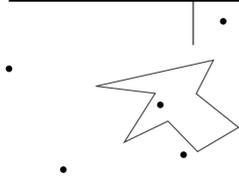

Formation en Communication en Afrique : Programme d'études Modèle

Cursus Post-secondaire et Universitaire



Formation en Communication en Afrique: Programme d'études Modèle



Formation en Communication en Afrique: Programme d'études Modèle

© Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture–2002

Cette publication a été préparée par la Division du Développement de la Communication dans le cadre du projet spécial, «Améliorer la formation en communication en Afrique», entrepris sous la supervision de M. Claude Ondobo, Sous-Directeur général adjoint et Directeur de la Division du Développement de la communication.

Coordonnateur et réalisateur du projet : S.T. Kwame Boafo

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent, de la part de l'UNESCO, aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni à leurs frontières ou limites.

Les idées et opinions exprimées dans cet ouvrage sont celles des divers auteurs et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'UNESCO.

Layout & cover design: florence mura

Printed by : Panoply

Table des matières

	Introduction	
	S.T Kwame Boafo et Francis Wete	1
	Education et formation à la communication au 21^e siècle: le contexte africain	7
	Lewis O. Odhiambo/S.T. Kwame Boafo/Alonso Aznar/Johnny McClain /Cheikh Sy	
I	Cursus Post-secondaire	16
	Objectif	17
	Durée de la formation et conditions d'admission exigées à l'entrée	17
	Conditions requises pour l'obtention du diplôme	17
	Structure du Programme	18
	Description des cours	19
	A. Cours obligatoires	19
	B. Cours optionnels	23
II	Cursus universitaire	25
	• Programme de licence	26
	• Conditions d'admission	26
	• Conditions requises pour l'obtention du diplôme	26
1	année	
	Tous Domaines de Spécialisation Confondus	27
	Structure du Programme	27
	Description des cours	28
	A. Cours obligatoires	28
2	année	
	Tous Domaines de Spécialisation Confondus	30
	Structure du Programme	30
	Description des cours	31
	A. Cours obligatoires	31
	B. Cours optionnels	33

3**année****Tous Domaines
de Spécialisation Confondus**

Structure du Programme	37
Description des cours	38
A. Cours obligatoires	38
B. Cours optionnels	39

4**année****Tous Domaines
de Spécialisation Confondus**

Structure du Programme	50
Description des cours	50
A. Cours obligatoires	50
B. Cours optionnels	51

Spécialisations**Journalisme de Presse écrite**

A. Cours obligatoires	39
Description des cours	40

Journalisme Radio et Télédiffusion

A. Cours obligatoires	41
Description des cours	41

Relations Publiques

A. Cours obligatoires	42
Description des cours	42

Publicité

A. Cours obligatoires	43
Description des cours	44

Édition

A. Cours obligatoires	45
Description des cours	45

Cinéma

A. Cours obligatoires	46
Description des cours	47

Photo-journalisme

A. Cours obligatoires	48
Description des cours	48

Spécialisations**Journalisme de Presse écrite**

A. Cours obligatoires	52
Description des cours	52

Journalisme Radio et Télédiffusion

A. Cours obligatoires	53
Description des cours	53

Relations Publiques

A. Cours obligatoires	54
Description des cours	54

Publicité

A. Cours obligatoires	55
Description des cours	55

Édition

A. Cours obligatoires	56
Description des cours	56

Cinéma

A. Cours obligatoires	57
Description des cours	57

Photo-journalisme

A. Cours obligatoires	58
Description des cours	58

III**Programme de Maîtrise en philosophie**

• Conditions d'admission	59
• Conditions requises pour l'obtention du diplôme	60
• Structure du programme	61
Description des cours	62
A. Cours obligatoires	62
B. Cours optionnels	63

Introduction

Par S.T Kwame Boafo et Francis Wete*

La situation de la formation en communication en Afrique se situe aujourd'hui à un carrefour. Les changements politiques, sociaux, économiques et technologiques ainsi que les modifications dans les programmes d'éducation et les systèmes de communication imposent une réévaluation de la formation en communication dans la région. Les participants aux Assises de l'Afrique, organisées par l'UNESCO, à Paris, en février 1995, ont reconnu le besoin de ce réexamen en réaffirmant la nécessité de revoir les cursus de formation en communication en Afrique en vue de les mettre en accord avec les changements politiques, sociaux, culturels et technologiques. Ils ont fait la recommandation suivante:

«L'UNESCO, d'autres organisations internationales et des donateurs bilatéraux devraient aider les gouvernements africains à revoir les programmes et les cursus des écoles de journalisme et des institutions africaines de formation en communication en prenant soin d'introduire des modules de formation à l'intention des professionnels appelés à travailler dans les communautés rurales» (UNESCO, 1995).

En réponse à cette recommandation, l'UNESCO a lancé, en 1996, un projet spécial intitulé «Amélioration de la formation en matière de communication en Afrique». L'objectif à long terme de ce projet est de concevoir des programmes de formation à destination des spécialistes de la communication et des professionnels des médias en Afrique qui répondraient aux besoins en développement social, économique, politique et culturel et qui refléteraient la situation mouvante de la région.

Formation en communication en Afrique

Les méthodes d'enseignement de la communication en Afrique, tout comme les moyens modernes de communication de masse sur le continent, ont été importées d'Europe de l'Ouest et d'Amérique du Nord. La source d'inspiration des professeurs, des programmes d'études et des manuels scolaires est occidentale. Les professeurs ont, pour la majorité, reçu une éducation sur le modèle occidental, les programmes d'études sont inspirés des modèles occidentaux et la plupart des manuels scolaires sont écrits et publiés en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Dans ces conditions, la formation en communication en Afrique peut difficilement être perçue comme appropriée du point de vue culturel, même si la principale justification de l'introduction de ces modèles de formation et les raisons pour lesquelles ils ont perduré furent bien souvent de l'ordre de l'inculcation culturelle.

*S.T Kwame Boafo est chef du bureau exécutif au secteur de la communication et de l'information, UNESCO, Paris, France et le Professeur Francis Wete enseigne à l'Ecole Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information (ESSTIC), Université de Yaounde, Cameroun.

Les matières proposées dans les programmes de formation en journalisme et en communication en Afrique varient d'une sous-région à une autre. Dans l'est et dans le sud de l'Afrique, exception faite de l'Afrique du Sud, l'accent est principalement mis sur la formation professionnelle, avec une prédominance dans les programmes du journalisme de presse écrite et audiovisuelle, de la publicité et des relations publiques. En Afrique de l'Ouest et en Afrique Centrale ainsi qu'en Afrique du Sud, les programmes d'études combinent généralement des cours théoriques et des cours pratiques. Les programmes offerts couvrent la préparation au DEUG et à la Licence en sciences humaines et en sciences dans les pays d'Afrique de l'Est, d'Afrique Centrale, d'Afrique de l'Ouest et dans le sud de l'Afrique et la préparation au Doctorat au Nigeria et en Afrique du Sud. Des programmes d'un an pour l'obtention d'un Diplôme ou des programmes de Maîtrise en communication sont également disponibles dans un certain nombre d'institutions de formation.

L'un des handicaps majeurs auxquels la formation en communication en Afrique est confrontée est le manque de professeurs et de formateurs compétents et expérimentés. De mauvaises conditions de travail, et spécialement, des salaires peu élevés, sont souvent les causes de la perte de professeurs qualifiés au profit du secteur privé ou d'organismes internationaux. Parmi les autres problèmes associés à la formation en communication en Afrique, on relève l'origine étrangère et l'inadaptation des manuels scolaires ainsi que le manque de matériels pédagogiques et de formation. Comme nous l'avons déjà noté, la plupart des manuels scolaires utilisés dans la formation en communication en Afrique sont rédigés par des étrangers venant dans leur majorité d'Europe et d'Amérique du Nord, et sont publiés par des maisons d'édition occidentales à partir, principalement d'études en communication occidentales. Par conséquent, le contenu de ces publications est souvent inadéquat face à la réalité sociale, politique, économique et culturelle des pays africains. De plus, en partie à cause de leurs prix prohibitifs, les manuels scolaires sont insuffisants en quantité et en variété. Outre les manuels scolaires, de nombreuses institutions de formation en communication en Afrique souffrent d'un manque de matériels et d'infrastructures pédagogiques

et de formation tels que les bibliothèques, les studios de radio et de télévision, les laboratoires photographiques, les ordinateurs, l'imprimerie et d'autres équipements similaires.

Il reste évident, cependant, que la formation en communication en Afrique doit faire face à une somme de problèmes parmi lesquels l'amélioration des programmes d'études ne représente qu'un élément.

Bases du Programme de formation en communication

La conception d'un programme d'études ne consiste pas simplement à sélectionner et répartir les matières en cours «obligatoires», «optionnels» et «pratiques» de manière systématique. La préoccupation centrale lors de l'établissement d'un programme d'études réside dans la création d'une relation logique entre les objectifs généraux, d'une part, et les objectifs spécifiques, d'autre part, qui guident l'enseignement. Au cours de ce processus, il est nécessaire d'assurer une continuité ou un enchaînement judicieux et d'équilibrer le programme d'études. Un certain nombre de questions peuvent être soulevées à cette occasion, telles que :

Quel est le but de la connaissance? Quel doit être l'objectif de la formation en communication? Quelle conception de programme pourra le plus efficacement atteindre les objectifs fondamentaux de la profession? Quels contenus (quelles connaissances) les étudiants devraient-ils intégrer? Dans quelles activités les étudiants devraient-ils s'engager quand celles-ci interagissent avec les contenus du programme? Et comment évaluer l'impact des objectifs pédagogiques, les contenus des programmes et les activités d'enseignement?

Certaines professions dans le domaine de la communication telles que celles liées au journalisme de presse écrite, à l'audiovisuel, aux relations publiques, au marketing, à la publicité, à l'édition et au développe-

pement ne sont pas « des activités pratiques menées dans un vide philosophique » comme l'observe Altschull (1991, p.216). Ce dernier soutient que ces professions reposent sur des « valeurs culturelles et épistémologiques » tout comme les compétences techniques, le savoir et la sensibilité esthétique des professionnels de ces métiers. La formation en communication, par conséquent, requiert de la part des professionnels des médias bien plus que des connaissances et des compétences techniques. Ceux qui pratiquent ces professions ont besoin d'avoir un « ensemble de connaissances organisées de façon interne » (De Beer, 1995) qui reflètent une compréhension claire de leur société et de leur culture et doivent se prévaloir d'un ensemble de compétences intellectuelles personnelles et d'imagination.

En raison de l'explosion technologique et de la sophistication de la société qui en a découlé, l'exigence d'une conduite responsable de la part des professionnels de la communication engagés dans la production et la diffusion de l'information et du savoir ira en s'accroissant. Le savoir devient un élément central dans la formation en communication. L'objectif de la formation en communication en Afrique, au 20^{ème} siècle, devrait être de former des professionnels de la communication compétents dans les différents domaines de la communication ; ceux-ci seraient imprégnés de la culture de leur société et bien informés sur les réalités politiques, économiques et sociales de leur pays, de la région et du monde. Ils devraient également maîtriser et posséder une expertise dans l'utilisation des nouvelles technologies de la communication et de l'information.

Les principes et les questions ci-dessus ont été prises en considération dans la préparation des présents programmes d'études modèles.

Processus de préparation des programmes d'études modèles

La première activité principale entreprise dans le processus de mise en place des programmes modèles présentés ici a été une enquête (réalisée en 1966) sur les programmes utilisés par les institutions localisées au Cameroun, en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Kenya, au Nigeria, au Sénégal, en Afrique du Sud, en Tanzanie, en Ouganda, en Zambie et au Zimbabwe. Ces enquêtes ont permis de constater, entre autre, que :

1. la formation en communication couvrait principalement les matières traditionnelles : le journalisme de presse écrite et audiovisuelle, la publicité, les relations publiques et la communication de masse. La plupart des programmes d'études en vigueur accordaient une attention minimale aux cours sur la mise en place de politiques, sur les nouvelles technologies de la communication et de l'information, sur l'administration des médias, sur les médias communautaires, sur la communication pour le changement social, la démocratie et les droits de l'homme ;

2. les institutions de formation en communication dans différents pays africains font face à des problèmes de perte de formateurs et de chercheurs au profit du secteur privé, d'organismes internationaux et d'institutions de formation externes. De plus, les formateurs et les professeurs faisaient preuve d'une faible motivation ;

3. certaines des institutions de formation sur lesquelles l'enquête a porté révisent périodiquement leurs programmes d'études pour faire face aux exigences du marché et de l'industrie des médias.

Les rapports d'enquête ont fait l'objet de discussions lors d'un atelier sur les programmes d'études pour la formation en communication en Afrique organisé conjointement par l'UNESCO et le Conseil africain pour l'enseignement en communication (ACCE), dans la ville du Cap, en Afrique du Sud, en novembre 1996. Quatre vingt formateurs en communication et professionnels des médias ont participé à cet atelier ; ils venaient de seize pays africains : Angola, le Botswana, le Cameroun, l'Egypte, l'Erythrée, le Ghana, le Kenya, le Mozambique, le Nigeria, le Sierra Leone, l'Afrique du

Sud, la Tanzanie, la Tunisie, l'Ouganda, la Zambie et le Zimbabwe. Dix-huit chercheurs, formateurs, et professionnels des médias venant d'Australie, d'Allemagne, des Pays Bas et des USA ont également pris part à cet atelier. Les participants, ont proposé un certain nombre de recommandations sur l'enseignement en communication en général et sur les programmes de formation en communication en particulier. Ces recommandations relevaient :

1. l'importance de concevoir de nouveaux programmes de formation modèles en communication en Afrique et de mettre à jour les programmes d'études en vigueur, ces activités devant être menées à bien dans le cadre d'un projet sociétal plus large et en gardant à l'esprit la notion de processus de développement dans la société africaine;

2. étant donné que les programmes d'études ne pouvaient fonctionner dans un vide pédagogique, il était également important que de l'énergie, du temps et des ressources soient investis dans le développement des ressources humaines et des infrastructures pour la formation en communication en Afrique;

3. que les personnes chargées de mettre en œuvre les programmes d'études devraient avoir une connaissance approfondie des contextes sociaux, économiques, politiques et culturels en Afrique et de la formation des formateurs en communication, des méthodes d'enseignement et d'apprentissage, des capacités d'enseignement et de formation, et des infrastructures et ressources disponibles;

4. les programmes d'études d'institutions existantes devraient être étendus pour couvrir le large éventail des études en communication (communication inter-personnelle, organisationnelle, inter-culturelle et inter-ethnique, et nouvelles technologies de la communication et de l'information) et ne pas se contenter de mettre l'accent sur le journalisme et la communication, une tendance qui semble caractériser la plupart des programmes et des activités de formation.

De nombreux participants à l'atelier étaient d'avis que la formation en communication devrait avoir pour but de dispenser des savoirs et des compétences promouvant l'utilisation des médias de communication et

des technologies de l'information pour faciliter le dialogue social et la participation et pour prévenir les conflits. La formation en communication devrait également permettre l'utilisation efficace de la communication en faveur du changement social, de l'intégration, et de la stabilité, de la transparence et du sentiment de responsabilité dans la région. Ce genre de formation ou d'enseignement doit être de nature multi- et inter-disciplinaire et doit prendre en compte la synergie des changements en communication et en information. En conséquence, les programmes d'études sur lesquels les programmes de formation sont fondés doivent être complets, flexibles, adaptables et doivent refléter les valeurs africaines en terme de communication et se faire l'écho d'autres réalités socioculturelles, économiques et politiques.

A partir des recommandations issues de l'atelier tenu dans la ville du Cap, deux programmes d'études modèles pour la formation en communication au niveau pré-universitaire et universitaire ont été élaborés. Ces programmes reflètent une approche par modules de la formation formelle dans le domaine de la communication en Afrique: **(-i-)** formation en instituts universitaires de technologie et dans les instituts de formation professionnelle et autres institutions ne délivrant pas de diplômes universitaires proprement dit et **(-ii-)** enseignement complet au niveau universitaire (du DEUG aux études doctorales). Ces deux programmes d'études, accompagnés de l'esquisse d'un programme d'études pour des formations pratiques en stage, des formations continues et des formations occasionnelles destinées aux professionnels, ont été évalués au cours d'un atelier de trois jours à Nairobi, au Kenya, en octobre 1998. Le principal objectif de cet atelier était d'examiner, de manière critique, les versions préliminaires des programmes d'études modèles et de faire des suggestions de modifications et d'améliorations ainsi que de les tester dans des situations de formation et d'enseignement réelles.

Quarante formateurs en communication et professionnels des médias participaient à l'atelier de Nairobi, ils venaient des onze pays suivants: le Cameroun, l'Egypte, le Ghana, le Kenya, le Lesotho, le Nigeria, l'Afri-

que du Sud, le Swaziland, la Tanzanie, l'Ouganda, et la Zambie. Huit chercheurs et formateurs de Finlande, d'Allemagne, des Pays Bas et des USA prenaient également part à cet atelier. Les participants ont fait un certain nombre de suggestions pour améliorer la qualité et l'utilité des programmes d'études en projet. Parmi ces suggestions les plus importantes étaient les suivantes :

1. la partie introductive des programmes d'études devrait discuter des problèmes de développement auxquels les pays africains doivent faire face et débattre des connaissances et des compétences nécessaires aux professionnels de la communication pour travailler efficacement dans la société africaine ;

2. les programmes d'études devraient inclure des activités de formation sur les systèmes de communication traditionnels africains et sur la communication inter-culturelle dans la région ;

3. les programmes d'études devraient s'intéresser aux questions de l'inégalité des sexes et inclure des cours liés à ces questions.

Les participants à l'atelier ont demandé que, une fois les projets de programmes révisés et les changements suggérés apportés, les versions améliorées soient distribuées à une sélection d'institutions de formation en communication, d'établissements dans le domaine des médias et d'associations professionnelles ayant des activités de formation pour leur permettre de les évaluer avant leur mise au point finale. Suivant cette recommandation, l'UNESCO a révisé l'avant-projet de programme d'études et organisé trois ateliers régionaux de formateurs en communication afin d'évaluer le document. Ces ateliers ont eu lieu **(-i-)** à Lusaka, en Zambie, en novembre 2000 pour ce qui est des formateurs d'Afrique de l'Est et du Sud de l'Afrique ; **(-ii-)** à Accra, au Ghana, en décembre 2000 pour ce qui est des pays anglophones d'Afrique de l'Ouest ; et **(-iii-)** à Yaoundé, au Cameroun, en juin 2001 pour ce qui est des formateurs d'Afrique francophone de l'Ouest et du Centre.

Les participants de ces trois ateliers représentaient d'une trentaine d'organismes de formation en communication du Cameroun, de Côte d'Ivoire, de

République Démocratique du Congo, du Ghana, du Kenya, du Mali, de la Namibie, du Nigeria, de la République du Congo, du Rwanda, du Sénégal, du Sierra Leone, d'Afrique du Sud, du Swaziland, du Tchad, de l'Ouganda, de la Zambie et du Zimbabwe. Les participants de cet atelier ont évalué in extenso l'avant-projet de programme d'études et ont fait un certain nombre de suggestions en vue de modifier et d'améliorer le document. Ces suggestions concernent en particulier ; **(-i-)** les conditions d'admissions et les exigences du programme ; **(-ii-)** les cours optionnels requis proposés et leur description ; **(-iii-)** la structure des programmes d'études et ; **(-iv-)** la durée des programmes de formation. Les participants des ateliers ont signalé que les programmes d'études modèles pourraient être utilisés par les organismes de formation en journalisme et en communication et par les associations professionnelles qui organisent des programmes de formation de la manière suivante :

1. en intégrant les sections pertinentes aux programmes de formation ;

2. en révisant ou en mettant à jour les programmes existants à la lumière des nouveaux cours proposés dans les programmes d'études modèles ;

3. en utilisant les programmes d'études modèles en tant que norme afin de développer de nouveaux programmes de formation ;

4. en utilisant les programmes d'études modèles comme des documents de référence pour planifier de nouveaux cours ;

5. les (futurs et nouveaux) organismes de formations pourraient entièrement formuler leurs programmes d'études à partir des programmes d'études modèles.

C'est en vue de contribuer à l'amélioration de la formation en communication en Afrique que l'UNESCO a produit ces programmes d'études modèles qui, comme leur nom l'indique, pourront servir de références ou de standards pour la formation et la préparation de professionnels de la communication dans la région.

Notes • Altschull, J. «From Milton to McLuhan», *Journal of Communication*. Vol. 41, 1991. • UNESCO, «Audience Africa: Social Development-Africa's Priorities, UNESCO, Paris, 6-10 February 1995, Final Report». UNESCO, Paris, 1995 • De Beer, Arnold S. *Bold Steps Needed in Journalism Education: Some Ideas on the 'Professional Teaching of Journalism as a Science' Approach* • Note à l'occasion de la Conférence annuelle du Conseil africain pour la communication et l'éducation, à Nairobi, Kenya, en novembre 1995.

Education et formation en communication au 21^e siècle le contexte africain

Par Lewis O. Odhiambo/S.T. Kwame Boafo/ Alonso Aznar/ Johnny McClain/et Cheikh Sy*

Les conceptions contemporaines du développement de programmes d'éducation en Afrique ont tendance à être plus orientées vers un savoir adapté à la société, déterminé par le marché, holistique et sensible aux tendances globales plutôt que vers un savoir qui implique l'acquisition de connaissances comme une fin en elle-même. Cette évolution est la conséquence d'une acceptation croissante par l'élite africaine de la raison instrumentale ou de la tendance à voir la pensée et l'activité humaines en terme de manière de les exploiter, conception typique de la société industrialisée qui épouse aujourd'hui si bien les contours de la société de l'information. La raison instrumentale, dans ce contexte, met en évidence la valeur d'usage de la connaissance et du savoir dans ce qu'elle génère d'idées et de compétences nécessaires à la production des richesses matérielles et du confort environnemental.

Parallèlement à cette mise en valeur de la raison instrumentale, il est nécessaire de mettre l'accent sur le besoin de développer les ressources humaines de l'Afrique afin de garantir sa transformation rapide en société industrialisée moderne et l'aider à répondre aux demandes d'une société de l'information interconnectée à l'échelle globale. Après tout, c'est un fait universellement reconnu qu'investir dans du capital humain permet à la main d'oeuvre d'acquérir les compétences indispensables au développement économique et culturel. A ce stade, un certain nombre de questions peuvent être soulevées lorsque nous considérons la fonction sociale de la communication et de l'information dans une société africaine globalisée. Nous pouvons en particulier nous demander :

- Quel sera le rôle de la communication en Afrique et, par extension, de la formation en communication et en journalisme au cours de ce nouveau millénaire ?
- Comment l'Afrique va-t-elle se restructurer ou se transformer à l'ère de la globalisation et des technologies du cyberspace ?
- En quoi l'impact de la société de l'information du 21^e siècle sur l'Afrique sera-t-il différent de l'impact qu'a eu la société industrialisée du 20^e siècle sur le continent et son peuple ?

Ces questions constituent, entre autres, un programme fondamental de changement social qui nécessite un solide arrière-plan théorique et conceptuel.

*Lewis O. Odhiambo est Directeur à l'Ecole de journalisme, Université de Nairobi, Kenya • S.T. Kwame Boafo est Chef du Bureau exécutif au Secteur de la communication et information à l'UNESCO, Paris, France • Alonso Aznar est Conseiller régional pour la communication en Afrique de l'Est, au bureau de l'UNESCO à Nairobi • Kenya-Johnny McClain est Conseiller régional pour la communication en Afrique du Sud au bureau de l'UNESCO à Windhoek, Namibie • Cheikh Sy est le Conseiller régional pour la communication en Afrique de l'Ouest et Afrique centrale au bureau de l'UNESCO à Yaoundé, Cameroun.

Fondements théoriques et conceptuels

Deux des questions les plus persistantes en termes de théorie et de recherche sociale sont: **(a)** comment les sociétés font-elles pour exister, être unies, et durer? et **(b)** quelles conditions prémunissent les sociétés contre une destruction irréversible résultant de changements provoqués par des tensions internes et des interventions extérieures? En d'autres termes, le champ principal de théorie et de recherche sociale est la recherche spéculative des déterminants, de la nature et du rythme de la reproduction et de la transformation sociale. L'autre domaine d'investigation qui mobilise tout autant la vigueur et la rigueur est l'importance relative du changement dans un grand nombre de piliers essentiels de la société, en particulier dans l'économie, la communauté, la politique et les organisations sociales, ainsi que dans la reproduction ou la transformation totale des sociétés. La science de la communication a de même couvert ces questions depuis le début des études sur l'application de la communication au changement social dans les années 40 et la communication s'est attribué un rôle central dans la cohésion sociale, l'intégration ou le changement.

En conséquence, les penseurs de la communication ont eu tendance au cours des soixante dernières années à considérer les sources, les styles et les processus de communication comme le ciment de l'unité d'une société ou comme la poudre qui la fait exploser, alors que les technologies d'information et de communication sont considérées comme le moteur du changement social. Les technologies de communication et d'information sont très largement considérées comme la force motrice de la globalisation par les universitaires de presque toutes les sciences sociales, par les hommes d'Etat, par les législateurs et par d'autres commentateurs sociaux. A cet égard, nos questions formulées plus haut sont critiques puisque le contenu des programmes de formation en communication et en journalisme et les infrastructures nécessaires à leur développement sont des apports importants dont les sociétés africaines ont besoin afin de survivre en tant qu'entités viables et compétitives. C'est aussi à cet

égard qu'il est important de comprendre les contextes socio-économiques, politiques et culturels dans lesquels ont lieu de telles formations.

Pour bien comprendre le changement social, il faut porter une attention toute particulière à au moins quatre sphères de la vie sociale: l'économie, la gouvernance (politique), la communauté, et la structure de parenté⁴. Des changements dans chacune de ces sphères provoquent des changements dans la société toute entière puisque ces sphères se déterminent mutuellement et interagissent pour déterminer l'action sociale et le processus social. Il est donc important de comprendre le contexte dans lequel la formation en communication et en journalisme peut être menée pour agir de la manière la plus efficace qui soit sur l'évolution et la transformation de l'Afrique, étant donné le rôle central que jouent la communication et les médias sur un continent qui dépend de plus en plus de l'information.

En théorie, nous envisageons une société africaine du 21^e siècle dans laquelle l'économie sera menée par et liée à des systèmes de communication plus efficaces et plus sophistiqués, notamment les mass media et les nouvelles technologies d'information et de communication. De là, plus il y aura de chaînes de médias et de sources d'informations disponibles aux individus et aux groupes sociaux, plus l'accès aux marchés nationaux et internationaux sera grand et, par conséquent, plus leur participation au secteur économique moderne sera importante. Cette hypothèse est également valide pour ce qui est de la sphère de la gouvernance: plus il y aura de moyens de communication et de chaînes variées, plus la quantité et la qualité des idées et des voix politiques sera grande, et plus les choix politiques des citoyens seront basés sur une solide information. En termes de communauté et de structures de parenté ou d'organisations sociales, nous pouvons envisager des évolutions radicales dans les systèmes de valeurs qui sous-tendent la plupart des communautés rurales et définissent leurs rapports sociaux. L'utilisation répandue dans de telles communautés de la radio FM, de la diffusion en direct par satellite, des postes de télévision à piles et la mise en place de cyber cafés dans les villages et les écoles rurales aura pour effet d'augmenter considéra-

⁴Cette classification est celle de Albert et al.(1986) qui considère, entre autres, qu'elles englobent les réalités de critère sexuel (la sphère des liens de parenté), des réalités culturelles (la sphère politique), des réalités matérielles (la sphère économique), et des réalités organisationnelles (la sphère de la communauté).

blement le taux d'adhésion aux valeurs et aux cultures globales.

Ces technologies et leurs nouveaux contenus accéléreront l'effondrement de l'autorité traditionnelle dont dépendent les systèmes de parenté des sociétés traditionnelles africaines qui ont soutenu des pratiques telles que le mariage des petites filles, la mutilation génitale des femmes, la polygamie et les systèmes hiérarchiques rigides basés sur l'âge. De nouvelles communautés nationales et internationales vont émerger avec de nouvelles caractéristiques les déterminant, de nouveaux espoirs et de nouvelles aspirations, ainsi que de nouveaux types de mobilité. De telles sociétés et de tels systèmes sociaux émergents ont, dans l'histoire, posé de nombreux problèmes d'ajustement et d'intégration, problèmes auxquels il sera probablement plus difficile de faire face dans un monde post-industriel sans frontières comme celles que nous avons connues.

De nombreux sujets semblent placer l'Afrique en position défavorable par rapport à d'autres régions en voie de développement du monde quant à sa capacité à gérer convenablement la transition pour passer de formations sociales dans une large mesure pauvres et préindustrielles à des sociétés d'information post-industrielles capables de répondre aux défis du 21^e siècle. Ces domaines fournissent une toile de fond utile contre laquelle il faudra concevoir la structure et le contenu des programmes d'études modèles en communication et en journalisme.

Le contexte économique: questions liées aux rapports entre technologie et économie

Le rôle de la technologie dans les évolutions sociales et économiques semble établi, car la technologie configure la structure et les caractéristiques de la société moderne. Selon cet argument, l'adoption ou non de la

technologie moderne par une société et le degré auquel elle le fait détermine non seulement le volume potentiel de sa richesse matérielle mais aussi celui de sa richesse sociale et du bien-être général. Dans ce contexte les nouvelles technologies d'information et de communication ont une importance de tout premier ordre. Comme le font remarquer Talero et Gaudette [1995]:

Les progrès révolutionnaires des technologies de l'information renforcent les changements économiques et sociaux qui transforment le monde des affaires et la société. Un nouveau type d'économie, l'économie d'information, est en train d'émerger dans lequel le commerce et l'investissement sont globaux et les entreprises rivalisent en termes de connaissances, de réseaux et d'agilité à l'échelle globale. Une nouvelle société correspondante émerge aussi avec des capacités d'information envahissantes qui la différencient considérablement d'une société industrielle: plus compétitive, plus démocratique, moins centralisée, moins stable, plus apte à satisfaire les besoins individuels, et plus respectueuse de l'environnement. Ces changements imposent à tous les pays un ajustement considérable pour exploiter l'information au bénéfice du développement socioéconomique... Les pays en voie de développement doivent aussi s'ajuster sinon ils risquent l'exclusion de l'économie globale et une compétition sévère au détriment de leurs biens et services (p.145).

Pour cette raison, il n'y a qu'une seule option possible pour l'Afrique: elle doit adopter les technologies d'information et de communication si elle ne veut pas stagner. Le coût et la capacité à payer pour posséder une telle technologie est, dans cette optique technocratique du changement social, secondaire par rapport à l'impératif de développement. Cependant, à en croire certains, tels que par exemple, Leo Marx (1993) et Weinberg (1993), le progrès en tant que progrès peut être vide de sens car, alors que l'amélioration des technologies d'information et de communication peut stimuler et même déterminer la marche du progrès, nous devons aussi être en mesure de répondre à la question: «le progrès vers quoi?» (Leo Marx, 1993 p.14). La réponse à cette question pourrait très bien nous mener à la même conclusion que celle de Wendell Berry², l'écri-

²Wendell Berry(1990) affirme que la technologie ne peut pas remplacer l'habileté créatrice, détruit les rapports sociaux et l'environnement, et qu'il ne faut l'adopter que si elle est moins chère, d'échelle plus réduite, plus efficace en terme d'énergie et peut utiliser des sources d'énergie renouvelables, entre autres arguments «verts»

-nologie et les valeurs humaines doit être abordé avec vigueur et la manière dont le résultat de tels débats influence la forme et le rythme du changement social en Afrique peut bien dépendre des professionnels de la communication dont les programmes de formation devront refléter ces préoccupations.

Les indices de croissance économique montrent que l'Afrique subsaharienne reste la région la moins développée du monde et ne peut qu'être décrite comme extrêmement pauvre avec une situation en matière de pauvreté qui s'aggrave d'année en année. L'Afrique subsaharienne, avec une population d'environ 642 millions d'habitants (ou 11% de la population mondiale) en 1999 a l'économie la plus faible de toutes les régions du monde. Selon la Banque Mondiale (2001), le produit national brut (PNB) était de 320,6 milliards de \$US et progressait au taux de 2% en 1998-99. A cette date son PNB par habitant de 500 \$US était en baisse de 0,3%. A l'opposé, les pays à revenu élevé avec une population totale de 891 millions d'habitants (ou 14,9% de la population mondiale) avaient un PNB de 22 921,3 milliards de \$US qui progressait au taux de 2.6% par an, et un PNB par habitant de 25 730 \$US progressant de 2.1% par an.

Pour ce qui est de la qualité de vie, la consommation privée de biens et de services en Afrique subsaharienne baissait de 1.2% par an, à la différence de l'augmentation de la consommation des pays à haut revenu de 2.2% par an. Près d'un enfant sur trois âgés de cinq ans souffrait de malnutrition pendant la période 1992-98, alors qu'aucun n'en souffrait dans les pays à haut revenu, alors que le taux de mortalité avant l'âge de cinq ans pour l'Afrique subsaharienne était de 188 pour mille naissances en 1980 et de 151 pour mille naissances dix ans plus tard. Les chiffres comparables pour la même période pour les économies à haut revenu étaient de 15 décès pour mille naissances en 1980 et de six décès seulement pour mille naissances dix ans plus tard. L'espérance de vie à la naissance de l'Afrique subsaharienne pour les hommes et les femmes en 1998 était, respectivement, de 49 et 52 ans, comparé aux 75 et 81 ans, dans les pays à haut revenu. L'espérance de vie dans la région chute rapidement à cause de l'effet

dévastateur du HIV/SIDA. Le pourcentage d'hommes et de femmes âgés de quinze ans ou plus ne sachant ni lire ni écrire était, respectivement, de 32% et 49%, chiffres plus élevés que dans n'importe quelle région du monde.

En terme de pauvreté globale, les données disponibles indiquent qu'un pourcentage scandaleusement élevé de la population des pays d'Afrique subsaharienne se situe en dessous des seuils de pauvreté nationaux ou internationaux. Par exemple, entre 19.9% et 72.8% de la population de la Tanzanie et du Mali, respectivement, vivaient avec moins de 1 \$US par jour pendant les années 90, et la plupart des populations des autres pays étaient dans ce cas. Tandis que d'autres pays ayant un fort pourcentage de leur population vivant de moins de 1 \$US par jour durant la décennie étaient le Tchad (66.6%), la Guinée (39.8%), le Lesotho (43.1%), Madagascar (60.2%), le Niger (61.4%), et le Nigeria (70.2%).

Ces données indiquent clairement que l'Afrique subsaharienne est, et demeurera probablement pauvre dans un futur envisageable et que la qualité de vie y décroît régulièrement. Mais ils ne nous disent pas qu'il y a de très grandes disparités en termes de répartition des revenus à l'intérieur des pays et entre les pays de la région; ils ne nous disent pas non plus les causes d'un tel appauvrissement. L'implication de cette situation pour le rôle de la communication et du journalisme n'est pas tout à fait claire, mais puisque l'éradication de la pauvreté est clairement désignée comme le programme d'action prioritaire pour les pays africains pour les décennies à venir, les spécialistes de la communication devront jouer leur rôle, et les programmes de formation de tels spécialistes doivent refléter cette priorité.

Le contexte communautaire: questions de communication et d'intégration sociale

La sphère communautaire de la vie sociale régule les activités culturelles et détermine les catégories d'institutions qui sont considérées comme importantes. Les luttes internes au sein des communautés définissent la nature des hiérarchies, le sexisme, la solidarité et l'amitié qui s'y trouvent. Ainsi, de telles luttes déterminent des changements dans les sphères de la vie sociale telles que la politique, l'économie et les rapports homme/femme. Mais les communautés se connectent aussi avec d'autres communautés à travers les relations intercommunautaires. En conséquence, la conscience et la lutte communautaires pourraient mener à l'homogénéisation, à la colonisation, à l'esclavage, à l'apartheid, au pluralisme culturel, à la ségrégation ou à l'intégration.

Il est indubitable que c'est à l'échelle de la sphère communautaire que la communication, moderne ou traditionnelle, doit jouer un rôle majeur. L'Afrique subsaharienne a été le cadre des conflits les plus pernicious et les plus prolongés d'aujourd'hui. Ces conflits ont créé le plus grand nombre de populations déplacées du monde. Les conflits armés en Afrique sont aussi un facteur essentiel de sa pauvreté relative, de son instabilité politique et d'autres formes d'oppression sociale. De plus, c'est à la communication de définir la nature des relations entre l'Afrique et les autres régions du monde à l'échelle de l'économie, de la politique et de la parenté et de traiter des sujets tels que les pratiques commerciales déloyales, l'exploitation, le racisme et l'impérialisme.

Le problème des conflits sociaux en Afrique est probablement la conséquence d'un grand nombre d'autres forces, parmi lesquelles les plus irrésistibles sont la pauvreté, les taux d'alphabétisation bas par rapport à d'autres régions du monde, la faiblesse des Etats et la mauvaise gouvernance. Il y a également un phénomène de plus, le fait que certains pays africains n'aient pas su forger de manière adéquate un sens communautaire unitaire au-delà de la diversité des groupes ethniques, et les efforts en direction de cet objectif

important ne sont pas clairement apparents. En fait, il reste à cultiver un sens communautaire unitaire et à lui donner une structure normative solide dans de nombreux pays. Un tel état des choses engendre tout naturellement la suspicion à l'intérieur des communautés et entre elles, crée une insécurité, stimule une compétition malsaine dans la sphère économique et encourage la ségrégation plutôt que l'intégration. Le manque de sens communautaire permet aussi l'exploitation de certaines communautés par d'autres, provoque ou aggrave les conflits et l'incompréhension et complique les problèmes politiques à l'échelle nationale et internationale.

Le contexte politique: les problèmes de communication et de gouvernance

C'est dans le domaine de la politique que les idéologies sont créées, que les politiques sociétales, les lois et les règlements sont formulés, et que le pouvoir est conféré. La sphère de la gouvernance inclut l'Etat et ses organes; c'est aussi l'endroit où les groupes d'intérêt exercent leur lobbying et où les partis politiques rivalisent pour le pouvoir et l'influence. Il est généralement reconnu que la situation sociale dans la plupart des pays africains est la conséquence directe de la mauvaise gouvernance, comme en témoignent le problème des réfugiés, les violations des droits de l'homme, les discriminations sexuelles, la corruption, la mauvaise gestion économique et les dictatures militaires. Un des problèmes majeurs de la gouvernance en Afrique au cours du 20^e siècle, que ce soit sous l'administration coloniale ou sous les gouvernements de la post-indépendance a été l'autoritarisme, ce système dans lequel «l'autorité est entre les mains d'une hiérarchie rigide, insensible, ou irresponsable» avec pour conséquence que peu de gens accèdent au pouvoir au détriment de beaucoup d'autres (Albert et al., 1986, p.64).

La principale conséquence des régimes autoritaires a été l'oppression absolue de la majorité des citoyens. Et les moyens de communication n'ont pas été épargnés par la colère des régimes dictatoriaux, puis-

-que la compétition pour le contrôle de la communication, de l'information et de la pensée se trouve au cœur de la compétition politique. Les dictatures n'ont souvent qu'une seule «vérité» correcte parce qu'aucune autre pensée n'est tolérée en public, par conséquent, l'opposition est constamment harcelée et réprimée. Même dans les pays offrant théoriquement des garanties légales de liberté d'expression et des médias, la pluralité de l'opinion est souvent supprimée par le biais du renforcement des positions ou des valeurs des dirigeants et des autres groupes d'élite.

Dans de nombreux pays africains, le contrôle des moyens de communication a été ouvert et flagrant. Les médias ont été tolérés largement dans la mesure où ils sont des «outils de développement» et des canaux de la parole officielle, pas des partisans d'une gouvernance ouverte, digne de confiance et responsable. A cette fin, il y a eu des investissements inadéquats dans des infrastructures, et un manque de volonté de libéraliser les ondes de diffusion en faveur des investisseurs du secteur privé. Cette situation est en train de changer rapidement dans beaucoup de pays où l'espace politique a commencé à s'élargir dans les années 90 et qui se distinguent par la responsabilité et la bonne gouvernance. Dans de tels pays, le secteur de l'audiovisuel est de plus en plus ouvert aux investisseurs du secteur privé et la presse écrite est confrontée à moins de restrictions. Dans un même temps, la libéralisation des marchés de télécommunication a marqué le début d'une ère nouvelle d'usage répandu des téléphones mobiles alors que l'accessibilité aux ordinateurs personnels a également augmenté à cause des tarifs moins élevés dans certains pays. Mais les restrictions structurelles provoquées par la pauvreté et par des économies amorphes devront être traitées de manière novatrice par les gouvernements nationaux, les entreprises multinationales et la communauté internationale.

Néanmoins, en règle générale, la majorité de la population de la plupart des pays africains est mal informée des affaires publiques nationales et internationales; n'a pas accès à l'abondance d'informations disponible dans les banques de données internationales; ne navigue guère sur la «super-autoroute de

l'information» et ne peut pas être considérée comme faisant partie de la société d'information du 21^e siècle. Le programme politique prioritaire pour la région au 21^e siècle est la mise en place et la consolidation des structures et des institutions démocratiques, l'institutionnalisation de la responsabilité des dirigeants politiques et l'encouragement à une plus grande participation des individus et de la société civile aux affaires de l'Etat et à la gouvernance. La communication et l'information ont des rôles importants à jouer dans la réalisation de ces objectifs; ainsi, le programme politique a des implications majeures pour la formation en communication en Afrique.

Le contexte de la parenté: problèmes d'organisation sociale

C'est le domaine de la famille, des valeurs et des interactions entre les hommes, les femmes et les enfants. La sphère de la parenté inclut des problèmes relatifs à la sexualité, à la reproduction, à l'éducation des enfants, à la socialisation, à la maturation et au vieillissement. Par conséquent, les relations de parenté permettent d'aborder des problèmes se rattachant aux événements du cycle de la vie et aux relations interpersonnelles.

Les changements dans les relations de parenté sont importants pour évaluer le changement social global car de tels changements redéfinissent les rôles sociaux et les responsabilités économiques, politiques et communautaires potentielles que les membres d'une famille peuvent assumer. Les relations de parenté divisent également les individus en termes de sexes et de classes sociales, tous deux importants pour la compréhension des statuts sociaux et des changements dans différentes communautés.

Un des traits distinctifs de nombreuses communautés africaines est leur caractère patriarcal. Ce fait est apparent dans les indicateurs des services sociaux. Près de 50% des femmes âgées de 15 ans ou plus ne savaient lire ni écrire aucune langue en 1998, contre 32% des hommes. Globalement, les pays africains dépensent

moins pour la santé en pourcentage du produit intérieur brut que n'importe quelle région du monde avec 1.5% durant la période 1990-98, à l'exception de l'Asie du sud (0.8%). La moyenne pondérée était de 2.5% pour le monde dans son ensemble à cette même période. La région avait le taux de mortalité infantile le plus élevé (92 contre 54‰ naissances pour la moyenne mondiale), le taux de contraception préventive le moins élevé (21% contre 49% pour la moyenne mondiale des femmes âgées de 15 à 49 ans) et le taux de mortalité maternelle le plus élevé. Ce ne sont pas seulement des indicateurs de pauvreté et de mauvaise couverture médicale; ce sont aussi les indicateurs des fardeaux que portent les mères, c'est-à-dire des indicateurs de l'étendue des relations patriarcales qui persistent dans les communautés africaines.

Résumé des problèmes contextuels majeurs

Il ressort de la discussion en cours que l'Afrique est confrontée à un grand nombre de défis qui sont directement ou indirectement liés au rôle de l'information et de la communication dans la société moderne. Il est certain que l'information jouera un rôle croissant dans la réalisation des changements, de ce type et de cette ampleur, envisagés à l'ère de l'information. Formateurs en communication et en journalisme seront aussi confrontés à des défis majeurs, parmi lesquels le plus important sera de définir quels types de programmes mettre en place pour doter les professionnels de la communication des connaissances et des compétences adaptées aux tâches de l'époque. Mais tout d'abord, un bref résumé des problèmes et des défis contextuels qui nécessitent une attention concertée avant de débattre des implications de ces problèmes pour la formation en communication.

1. Le défi principal de l'Afrique est d'entrer dans l'ère de l'information et d'y demeurer.

Cela signifie que les pays africains ont besoin d'entrer et de demeurer dans la « super-autoroute de l'infor-

mation ». Cependant, ce n'est pas seulement un défi technologique mais également un défi de développement, puisque les progrès des technologies d'information et de communication ont engendré à l'échelle globale des changements économiques et sociaux aux conséquences considérables sur la manière de faire des affaires. L'Afrique est à la traîne des autres régions du monde en termes d'adoption et d'acquisition des technologies d'information et de communication et ne peut, par conséquent, tirer que très peu d'avantages des opportunités de développement créées par une économie de l'information globalisée.

2. Le défi implacable d'acquérir la technologie nécessaire pour être performant, dans une société d'information globale

Dans une économie de l'information, le développement dans tous les domaines que l'Afrique peut souhaiter sera de plus en plus lié aux technologies les plus avancées de l'époque. Ce qui signifie que de telles technologies seront nécessaires dans la lutte contre la pauvreté et la léthargie culturelle, pour éliminer les inégalités à l'intérieur des pays et des régions du monde et entre eux ou même simplement pour « ne pas se trouver en reste avec les voisins ». Le taux de diffusion des technologies d'information et de communication dans la région est trop lent par rapport à d'autres régions en développement.

3. Le défi de se joindre au débat relatif aux rapports entre technologie, valeurs humaines et progrès social.

L'adoption de la technologie amène toujours avec elle des « bagages » culturels et des problèmes normatifs auxquels il faut faire face. L'Internet et la diffusion en direct par satellite ont amené des systèmes de valeurs que beaucoup en Afrique trouvent insupportables au point que ce qui est, par ailleurs, largement considéré comme des instruments nécessaires au progrès économique et social soulève de graves questions de culture et de valeurs qui menacent de ralentir ou même de bloquer leur adoption. Il y a par conséquent des problèmes d'intégration sociale auxquels les nations de la région doivent résolument faire face avec, en toile de fond, la politique identitaire que l'environnement actuel

4. Le défi de la bonne gouvernance

Le problème important qui se fait jour de manière aiguë dans le contexte social africain est celui de la gouvernance. Il y a ceux qui soutiennent fermement que la pauvreté et le manque de progrès économique et social actuels dans la région sont directement liés à une mauvaise gestion économique et politique. D'où la nécessité impérieuse de mettre en place et de consolider les cultures et les institutions démocratiques, d'institutionnaliser la responsabilité publique des dirigeants politiques et économiques, d'encourager une plus grande participation des citoyens et des organisations de la société civile au processus de décision politique et économique à tous les niveaux.

5. Le défi de l'organisation et de l'intégration sociale

Les problèmes d'organisation et d'intégration des sociétés africaines nécessitent une attention urgente constante. Tout d'abord, les organisations sociales basées sur le patriarcat traditionnel et sur la gérontocratie ne semblent plus avoir leur place dans les sociétés post-industrielles comme elles ont tendance à encourager le sexisme, les discriminations sexuelles et la sujétion des jeunes. De plus, de telles organisations sont souvent caractérisées par une intolérance ethnique extrême, du sectarisme et une incapacité à s'intégrer à des communautés nationales. Le besoin d'investir dans la jeunesse et de protéger la fillette africaine n'a jamais été aussi grand. La région a le plus grand pourcentage de jeunes de moins de seize ans non scolarisés et l'un des plus forts taux d'analphabétisme chez les femmes. Il faut donner à ces groupes l'opportunité d'acquérir les connaissances et les compétences nécessaires par le biais de l'éducation et de la formation pour qu'ils mènent une existence riche de sens à l'ère de l'information.

6. Le défi d'étendre les infrastructures d'information et de communication

En définitive, l'Afrique est confrontée au défi de développer et d'étendre rapidement les infrastructures et les canaux de communication à différents secteurs de la société. L'Afrique est entrée dans le 21^e siècle avec le plus petit nombre de journaux, de postes de radio et de télévision, d'ordinateurs personnels, de lignes téléphoniques principales et de téléphones mobiles que n'im-

porte quelle autre région du monde. L'investissement dans ces secteurs est nécessaire à l'expansion des espaces de discussion, à la participation aux processus décisionnels, au développement culturel, à la définition de soi et à la jouissance des droits de l'homme et des libertés associés à la vie au 21^e siècle.

Les implications pour la formation en communication

Les problèmes contextuels abordés précédemment mettent en évidence un certain nombre d'implications pour la formation des professionnels de la communication dans une société de l'information, dont certaines sont évoquées ici. Etant donné la pauvreté de l'Afrique et la pénurie généralisée de ressources matérielles nécessaires à la compétitivité dans une telle société, un large programme d'enseignement de la communication et de formation en journalisme est essentiel.

D'abord, et surtout, de tels programmes d'études doivent préparer les étudiants à s'habituer au changement et à l'adaptabilité. Dans les sociétés d'aujourd'hui avancées en matière économique et technologique, la nature des changements envisagés pour passer de sociétés industrielles à des sociétés post-industrielles a principalement impliqué une réorganisation économique, du capitalisme monopolistique au capitalisme global. Pour l'Afrique, le bond de sociétés rurales largement agraires à une société de l'information globale implique des changements dans les orientations des valeurs, dans l'organisation sociopolitique, dans l'organisation économique, et des changements relatifs aux ressources intellectuelles nécessaires pour faire face à ces nouvelles réalités sociales et les maîtriser. Les individus travaillant dans les métiers de l'information et de la communication ont par conséquent eux-mêmes besoin d'être bien préparés à ces changements avant qu'ils ne puissent assumer efficacement leurs rôles et leurs fonctions dans la société.

Deuxièmement, les diplômés des organismes de formation en communication du 21^e siècle devront avoir la capacité intellectuelle d'appréhender le monde qui les entoure et les compétences techniques appropriées

pour travailler au sein d'organismes de communication et d'information de plus en plus complexes. Ils devront comprendre les problèmes de l'époque et leur interdépendance, soulever des questions de politique, analyser les options offertes et ensuite écrire ou produire pour des audiences diverses.

Troisièmement, les problèmes contextuels abordés plus haut suggèrent que la formation de professionnels de la communication en Afrique doit être une entreprise vraiment pluridisciplinaire. L'étudiant doit acquérir une solide connaissance de base des rapports entre la science, la technologie et le progrès social, entre la technologie et les changements culturels, ainsi que des questions d'orientation des valeurs et des compromis qui doivent être acceptés afin que la science stimule le progrès social. Ce qui signifie que les étudiants doivent avoir des bases solides en sciences sociales, en particulier en économie, en politique, en sociologie, en psychologie sociale, en histoire et en études culturelles, entre autres.

Quatrièmement, la méthode de formation devrait garantir un équilibre raisonnable entre la théorie et la pratique. La pratique traditionnelle consistait à cumuler plus d'heures lors de sessions d'apprentissage technique au sein d'organisme de formation en journalisme. Bien qu'encore appropriée, cette pratique a été largement tempérée par la production électronique, de sorte qu'il est désormais plus réaliste de consacrer un peu plus de temps au contenu substantiel et conceptuel. Des sessions pratiques devraient être plus orientées vers des stages et des sessions réelles de rédaction/production. Une telle réorientation de la formation garantira que les étudiants aient une vraie compréhension conceptuelle des contextes sociaux dans lesquels ils travaillent et de la manière dont de tels contextes sont configurés dans le monde réel.

Cinquièmement, alors que les professionnels de la communication ont encore besoin d'être capables d'assumer une large gamme de responsabilités, la société de l'information exige plus de spécialistes. Par conséquent, les organismes de formation devraient encourager la spécialisation dans les subdivisions de la communication et dans les domaines à couvrir. Par exemple, il n'y a pas suffisamment de producteurs et de rédacteurs dans le domaine de la science et des

rapports homme/femme. Dans l'ensemble, le type de formation qui sera adapté au professionnel de la communication africain est celui qui offre les toutes dernières compétences linguistiques et informatiques dans divers domaines des moyens de communication. Il est nécessaire, de par les divers environnements dans lesquels les étudiants travailleront, que les formateurs soient sensibles au fait que les possibilités d'emploi pour les étudiants viendront des communautés et des marchés globaux.

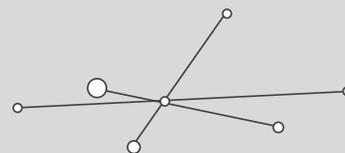
La formation en communication au niveau de la maîtrise et au-delà devrait avoir autant de rigueur académique que n'importe quelle discipline des sciences sociales. En particulier, les étudiants à ce niveau devraient avoir une connaissance aigüe des conditions objectives de leurs environnements sociaux, de la situation critique de l'Afrique en termes historiques et comparatifs, des aspirations de leur peuple et du rôle des technologies de la communication et de l'information dans la société. Par dessus-tout, ils doivent avoir les toutes dernières compétences de recherche et d'analyse nécessaires pour promouvoir la communication empirique et la recherche journalistique dans la région.

Références

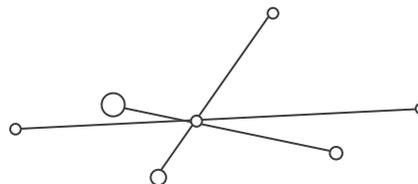
- Liberating Theory
Albert Michael/Leslie Cagan/Noam Chomsky/Robin Hammel/Meg King /Lydia Sargent/et Holly Sklar (1986),
Boston, MA : South End Press.
- Why I am Not Going to Buy a Computer
Berry, Wendell (1993), "r", in *Albert H. Teich [éd.]*,
Technology and the Future. New York :
St. Martin Press, pp. 66-72.
- Does Improved Technology Mean Progress ?
Max, Leo (1993), in *Albert H. Teich [éd.]*, *op. Cit.*, pp. 3-14.
- Harnessing Information for Development : A Proposal for
World Bank Group Vision and Strategy
Talero, Edward et Philip Gaudette (1995), *Information
Technology for Development, No. 6 pp. 145-188.*
- Can Technology Replace Social Engineering ?
Weinberg, Alvin M. (1993), in *Albert H. Teich [éd.] op. Cit.*,
pp. 30-39.
- Attacking Poverty
World Bank (2001), World Development Report 2000/2001.

I

Cursus Post-secondaire



I



Objectif

Le programme d'études modèle présenté ci-dessous vise les institutions ou les organismes de formation qui proposent des programmes de formation postsecondaire en journalisme et en communication. Les organismes de formation en communication situés en Afrique pourront adapter ou modifier le programme afin de l'intégrer à l'histoire, à la culture, à l'environnement et aux politiques nationales des différents pays. Le programme d'études est aussi conçu afin de permettre aux formateurs d'adapter et d'élaborer leurs propres programmes et les grandes lignes de leurs cours de manière à les mettre en conformité avec les différents niveaux d'études.

Durée de la formation et diplômes généraux exigés à l'entrée

Il est recommandé d'étaler un programme d'études visant à l'obtention d'un Certificat professionnel sur un ou deux ans, en fonction du diplôme exigé à l'entrée, lors de la sélection des candidats. La préparation d'un diplôme ou d'un diplôme supérieur peut s'étaler sur deux ou trois années d'études à temps complet. Le titre exigé à l'entrée du programme pour l'obtention du certificat est un diplôme de fin d'études secondaires tel que le Junior Certificate (JC), le Junior Secondary School Certificate (JSS), le GCE Ordinary Certificate ou leurs équivalents et un minimum de cinq années d'ex-

périence dans le métier de la communication. Les candidats à la préparation d'un diplôme ou d'un diplôme supérieur devront être titulaires d'un des diplômes suivants: le School Certificate, le Senior Secondary School Certificate (SSS), le General Certificate of Education Advanced Level ou d'autres titres semblables.

Dans le système francophone, il est recommandé de recruter des candidats titulaires d'un diplôme de l'enseignement secondaire inférieur au baccalauréat et ayant au moins cinq ans d'expérience professionnelle. A l'issue d'une formation de deux ans, il leur sera délivré un Certificat Professionnel. Les candidats titulaires d'un baccalauréat, suivront une formation de deux ans sanctionnée par un Brevet de Technicien Supérieur (BTS).

Conditions requises pour l'obtention du diplôme

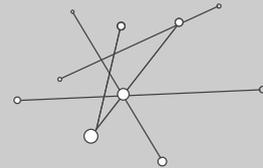
Les étudiants devront suivre un minimum de 12 à 14 cours ou de 35 à 40 unités de valeur. De plus, chaque étudiant devra effectuer un travail pratique. Les travaux pratiques fourniront aux étudiants l'occasion de travailler au minimum une à deux heures par semaine pour un studio de radio ou de télévision (une station) ou une publication ou encore pour une agence de relations publiques ou de publicité. Les étudiants peuvent effectuer les travaux pratiques au sein d'un organisme de communication privé, public ou communautaire.

I

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Les étudiants devront choisir leurs cours dans la liste proposée ci-dessous, ce indépendamment de leur domaine de spécialisation:



1. Ecrire pour les mass media
2. Administration des médias
3. Nouvelles technologies d'information et de communication
4. Initiation à l'informatique
5. Les médias et Internet
6. Introduction aux méthodes de recherche en communication
7. Introduction à la communication de masse
8. Etude des fondements de la communication
9. La communication et la société africaine
10. La communication au service du développement
11. Droit de la communication et droits de l'homme
12. Histoire des médias
13. Médias et inégalité des sexes
14. L'éthique et la déontologie dans le domaine de la communication
15. Projet
16. Langues
17. Etude des fondements de la sociologie

Un certain nombre d'autres cours obligatoires seront choisis dans la liste suivante, en fonction du domaine de spécialisation :

18. Rédaction d'articles
19. Edition, conception et publication assistées par ordinateur
20. Rédaction de scénarios
21. Ecrire pour la diffusion radio et télévisuelle
22. Ecriture et reportage pour la presse écrite
23. Production radiophonique.
24. Production télévisée et vidéo
25. Relations publiques et publicité
26. Journalisme d'investigation
27. Journalisme de proximité/rural
28. Introduction au marketing
29. Le reportage pour agence de presse

B. Cours optionnels

Les cours optionnels des programmes pour l'obtention du Certificat, du Diplôme ou du Diplôme supérieur peuvent être choisis dans la liste suivante :

1. Photo-journalisme et traitement numérique de l'image
2. Reportage spécialisé
3. Administration d'une radio communautaire
4. Administration d'un journal communautaire
5. Psychologie sociale
6. Communication et politique
7. Médias et paix
8. La création d'entreprise dans le domaine des médias
9. Langage et linguistique
10. L'économie dans le domaine des médias

Description des Cours

A. Cours obligatoires

1

Ecrire pour les mass media

Les cours traiteront des mécanismes fondamentaux de la rédaction des nouvelles et de la couverture de l'information. La rédaction de différents types d'articles de tête et les notions de base relatives à l'écriture et au style des titres feront partie des sujets abordés. Le cours dispensera aussi un enseignement pratique dans les domaines du recueil de l'information, de son organisation et de la rédaction spécifique à la presse écrite et aux médias électroniques. D'autres sujets seront aussi traités, en rapport avec les médias électroniques et la presse écrite tels que: les sources d'information, l'interview, la couverture des scoops, les conférences, les réunions, les événements nationaux et locaux, les panels de discussion et les débats. Les étudiants devront s'investir dans la rédaction d'articles d'investigation.

2

Administration des médias

Le cours traite des principes fondamentaux de la gestion appliquée aux médias. Le cours abordera les différentes théories de gestion et leur incidence sur l'état d'esprit des employés et sur la production. Des études

de cas seront proposées afin d'aider les étudiants à faire face aux problèmes éthiques auxquels ils pourraient être confrontés dans l'exercice de leur travail. Les thèmes de discussion seront les suivants : histoire, théorie et pratique de la gestion, régimes de propriété des médias, caractéristiques des entreprises, organisation des salles et des studios de rédaction, structures de communication dans les entreprises médiatiques, styles de direction, propriété publique et privée des médias, gestion du personnel, gestion financière, publicité et distribution.

3

Nouvelles technologies de l'information et de la communication

Ce cours a pour but de fournir aux étudiants un savoir relatif aux nouvelles technologies d'information et de communication. Il les initiera aux technologies et aux applications des systèmes multimédias tels que la production, la présentation et la transmission vidéo, la dissémination des données et de la parole au sein des organisations, ce à l'échelle des transmissions nationales ou transnationales. Les implications et/ou les impacts politiques, sociaux et économiques de ces nouvelles technologies sur le développement humain et le travail des professionnels de la communication seront étudiés

4

Initiation à l'informatique

Le cours formera les étudiants aux techniques de base d'utilisation d'un ordinateur et des logiciels de traitement de texte couramment employés dans la pratique de la communication et du journalisme.

5

Les médias et Internet

Le cours initiera les étudiants au réseau Internet et aux compétences techniques nécessaires pour accéder aux ressources Internet et les utiliser. Le cours présentera aux étudiants les différents moteurs de recherche et annuaires de la Toile Mondiale et la démarche que doivent adopter les particuliers et les entreprises souhaitant créer leur propre site Internet. Le cours sera consacré à l'étude de sujets tels que la recherche libre, le courrier électronique, les fichiers d'adresses, les forums de discussion, le dialogue en ligne et la publication sur Internet.

6

Introduction aux méthodes de recherche en communication

Le cours familiarisera les étudiants aux concepts et procédés de base de la recherche dans le domaine de la communication. Il présentera aux étudiants les techniques d'utilisation des interviews, l'analyse de contenu, les questionnaires et les panels de discussion pour le recueil des données, les méthodes d'analyse des données et la préparation d'un rapport de recherche, ainsi que l'utilisation des méthodes de recherche dans la rédaction d'un rapport d'enquête.

7

Introduction à la communication de masse

Le cours présentera aux étudiants la structure et les fonctions des moyens de communication de masse; la création, la distribution et l'exposition des contenus, les considérations juridiques et éthiques. Le cours s'intéressera à tous les moyens de communication de masse: les journaux, les magazines, la radio, la télévision, l'édition, les relations publiques, la publicité, le photo-journalisme et la communication assistés par ordinateur. Le cours exposera les forces, les faiblesses, les droits et les responsabilités de chaque support

de communication ainsi que les possibilités de carrière dans les médias.

8

Etude des fondements de la communication

L'objectif de ce cours est de former les étudiants aux domaines généraux de la communication humaine et aux thématiques telles que le sens, le but, les types et les processus régissant la communication en général et la communication de masse en particulier. Les étudiants se pencheront sur les différents modes de communication, sur la nature de la circulation de l'information dans la société et sur les exigences générales que requière la rédaction d'articles destinés à la presse et aux médias électroniques.

9

La communication et la société africaine

Le cours s'intéressera à l'histoire du développement des moyens de communication (tant traditionnels que modernes) en Afrique, ainsi qu'aux rôles et aux activités des professionnels de la communication. Il analysera aussi les rapports entre gouvernement et médias, la liberté de la presse et ses contrôles, l'éthique des médias, et l'impact de la communication globale. Il abordera aussi les débats relatifs aux fonctions sociales remplies par les formes culturelles populaires africaines dans la société contemporaine.

10

La communication au service du développement

L'objectif du cours est de permettre aux étudiants d'avoir une vision d'ensemble des fonctions de la communication dans le développement. Il traitera des aspects historiques, sociaux, économiques, psychologiques, politiques et éducatifs des médias. Le cours étudiera aussi l'impact et l'influence de la communication de masse en tant qu'institution sociale et en tant qu'instrument facteur de changement dans des domaines tels que la démocratie, la bonne gouvernance, le développement économique et social (l'alphabétisation, l'éducation, le planning familial, la santé, le HIV/ SIDA, et la productivité agricole...).

11

Droit de la communication et droits de l'homme

Le cours informera les étudiants sur les lois, l'éthique et les codes déontologiques applicables au domaine de la communication de masse. Il s'agira notamment du droit de l'être humain à l'expression, à la liberté de la presse, droits régis en particulier par des instruments internationaux, des lois et des constitutions nationales, des lois relatives au respect des droits d'autrui, et en particulier de sa réputation (diffamation) et de sa vie privée, et aussi des lois relatives à la publicité et aux droits d'auteur. Le cours soulignera aussi l'importance du rôle joué par les médias dans la défense des droits de l'homme. Les étudiants seront exposés aux textes fondamentaux des droits de l'homme en vue de la couverture médiatique des questions des droits de l'homme et de l'utilisation de ses droits.

12

Histoire des médias

Le cours retracera les étapes principales du développement historique des mass media, de l'invention du papier aux tous derniers développements dans le domaine de la communication. Il donnera une vision d'ensemble de l'histoire des mass media dans le pays concerné.

13

Médias et inégalité des sexes

Le cours sensibilisera les étudiants à la construction des genres et aux privilèges, stéréotypes et préjugés correspondants. Certains des sujets traités seront : l'attribution des rôles en fonction de critères sexuels ; la communication entre les hommes et les femmes ; le rôle des médias dans la construction, la perpétuation et la reconstruction des rôles des sexes ; les stéréotypes dont sont l'objet les femmes et les hommes africains dans les médias nationaux et internationaux ; et la couverture favorable des relations hommes/femmes positives.

14

L'éthique et la déontologie

dans le domaine de la communication

Les étudiants seront familiarisés aux valeurs éthiques et morales applicables aux médias de masse. Le cours portera sur les responsabilités éthiques des individus, des groupes et des organisations acteurs de la collecte, de la production, de la transmission ou de la consommation de messages, en particulier dans le domaine de l'information et des affaires publiques.

15

Projet

Chaque étudiant devra utiliser les compétences et les connaissances acquises dans le programme de formation pour couvrir n'importe quel sujet social, politique, économique ou éducatif d'intérêt local ou national et rédiger un article sur un sujet dans n'importe quel domaine d'étude. Son travail devra être accepté dans l'optique d'une publication dans la presse écrite ou audiovisuelle. Le champ et la nature du projet seront choisis par l'étudiant en concertation avec les formateurs.

16

Langues

Le cours propose un enseignement des compétences linguistiques de base. L'accent est mis sur la maîtrise de la grammaire, l'importance de la clarté, de la simplicité et de la concision du langage.

17

Etude des fondements de la sociologie

Ce cours présentera aux étudiants l'organisation et la structure des sociétés africaines. Les sujets abordés seront, entre autres : les fondements de la pensée sociologique ; l'organisation sociale ; la structure et la différenciation ; la dynamique des statistiques sociales et du changement ; les organisations informelles et formelles ; la sociologie des médias de masse ; l'industrie des médias en tant qu'institution sociale ; et les professionnels de la communication en tant que corps de métier.

18

Rédaction d'articles

Ce cours vise à préparer les étudiants à rédiger des articles basés sur des faits réels pour des journaux, des magazines et des publications spécialisées. Les étudiants apprendront les différents éléments de style, en particulier en mettant l'accent sur l'organisation et la présentation d'informations journalistiques fondées sur des faits. Les techniques acquises dans ce cadre seront utiles pour la rédaction de reportages et d'articles consacrés à des sujets d'actualité locaux et nationaux et pour la rédaction de chroniques sur les informations internationales.

19

Edition, conception et publication assistées par ordinateur

Le cours initie les étudiants à l'édition de presse, soit au design et à la mise en page. La mise en espace des informations éditoriales: la maquette pour les quotidiens et les magazines, ainsi que la capacité de mettre en valeur esthétiquement ce « matériel éditorial ». Les sujets traitent des principes et de l'approche éditoriale, évaluer un article, mettre en forme un titre, un chapeau et des légendes. Il sera aussi question d'édition papier et on-line.

20

Rédaction de scénarios

On enseignera aux étudiants l'art d'écrire des scénarios pour la radio et la télévision. Le cours vise à offrir les aptitudes nécessaires à la conception, l'écriture et la fourniture des documents pour les médias électroniques.

21

Écrire pour la diffusion radio et télévisuelle

Les étudiants se formeront aux styles rédactionnels spécifiques à la radio et à la télévision, ainsi qu'à la sous-traitance des bulletins d'information. Les étudiants apprendront à écrire, à mettre en forme et à présenter, sur les ondes ou à l'écran, des journaux et des programmes consacrés aux affaires publiques. De plus, les étudiants seront initiés à l'histoire, à la technologie et à la réglementation de la diffusion radiophonique et télévisuelle en Afrique, et une attention spéciale sera accordée aux progrès réalisés dans leur différents pays.

22

Écriture et reportage pour la presse écrite

Le cours enseignera aux étudiants les principes du reportage et de la rédaction pour les journaux et les magazines. Les étudiants apprendront aussi comment écrire et préparer un article pour une publication imminente. Le cours analysera au travers de définitions, l'information, la structure des reportages et d'autres formes journalistiques (documentaires).

23

Production radiophonique

Le cours inculquera aux étudiants les notions de base de la production et de la diffusion de programmes radiophoniques. Ils étudieront les différents formats radiophoniques: (Fictions/documentaires, magazines, dramatiques, comédies musicales et émissions de variété, publicités et spots publicitaires), émissions-débats, entretiens, et bulletins d'information. Les étudiants apprendront aussi à utiliser un magnétophone pour des reportages sur terrain, à monter les bandes et à mettre en forme les différents symboles utilisés dans l'écriture pour la radio. Pour valider ce cours, les étudiants devront mener à bien un projet radiophonique dans l'un des formats étudiés.

24

Production télévisée et vidéo

Ce cours est axé sur l'acquisition de connaissances de base dans le domaine de la production et de la diffusion de programmes pour la télévision ou la vidéo. Parmi les différents formats de programmes télévisés enseignés on retrouve: les fictions/documentaires, les magazines, les dramatiques, les comédies musicales, les émissions de variétés, les publicités, les émissions-débats télévisées et les entretiens. Les étudiants devront réaliser un programme audiovisuel de qualité dans le cadre d'un projet de classe.

25

Relations publiques et publicité

Ce cours enseignera aux étudiants les principes essentiels à l'œuvre dans les relations publiques et l'art de la rédaction de communiqués de presse et de bulletins d'actualité pour les médias. L'accent sera mis sur les principes fondamentaux nécessaires à l'établissement et au maintien de relations fructueuses avec les entreprises. Les étudiants acquerront également

les règles de base de l'écriture et de la conception des textes publicitaires et se familiariseront avec les diverses structures d'une entreprise publicitaire. De plus, le cours enseignera aux étudiants les principes de recherche, d'organisation, d'application et d'évaluation en termes de campagnes de publicité et de relations publiques. Les étudiants devront réaliser un travail dans le domaine de la publicité ou des relations publiques dans le cadre d'un projet de classe.

26

Journalisme d'investigation

Les étudiants seront formés à l'utilisation des techniques d'investigation pour les journaux et les fictions destinées aux médias. Les étudiants s'intéresseront aux techniques d'entretien, de recherche, de recoupement de l'information et apprendront à développer leur sens du jugement quant au choix des informations et des faits sur lesquels enquêter.

27

Journalisme de proximité/rural

Les étudiants se formeront aux techniques de rédaction et d'enquête sur des sujets tels que le développement dans des localités rurales et défavorisées tant pour des médias locaux que nationaux.

28

Introduction au marketing

Le cours analysera les concepts, les théories, l'évolution et les pratiques du marketing. Il enseignera aux étudiants les stratégies, les politiques et les programmes de gestion commerciale et les aspects internationaux du marketing.

29

Le reportage pour agence de presse

Le fonctionnement d'une agence de presse sera examiné et les principes de collecte d'informations et de rédaction seront adaptés au type de reportage spécifique aux agences de presse. Le cours enseignera également comment travailler avec un correspondant étranger

B. Cours optionnels

1

Photo-journalisme et traitement numérique de l'image

Dans ce cours, les étudiants apprendront à manier les appareils photographiques, à effectuer des prises de vue, à développer, à imprimer et à faire du montage photographique pour utiliser les photographies dans la presse écrite et les médias électroniques. Le cours aura aussi pour thèmes la photographie numérique et le traitement numérique de l'image.

2

Reportage spécialisé

Ce cours permettra aux étudiants d'acquérir les compétences et les connaissances nécessaires pour écrire et faire des reportages de manière professionnelle sur des questions telles que les affaires publiques, l'environnement, l'agriculture, la finance, la population, la santé, le HIV/SIDA et le sport. Il formera aussi au reportage technique et scientifique.

3

Administration d'une radio communautaire

Le cours a pour finalité de stimuler l'intérêt des étudiants pour la création et la mise en service de radios communautaires. Les sujets traités seront les suivants: la mise en place d'une radio communautaire, la viabilité des radios communautaires, les principes de base de la gestion, les éléments essentiels à la diffusion par le biais d'un média communautaire (sans oublier les questions d'accès, de solvabilité, de responsabilité financière, de disponibilité), le degré de participation communautaire, l'organisation et la formation de volontaires pour la collecte et la diffusion d'informations pour et par la communauté.

4

Administration d'un journal communautaire

Le cours vise à stimuler l'intérêt des étudiants pour la création et la mise en service de journaux communautaires. Les thèmes abordés seront les suivants: la mise en place d'un journal communautaire, la viabilité des journaux communautaires, les principes de base de la gestion, les éléments essentiels à la publication de journaux communautaires (sans oublier les questions

d'accès, de solvabilité, de responsabilité financière, de disponibilité), la participation communautaire et son degré, l'organisation et la formation de volontaires pour la collecte et la diffusion d'informations pour et par la communauté.

5

Psychologie sociale

Ce cours permettra aux étudiants de se familiariser avec des thèmes tels que la persuasion, la propagande, l'influence sociale, et le comportement pro-social. Il traitera du rôle et de l'influence des chefs africains, des aînés et des leaders communautaires et mettra en évidence les principes qui déterminent les croyances africaines, créent les attitudes et motivent les comportements.

6

Communication et politique

Le cours aura pour objet l'étude de la relation entre la communication et la démocratie et du rôle des professionnels de la communication dans la promotion de la démocratie en Afrique. Ce cours examinera les concepts de démocratie; de propriété et de contrôle des médias; il permettra aux étudiants d'avoir une vision critique du traitement de l'information politique à l'échelle locale, nationale et internationale par les médias africains. Il présentera les différentes strates qui composent un gouvernement et les lieux où rechercher l'information relative à des thèmes spécifiques. Les différentes branches du gouvernement, y compris les pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire seront étudiées ainsi que les interactions entre eux.

7

Médias et paix

Ce cours mettra l'accent sur le rôle des médias dans la construction de la paix, la prévention des conflits, la résolution des conflits et la consolidation de la paix, en particulier en Afrique. Le cours étudiera les moyens permettant de prendre des décisions éthiques sur la couverture des situations de conflits internes ou externes. Les étudiants seront aussi initiés aux techniques de base de résolution des conflits et de négociation, ainsi qu'aux problèmes principaux auxquels sont confrontées les sociétés africaines, notamment les con-

flits ethniques, les risques d'interventions militaires en politique et la marginalisation des femmes.

8

La création d'entreprise dans le domaine des médias

Le cours dotera les étudiants des connaissances nécessaires à la compréhension de ce qu'il faut faire pour créer sa propre entreprise de médias. Il abordera la conception de l'entreprise; la réalisation d'études de faisabilité; les évaluations des besoins et/ou les études de marché; le développement du projet d'entreprise; la recherche de fonds pour créer son entreprise; la gestion financière et administrative.

9

Langage et linguistique

(langue officielle et autochtone)

C'est un cours de mise à niveau qui doit doter les étudiants de connaissances et d'éclaircissements sur le rôle du langage dans la communication orale et écrite et sur les contextes psychologiques et culturels dans lesquels la communication orale prend place. Le cours portera, entre autres, sur les thèmes suivants: la manière dont la communication verbale prend place, le langage et le contrôle du pouvoir, le langage et la construction de l'identité individuelle et sociale, le langage et l'idéologie, le langage et la résolution des conflits, le langage et l'intégration nationale et enfin, le langage et la créativité.

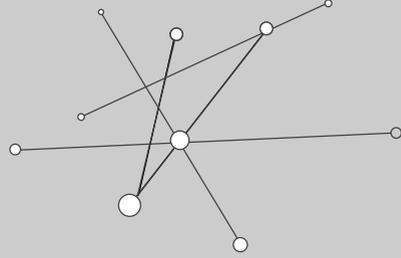
10

L'économie dans le domaine des médias

Ce cours examinera le processus de communication et d'information considéré comme un facteur économique et ses rapports avec les processus économiques nationaux et internationaux. Il traitera des effets de la globalisation sur les médias locaux et des problèmes/opportunités pour l'initiative locale, et évaluera l'impact économique des médias à l'échelle locale et nationale.

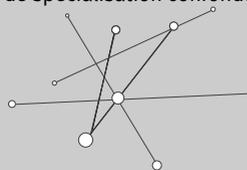
II

Cursus Universitaire



1 année

Tous domaines
de spécialisation confondus



Structure du Programme

A. Cours obligatoires

En première année de préparation à la licence les étudiants devront choisir leurs cours obligatoires dans la liste proposée ci-dessous* :

1. Introduction à la communication de masse
2. Histoire des mass media
3. Système de communication africain
4. Utilisation du langage
5. Techniques rédactionnelles pour les médias
6. Introduction à l'informatique
7. Mass media/ communication et société
8. Systèmes de communication nationaux
9. Communication au service du développement
10. Notes de Lecture et Carrefour d'actualité.

B. Cours optionnels

Les cours optionnels des programmes pour l'obtention du Certificat, du Diplôme ou du Diplôme supérieur peuvent être choisis dans la liste suivante:

1. Principes de l'économie
2. Histoire de l'Afrique
3. Philosophie des sciences
4. Introduction à la science politique
5. Introduction à la psychologie
6. Introduction à la philosophie
7. Introduction à la sociologie
8. Théories littéraires
9. Histoire de l'art
10. Histoire des religions

L'organisme de formation à la communication devra assurer la liaison avec divers départements/unité dans l'université dispensant les différents enseignements optionnels afin de déterminer les cours appropriés. Les cours de première année mentionnés plus haut sont tous des cours d'introduction visant à préparer les étudiants aux cours approfondis de l'étape ultérieure du programme d'études. Plus fondamentalement, ces cours doteront les étudiants des compétences et des connaissances nécessaires à l'exercice de leur profession.

*Les institutions pourront déterminer les conditions d'accès aux cours principaux et la répartition des cours.

Cours de Langue Moderne

Les étudiants sont amenés à suivre un cours de seconde langue qui peut être officielle, nationale ou locale en fonction des pays concernés. Ci dessous les intitulés de cours à suivre :

Cours/Intitulés de Cours

Français élémentaire/Anglais I

Français élémentaire/Anglais II

Description des Cours

A. Cours obligatoires

1

Introduction à la communication de masse

Le cours a pour finalité d'initier les étudiants à la structure et aux fonctions des médias de communication de masse: la création, la distribution et l'exposition d'informations par les médias de masse; les considérations légales et éthiques. Toutes les formes de communication de masse seront étudiées: les journaux, les magazines, la radio, la télévision, l'édition, les relations publiques, la publicité, le photo-journalisme et la communication par le biais d'un ordinateur. Le cours analysera d'abord le processus de communication puis traitera des possibilités de carrière dans le domaine des médias. Les forces, les faiblesses, les droits et les responsabilités de chaque moyen de communication seront abordés.

2

Histoire des mass media

Le cours retracera les étapes principales du développement des moyens de communication de masse, de l'invention du papier aux toutes dernières évolutions de la communication.

3

Système de communication africain

Ce cours passera en revue les systèmes de communication passés et actuels, sur fond de contexte politique et culturel africain. Le cours aura pour objet les formes et les structures de la communication dans divers pays africains, notamment les médias traditionnels/autochtones et établira des comparaisons avec d'autres systèmes de communications autochtones.

4

Utilisation du langage

(langue officielle et autochtone)

Le cours permet d'accéder aux compétences linguistiques de base. L'accent sera mis sur la maîtrise de la grammaire, l'importance de la clarté, la simplicité et la concision du langage.

5

Techniques rédactionnelles pour les médias

Le cours traitera des techniques de rédaction des nouvelles et de couverture de l'information. Les sujets traités seront notamment la rédaction de différents types d'articles de tête et les notions de base relatives à la rédaction et au style des titres. Le cours fournira également un enseignement sur le tas sur la collecte de l'information, son organisation et les styles rédactionnels spécifiques à la presse écrite et aux médias élec-

troniques. Les autres sujets traités seront: les sources d'information, l'interview, la couverture des scoops, les urgences, les événements locaux ou nationaux, les panels de discussion et les débats pour la presse écrite et les médias électroniques.

6

Introduction à l'informatique

Le cours initiera les étudiants à l'utilisation de l'outil informatique. L'accent sera mis sur la maîtrise du clavier, l'aptitude à manier le traitement de texte, les applications multimédia et les logiciels de traitement de texte couramment utilisés dans la pratique de la communication et du journalisme.

7

Mass media/communication et société

Le cours examinera les médias de communication de masse en tant qu'institutions sociales en s'intéressant tout particulièrement aux concepts sociologiques, aux thèmes et problèmes pertinents, au rôle des mass media et à leurs rapports avec des institutions sociales importantes. L'objectif principal est d'attirer l'attention des étudiants sur la sociologie et le professionnalisme des médias de masse et de leur montrer comment la communication peut jouer un rôle critique dans le développement.

8

Systèmes de communication nationaux

Le cours sera le cadre d'une étude des événements et des personnages importants de l'histoire des mass media (du pays où se trouve l'institution) des points de vue politique, social et économique. Il examinera la dynamique des moyens de communication de masse (dans le pays qui est l'objet d'étude), leurs infrastructures et leur organisation ainsi que leurs rôles institutionnels.

9

La communication au service du développement

L'objectif du cours est de permettre aux étudiants d'avoir une vision d'ensemble des fonctions de la communication dans le développement. Il traitera des aspects historiques, sociaux, économiques, psycholo-

giques, politiques et éducatifs des médias. Le cours étudiera aussi l'impact et l'influence de la communication de masse en tant qu'institution sociale et en tant qu'instrument facteur de changement dans des domaines tels que la démocratie, la bonne gouvernance, le développement économique et social (l'alphabétisation, l'éducation, le planning familial, la santé, le HIV/SIDA, et la productivité agricole...).

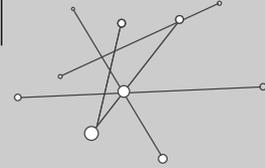
10

Notes de lecture et carrefour d'actualité

Développer chez l'étudiant les habitudes de lecture, de suivi et d'analyse de l'actualité. Méthodes d'apprentissage moderne de lecture rapide, cahier d'actualité, travail en équipe, dossier d'actualité.

2^e année

Tous domaines
de spécialisation confondus



Structure du Programme

A. Cours obligatoires

En deuxième année, tous les étudiants, indépendamment de leurs domaines de spécialisation, devront suivre un certain nombre de cours parmi ceux mentionnés ci-dessous :

1. Introduction au journalisme de presse écrite
2. Introduction à la diffusion radio et télévisuelle
3. Introduction aux relations publiques
4. Introduction à la publicité
5. Introduction à l'édition
6. Introduction au photo-journalisme
7. Introduction à l'administration et à la gestion des médias
8. Reportage d'actualités
9. Théories de la communication
10. Introduction à la recherche en communication
11. Les nouvelles technologies d'information et de communication
12. Introduction au film, au cinéma et à la littérature
13. Médias et égalité des sexes
14. Initiation à la documentation
15. Utilisation du langage

Cours de langue obligatoire

Les étudiants devront suivre un cours supplémentaire dans une langue officielle et/ou nationale.

Intitulé du cours

Pratique approfondie d'une langue (anglais, français, etc.)

B. Cours optionnels

Afin de se spécialiser, les étudiants devront choisir des cours optionnels dans la liste mentionnée ci-dessous :

1. Introduction aux statistiques
2. Mise en page et conception (journaux, magazines, lettres d'information et brochures)
3. Présentation d'informations radiophonique et télévisuelle
4. Reportage d'actualités et production radiophonique
5. Fonctionnement des studios de radio et de télévision

6. Introduction au marketing
7. Rédiger pour les relations publiques
8. Plan média des relations publiques
9. Histoire de la photographie
10. Les principes fondamentaux de la photographie
11. Le reportage photographique
12. Introduction à la bibliothéconomie
13. Communication et bonne gouvernance
14. Histoire du cinéma
15. Les principes fondamentaux de la rédaction de scénarios
16. Eléments de production cinématographique
17. Production de films pour la télévision
18. La réalisation cinématographique
19. Histoire et développement de l'édition
20. Mise en page et conception (édition)
21. La recherche dans le domaine de la publicité
22. La rédaction publicitaire
23. La conception et la production de publicités
24. La rédaction d'articles
25. Les principes fondamentaux de la communication orale et de la rhétorique
26. Le reportage spécialisé
27. Animation radiophonique et télévisuelle

Description des Cours

A. Cours obligatoires

1

Introduction au journalisme de presse écrite

Le cours familiarisera les étudiants aux concepts, aux théories et aux pratiques en vigueur dans le journalisme de presse écrite, et mettra l'accent sur les compétences de rédaction, de révision et de mise en forme des journaux, des magazines, des bulletins de nouvelles et des brochures

2

Introduction à la diffusion radio et télévisuelle

Le but du cours est de fournir aux étudiants une vision d'ensemble de l'environnement matériel et technique, ainsi que des bases sociales de la radio et télédiffusion. Il examinera également les conditions et les personnes qui rendent la diffusion possible, et passera en revue les divers environnements des stations et des réseaux de diffusion.

3

Introduction aux relations publiques

Le cours présentera aux étudiants les concepts, les théories et les pratiques des relations publiques et mettra en évidence l'importance des relations publiques dans les organisations à but lucratif comme dans les organisations à but non lucratif.

4

Introduction à la publicité

Examen général des concepts, des théories et des pratiques à l'œuvre dans la publicité.

5

Introduction à l'édition

Ce cours examinera l'édition en tant qu'activité culturelle et commerciale. Il étudiera le milieu de l'édition, l'édition en tant qu'industrie de masse, les divisions de l'industrie, les processus de publication, et les activités des associations.

6

Introduction au photo-journalisme

C'est un cours d'introduction pratique à la photographie de reportage qui consistera à acquérir de solides connaissances sur les techniques de base de l'utilisation de l'appareil photographique et de la chambre noire. Une attention toute particulière sera portée aux principes de base de la photographie, au maniement de différents appareils photographiques, aux procédés photographiques, et à l'utilisation des équipements photographiques standards et du matériel employé dans les laboratoires photographiques.

7

Introduction à l'administration et à la gestion des médias

Le cours examinera les principes économiques à l'œuvre dans les entreprises de médias de masse, notamment les coûts de production, la promotion de l'audience et les revenus publicitaires. Le cours abordera aussi le thème de l'application de la théorie économique et des principes de gestion à l'industrie des médias. Des études de cas seront utilisées pour aider les étudiants à traiter les dilemmes éthiques rencontrés dans l'exercice de leur profession. Quelques-uns des sujets traités seront : l'histoire, la théorie et la pratique de l'administration des médias, les régimes de propriété des médias, les caractéristiques des organisations, l'organisation des salles de rédaction des médias et les structures de communication dans les entreprises de médias, les styles de direction, la propriété publique et privée des entreprises de médias, la gestion du personnel, la gestion financière, la publicité et la distribution.

8

Reportage d'actualités

Ce cours pratique permettra aux étudiants de savoir préparer un article pour une publication de dernière minute. Il examinera les définitions des actualités et les diverses structures de l'article d'actualité ainsi que d'autres formes journalistiques.

9

Théories de la communication

Ce cours examinera et analysera les principales théories qui traitent de la nature, des utilisations, et des effets de la communication de masse. On y étudiera la relation entre la théorie et la recherche, et la pertinence de celle-ci dans le succès de celle-là.

10

Introduction à la recherche en communication

Ce cours est une introduction aux méthodes de recherche en sciences sociales quantitatives et qualitatives. L'accent sera mis sur le processus de communication et ses effets. L'étudiant s'intéressera aux enquêtes, aux analyses de contenus, aux sondages d'opinion publique et aux méthodes de recherches en vue d'études prospectives et descriptives ou expérimentales. L'objectif de ce cours sera d'enseigner aux étudiants l'analyse des données de recherche, l'évaluation, de manière critique, des recherches en sciences sociales, et l'application des méthodes apprises lors de la réalisation de projets de recherche.

11

Les nouvelles technologies d'information et de communication

Ce cours dotera les étudiants de connaissances sur les nouvelles technologies d'information et de communication. Il examinera les technologies et les applications des systèmes multimédias, notamment la production, la présentation et la transmission de données audiovisuelles à l'intérieur des organisations, à l'échelle nationale ou à l'échelle des transmissions trans-frontières. Les implications politiques, sociales et économiques et/ou l'impact de ces nouvelles technologies sur les professionnels de la communication seront abordés.

12

Introduction au film, au cinéma et à la littérature

L'objet du cours sera d'examiner le film en tant que moyen de communication et le cinéma en tant que cadre de communication et de s'intéresser tout particulièrement à la littérature et à ses diverses formes: la nouvelle, le roman, le poème et la dramaturgie. Le cours donnera également une vision d'ensemble de différents types de films: les documentaires (basés sur des faits réels), la fiction, le cinéma d'avant-garde, ainsi que du rôle du cinéma auprès des communautés urbaines et rurales.

13

Médias et égalité des sexes

La finalité du cours est de sensibiliser les étudiants à la construction sociale des genres et aux privilèges, aux stéréotypes et aux préjugés qui y correspondent. Les thèmes abordés seront entre autres: l'attribution des rôles en fonction de critères sexuels, la communication entre les hommes et les femmes, la communication au sujet des hommes et des femmes, le rôle des médias dans la construction, la perpétuation et la restructuration des rôles des sexes, les stéréotypes dont sont l'objet les femmes et les hommes africains dans les médias nationaux et internationaux et la couverture favorable des relations positives entre les hommes et les femmes.

14

Initiation à la documentation

Le cours étudiera la typologie des documents, les modes d'accès, la maîtrise de la collecte et du traitement de l'information scientifique et technique.

15

Utilisation du langage

Le cours permet d'accéder aux compétences linguistiques de base. L'accent sera mis sur la maîtrise de la grammaire, l'importance de la clarté, la simplicité et la concision du langage.

B. Cours optionnels

1

Introduction aux statistiques

L'organisme de formation à la communication devra se concerter avec le département des statistiques de l'université afin de définir un contenu de cours approprié.

2

Mise en page et conception

(Journaux—magazines—lettres d'information—brochures)

C'est un cours pratique sur la conception et la production de journaux, magazines, lettres d'information et brochures. Conçu pour développer les capacités créatives des étudiants, ce cours abordera les sujets de la mise en page et de la conception de la forme et de la taille de chaque page.

3

Présentation d'informations

radiophoniques et télévisuelles

Les principes fondamentaux de l'expression orale et la nature du discours seront abordés dans ce cours. Le cours examinera également les techniques de présentation en prenant en considération le micro et la caméra, ainsi que les rôles de l'acteur, du présentateur, du disc jockey, du reporter, de l'interviewer, du maître de cérémonie et de l'énonciateur.

4

Reportage d'actualités et production radiophonique

Le cours traitera du processus de diffusion, des sources et des éléments de l'information. L'accent sera mis sur la collecte et la rédaction d'informations pour la radio, sur les bulletins d'information destinés à radio et à la télédiffusion et sur les règles de leur préparation, ainsi que sur la production d'informations, de résumés et de bulletins de divers formats et sur leur intégration à des magazines d'information radiophoniques.

5

Fonctionnement des studios de radio et de télévision

L'analyse systématique de la technologie du studio/salle de contrôle de la radio et de la télévision ainsi que la nature du son seront les centres d'intérêt de ce cours. Des exercices pratiques sur l'organisation du studio, les procédures de fonctionnement du standard et sur l'utilisation des équipements seront effectués.

6

Introduction au marketing

Le cours examinera les concepts, les théories, l'évolution et les pratiques du marketing. Il enseignera aux étudiants les stratégies, les politiques, la planification et les aspects internationaux du marketing.

7

Rédiger pour les relations publiques

Le cours sera une étude des principes d'une rédaction spécifique aux relations publiques efficace. Des exercices y seront réalisés et consacrés aux styles rédactionnels, à la diffusion de nouvelles, aux brochures, aux éditoriaux, aux discours, etc...

8

Plan média des relations publiques

Le cours sera consacré à la préparation du plan média pour les relations publiques et à l'analyse de différents médias en termes de facteurs tels que l'audience ciblée, la fréquence de la diffusion du message et la concordance des médias et de l'audience ciblée.

9

Histoire de la photographie

Le cours permettra d'avoir une vision d'ensemble de l'évolution technologique et environnementale de la photographie en tant que forme d'art et en tant que moyen de communication.

10

Principes fondamentaux de la photographie

Le cours sera une introduction pratique aux différents types d'appareils photographiques, aux procédés photographiques et au maniement d'équipements et de matériels photographiques de base dans le laboratoire de photographie.

11

Reportage photographique

Ce cours formera aux techniques d'utilisation de l'appareil photographique et de la chambre noire et mettra tout particulièrement l'accent sur l'image d'information. Les considérations éthiques des circonstances et des événements qui mènent à de tels clichés seront également abordées.

12

Introduction à la bibliothéconomie

L'organisme de formation à la communication devra se concerter avec le département de bibliothéconomie de l'université pour déterminer un contenu de cours approprié.

13

Communication et bonne gouvernance

C'est un cours spécialisé sur le rôle des médias de communication dans la bonne gouvernance. Il traitera de la contribution des médias de communication à la sauvegarde et à la promotion des libertés individuelles et collectives, aux droits de l'homme, à des élections libres et équitables, à la transparence, à la responsabilité, à la paix et à la tolérance dans les pays africains.

14

Histoire du cinéma

Le cours proposera un tour d'horizon du cinéma en tant que moyen de communication distinct et en tant que forme d'art. Il étudiera les pionniers remarquables de cette forme d'art et leurs contributions ainsi que les rapports du cinéma avec d'autres médias.

15

Les principes fondamentaux de la rédaction de scénarios

Le cours permettra aux étudiants de comprendre la nature du scénario d'un film. Dans cette optique, l'importance de la pré-visualisation sera soulignée, en particulier les éléments principaux du contenu et le traitement du scénario. Les cours seront complétés par des exercices pratiques d'écriture et d'évaluation de scénarios.

16

Éléments de la production cinématographique

Ce cours a pour but de familiariser les étudiants aux équipements techniques de la réalisation d'un film. Il analysera la caméra, les micros, les systèmes d'éclairage, les plateaux et les différents types de prises de vues. L'accent sera mis sur le scénarimage et la composition en considérant les types d'espace territorial, les formes ouvertes et fermées ainsi que la lumière, le son, la musique, les effets spéciaux et les compétences techniques et les qualités du producteur de films. Le cours

traitera aussi des techniques de cinématographie, et de la structuration des films ainsi que des phases et des activités de production. L'enseignement mettra l'accent sur la production de courts-métrages et de documentaires.

17

Production de films pour la télévision

Le cours offrira une vision d'ensemble de l'industrie télévisuelle et des rapports des films et de la télévision. Il examinera également l'établissement de contacts avec les stations et les réseaux de télévision, et l'organisation de co-productions. Les problèmes de respect des délais et de résolution des conflits artistiques seront aussi abordés.

18

La réalisation cinématographique

Ce cours initiera les étudiants aux théories de la réalisation, de la forme dramatique et du métier d'acteur. Ceci par le biais de lectures, de démonstrations et d'exercices d'application.

19

Histoire et développement de l'édition

Ce cours fournira une vue d'ensemble des origines de l'édition. Les centres d'intérêt du cours seront l'invention du papier, l'impression, les techniques d'impression et la publication assistée par ordinateur.

20

Mise en page et conception (édition)

Les étudiants apprendront le fonctionnement du département de la production et son rôle dans le processus de publication. Ils examineront la composition et les méthodes informatiques, l'organisation de la mise en page et la conception de la forme et de la taille d'un livre.

21

La recherche dans le domaine de la publicité

Les applications des méthodes de recherche en communication, notamment les méthodes qualitatives et quantitatives de la publicité seront étudiées. L'accent sera mis sur le budget, le message et la recherche dans le domaine des médias.

22

La rédaction publicitaire

L'objectif du cours est d'enseigner aux étudiants la théorie et la pratique de la rédaction de messages publicitaires efficaces pour la presse écrite et pour les médias de radio et de télédiffusion ainsi que les publicités d'extérieur. La pratique inclura le travail en laboratoire, l'emploi d'incitations positives et négatives, le mélange créatif, verbal et visuel.

23

La conception et la production de publicités

Le cours a pour finalité d'amener les étudiants à comprendre le fonctionnement du département de la production et son rôle dans l'organisation des messages publicitaires. Il abordera l'organisation de la mise en page et la production de messages, de slogans et d'une maquette.

24

La rédaction d'articles

Dans ce cours les étudiants apprendront à préparer et à rédiger des articles analytiques, descriptifs et factuels pour des journaux, des magazines généralistes ou spécialisés et d'autres publications. Le cours sera également axé sur la recherche de sujets, l'investigation et les exigences éditoriales, les problèmes éthiques et légaux et la préparation d'articles pour la publication.

25

Principes fondamentaux

de la communication orale et de la rhétorique

Le cours fournira une vue d'ensemble des qualités physiques et artistiques nécessaires à une expression orale efficace.

26

Le reportage spécialisé

Ce cours enseignera les techniques du reportage spécialisé relatif à des sujets tels que l'agriculture, la santé, le HIV/SIDA, la population, l'environnement et la finance. Il portera également sur le reportage technique et scientifique, initiera les étudiants à la littérature de base et examinera aussi des exemples de traitements de ces questions.

27

Animation radiophonique et télévisuelle

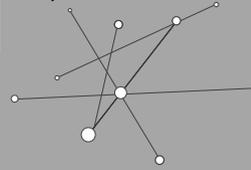
La présentation d'informations et d'animation radiophoniques et télévisuelles a été divisée en deux :

(a) Présentation d'informations radiophoniques et télévisuelles Le cours examinera les techniques de présentation et d'analyse d'informations à la radio et à la télévision, en prenant en considération le micro, la caméra ainsi que les rôles du présentateur, de l'interviewer et du reporter.

(b) Animation radiophonique et télévisuelle Le cours traitera des techniques de présentation en radio et en télévision ainsi que les principales attributions d'un animateur.

3 année

Tous domaines
de spécialisation confondus



Structure du Programme

A. Cours obligatoires

En troisième année, les institutions présenteront aux étudiants, indépendamment de leurs domaines :

1. La communication au service du développement
2. Méthodes de recherche en communication approfondies
3. Politiques et droit de la communication
4. Expertise dans le domaine des médias
5. Communication internationale
6. Ethique de la communication de masse
7. Techniques de reportage approfondies

B. Cours optionnels

Tous les étudiants de troisième année, indépendamment de leurs domaines de spécialisation pourront choisir deux cours dans la liste mentionnée ci-dessous :

1. Littérature de la communication de masse
2. Communication interculturelle/transculturelle
3. Communication organisationnelle
4. Marketing social
5. Reportage en agence de presse
6. Médias et droits de l'homme

Description des Cours

A. Cours obligatoires

1

La communication au service du développement

Le cours fournira aux étudiants une vue d'ensemble des fonctions de la communication dans le développement. Il traitera des aspects historiques, sociaux, économiques, psychologiques, politiques et éducatifs des médias. Il explorera également l'impact et l'influence de la communication de masse en tant qu'institution sociale et en tant qu'instrument produisant des changements dans des domaines tels que la démocratie, la bonne gouvernance, le développement économique et social (l'alphabétisation, le planning familial, l'éducation, la santé, le HIV/SIDA et la productivité agricole).

2

Méthodes de recherche en communication approfondies

Les étudiants développeront leurs capacités analytiques et critiques pour appliquer à la communication les principes et les méthodes de recherche en sciences sociales.

3

Politiques et droit de la communication

Ce cours est une vue d'ensemble des structures légales et des politiques qui affectent le fonctionnement des médias de masse. Le développement et la croissance constitutionnelle de la liberté d'expression et de la presse, les privilèges et les contraintes que subissent les médias de masse, la diffamation, la sédition, le respect de la vie privée, le mépris, l'obscénité et les régulations du gouvernement seront mis en évidence. Les conventions internationales s'appliquant aux médias et à la communication seront également abordées. Le cours soulignera aussi l'importance du rôle joué par les médias dans la défense des droits de l'homme. Les étudiants seront exposés aux textes fondamentaux des droits de l'homme en vue de la couverture médiatique des questions de droits de l'homme et de l'utilisation de ces droits.

4

Expertise dans le domaine des médias

Ce cours enseignera aux étudiants les stratégies et le fonctionnement d'une agence d'expertise dans le domaine des médias. Les exigences de ressources humaines, les structures organisationnelles, le contexte politique et social et les stratégies commerciales seront étudiés. Des projets de rédaction seront analysés.

5

Communication internationale

Le cours portera sur les systèmes d'information mondiaux et les types de circulation de l'information. Les agences de presse nationales et internationales, le rôle des correspondants étrangers et les conséquences culturelles, financières et économiques de la mondialisation seront étudiés.

6

Ethique de la communication de masse

Le cours consistera à examiner les valeurs éthiques et morales applicables aux médias de communication de masse: responsabilités éthiques des individus, des groupes et des organisations concernés par l'élaboration, la transmission ou la réception de messages, particulièrement dans le domaine de l'information et des affaires publiques.

7

Techniques de reportage approfondies

Le cours examinera des techniques approfondies de collecte de l'information et de rédaction des actualités. L'accent sera mis sur le reportage d'interprétation, d'investigation ainsi que sur d'autres compétences de reportage analytique approfondi de l'information. Le cours de deuxième année «reportage d'actualités» est exigé pour pouvoir s'inscrire à ce cours.

B. Cours optionnels

1

Littérature de la communication de masse

C'est un cours de travaux dirigés. Les étudiants doivent faire la revue critique de six livres ou plus traitant de thèmes en rapport avec la communication. Les ouvrages spécifiques seront déterminés par l'institution.

2

Communication interculturelle

Ce cours examinera la dynamique de la communication chez des peuples d'environnements culturels divers à l'intérieur des sociétés et d'une société à une autre.

3

La communication organisationnelle

Le cours étudiera les éléments et les structures de base de la communication au sein de différentes organisations. Il portera également sur la dynamique de la communication interpersonnelle à l'intérieur des organisations.

4

Marketing social

Le cours sera consacré à l'étude de l'utilisation de concepts et de principes pour promouvoir ou vendre des programmes de développement social, des idées ou des produits et traitera de la préparation des annonces du service public.

5

Reportage en agence de presse

Examen de la spécificité des agences de presse. Adaptation des principes de collecte de l'information et des principes de rédaction au type de reportage particulier demandé dans les agences de presse.

6

Médias et droits de l'homme

Le cours vise à former les étudiants aux droits de l'homme, à les sensibiliser aux outils juridiques nationaux et internationaux. Il s'agit donc de les familiariser aux actions de défense des droits de l'homme couverts par les médias.

3^{année}

Spécialisation en journalisme de presse

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Les étudiants en journalisme devront obligatoirement suivre les cours énumérés ci-dessous:

1. Collecte et traitement de l'information
2. Journalisme d'investigation
3. Publication assistée par ordinateur
4. Enquête et Dossier
5. Production et gestion d'un journal
6. Rédaction éditoriale
7. Rédaction de magazine, mise en forme et production
8. Projet de recherche en journalisme de presse écrite
9. Secrétariat de rédaction

Description des cours

1

Collecte et traitement de l'information

Le cours a pour objectif les techniques de collecte telles que la prise des notes, la vérification et le recoupement des informations, ainsi que les questions liées à la mise en forme des articles (grammaire, énonciation, ponctuations, etc...).

2

Journalisme d'investigation

Ce cours vise à enseigner aux étudiants l'utilisation des techniques d'investigation pour la collecte de l'information destinée aux actualités et les articles de fond destinés aux médias. Il traitera de sujets tels que les techniques d'interview, de recherche, de vérification et de recoupement des faits, et aidera les étudiants à développer un sens aigu du jugement pour choisir l'information et les faits à rapporter.

3

Publication assistée par ordinateur

Introduction à l'application des technologies de l'information à une gamme étendue de publications répondant aux standards professionnels. Etude de l'utilisation des infrastructures informatiques et d'impression, ainsi que d'autres systèmes typographiques et graphiques pour déterminer la taille des pages et des caractères, les styles, le nombre de lignes, l'emploi des encadrés et des ombres.

4

Enquête et Dossiers

Ce cours traitera de la rédaction d'articles approfondis sur des faits d'actualité fondés sur des perspectives informées, raisonnées et critiques. Il déterminera comment expliquer et situer dans leur contexte des événements d'actualité complexes.

5

Production et gestion d'un journal

Application des théories économiques et de gestion à l'administration d'un journal. Les étudiants s'intéresseront à l'administration, aux types et aux techniques de production d'un journal donné.

6

Rédaction éditoriale

Travail intensif et pratique sur la rédaction d'éditoriaux et de chroniques fondés sur l'opinion de leur auteur. Une attention particulière sera accordée à l'analyse et à l'interprétation des événements.

7

Rédaction de magazine, mise en forme et production

Etude du contenu et de la conception d'un magazine. Le cours examinera et analysera également le lectorat, la programmation des sujets, le choix du contenu, l'impression et la distribution. Les étudiants s'intéresseront également à la rédaction et à la mise en forme pour des magazines spécialisés et au travail de journaliste indépendant.

8

Projet de recherche en journalisme de presse écrite

Les étudiants spécialisés en journalisme devront entreprendre un projet de recherche dans leur domaine et soumettront un mémoire de recherche d'une soixantaine de pages environ.

9

Secrétariat de rédaction

Ce cours vise à former les étudiants à la réécriture des articles, à l'élaboration de la titraille et à la mise en page des articles en relation avec les logiciels appropriés.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en journalisme de radio de télédiffusion devront suivre des cours de la liste mentionnée ci-dessous :

1. Ecriture et production de programmes télévisés
2. Ecriture et production de programmes radiophoniques
3. Administration et fonctionnement d'une station
4. Production de fictions et de documentaires
5. Commentaires et critiques radiotélévisés
6. Programmes éducatifs radio et télévisés
7. Projet de recherche en radio et télévision
8. Sémiologie de l'image et de son

Description des cours

1

Ecriture et production de programmes télévisés

Analyse détaillée du processus d'écriture pour un support télévisuel. Préparation et évaluation de textes d'émissions pour la télévision et production de programmes de débats, d'entretiens, de discussions et de magazines.

2

Ecriture et production de programmes radiophoniques

Analyse des éléments et des processus de l'écriture pour la radio. Une attention toute particulière sera accordée à la nature de la radio et de son audience. L'accent sera mis sur l'écriture des programmes de débat, d'entretien, de discussion, le récit de témoins oculaires, les magazines, et l'annonce publicitaire. L'utilisation professionnelle des équipements de production de base sera également enseignée.

3

Administration et fonctionnement d'une station

Administration pratique et quotidienne d'une station de radio et d'une chaîne de télévision. Les thèmes suivants seront abordés : la planification, la programmation, le contrôle de l'écoute, la gestion du personnel, l'organisation, la réalisation de reportages spéciaux sur le terrain et la simulation de retransmission d'émissions en direct.

4

Production de fictions et de documentaires

Examen des problèmes posés par la production de dramatiques et de documentaires pour la télévision : programmation, distribution, budgétisation, et interprétation. L'accent sera mis sur l'étude de la dramatique ou du documentaire à la radio comme à la télévision.

5

Commentaires et critiques radiotélévisés

Examen de la fonction du journalisme et des programmes dits 'de commentaire'. Une attention toute particulière sera portée à l'analyse de la forme éditoriale et à l'application des principes dérivés de la recherche sur la communication à caractère persuasif et de la recherche sur les modifications du comportement. Une distinction sera faite entre le commentaire et la critique proprement dite, et entre les différents genres de critiques et de compte-rendus artistiques selon le type de support, radio ou télévision.

6

Programmes éducatifs radio et télévisés

Détermination du potentiel éducatif de la radio et de la télévision et des limites de ces deux supports. Evaluation des approches pédagogiques et des techniques de production (forums et clubs radiophoniques). Planification, réalisation de programmes éducatifs et production de matériels pédagogiques et d'outils d'aide à la formation complémentaire.

7

Projet de recherche en radio et télévision

Les étudiants ayant pour spécialisation la radio et télédiffusion entreprendront un projet de recherches dans leur domaine et remettront un rapport d'une soixantaine de pages.

8

Sémiologie de l'image et de son

Ce cours visera à montrer que le son et l'image constituent des moyens autonomes de communication de message iconographique ou sonore. Il aidera les étudiants à lire aisément l'image et à interpréter le son. Théories sémiologiques contemporaines. Sommaires des signes. Règles d'interprétation.

3^{année}

Spécialisation en relations publiques

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en relations publiques devront suivre des cours de la liste mentionnée ci-dessous :

1. Relations publiques internationales
2. Relations publiques et comportement des consommateurs
3. Administration et gestion d'une agence de relations publiques
4. Ethique en relations publiques
5. Questions d'actualité en relations publiques
6. Relations publiques en milieux communautaires
7. Projet de recherche en relations publiques
8. Communication en temps de crise

Description des cours

1

Relations publiques internationales

Analyse des tendances dans le domaine des relations internationales et études des questions et des problèmes auxquels doivent faire face les services de relations publiques des sociétés multinationales et d'autres organisations concernées par le commerce et les affaires internationales. Le cours traitera aussi du thème des relations publiques et du développement.

2

Relations publiques et comportement des consommateurs

Le cours démontrera comment des politiques et des programmes en relations publiques appropriés peuvent prévenir des problèmes de consommation ou aider à les résoudre. Le cours s'intéressera également aux mouvements de consommateurs et à leur impact sur le marché et déterminera la manière de travailler avec les défenseurs des consommateurs, pour le bénéfice des groupes publicitaires.

3

Administration et gestion d'une agence de relations publiques

Etablissement d'un plan d'action efficace pour la création d'une entreprise de relations publiques. L'accent sera mis sur l'organisation et la gestion des différents services d'une agence de relations publiques ainsi que sur les stratégies visant à maintenir de bonnes relations entre l'agence et ses clients.

4

Ethique en relations publiques

Examen des valeurs morales et éthiques applicables au contexte des relations publiques. Questionnement sur les responsabilités éthiques des individus, des groupes et des organisations engagés dans des activités de relations publiques, et particulièrement leurs relations avec les moyens de communication de masse et le public.

5

Questions d'actualité en relations publiques

Examen de questions d'actualité en relations publiques et de leur importance dans la pratique des relations publiques dans le pays concerné.

6

Relations publiques en milieux communautaires

Examen des courants actuels qui sous-tendent les relations communautaires et prise en considération du rôle essentiel que peuvent jouer des relations communautaires efficaces dans la réussite des programmes globaux en relations publiques. Le cours mettra l'accent sur des approches non traditionnelles et sur des études de cas.

7

Projet de recherches en relations publiques

Les étudiants spécialisés en relations publiques entreprendront un projet de recherche dans leur domaine et remettront un mémoire d'une soixantaine de pages.

8

Communication en temps de crise

Ce cours permettra aux étudiants de comprendre les causes, les manifestations et les conséquences des crises dans une organisation et d'acquérir les outils conceptuels et pratiques pour y faire face.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants devront suivre des cours de la liste mentionnée ci-dessous :

1. Plan média en publicité
2. Campagnes de publicité
3. Stratégies publicitaires créatives
4. Ethique en publicité
5. Administration d'une agence publicitaire
6. Publicité et comportement des consommateurs
7. Etudes de cas en gestion publicitaire
8. Projet de recherche en publicité

Description des cours

1

Plan média en publicité

Préparation d'un plan média en publicité. Analyse des différents médias en termes de public cible et de part d'audience. D'autres facteurs importants pour assurer une harmonisation entre le support média et le marché seront pris en considération.

2

Campagnes de publicité

La planification et la mise en œuvre d'une campagne de publicité supposent la conduite d'études de marchés et d'enquêtes sur les consommateurs, l'établissement et l'allocation d'un budget publicitaire, l'examen de l'organisation et du fonctionnement des agences publicitaires, la sélection de supports médias appropriés, le choix des messages publicitaires, la préparation et la réalisation des annonces publicitaires. Le cours traitera également de la préparation des messages d'utilité publique et de l'utilisation de stratégies multimédias dans les campagnes de publicité.

3

Stratégies publicitaires créatives

Examen théorique et pratique de la rédaction de messages publicitaires destinés à la presse écrite et aux médias audiovisuels. Le volet théorique inclura les aspects économiques, sociaux et éthiques; la partie pratique s'intéressera à la rédaction de textes publicitaires, au travail en laboratoire, et à la préparation de maquettes. Dans ce cours, l'accent sera mis sur les aspects créatifs de la publicité.

4

Ethique en publicité

Examen des valeurs éthiques et morales applicables au contexte de la publicité. L'accent sera mis sur les responsabilités éthiques des individus, des groupes, et des organismes concernés par la production, la transmission et la réception de messages publicitaires.

5

Administration d'une agence publicitaire

Etablissement d'un plan d'action pour la création d'une agence de publicité. Examen de l'organisation et de la gestion des différents services d'une agence publicitaire ainsi que des stratégies visant à maintenir de bonnes relations entre l'agence publicitaire et ses clients.

6

Publicité et comportement des consommateurs

Examen de stratégies et de programmes publicitaires appropriés susceptibles de contribuer à la résolution de problèmes de consommation. Le cours s'intéressera aux mouvements de consommateurs et à leur impact sur le marché publicitaire et déterminera la manière de travailler avec les défenseurs des consommateurs pour le bénéfice des groupes publicitaires.

7

Etudes de cas en gestion publicitaire

Analyse de situations réelles en publicité et examen de la manière dont de telles situations peuvent être prises en charge de manière efficace.

8

Projet de recherche en publicité

Les étudiants spécialisés en publicité devront réaliser un projet de recherche dans leur domaine et remettre un rapport d'une soixantaine de pages.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants devront suivre des cours de la liste mentionnée ci-dessous :

1. Techniques contemporaines de production et de distribution de livres
2. Presses universitaires et industrie de l'édition
3. Commercialisation des publications
4. Recherche dans le domaine de l'édition
5. Mise en forme et évaluation des manuscrits
6. La gestion dans l'édition
7. Droits de l'édition
8. Questions et études de cas dans le domaine de l'édition
9. Reliure et finissage
10. Projet de recherche en édition
11. Marketing éditorial

Description des cours

1

Techniques contemporaines de production et de distribution du livre

Le cours passera en revue les nouvelles techniques et méthodes en usage dans la production de livres, notamment la conception graphique et la distribution.

2

Presses universitaires et industrie de l'édition

Ce cours a pour objet les problèmes spécifiques des organismes d'éditions à but non lucratif et l'administration d'une presse universitaire comme un instrument destiné à promouvoir le savoir.

3

Commercialisation des publications

Etude du « marketing mix », de la vente de porte à porte ou par correspondance, des espaces publicitaires et de la vente de droits dérivés. Le cours donnera de conseils sur les méthodes de vente aux librairies ou à d'autres points de vente au détail, aux grossistes et aux revendeurs.

4

Recherche dans le domaine de l'édition

Examen des types et des méthodes de recherche et d'étude utilisés dans le domaine de l'édition : études des médias, études de produits, études de marchés, et campagnes test.

5

Mise en forme et évaluation des manuscrits

L'objectif du cours est de dispenser aux étudiants une formation intensive à la mise en forme du texte et à la préparation d'un manuscrit d'essai pour la publication, ainsi qu'aux problèmes qu'implique l'acquisition des auteurs, tels que les motiver et travailler avec eux. Certains des sujets traités seront : développer des projets, recruter des auteurs à cette fin, médiatiser et aider les auteurs et examiner les critères d'évaluation des manuscrits. Le cours abordera également le thème de la création et du travail en collaboration avec le comité éditorial.

6

La gestion dans l'édition

Application des théories économiques et de gestion dans l'administration des maisons d'édition.

7

Droits d'édition

Etude approfondie des lois principales régissant l'édition, l'accent étant mis sur les problèmes de diffamation, de droits d'auteur, de sécurité nationale et de respect de la vie privée. Les questionnements d'ordre éthique se rapportant à ces différents points seront également abordés.

8

Questions et études de cas dans le domaine de l'édition

Approche des méthodes d'analyse de cas permettant la résolution des problèmes soulevés par l'édition. Le cours mettra l'accent sur l'analyse écrite et orale de cas réels ou simulés dans le monde de l'édition.

9

Atelier de reliure et finissure

Ce cours a pour but de faire comprendre aux étudiants les raisons et l'importance de la reliure. Etudes des matériaux et des méthodes traditionnels et modernes de reliure : papyrus, parchemin, papier et cuir, pliage, collationnure, montage sur onglet, parure (de la peau), arrondissement et habillage.

10

Projet de recherche en édition

Les étudiants spécialisés en édition devront entreprendre un projet de recherche dans leur domaine et remettre un rapport d'une soixantaine de pages.

11

Marketing éditorial

Ce cours visera à montrer la particularité des produits éditoriaux par rapport aux autres produits commerciaux. L'objectif de ce cours est de montrer aux étudiants les techniques de marketing spécifiques en insistant particulièrement sur leurs modes de distribution et de commercialisation.

3^{année}

Spécialisation en cinéma

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en cinéma devront suivre des cours de la liste proposée ci-dessous :

1. Histoire du cinéma
2. Développement social et production cinématographique
3. Production cinématographique et culture
4. Film et gestion cinématographique
5. Montage d'un film
6. Films d'animation
7. Production de films documentaires
8. Cinéma itinérant et développement rural
9. Commercialisation des films
10. Critique de film
11. Projet de recherche en cinéma

Description des cours

1

Histoire du cinéma

Le cours donnera une vue d'ensemble de l'évolution de la cinématographie et de la technologie du film en tant que moyen de communication populaire et en tant que forme d'art.

2

Développement social et production cinématographique

Le cours enseignera aux étudiants la conception, la production et la distribution de documentaires thématiques courts pour les communautés rurales et les régions défavorisées des communautés urbaines. L'analyse de contenu, la recherche sur l'audience et les méthodes de gestions seront étudiées.

3

Production cinématographique et culture

Production de films sauvegardant la culture de leur public. Le cours examinera les problèmes liés à la domination de la culture étrangère dans les films et aux stratégies permettant de renverser cette tendance.

4

Film et gestion cinématographique

Tour d'horizon des théories d'administration et d'organisation, une attention particulière étant accordée à l'industrie cinématographique. Ce cours étudiera également les modes de création et de fonctionnement des entreprises cinématographiques et des salles de cinéma. Les problèmes et les défis liés à la gestion des sociétés de production, des institutions et à l'exploitation des salles de cinéma seront également abordés.

5

Montage d'un film

Utilisation des potentialités techniques et esthétiques du métrage des séquences pour décider des plans à conserver pour le montage et la production finale.

6

Films d'animation

Examen approfondi de l'histoire de l'animation en commençant par l'avènement du dessin animé. Les principaux thèmes d'étude seront les suivants: les techniques traditionnelles d'animation et les innovations technologiques récentes (l'automatisation grâce à l'informatisation, la préparation du traitement du scénario dialogué détaillé, le découpage technique et la chorégraphie visuelle). Les différentes utilisations de l'animation dans les domaines du divertissement, des relations publiques, de la publicité et de la recherche seront également traitées.

7

Production de films documentaires

Vue d'ensemble sur l'évolution du film documentaire et sur les pionniers de ce genre cinématographique. Ce cours analysera la composante créative et les contextes politiques, anthropologiques et journalistiques du film documentaire.

8

Cinéma itinérant et développement rural

Examen des forces et des faiblesses du cinéma itinérant comme moyen de mobilisation de masse. Etude de l'histoire du cinéma itinérant, des films coloniaux, des films autochtones et des différents contextes politiques. Le cours s'intéressera également à la planification de documentaires sur les thèmes de la santé, de l'agriculture et des campagnes d'alphabétisation.

9

Commercialisation des films

Application des théories de la publicité en vue de promouvoir ou de commercialiser un film. Examen des règles de l'art en matière de commercialisation des films, des problèmes liés à la mise sur le marché de films et des solutions envisageables pour résoudre ces problèmes.

10

Critique de film

Analyse critique et évaluation de films populaires et de films de fiction long métrage construits sur des principes et des critères cinématographiques majeurs tels que l'intrigue, l'interprétation, les effets spéciaux et la force du sujet.

11

Projet de recherche en cinéma

Les étudiants spécialisés en cinéma devront entreprendre un projet de recherche dans leur domaine et remettre un rapport d'une soixantaine de pages.

3^{année}

Spécialisation en photo-journalisme

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en journalisme devront suivre des cours de la liste suivante :

1. Documentation photographique
2. Administration en photo-journalisme
3. Montage photographique
4. Procédé photographique inversible
5. Photographie industrielle et commerciale
6. Etude de cas sur des photographes de premier plan
7. Développement des techniques de photographie
8. Pratique de la photographie couleur
9. Ethique en photographie
10. Questions d'actualité en photo-journalisme
11. Rédaction de légendes
12. Projet de recherche en photo-journalisme

Journalisme spécialisé

Le cours s'intéressera aux techniques et genres rédactionnels dans les médias de presse écrite. Il traitera des connaissances nécessaires à la collecte d'information et à la préparation de notes de lecture de livres, de films, de pièces et d'autres productions, notamment les textes basés sur des faits réels.

Description des cours

1

Documentation photographique

Conception, organisation et lancement d'un système d'information documentaire photographique. L'accent sera mis sur la conservation, le stockage, l'indexation, le repérage, la restauration et l'entretien des photographies.

2

Administration en photo-journalisme

Cours destiné à former les étudiants à l'administration générale d'un laboratoire photographique. Il abordera les questions de codage et de classement des photographies, et présentera les différents produits chimiques, les papiers, les pellicules, etc... utilisés en photographie. Le cours montrera la différence entre le travail de laboratoire en photo-journalisme et le travail photographique en studio.

3

Montage photographique

Etude des qualités techniques et esthétiques des photographies et de la manière dont celles-ci affectent les décisions éditoriales sur leur utilisation ou non dans les publications. Les étudiants se lanceront dans des exercices pratiques de mise en page et de conception et accompliront d'autres tâches incombant aux éditeurs chargés de choisir les photographies à publier dans un journal ou un magazine.

4

Procédé photographique inversible

Cours sur l'utilisation de la pellicule inversible pour la production de diapositives couleurs qui seront utilisées par les institutions d'enseignement.

5

Photographie industrielle et commerciale

Ce cours mettra l'accent sur la photographie industrielle et commerciale et celle destinée aux magazines. Les étudiants produiront, au sein même du département, un magazine photo de manière à mettre en application les enseignements reçus.

6

Etude de cas sur des photographes de premier plan

Analyse du travail de photographes locaux et étrangers de premier plan à travers les différentes situations qu'ils ont connu et la manière dont ces situations ont affecté ou auraient pu affecter leur travail.

7

Développement des techniques de photographie

Vue d'ensemble des évolutions technologiques liées à la photographie. Le cours insistera sur la différence entre la photographie en noir et blanc et la photographie couleur, et mettra l'accent sur l'avènement de la photographie numérique et des modes de transmission à distance. L'utilisation des ressources d'Internet sera abordée.

8

Pratique de photographie couleur

Etude des principes de prises de vue et des procédés photographiques couleurs. Une attention particulière sera accordée au rendu des couleurs, à la théorie, à la sensitométrie et à d'autres notions esthétiques de la composition couleur.

9

Ethique en photographie

Le cours traitera des dilemmes éthiques qui se posent en matière de photo-journalisme, en particulier des limites des nouveaux photographes, de la sensibilité du public aux événements d'actualité et à leurs circonstances.

10

Questions d'actualité en photo-journalisme

Etude de questions actuelles sur la photographie et le photo-journalisme.

11

Rédaction de légendes

Cours pratique qui donnera aux étudiants l'occasion d'acquérir des compétences dans la rédaction des légendes qui accompagnent les photographies d'actualité. Les étudiants seront chargés de mener des reportages photographiques, en dehors et au sein du campus, et devront écrire les légendes des photographies ainsi prises.

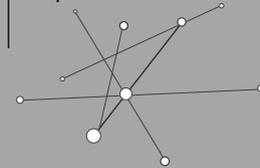
12

Projet de recherche en photo-journalisme

Les étudiants spécialisés en photo-journalisme devront entreprendre un projet de recherche dans leur domaine et remettre un rapport d'une soixantaine de pages.

4^e année

Tous domaines
de spécialisation confondus



Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants devront suivre des cours de la liste ci-après et devront produire un mémoire dans un des domaines principaux de la communication ou du journalisme :

1. Méthodes de recherche en communication avancées II
2. Diffusion radio et télévisuelle en milieu rural
3. Traitement journalistique des questions de développement
4. Mémoire
5. Publication en ligne
6. Recherche et reportage assistés par ordinateur

B. Cours optionnels

Tous les étudiants devront choisir l'un des cours de la liste mentionnée ci-dessous :

1. Correspondant à l'étranger
2. Problèmes contemporains dans le domaine de la communication
3. Gestion de campagnes

Description des Cours

A. Cours obligatoires

1

Méthodes de recherche en communication avancées, niveau II

Ce cours examine de manière plus approfondie l'application des méthodes de recherche en sciences sociales à la recherche en communication, y compris les méthodes de test et d'analyse statistique des données. L'accent sera mis sur le recueil de preuves empiriques, les différences entre les approches qualitatives et quantitatives de la recherche en communication, sur les rapports entre différentes études et des méthodes statistiques et sur les logiciels courants tels que SAS et SPSS.

2

Diffusion radio et télévisuelle en milieu rural

Le cours a pour but d'enseigner aux étudiants le rôle et l'importance de la diffusion dans les communautés rurales en Afrique. Il abordera des problèmes tels que l'évolution des stations de radio communautaires, les différents types de diffusion, les formats et les audiences des programmes, la gestion et l'organisation, et l'emploi de nouvelles techniques d'information et de communication pour la diffusion rurale.

3

Traitement journalistique des questions de développement

La finalité du cours est de doter les étudiants des connaissances et des techniques nécessaires à la réalisation efficace du journalisme sur des questions de développement. Une attention toute particulière sera portée aux principaux acteurs et aux principales sources du développement de l'information dans les sociétés africaines ainsi qu'aux méthodes de reportage approfondi sur les problèmes de développement actuels de l'Afrique.

4

Mémoire

Tous les étudiants devront préparer et remettre un rapport sur un projet de recherche dans l'un des domaines principaux de la communication et du journalisme. Le sujet de l'étude et les méthodes à utiliser seront déterminés en consultation avec les membres du corps enseignant concernés.

5

Publication en ligne

Le cours a pour but d'apprendre aux étudiants à utiliser l'Internet en tant que canal de publication et de diffusion. L'accent sera mis sur la création d'une page web et d'une page d'accueil, sur les techniques du web et les questions connexes tels que la stratégie du site et le contexte social, la nature du journalisme Internet et les tendances futures de la publication en ligne.

6

Recherche et reportage assistés par ordinateur

Le cours dotera les étudiants de connaissances et de compétences dans le domaine de la communication et de la recherche électronique. Il s'intéressera aux évolutions en cours des technologies de l'information et des nouveaux médias et aux techniques nécessaires à l'entreprise et à la présentation de projets de recherche assistée par ordinateur dans les nouveaux médias. Le cours traitera des sujets suivants : l'utilisation de la messagerie électronique, les fichiers d'adresses et les forums de discussion, la récupération et le transfert de documents, l'évaluation de la validité et de l'exactitude des informations en ligne, l'analyse statistique des

données, la présentation des informations par l'emploi de PowerPoint et la publication de recherches sur la Toile Mondiale par le biais du HTML.

B. Cours optionnels

1

Correspondant à l'étranger

Le cours examinera l'art et la pratique de la correspondance à l'étranger. Il abordera notamment : les compétences et les techniques nécessaires à un correspondant à l'étranger ; les défis, les possibilités, et les pressions que rencontrent les correspondants à l'étranger ; l'emploi de correspondants à l'étranger par des entreprises de médias régionales ou internationales ; et la collecte, le traitement, la transmission électronique des informations.

2

Problèmes contemporains dans le domaine de la communication

Le cours a pour but de permettre aux étudiants d'explorer et d'examiner les problèmes contemporains et émergents dans les différents domaines de la communication. Le cours traitera des implications de ces problèmes pour la société africaine.

3

Gestion de campagnes

Le cours étudiera les structures et la gestion des campagnes médiatiques. Les sujets abordés seront : les principes et les éléments généraux des campagnes médiatiques, le processus de conception et de planification stratégique, les stratégies de formulation des messages, la mise en place, le contrôle et l'évaluation des campagnes médiatiques.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en journalisme de presse devront suivre des cours de la liste suivante :

1. Tendances de la presse écrite internationale
2. Revue critique et rédaction
3. Problèmes spécifiques au journalisme de presse écrite

Description des cours

1

Tendances de la presse écrite internationale

La finalité du cours est de permettre aux étudiants d'examiner les évolutions actuelles du journalisme de presse à l'échelle internationale. L'accent sera mis sur les implications de ces évolutions sur la pratique du journalisme de presse en Afrique en général et dans le pays (dans lequel l'organisme de formation est situé) en particulier.

2

Revue critique et rédaction

Le cours s'intéressera aux techniques et genres rédactionnels dans les médias de presse écrite. Il traitera des connaissances nécessaires à la collecte d'information et à la préparation de notes de lecture de livres, de film, de pièces et d'autres productions, notamment les textes basés sur les faits réels.

3

Problèmes spécifiques au journalisme de presse écrite

Le cours traitera des problèmes actuels que rencontre la pratique du journalisme de presse écrite dans le pays dans lequel est situé l'organisme de formation.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en journalisme de radio et télédiffusion devront suivre des cours de la liste suivante :

1. Administration et fonctionnement des médias (radio et télévision)
2. Evolutions internationales des médias (radio et télévision)
3. Problèmes spécifiques au journalisme de radio et télédiffusion
4. Websmater/Webéditeur
5. Initiation à la BETACAM

Description des cours

1

Administration et fonctionnement des médias (radio et télévision)

Le cours examinera la structure, l'administration et le fonctionnement des organismes de radio et télédiffusion. Seront abordés les aspects financiers, techniques et ceux relatifs aux ressources humaines qui conditionnent le fonctionnement et l'administration des organismes de radio et télédiffusion, enfin les étudiants s'intéresseront à certains modèles d'administration de médias de radio et télédiffusion.

2

Evolutions internationales des médias (radio et télévision)

Le cours a pour but de permettre aux étudiants d'examiner les évolutions actuelles du journalisme de radio et télédiffusion à l'échelle internationale. Une attention toute particulière sera portée aux évolutions de la pratique journalistique en Afrique en général et dans le pays (dans lequel se trouve l'institution) en particulier.

3

Problèmes spécifiques au journalisme de radio et télédiffusion

Le cours étudiera les problèmes actuels de la pratique du journalisme de radio et télédiffusion dans le pays où se trouve l'organisme de formation.

4

Websmater/Webéditeur

C'est la pièce essentielle pour l'animation, l'enrichissement, la mise à jour du Web.

Historique et présentation des réseaux on-line

Analyse des différentes fonctions disponibles sur Internet (utilisation des outils de recherche, d'aide en ligne et de diffusion).

Configuration pour une connexion Internet

Gestion de la mémoire. Diffusion sur réseaux.

Editer pour le Web

Analyse de différents types de sites : commerciaux, informatifs, institutionnels. Problématique d'un projet Internet, outils d'interactivité.

Ecrire pour le Web

Exploration d'une écriture spécifique pour le net, intégrant typographie, graphisme, images fixes et animées, sons. Conception et mise en page : arborescence et liens hypertextes.

Photoshop pour le Web

Travail sur l'image. Introduction à Illustrator, Flash : l'animation sur le Web.

5

Initiation à la BETACAM

Connaissance de la BETACAM. Les techniques de prises de vues. Composition de l'image, profondeur de champ, mesure de la lumière. Diaphragme. Le langage des images et des sons. Le reportage (la construction, la recherche d'une histoire et le reportage événementiel). Le montage (plan et vocabulaire). Le mixage (commentaire et mixage des sons).

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en relations publiques devront suivre les cours de la liste suivante :

1. Administration et gestion d'une agence de relations publiques
2. Relations publiques internationales
3. Questions d'actualité en relations publiques

Description des cours

1

Administration et gestion d'une agence de relations publiques

Le cours examinera la structure, l'administration et le fonctionnement des relations publiques. Il abordera aussi les aspects techniques, financiers et humains de la gestion et de l'administration d'une entreprise de relations publiques. Le cours s'intéressa également à la gestion des situations de crise, aux questions de gestion, à la formation des relations entre les employés et les communautés locales, ainsi qu'aux approches stratégiques des relations publiques et aux modèles de relations publiques.

2

Relations publiques internationales

Le cours permet aux étudiants d'étudier les développements actuels des relations publiques au niveau international. L'accent sera mis sur les implications du développement des relations publiques en Afrique en général et dans le pays (où l'institution de formation est situé) en particulier.

3

Questions d'actualité en relations publiques

Le cours traitera des questions d'actualités en relations publiques dans le pays concerné.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en publicité devront suivre des cours de la liste suivante :

1. Administration d'une agence de publicité
2. Evolutions internationales dans le domaine de la publicité
3. Problèmes spécifiques à la publicité
4. Le marché international
5. La publicité politique

Description des cours

1

Administration d'une agence de publicité

Le cours examinera la structure, l'administration et le fonctionnement des agences de publicité. Il abordera les aspects financiers, techniques et l'aspect des ressources humaines qui entrent en jeu dans le fonctionnement et l'administration d'une agence de publicité. Certains modèles d'administration d'une agence de publicité seront étudiés.

2

Evolutions internationales dans le domaine de la publicité

Les étudiants s'intéresseront aux évolutions en cours dans le domaine de la publicité à l'échelle internationale. L'accent sera mis sur les implications de ces évolutions pour la pratique de la publicité en Afrique en général et dans le pays (dans lequel se trouve l'organisme de formation) en particulier.

3

Problèmes spécifiques à la publicité

Le cours traitera des problèmes actuels liés à la pratique de la publicité dans le pays où est situé l'organisme de formation.

4

Le marché international

L'organisation de la publicité au plan international a nécessairement des incidences sur le marché local. Au niveau international, la globalisation de l'économie a créé un extraordinaire phénomène de concentration des entreprises de publicité. Il importe d'analyser celles qui dominent les marchés européens et américains et qui ont des filiales en Afrique.

5

La publicité politique

Publicité politique/publicité commerciale. Publicité politique/propagande. Promotion de l'objet, de l'idée, de la personne. La publicité politique dans l'univers de la promotion. Outils d'analyse appropriés. L'apparition des nouveaux médias.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en édition devront suivre des cours de la liste suivante :

1. Administration d'une maison d'édition
2. Evolutions internationales dans le domaine de l'édition
3. Problèmes spécifiques à l'édition

Description des cours

1

Administration d'une maison d'édition

Les étudiants s'intéresseront à la structure, à l'administration et au fonctionnement des maisons d'édition. Le cours abordera les aspects financiers, techniques et l'aspect des ressources humaines qui entrent en jeu dans le fonctionnement et l'administration d'une maison d'édition, ainsi que les modèles d'administration des maisons d'édition.

2

Evolutions internationales dans le domaine de l'édition

Le cours permettra aux étudiants d'examiner les évolutions actuelles dans le domaine de l'édition à l'échelle internationale. L'accent sera mis sur les implications de ces développements pour la pratique de l'édition en Afrique en général et dans le pays (dans lequel se trouve l'institution) en particulier.

3

Problèmes spécifiques à l'édition

Le cours abordera les problèmes actuels liés à la pratique de l'édition dans le pays dans lequel se trouve l'organisme de formation.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en cinéma devront suivre des cours de la liste proposée ci-dessous :

1. Administration dans le domaine du cinéma
2. Evolutions internationales dans le domaine du cinéma
3. Problèmes spécifiques au cinéma

Description des cours

1

Administration dans le domaine du cinéma

Le cours sera consacré à l'étude de la structure, de l'administration et du fonctionnement des entreprises cinématographiques. Les thèmes abordés seront : les aspects techniques, financiers, les ressources humaines et les modèles d'administration des entreprises cinématographiques.

2

Evolutions internationales dans le domaine du cinéma

Le cours permettra aux étudiants d'examiner les évolutions actuelles dans le domaine cinématographique à l'échelle internationale. Une attention toute particulière sera portée aux implications de ces évolutions pour la réalisation cinématographique en Afrique en général et dans le pays (dans lequel se trouve l'organisme de formation) en particulier. Problèmes spécifiques à l'industrie cinématographique.

3

Problèmes spécifiques au cinéma

Le cours traitera des problèmes actuels liés à la réalisation de films dans le pays où se trouve l'institution.

Structure du Programme

A. Cours obligatoires

Tous les étudiants en photo-journalisme devront suivre des cours de la liste suivante :

1. Administration d'une agence de photo-journalisme
2. Evolutions internationales dans le domaine du photo-journalisme
3. Problèmes spécifiques au photo-journalisme
4. Le point sur la photographie numérique

Description des cours

1

Administration d'une agence de photo-journalisme

Le cours sera consacré à l'étude de la structure, de l'administration et du fonctionnement des agences de photo-journalisme. Les sujets abordés seront : les aspects techniques, financiers, et l'aspect des relations humaines qui entrent en jeu dans le fonctionnement et l'administration des agences de photo-journalisme, ainsi que les modèles d'administration des agences de photo-journalisme.

2

Evolutions internationales dans le domaine du photo-journalisme

Les étudiants s'intéresseront aux évolutions actuelles dans le domaine du photo-journalisme à l'échelle internationale. L'accent sera mis sur les implications de ces évolutions pour la pratique du photo-journalisme en Afrique en général et dans le pays dans lequel est situé l'organisme de formation en particulier.

3

Problèmes spécifiques au photo-journalisme

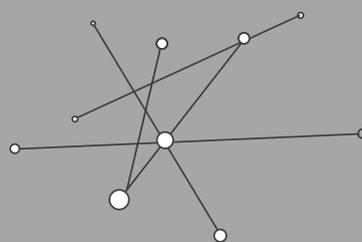
Le cours traitera des problèmes actuels rencontrés dans la pratique du photo-journalisme dans le pays où se trouve l'organisme de formation.

4

Le point sur la photographie numérique

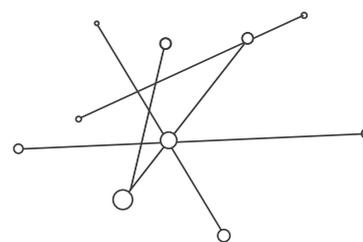
Point sur les tendances actuelles, le marché de la photographie numérique, le travail quotidien des photographes et des différents acteurs du monde de l'image.

III



Programme de Maîtrise en philosophie

III



Programme de Maîtrise

Le programme de maîtrise a pour but de doter l'étudiant de bases théoriques solides tout en lui permettant de développer des compétences et d'acquérir une expérience pratique dans les domaines de spécialisation en communication suivants: le journalisme de presse écrite, la diffusion radiotélévisée, les relations publiques et la publicité, et la communication dans le cadre du développement national. Les programmes d'études ont pour noms:

- Maîtrise d'étude des médias et de la communication
- Maîtrise de communication
- Maîtrise de journalisme
- Maîtrise de technologie
- Maîtrise des moyens de communication de masse
- Maîtrise de communication au service du développement.

Conditions d'admission

Pour être admis au programme de Maîtrise, le candidat devra être titulaire de l'un des diplômes suivants:

- Une Licence en communication de masse provenant d'une université accréditée;
- Une Licence ou une Maîtrise dans une des disciplines des sciences naturelles; sociales ou humaines délivrée par une université accréditée;
- Un diplôme acquis au bout de trois ans plus une année supplémentaire ou un diplôme de troisième cycle en communication;
- Satisfaire les conditions d'admission minimales au programme de Maîtrise de l'université ou de l'organisme.

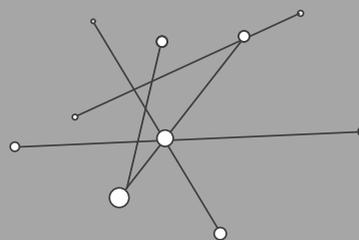
En plus des conditions mentionnées ci-dessus le candidat devra satisfaire toutes les autres conditions d'admission en troisième cycle.

Conditions requises pour l'obtention du diplôme

Pour obtenir le diplôme de maîtrise en communication, le candidat devra:

- Choisir et passer avec succès un nombre minimal d'unités de valeur;
- Présenter et soutenir un mémoire dans l'un des domaines de spécialisation en communication;
- Satisfaire à toute autre condition requise stipulée dans le règlement du département du troisième cycle de l'université.

III



Programme de Maîtrise en philosophie

Structure du Programme de Maîtrise

A. Cours obligatoires

Les cours obligatoires de Maîtrise pourront être choisis dans la liste suivante proposée :

1. Théories et modèles de communication, niveau supérieur
2. Méthodes de recherche qualitatives, niveau supérieur
3. Méthodes quantitatives de recherche, niveau supérieur
4. Politique et planification de la communication
5. La communication internationale
6. Séminaire/ colloque en communication (les contenus varient d'un pays à l'autre)
7. Préparation et soutenance d'un Mémoire

B. Cours optionnels

Les cours optionnels de Maîtrise pourront être choisis dans la liste suivante :

1. Communication interculturelle
2. Opinion publique et propagande
3. Etudes d'audiences
4. Systèmes de communication africains
5. La communication organisationnelle
6. La communication au service du développement
7. Communication interpersonnelle

A. Cours obligatoires

1

Théories et modèles de communication, niveau supérieur

Le cours offrira aux étudiants une vue d'ensemble et une analyse des théories et des modèles principaux relatifs à la communication, en particulier la communication de masse. La recherche empirique dans le domaine de la communication de masse, notamment l'élaboration de théories et de modèles, seront utilisés pour expliquer et aborder les fonctions, les processus, les usages et l'impact de la communication.

2

Méthodes de recherche qualitatives, niveau supérieur

L'objectif du cours est de renforcer les capacités analytiques et critiques des étudiants en appliquant les principes et les méthodes de recherche qualitatives à l'étude du phénomène de la communication. Le cours abordera les forces, les faiblesses et l'emploi de méthodes telles que l'analyse des contenus, les analyses ethnographiques, administratives et historiques, la recherche participative, les groupes ciblés, les études d'experts et les observations sur le terrain.

3

Méthodes de recherches quantitatives, niveau supérieur

Le cours a pour but de renforcer les capacités analytiques et critiques des étudiants à travers l'application de méthodes de recherche quantitatives à l'étude du phénomène de la communication. Une attention toute particulière sera portée au processus de conception de la recherche, aux conceptualisations et aux mesures, au recueil des données et aux types d'outils d'analyse utilisés pour les recherches quantitatives.

4

Politique et planification de la communication

Le cours aura pour centre d'intérêt le processus de formulation des politiques de communication et l'intégration des facteurs de communication à la planification du développement national. Il examinera la signification des politiques de communication, les différents éléments et acteurs impliqués dans la formulation des politiques de communication et les aspects nationaux et internationaux de la communication et de la planification au service du développement.

5

La communication internationale

Le cours a pour but de stimuler l'appréciation critique des systèmes de communication internationaux et de présenter aux étudiants les modes de circulation des flux de communication internationaux, les questions critiques relatives aux informations globales et à la couverture de l'information. Il examinera les systèmes médiatiques du monde, la théorie et le flux de communication internationale, la diffusion en direct par satellite, la globalisation et les nouvelles technologies d'information et de communication.

6

Séminaire/colloque en communication

Le séminaire/colloque a pour but de permettre aux étudiants d'explorer et de débattre en profondeur des questions critiques actuelles qui se posent dans différents domaines de la communication.

7

Préparation et soutenance d'un Mémoire

Tous les étudiants devront préparer et soumettre un mémoire/rapport consacré à une étude dans l'un des domaines principaux de la communication. Le sujet de l'étude et les méthodes à utiliser seront déterminés en consultation avec les membres du corps enseignant compétents en la matière.

B. Cours optionnels

1

Communication interculturelle

Le cours examinera la dynamique de la communication chez des personnes de diverses origines culturelles et ethniques à l'intérieur des sociétés et entre elles. Le cours abordera le contexte théorique et philosophique de la communication interculturelle, ainsi que les formes et les structures de la communication dans diverses cultures et groupes ethniques des sociétés africaines.

2

Opinion publique et propagande

Le cours abordera les concepts, les origines, les significations et les dimensions de l'opinion publique et de la propagande. Il étudiera également les techniques et les utilisations de la propagande, ainsi que la théorie et les méthodes de mesure de l'opinion publique. Le cours examinera la nature, la formulation et l'impact des sondages de l'opinion publique sur les processus démocratiques. Les formes et les meneurs de l'opinion publique dans la société seront identifiés et étudiés.

3

Etudes d'audience

Le cours enseignera aux étudiants l'importance de l'analyse audience/lectorat et son impact sur la performance des médias. Les étudiants identifieront et examineront différentes méthodes et approches utilisées dans les études d'audience des médias de la presse écrite, de la radio et télédiffusion, de la publicité et des relations publiques.

4

Systèmes de communication africains

Le cours examinera les systèmes de communication passés et actuels des sociétés africaines. Il abordera les formes et les structures de communication dans divers pays africains, notamment les médias traditionnels/indigènes, la communication verbale et non verbale et les comparera aux systèmes de communication indigènes d'autres sociétés.

5

La communication organisationnelle

Le cours étudiera la théorie et les pratiques de la communication à l'intérieur des organisations. Il traitera des structures et des éléments de la communication à l'intérieur de diverses organisations (gouvernementales, non-gouvernementales, internationales), des modes de circulation verticale et horizontale de l'information et des méthodes de communication organisationnelle efficaces.

6

La communication au service du développement

Le cours analysera la relation entre la communication et le développement et fera un tour d'horizon de l'évolution historique des concepts de « développement » et de ses principales caractéristiques. Le cours traitera de l'utilisation de stratégies, de structures et de méthodes de communication visant à promouvoir le développement national et le changement social. Le cours étudiera aussi la conceptualisation, la conception et la mise en place de programmes de communication en faveur du développement.

7

Communication interpersonnelle

Le cours a pour finalité d'enseigner aux étudiants la théorie et les pratiques de la communication interpersonnelle. Les différents types, canaux et méthodes de communication interpersonnelle efficaces seront étudiés.
