

M.....

M.....

M.....

Mesdames, Messieurs les participants,

Conformément au souhait des organisateurs de cette importante rencontre, je vais vous entretenir du thème ainsi intitulé :
« **Les professionnels des médias face aux technologies modernes** »

Sujet vaste et actuel s'il en est, en ce sens qu'il pose toute la problématique à laquelle le monde des médias, dans sa diversité, se trouve aujourd'hui confronté.

Je sais donc, d'ores et déjà, pouvoir compter sur votre indulgence, dans la mesure où je n'aurais pas apporté tous les éléments de réponse auxquels vous êtes en droit de vous attendre face à un thème aux ramifications aussi étendues.

En effet, aussi loin qu'on peut remonter dans l'histoire des hommes et des sociétés, on se rend compte que le besoin de communiquer, et partant l'acte même de communiquer, est inhérent, non pas seulement à la vie en société, mais à la vie tout court.

Ainsi, le genre humain a de tout le temps su donner libre cours à son besoin inné de communiquer et il l'a toujours fait, que ce soit

de manière visuelle à travers des *peintures rupestres* dans les grottes, ou de manière auditive, à *cor et à cri*, urbi et orbi

C'est dire que chez l'homme, le besoin de communiquer fait partie des besoins vitaux comme s'alimenter et s'abriter.

Ainsi peut-on dire, à juste raison, que vivre, c'est fondamentalement, *s'alimenter, s'abriter et communiquer*.

Sous ce rapport, on comprend donc aisément que l'homme ait développé à travers les diverses étapes de son évolution historique, des supports de communication, allant des plus simples, pour ne pas dire primitifs, aux plus sophistiqués, c'est-à-dire de la *peinture rupestre*, du *cor* et du *tam-tam*, au quotidien à grand tirage et des radios et télévisions numériques, à l'Internet.

Mais que de révolutions technologiques successives pour en arriver à la situation actuelle !

En effet, les articles des premiers périodiques étaient d'abord rédigés à la main, ou parfois dactylographiés, avant d'être imprimés patiemment, à huit lignes à la minute, sur une linotype. Ceci réduisait, à la fois, et le tirage et l'impact de cette forme de communication alors réservée à une petite élite.

Les stations de radios, là où elles existaient, diffusaient exclusivement en *AM* et utilisaient pour toute animation des

phonographes avec des disques de 45 et 33 tours si ce n'étaient simplement des 78 tours, manipulés avec peine par de besogneux animateurs, avec la qualité de son que l'on devine aisément.

Pour l'actualité en image, le reporter devait fixer sur pellicule des dizaines de mètres, voire plus en image et après seulement, passer en laboratoire pour un développement aussi coûteux que fastidieux, avant projection. Cette situation nous éloigne certes déjà des **peintures rupestres** mais n'est, naturellement, en rien comparable à l'état actuel des supports médiatiques.

Aujourd'hui en effet, le journaliste se sert de son ordinateur portable en **Wifi**, envoie ses articles à l'autre bout de sa vaste salle de rédaction à un responsable qui centralise, traite en un temps record, et envoie à l'impression un film à imprimer à des dizaines de milliers de lignes à la minute.

Les radios, en nombre inouï, émettent aujourd'hui pour l'essentiel en **FM**, servies par des techniciens au fait du numérique, du laser et du DVD, diffusant ainsi une qualité de son impeccable.

Que dire des télévisions qui, grâce aux satellites et aux paraboles, déversent, en direct et en continu, des images sur des millions de foyers faisant de notre monde ce village planétaire qu'annonçait déjà le Canadien Marshall McLuhan ?

On pourrait ainsi multiplier les exemples, en comparant ces télégraphistes qui envoyaient des messages à 30 mots

la minute, aux internautes devant leur ordinateur avec accès immédiat à toutes sortes de messages et ceci par dizaines de milliers.

Si on met bout à bout les éléments constitutifs de cette révolution, allant du numérique qui est à la base du boum du multimédia aux satellites qui gravitent à 36 000 km de la terre déversant des flots d'images et de sons en continu et l'Internet avec sa grande Toile, on a ainsi un ensemble complémentaire qui accroît, à une grande vitesse, les offres et possibilités de communication, en même temps qu'il réduit sensiblement le coût de celles-ci.

C'est ainsi que de nouveaux métiers ont fait leur apparition dans le milieu des médias. Il s'agit, entre autres de **scannéristes**, de **techniciens de flashage**, **d'infographistes**, de **web masters** etc.

Au même moment, des métiers jusque là considérés comme « classiques » dans les médias sont en net déclin. Les nouvelles technologies ont en effet entraîné la suppression de nombreux emplois surtout dans les salles de compositions et chez les employés de bureau. Ce sont notamment des métiers comme la **typographie**, la **photocomposition**, la **photogravure** et dans une moindre mesure, ceux de preneur de son, de secrétaire de rédaction etc. qui sont en phase de disparition, alors que des fonctions-passerelles, à cheval sur plusieurs métiers se multiplient.

Ainsi il faut désormais avoir plus d'une compétence à la fois, et maîtriser les nouvelles technologies pour garantir son gagne-pain quand on est un professionnel de la communication sociale.

La conséquence immédiate de ce développement des Nouvelles Technologies de l'Information est que les différentes composantes du monde, des pays et des peuples, sont ainsi mises en jonction, dans une marche forcée, mais paradoxalement, l'individu est plus solitaire, prisonnier qu'il est devant son écran de télévision ou d'ordinateur des heures durant, loin des chaleurs de nos grand-places et même des guichets des salles de cinéma. Il n'est pas évident que la compréhension mutuelle et l'esprit de solidarité trouvent là un terrain fertile. Paradoxe en effet que ce grand village où chacun reste dans sa case pour simplement écouter des chuchotements ou apercevoir des silhouettes venant de l'autre côté de la palissade.

Ce développement fulgurant des technologies modernes peut être toutefois une réelle chance pour l'Afrique, à côté des inconvénients qui sont tout aussi réels.

Ainsi beaucoup de pays africains ont déjà saisi l'opportunité offerte par cette révolution technologique pour développer un dispositif de communication avec les citoyens, au pays et à l'étranger, grâce au satellite qui permet à nos télévisions d'être vues ailleurs dans le monde. Cela permet aux africains de la diaspora de suivre l'actualité dans leur propre pays et de ne pas être totalement coupés de leur culture et permet surtout à

l'Afrique de montrer au monde autre chose que des images de maladie, de guerre et de famine.

Internet a également été mis à profit par les radiodiffuseurs africains pour marquer leur présence dans le monde.

De ce point de vue, l'Afrique réduit aujourd'hui sa marginalisation dans ce contexte de globalisation, par la radio, la télévision et les journaux, grâce aux satellites et à l'Internet, technologies, dont elle fait au demeurant un assez bon usage.

Avec le développement de la bande **FM**, les radios communautaires ou associatives sont devenues les moteurs d'une profonde mutation dans de nombreuses régions d'Afrique. Partout où elles existent, elles apparaissent en effet comme une sorte de « respiration collective ».

Grâce à elles, la radio cesse d'être cette voix mystérieuse venue d'ailleurs et apportant souvent une parole décalée par rapport aux réalités locales. Au contraire elle s'intègre dans un milieu où les populations se départissent de leur rôle passif de simples destinataires de messages, pour participer à l'élaboration des contenus.

Ceci marque l'émergence d'une citoyenneté nouvelle et partant, un espace de débat démocratique en construction.

Cela exige, de la part des professionnels africains de la communication d'être pleinement « **connectés** », pour employer un jargon du milieu.

Car l'Internet véritable pourvoyeur d'informations donne au journaliste africain plus de facilités d'accès aux sources. Il s'impose aussi comme un média sur lequel n'importe qui peut se prétendre journaliste ! Le meilleur exemple est celui d'un Américain dénommé Matt Drudge, qui a lancé depuis Hollywood, un site web (www.drudgereport.com) spécialisé dans les ragots, les potins et les rumeurs.

C'est lui qui a le premier rendu publique l'affaire Monica Gate ! Il avait appris que Newsweek préparait un article sur ce sujet mais hésitait à le publier. Ce fut l'occasion pour lui de « balancer » l'information. Aujourd'hui, Matt Drudge dérange l'établissement américain parce qu'il ne prétend pas être journaliste mais tout simplement agitateur professionnel grâce à Internet. Cela pose le problème de l'authenticité des nouvelles et la question de savoir ce qui distingue – sur Internet – une information journalistique d'une autre information circulant sur le réseau.

En fait, avec l'information par voie électronique, les risques sont quasi illimités. C'était déjà vrai auparavant avec la copie, le re-routage ou la redistribution, mais sans atteindre le pallier actuel avec Internet. Devant cette situation, tous les professionnels de la communication sont logés à la même enseigne me direz-vous.

Pour le journaliste africain cependant, le problème se pose, en plus en termes de formation pointue et de disponibilité de moyens techniques adéquats et de qualité, dans un contexte de sous-développement.

Il n'a plus à faire en effet à des lecteurs passifs, mais à des « utilisateurs » capables d'interagir avec les contenus de leur site Web.

C'est dire que le journaliste « **online** » est forcément multimédia. Il devra donc maîtriser les différents moyens de délivrer l'information et de communiquer. Il a besoin pour cela d'une formation qui intègre tout ce qui fait la singularité de ce métier et ceci sur la base de l'éthique et la déontologie.

Pour nous africains cela n'est pas gagné d'avance, loin s'en faut. Mais nous devons considérer cela comme un défi que nous pouvons relever et que nous devons relever car, après avoir manqué le train de la civilisation agraire et celui de la civilisation industrielle, nous avons, aujourd'hui la chance de nous accrocher solidement à la locomotive de cette **civilisation du savoir partagé** qu'est la **Société de l'information**, essentiellement fondée sur l'intelligence humaine.

De ce point de vue, l'Afrique continent à fort pourcentage de jeunes, peut parfaitement saisir sa chance, à condition toutefois que nos politiques travaillent dur pour combler la fracture numérique.

C'est sur cette note d'espoir que je souhaite conclure cette communication, en vous remerciant de votre bien aimable attention.