

SENEGAL

Sous région Afrique de l'Ouest

Regina Traoré

Aghi Bahi

Dayoro François

(24 acteurs interrogés : 10 entretiens individuels et 2 focus group)

Repères monographiques

Superficie : 197 000 km²

Population : 10 millions

Langue : Français (officiel), Oulof, Sérère,
Peul, Diola, Mandingue

Régime : République, Présidentiel,
multipartisme.

Indépendance : 1960, ex-colonie française

Taux de scolarisation primaire 69%

Alphabétisme : 33%

PNB 570 \$US

Spécificités du secteur

Langue de communication : Français

Kiosque : 6 hebdomadaires et 4 quotidiens (20 titres en tout)

Radio : une radio d'État, 6 radios privées. 4 radios rurales. 2 radios de proximité, 120 postes pour 1000 habitants

Télévision : deux chaînes

Équipement TV : 38 postes pour 1000 habitants en 1993

Accès à la TV satellitaire : audience de chaînes françaises. 16 chaînes par parabole

Téléphonie : 0,97 ligne pour 100 habitants en 95.

Internet démarrage en 1995

Prolifération d'équipements informatiques et de connexions Internet (phénomène des cyberCafés)

Politique de détaxe à l'importation des matériels informatiques

Pratiques : journalisme d'opinion et de combat politique

Un institut national de formation à vocation régionale vivant une conjoncture difficile

Apparition récente d'instituts privés

Haut conseil de la radio et la TV (1992)

Syndicat des professionnels de l'information et de la communication (500 membres), représenté au Haut conseil

RÉSULTATS

Si le Centre d'Études des Sciences et des Techniques de l'Information (CESTI) de Dakar a formé depuis près de quinze ans ceux qui se destinaient au métier de la communication, aujourd'hui, il fait tout simplement figure de pionnier dans ce domaine qui s'enrichit d'année en année, par la création de nouvelles écoles ou autres instituts de formation. Cela montre le rôle important que le phénomène de la Communication est appelé à jouer désormais dans la société sénégalaise.

Mais la perception qu'ont les acteurs de ce phénomène dépend largement de ce qu'ils font ou veulent faire avec la communication d'une part, et d'autre part de leurs positions sociales. Ce sont ces différentes perceptions que nous avons tenté de saisir auprès des décideurs, employeurs, leaders d'opinion, enseignants et étudiants en communication de la capitale sénégalaise. Mais pour une question de clarté notre exposé s'articulera autour des trois catégories de cibles que nous avons interrogées. La première est composée de décideurs,

d'employeurs, des responsables des organes de communication, des écoles ou instituts, tandis que la seconde catégorie est celle des enseignants et enfin la troisième est composée d'étudiants..

1) Les décideurs

Parmi les acteurs que nous avons rencontrés, figurent les personnalités suivantes :

- le Directeur d'un cyber café très fréquenté qui a pour dénomination "International Communication Express",
- le Directeur de vente de l'Espace Bureautique Informatique ",
- le chef du desk actualité du journal télévisé,
- le chef du service du perfectionnement et du recyclage à la direction de la formation de la BCEAO (Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest),
- le rédacteur en chef du quotidien "Sud Quotidien",
- le Directeur général de "Télécom-Plus" dont la mission est d'impulser le processus de développement des services nouveaux et des services en valeur ajoutée en télécommunication,
- le rédacteur en chef du quotidien gouvernemental "Le Soleil",
- le Directeur du CESTI,
- le Directeur de l'ESSIC,
- le Directeur de la communication du Ministère du même nom de la République du Sénégal,

Ces personnalités ont souligné, de façon unanime, l'importance du phénomène de la communication au Sénégal. Leurs argumentations reposent généralement sur la prolifération des écoles ou instituts de formation en communication dans leur pays d'une part, et d'autre part sur l'existence de plusieurs "cyber café", où des clients viennent, à moindres coûts, pratiquer concrètement les nouvelles technologies d'information ; qui pour naviguer sur Internet, qui pour envoyer un courrier électronique à un correspondant se trouvant à mille lieux du Sénégal, etc. Ils notent au passage que l'engouement suscité par les nouvelles technologies de l'information a conduit l'État sénégalais à baisser les taxes douanières sur les importations de matériels informatiques.

A propos des critiques sur les programmes en vigueur dans les écoles sénégalaises, nos interlocuteurs se sont montrés souvent réservés, car ils se disent très peu informés de ce qui s'y déroule réellement. Peut-être aussi, nous pouvons ajouter qu'ils ne se préoccupent guère de l'enseignement en tant que tel.

Cependant, certains d'entre eux, en particulier les employeurs du secteur, affirment ne pas trouver sur le terrain le profil de diplômés qu'ils recherchent au moment de recruter du nouveau personnel. Cela met à nu les problèmes relatifs à la formation qui s'est, pendant de longues années, limitée au journalisme. C'est par exemple le cas du CESTI qui a même formé certains journalistes africains des pays voisins. Mais les temps ont changé et les nouvelles technologies de l'information imposent désormais aux écoles formatrices de nouvelles exigences. C'est dans cette optique que le CESTI a engagé avec ses partenaires de l'Université Cheik Anta Diop de Dakar et du Ministère de la communication, une réflexion profonde qui doit aboutir à de vastes transformations salutaires.

De façon plus générale, les jugements de nos interlocuteurs se sont faits plus pointus lorsqu'il s'est agi de jeter un regard critique sur les produits de ces écoles, c'est-à-dire sur les étudiants qui y sont formés. Alors que quelques-uns seulement se déclarent satisfaits de la formation que les étudiants y reçoivent, la grande majorité déplore le manque de spécialisation des diplômés. Ils souhaitent que les écoles diversifient les filières de formation. Ceux qui ont posé le problème des lacunes des diplômés l'ont aussitôt lié à un manque de matériels didactiques, et à une absence totale de professionnalisation de la formation. Ce qui a fait dire à l'un d'entre eux que "les diplômés en provenance des pays européens sont mieux outillés que ceux du Sénégal".

D'ailleurs, les fondateurs de l'ESSIC (école privée d'enseignement supérieur), se positionnent en véritables concurrents vis-à-vis des responsables du CESTI, et proclament que c'est pour exploiter les créneaux laissés libres par le CESTI, qu'ils ont créé leur école. Malheureusement, elle est loin d'être exempte de tout reproche selon les responsables politiques que nous avons pu rencontrer. En effet, ils estiment que la durée de formation des différentes filières de cette nouvelle école est insuffisante pour mettre sur le marché des communicateurs aguerris.

Quant à la question de savoir comment ils comptent utiliser les diplômés qui les sollicitent, les employeurs du secteur de la communication ont répondu que cela dépend du profil réel du candidat, de son savoir-faire, mais et surtout des places disponibles dans l'entreprise. Cela sous-entend que tous les étudiants diplômés des centres de communication ne sont pas forcément assurés d'être embauchés.

2) Au niveau des enseignants

Comme nous l'annoncions ci-dessus, c'est un "focus group" que nous avons organisé afin de recueillir la perception des enseignants sénégalais en communication, sur la communication dans leur pays. Ceux que nous avons pu réunir pour la circonstance sont tous en fonction dans une école supérieure de formation en information et communication dénommée "SUP INFO").

Si certains d'entre eux sont venus à la communication par hasard ou pour une question de mode, ou encore parce que les études initialement choisies n'avaient pas bien marché, d'autres ont cru en la communication comme moyen de développement.. Et c'est une fois dans la filière qu'ils se sont fait une idée plus précise de ce phénomène qu'ils qualifient désormais d'incontournable.

À propos des parchemins obtenus en communication, les enseignants pensent qu'ils ne constituent pas une clé capable d'ouvrir à 100% le monde du travail à leurs détenteurs. Cependant, dans un monde où la compétition est érigée en règle, il vaut mieux pour celui qui cherche un emploi d'être muni d'un diplôme. Cela est au moins rassurant.

Mais dans l'encadrement de leurs étudiants pour la préparation de ces parchemins, c'est-à-dire dans l'exercice de leur métier, les enseignants de "SUP INFO" rencontrent, à l'image de leurs collègues sénégalais, des difficultés diverses. Ils n'ont pas fait cas des difficultés d'ordre matériel. Faut-il comprendre par là que l'établissement, qui est une institution privée, met un point d'honneur à s'équiper comme il se doit afin d'attirer la clientèle?

Par contre, ce qui les tracasse et qu'ils soulignent avec force c'est le niveau présumé bas des étudiants. Leurs professeurs les accusent de ne rechercher que les diplômes et de négliger la culture générale, la connaissance, ce qui à leur avis rend difficile toute transmission normale de l'enseignement.

Ils n'ont pas été tendres avec eux-mêmes. En effet, c'est avec une certaine dose de courage qu'ils ont avoué leur manque notoire de pédagogie ; car si les étudiants n'ont pas de culture comme cela a été déjà révélé, les professeurs ne font généralement aucun effort pour se mettre à leur niveau. Par rapport à cet état de chose, les professeurs pensent qu'il serait intéressant d'initier des enquêtes auprès de leurs étudiants (anciens et nouveaux) afin de réorienter les enseignements.

À propos des nouvelles technologies d'information et de communication, chaque membre du groupe en avait une idée claire et nette. De plus, chacun les a déjà pratiquées à des degrés divers. L'ordinateur est le plus utilisé ; vient ensuite l'Internet. L'un d'entre eux participe même assez régulièrement à des téléconférences.

Pour eux, ces nouveaux outils créent de nouveaux métiers et ne sauraient par conséquent constituer une menace pour les chercheurs d'emploi. En se fondant sur l'exemple de la formation professionnalisée dispensée dans leur école, ils affirment plonger leurs étudiants dans la réalité de l'entreprise. Ainsi, leurs étudiants peuvent se faire une idée précise de ce qui les attend à leur sortie de l'école. Ils comprendront alors que le monde des nouvelles technologies d'information nécessite une remise en cause constante. C'est dans ce sens qu'ils demandent à leurs anciens étudiants de se rapprocher de leur ancienne école, question de s'informer comme il se doit sur ces innovations technologiques. Dans cette même logique, ils demandent aux enseignants de se recycler.

Ils souhaitent, pour terminer, que les nouvelles technologies de communication soient accessible à toutes les bourses. Car, soutiennent-ils, ces outils modernes permettront à leurs étudiants d'accroître leur culture générale, leurs connaissances, leurs savoir-faire. Enfin, ils souhaitent que la population soit sensibilisée au phénomène de la communication, si on veut sérieusement aborder la question du développement de nos pays.

3) Au niveau des étudiants

Avant toute chose, il serait intéressant de noter que les étudiants que nous avons pu réunir à l'occasion de cette enquête sont majoritairement en fin de cycle ; certains d'entre eux étaient même en train de rédiger leur mémoire de fin de formation. Ils ont entre 20 et 25 ans et sont originaires de la Guinée, de la Mauritanie et du Sénégal.

Les raisons qui ont déterminé leur choix pour faire des études de communication sont variées. Alors que certains se disent piqués par le virus de l'information depuis leur jeune âge, d'autres avouent n'avoir pas eu de choix à faire ; c'est pratiquement la nature de leur baccalauréat (bac littéraire) qui leur a imposé cette orientation ; d'autres encore se seraient dirigés en communication parce qu'elle peut contribuer au développement des pays sous-développés, ou alors pour l'enseigner plus tard, quand certains la considèrent un secteur porteur où il est plus facile de trouver du travail.

Pour les étudiants du CESTI de Dakar, la communication est un domaine très vaste qui permet l'échange d'idées, de connaissances, etc. On peut l'expliquer comme étant le centre des relations sociales. Si chacun des étudiants affirme avoir entendu parler de la communication depuis le lycée, c'est une fois au CESTI que le concept est devenu plus clair pour eux. Quant à savoir quelle place ils accordent aux parchemins en communication, leurs réponses, même variant d'une personne à l'autre, reconnaissent, tous comptes faits, une valeur importante aux diplômes pour lesquels ils sont au CESTI.

Une étudiante dans le groupe pense qu'il faut relativiser l'importance des diplômes en général, et ceux obtenus en communication en particulier. Ceux qui lui emboîtent le pas, estiment que le parchemin constitue un début, mais il vaut mieux mettre plusieurs cordes à son arc. D'autres étudiants ne voient pas d'un bon œil des gens qui n'ont pas fait la formation de journaliste et en exercent le métier, car ceux-là prendraient leur place. Par contre, certains d'entre eux pensent qu'un diplôme en communication constitue une clé véritable pour ouvrir le monde du travail. D'autres estiment que l'explosion médiatique, (c'est-à-dire l'explosion d'organes de presse) n'a pas été suivie d'un boom de l'emploi, car ces entreprises de presse n'ont que de maigres moyens financiers qui ne leur permettent pas d'embaucher les jeunes. C'est tout cela qui explique la persistance de l'écart entre la formation reçue en communication et l'emploi dans leur pays.

À propos de leurs ambitions intellectuelles, certains espèrent pousser leurs études jusqu'au doctorat soit pour enseigner, soit pour faire des recherches en communication. Mais par contre, d'autres pensent qu'il ne sert absolument à rien d'aller plus loin dans les études si c'est pour venir augmenter le nombre de chômeurs. Ceux-là soutiennent, par conséquent, qu'il serait souhaitable de se lancer le plutôt possible dans le monde du travail afin d'y gagner tranquillement ses galons. Tous souhaitant en priorité travailler comme journalistes quitte à faire quelque chose d'autre à côté.

Mais en attendant, que d'embûches ils rencontrent sur leur chemin. En effet, depuis que le CESTI n'entretient plus de relation de coopération avec les bailleurs de fonds étrangers, il croule quasiment sous le poids d'énormes difficultés. Et tous les départements sont concernés sauf, à un degré moindre, celui de la presse écrite qui jouit encore de quelques commodités. Quand aux départements radio et télévision, il semble que les infrastructures soient défaillantes pour ne pas dire inexistantes. Le minimum quand il existe, est tout simplement vétuste. De plus, l'encadrement pose des problèmes dans la mesure où ce sont la plupart du temps des vacataires qui assurent les cours, et il est difficile aux étudiants de les rencontrer lorsqu'ils le souhaitent. Cependant, ils semblent connaître les nouvelles technologies de communication grâce à leur formation mais aussi parce que beaucoup d'entre eux ont déjà pratiqué l'informatique, voire l'Internet.

Même s'ils estiment qu'elles créent de nouveaux métiers, ils ont souligné qu'elles en suppriment également. Pour ce faire, ils s'appuient sur de l'édition d'un journal qui n'a plus tellement besoin d'un grand monde pour sa réalisation. Pour eux, la question fondamentale qui se pose par rapport à ces nouvelles technologies, c'est de s'y adapter.

IDÉES CLEFS

Idee maîtresse spécifique :

Réorientation radicale des cursus et pédagogies de formation

Employeurs et décideurs

Formation limitée au journalisme

Manque de spécialisation, filières non défrichées

Manque de professionnalisme parmi la profession

Absence de matériels didactiques

Formateurs

Portée limitée du diplôme pour l'emploi

Faible niveau des étudiants en “culture générale”

Manque de recyclage des enseignants en pédagogie, en connaissances et en apprentissage des nouvelles technologies et nouveaux métiers

Nécessité de sensibiliser le public au monde de la communication

Étudiants

Horizons de la formation limités au journalisme et à la vision littéraire

Faible impact du diplôme sur l'embauche (écart avec l'offre)

Relatif impact négatif des vacataires sur la formation

Faible possibilité d'apprentissage et d'adaptation aux nouvelles technologies