit d'apprendre à maîtriser davantage leurs contenus pour les utiliser au mieux avec conscience. Certes, l'information circule davantage mais comme le rappelle F. Balle (2003) « [elle] *ne vaut que*

pour celui qui a appris à s'en servir. Elle ne revêt de signification, pour ce dernier que par rapport à celui qui la diffuse. Elle ne représente un pouvoir que pour celui qui, après l'avoir comprise a les moyens d'en tirer un certain parti. »

La contribution et l'efficacité des médias et des TIC dans l'émergence et l'ancrage d'une culture démocratique et d'une citoyenneté active dans les sociétés africaines résident dans une conjonction dynamique de comportements, d'institutions et de valeurs. Qu'on se rappelle, *ad vitam aeternam*, que « *dormir sur la natte des autres, c'est comme dormir par terre* » (proverbe mossi, Burkina Faso) et que le vrai développement ce n'est pas la conditionnalité d'une technologie « *parachutée* », mais plutôt le gigantesque gisement de matière grise à valoriser qui ouvre le champ des possibles pour des usages efficaces.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Balima S. T. (S/d), « Les médias, l'information publique et la lutte contre la pauvreté au Burkina Faso », Ouagadougou, CAPES, novembre 2006
- Balima S. T., La politique de l'information en Haute-Volta (actuel Burkina Faso) 1954-1984 : Contraintes structurelles et problématique de la dépendance, Thèse de Doctorat d'Etat, Bordeaux, 1990
- Balle F., *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien, 11^e édition, 2003
- Barrat J., *Géographie économique des médias : médias et développement*, Paris, Litec, 1992
- De Smedt Th., « Évaluer l'éducation aux médias. Vers le repérage des effets d'une pédagogie », *Actes des Premières Rencontres Inter-IUFM*, 2000
- Frère M.-S., « Burkina Faso : La déontologie, otage du débat politique » in *Télévision et histoire*, Recherches en Communication, N°14, Université Catholique de Louvain, 2000, p. 157-183
- Gonnet J., *Education et médias*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1998
- Hennebelle G. (S/d), *Les télévisions du monde*, Corlet-Télérama, 1995
- Ki-Zerbo J., *Eduquer ou périr*, Paris, Unicef/Unesco, 1990
- Ki-Zerbo J., *A quand l'Afrique*, Paris, Editions de l'Aube, 2003
- Mattelart A. et M.; *Histoire des théories de la communication*, Repères, La Découverte, 2004
- Mendy D., « Médias et paroles citoyennes », *Actes du Colloque « l'Afrique et la société de l'information »*, Ouagadougou, 19/20 février 2007
- Mestral C. de, *La communication médiatique*, Cégep du Vieux Montréal, CVM, 2004
- Moles A. A., Rohmer E., *Théorie structurale de la communication et société*, Masson, Communication, 1986
- Popper K., *La télévision, un danger pour la démocratie*, Editions Anatolia, 1993
- Tisseron S., *Y a-t-il un pilote dans l'image ?* Paris, Aubier, 1998