ZIO MOUSSA

Étude sur la formation des journalistes ivoiriens de 1990 à 2005

Sommaire

- 3- Contexte de l'étude
- 4- Objectifs
- Méthodologie
- 5- Les limites de la présente étude
- 6- Introduction

9- 1ère partie

Le paysage médiatique de la Côte d'Ivoire

10- Journalistes :le surpeuplement

11- Un marché ? De l'euphorie au cauchemar

13- 2ème partie

La formation

- Les séminaires ont la cote
- 14- L'âge du capitaine
- 15- L'audiovisuel: on mélange les genres

17- 3^{ème} partie

Contenu et approche pédagogiques

- Apprenants du type troisième âge
- 18- On mélange néophytes et initiés

- 20- Programmes de formation clés en main
- 21- L'onction des partenaires au développement des médias
- 23- Formateurs : nationaux et non nationaux

24- 4ème partie

Le dispositif de la formation

Les organisateurs ont la décision

25- L'horloge sans aiguilles

28- 5ème partie

Forces et faiblesses

La proximité tue l'attention 29- La perdiemmite ou le

gombo officiel

- 30- A l'école de la théorie
- 32- Sélection sans critères ou le fait du prince
- 33- Navigation à vue
- et à l'intuition
- 34- Le journalisme mène à tout
- 35- Et pourtant...
- 37-Conclusion/

Recommandations

Contexte de l'étude

Le retour au multipartisme en Côte d'Ivoire au début des années 90 a eu deux conséquences majeures : la naissance de nombreux partis politiques – plus d'une centaine – et la création de près de deux cents journaux vers lesquels s'est rué au moins un demi-millier de "journalistes" peu ou pas du tout formés aux règles du métier. Du coup, la formation devenait la priorité des priorités. Et, c'est ainsi que dès le début de la décennie 90, plusieurs sessions de formation, sous la conduite de l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire, Unjci, créée en 1991, ont été organisées. Il y en a eu au total douze (non compris "Projet Média" de l'Union européenne) dont trois à l'intérieur de ce que l'on appelle le « pays profond » à l'intention des correspondants régionaux.

De 1990 à 2005, ce sont quinze années dépensées en séminaires d'"Initiation à l'écriture journalistique" presse écrite et audiovisuelle, et cela essentiellement à l'initiative de l'Unjci et des associations professionnelles. A ce "tronc commun" il faut ajouter quelques "modules de spécialisation" en journalisme économique ou politique qui faisaient partie du package "Projet Média" de l'Union européenne dont la Phase I était prévue pour durer 16 mois à compter de novembre 1997.

Quel bilan de ces formations peut-on dresser aujourd'hui? La réputation des médias ivoiriens ne semble pas s'être beaucoup améliorée qui sont taxés de haine au chapitre V des accords de Linas Marcoussis. Les fautes professionnelles sont encore nombreuses relativement à la grille de lecture et d'écoute des médias de l'Olped. Sur les cinq dernières années (2000 – 2005) les journaux ivoiriens, tous les titres confondus, ont perdu six millions d'acheteurs. Sur les 178 titres recensés en 1996, il ne reste plus sur

le marché, en 2005, que seulement 35. Une étude s'avérait donc nécessaire pour au moins deux raisons. Dresser le bilan de ce qui a été fait, en relever les forces et les faiblesse, sans aucune prétention d'être exhaustif ou de clore le débat, bien au contraire. Cette première raison en amène une seconde. La longue série de séminaires organisés par l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire, Unici, dans un premier temps et dans un second temps par l'Unici, l'Observatoire de la liberté de la presse, de l'éthique et de la déontologie, Olped, et plusieurs organisations professionnelles spécialisées de journalistes n'a jamais été sanctionnée par une évaluation. Les partenaires au développement de la presse, l'Union européenne, la Fondation Friedrich Ebert, le Canada par le biais de l'ACDI, les Etats-Unis, etc., ont financé ces formations. Une motivation principale fondait cette mobilisation des associations professionnelles, des journalistes et leurs partenaires : professionnaliser le métier en offrant la possibilité à ceux qui ont déjà reçu une formation le renouvellement de leurs connaissances et à ceux qui sont venus au métier sans formation la nécessaire initiation. La grande ruée vers le journalisme au début des années 90 a fait du journalisme le métier qui a fourni le plus grand nombre d'emplois au cours des dix dernières années du 20 è siècle en Afrique en général et en particulier en Côte d'Ivoire. Mais ce qu'il est désormais convenu d'appeler "Le printemps de la presse" n'a pas été, loin s'en faut, le printemps du professionnalisme. Dérives et dérapages se sont multipliés dans les médias de masse qu'ils soient privés ou de service public. Et puis, un fort taux de mortalité a décimé les titres.

Si un peu plus d'une trentaine de titres (quotidiens et périodiques) continuent encore de paraître sur les 178 de la première moitié des années 90, le marché de la consommation de l'information ne s'est pas pour autant agrandi, et les tirages n'ont guère véritablement progressé. Alors, question : estce là la sanction du marché qui reprocherait, entre autres, aux journalistes leur engagement politique partisan, leur accointance avec les hommes poli-

tiques, leur manque de professionnalisme conséquence de leur manque de formation ?

Objectifs de l'étude

La présente étude s'attache à proposer des réponses à cette interrogation et à bien d'autres. Elle vise surtout à :

- dresser l'état des lieux en analysant les résultats obtenus en quinze années ;
- diagnostiquer les forces et les faiblesses de ces séminaires de formation ;
- analyser le contenu pédagogique, le dispositif de formation, le choix et les critères de sélection des journalistes et des médias bénéficiaires de ces séminaires ;
- proposer, à partir de ce qui a été fait jusque-là et de l'expérience du terrain, quelques pistes d'action pour éviter les erreurs du passé, repenser l'approche et le dispositif pédagogiques...

Méthodologie

- La collecte d'une large documentation sur le contenu des formations a permis d'avoir une meilleure connaissance du contenu pédagogique et de l'orientation des séminaires ;
- La consultation des listes des participants aux séminaires de formation, le choix des rédactions auxquelles ils appartenaient ou appartiennent encore sont des indicateurs précieux pour appréhender la vision (?) qui sous-tendait la formation ;
- L'analyse critique des contenus des séminaires ouvre des pistes de réflexion sur la nécessité de professionnaliser la conception et l'exécution des projets de formation et de les soumettre à une grille d'évaluation ;
- une enquête auprès de personnes ressources compétentes en matière de formation des journalistes s'est avérée nécessaire pour approfondir l'analyse ;
- Pour enraciner le propos dans le vécu et atténuer l'aspect théorique de l'étude, des acteurs qui ont pris une part active aux quinze années de forma-

tion (organisateurs, formateurs et surtout bénéficiaires) ont été sollicités pour donner leurs points de vue sur ces quinze années de formation des journalistes ivoiriens.

Les limites de la présente étude

Le souhait du consultant était de pouvoir rencontrer, à défaut de la totalité, le plus grand nombre possible des acteurs impliqués dans la conception et la mise en œuvre des séminaires de formation. Il s'agit, en effet, des responsables de l'Unici, de l'Olped, des partenaires au développement des médias, des formateurs et des bénéficiaires des séminaires. Quelques-uns ont pu se rendre disponibles, mais une grande partie des concernés a soit changé de métier (les journalistes), soit quitté la Côte d'Ivoire (les responsables du Projet Média), parmi ceux qui sont restés dans le métier et qui se souviennent encore, quelques-uns donnent leurs points de vue ou formulent des critiques argumentées. Ils ont encore quelques souvenirs, mais cela date d'il y a au moins une dizaine d'années, et rares sont les mémoires infaillibles. Le plus grand projet de séminaire réalisé au cours de cette période, Projet Média de l'Union européenne, n'a pas été entièrement exécuté. Après la première phase, la seconde avait été interrompue par la représentante de l'Union européenne de l'époque. Comme les autres séminaires, Projet Média n'a surtout pas été évalué par les journalistes qui y ont pris part, ni par les encadreurs, ni par les partenaires qui l'ont financé. Il n'existe donc aujourd'hui pas de document de référence en matière de suivi et d'évaluation qui puisse servir de base d'étude et d'analyse.

Introduction

A sa création en 1991, l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire, (UNJCI), a dû faire face à une question centrale, presque une urgence : la formation des journalistes ivoiriens. D'abord parce que, à cette époque, déjà peu ou presque plus de bourses d'études en journalisme étaient accordées à ceux et celles désireux d'embrasser le métier de journaliste à la fin de leurs études universitaires. La première moitié de la décennie 90 a vu décroître le nombre d'étudiants ivoiriens bénéficiant d'une bourse d'études pour le Centre d'Etudes des sciences et des techniques de l'information (Cesti) à Dakar; l'Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication (ESSTIC) à Yaoundé, l'Ecole Supérieure de Journalisme (ESJ) à Lille, etc. A compter de la fin des années 90, il n'y a presque plus eu de promotion d'Ivoiriens dans les écoles de formation au journalisme (le dernier à l'ESJ où il est entré en 1991 s'appelle Roger Kouassi, aujourd'hui responsable de la Communication de la Loterie nationale de Côte d'Ivoire après quelques années d'exercice à Fraternité Matin et Ivoir'Soir). La deuxième raison tient au fait que le début des années 90 voit la restauration du multipartisme dans la plupart des pays africains dont la Côte d'Ivoire. Ce retour au multipartisme s'accompagne de la libération de la parole et de l'expression dites mais surtout imprimées. C'est le fameux printemps de la presse. En seulement six années (1990 - 1996), le nombre de titres va passer de quatre (4) à cent soixante dix-huit (178). Une véritable explosion. La population de journalistes connaît elle aussi une forte croissance. Enfin, et c'est la troisième raison, Houphouët-Boigny disparaît le 07 décembre 1993. Sa succession exacerbe les tensions sociopolitiques alors vives depuis les années 80 avec le

début de la crise économique. Les journaux, dont la création s'est faite en parfaite synchronisation avec la déferlante multi partisane, servent, pour la plupart, de tribune aux partis politiques et à leurs militants. Sur le demi millier de journalistes exerçant dans les rédactions des journaux du début du multipartisme, moins d'une centaine sont passés par une école de formation et sont détenteurs d'un diplôme en journalisme. Le militantisme politique des années 90 va marquer le journalisme, d'où cette période de journalistes "sofas" (militants qui se comportent en soldats mobilisés pour la cause de leur parti politique et ont pris d'assaut les rédactions). Les manquements aux règles du métier se multiplient, ainsi que les fautes d'éthique et de déontologie. Plusieurs journalistes sont traduits devant les tribunaux et certains condamnés à des peines de prison. En 1995, pendant que la presse nationale fête sa première édition de la Journée mondiale de la liberté de la presse, Abou Cissé, De Bè Kwasi du journal La Patrie (qui ne paraît plus) sont devant les tribunaux, ainsi que Dembélé Fousséni et Kema Brahama de Plume Libre (qui ne paraît plus). L'édition de 1996 s'est déroulée sans Aboudrahamane Sangaré, directeur de publication du Nouvel Horizon, Freedom Neruda et Koré Emmanuel journalistes de cette même rédaction alors détenus à la Maison d'arrêt et de correction d'Abidian (Maca).

Face aux dérives et aux dérapages des journaux, l'unanimité va se dégager autour de la nécessité de former les journalistes. Le raisonnement était que l'ignorance des règles du métier explique pour une large part le manque de professionnalisme des journalistes et des journaux. Quant aux manquements à l'éthique et la déontologie, ils étaient essentiellement imputables, diagnostic partagé par les membres de la profession, à l'instrumentalisation, par les politiques, des médias et de ceux qui les animent. Un troisième argument était développé qui incriminait l'environnement juridique et économique des entreprises de presse dont la plupart étaient (sont toujours) informelles. La précarité du métier de journaliste pourtant le plus grand

pourvoyeur d'emplois depuis 1990 exposait les journalistes à vivre d'expédients et de l'obole des financiers occultes. Qui paie commande.

L'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire, Unjei, en partenariat avec quelques institutions internationales, l'Acdi pour le Canada, les Etats-Unis, la coopération française et plus particulièrement l'Union européenne et la Fondation allemande Friedrich Ebert, met en place un vaste programme de formation axé autour les seules techniques rédactionnelles, plus précisément sur « L'initiation à l'écriture de presse ». Durant environ plus de cinq années, les séminaires de formation se multiplient qui regroupent régulièrement de nouveaux venus au métier, mais aussi quelques anciens. Si ces espaces de sensibilisation (disons d'apprentissage) aux techniques rédactionnelles ont été multipliés au cours de la première moitié de la décennie 90 et, dans une certaine mesure, avec "Projet Média", au cours de la seconde moitié, ils étaient organisés sous forme de séminaires et très rarement sinon jamais de stages de formation conceptualisés, formalisés avec possibilité d'objectifs et des résultats mesurables et évaluables. Ainsi, par exemple, du "Projet Média" de l'Union européenne qui visait l'initiation aux techniques rédactionnelles d'environ 80 journalistes issus de la presse, de la radio et de la télévision avec une ouverture sur un séminaire autour de la création d'une centrale d'achat, l'initiation des gestionnaires de presse à la comptabilité, des prix aux journalistes et aux journaux, un abonnement à de grands journaux internationaux, une initiation à Internet, etc.. "Projet Média" piloté par Friedrich Ebert et l'Unici était prévu en deux phases d'un coût total de près d'un milliard de francs CFA (vérifier). Les séminaires de formation organisés par l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire dans un premier temps et ensuite par l'Union et l'Observatoire de la liberté de la presse et de la déontologie, OLPED, étaient animés par les professionnels nationaux. Seul "Projet Média" de l'Union européenne a fait appel à des intervenants nationaux et non nationaux.

Dans la présentation de "Projet Média" voilà ce qui est écrit, en quelques sorte les termes de référence, mais aussi la lettre et l'esprit:

"Le projet Média financé par la Commission de l'Union Européenne avec la Fondation Friedrich Ebert vise à:

- renforcer le professionnalisme des journalistes, en particulier des journalistes de la presse privée,
- Améliorer la rentabilité de la presse écrite.

Il se déroulera en deux phases, presque identiques. Chaque phase s'articule autour de deux types d'actions: actions en faveur des journalistes; actions en faveur des journaux.

Phase I:

Date de démarrage: novembre 1997

Durée: 16 mois

Phase I, Module I: Actions en faveur des journalistes Module I - 1: 4 cours pour 4 groupes de 20 journalistes

Durée: 4 semaines

Public - cible : journalistes confirmés et journalistes débutants
Type de formation : connaissance de base et formation générale
Objectif : consolidation des connaissances de base du métier

Organisation des séminaires: chaque séminaire (4 au total) dure 4 semaines et alterne cours et présence dans les rédactions; autrement dit, chaque journée comprend une demi-journée de formation théorique, et une demi-journée de présence dans les différentes rédactions sous la supervision des formateurs. Cette organisation permet de concilier formation et travail de terrain.

Module I - 2: quatre (4) séminaires de formation

Durée: 2 semaines

Public - cible : meilleurs stagiaires du module 1 et journalistes spécialisés.

Type de formation : formations spécialisées 2 séminaires de formation domaine politique 2 séminaires de formation domaine économique

Objectifs : spécialisation et approfondissement des connaissances politiques et économiques générales.

Organisation des séminaires: chaque séminaire (4 au total) dure deux semaines et alterne cours et présence dans les rédactions; autrement dit chaque journée comprend une demi-journée de formation théorique, et une demi-journée de présence dans les différentes rédactions sous la supervision des formateurs. Cette organisation permet de concilier formation et travail de terrain.

Phase I, Module II: actions en faveur des journaux

Les actions en direction des journaux sont de deux ordres:

- 1 consultations
- 2 séminaires et ateliers de formation

Module II - 1: une consultation

Objectif: analyse de la situation économique, organisationnelle et des organes de presse et propositions de solutions sous forme de séminaires

Module II - 2 : 4 séminaires spécialisés sont prévus à l'issue de la consultation sur les organes de presse:

- un séminaire de formation en gestion d'entreprises pour les Rédacteurs en chef et les directeurs de journaux privés :
- un séminaire de formation en marketing pour les Editeurs, Rédacteurs en chef et responsables des services commerciaux :
- Un séminaire de formation en comptabilité pour les comptables des journaux;

Un séminaire de formation de mise en page pour toutes les personnes concernées par la mise en page.

Module II - 3: Une consultation

Objectif: dégager les modalités de création d'une centrale d'achat, pour les journaux privés et étatiques (élaboration des textes, etc.).

Module II - 4 : Pour les 5 journaux privés les plus importants le projet prévoit un abonnement, d'une période de 1 an, aux plus grands journaux internationaux et à Internet.

Module III : Il est prévu un ensemble d'ateliers et de tables rondes pour assurer le suivi du projet.

Module I : Renforcement de l'Olped par la fourniture d'équipements et de matériels divers.

Module V : Ce module boucle la phase I du projet avec l'attribution de prix aux journalistes et aux journaux les plus méritants:

Un prix annuel d'une valeur de deux millions (2.000.000) FCFA sera attribué au meilleur reportage sur la situation des droits de l'homme et de la démocratie en Côte d'Ivoire ;

Un prix annuel d'une valeur de dix millions (10.000.000) FCFA sera attribué au journal privé le moins cité par l'Olped.

Phase II

Sous réserve de modifications, la deuxième phase qui vise les mêmes objectifs que la première comprend de manière synthétique :

- 1 quatorze (14) cours de formation d'une durée de deux (02) semaines chacun et portant sur les domaines suivants: politique, économie, environnement, politique sociale, affaires locales et régionales, politique internationale, sport et culture;
- **2** Pour les cinq journaux les plus importants, des équipements et un abonnement à Internet et à des journaux internationaux pour une période de douze (12) mois.
- **3** Une consultation qui permettrait de formuler des recommandations pour la création éventuelle d'une chaîne de distribution pour les journaux.
- **4** Plusieurs stages et voyages de recherche à l'étranger pour les meilleurs participants à l'ensemble des cours de formation.

L'une des spécificités de la formation des journalistes ivoiriens au cours des quinze dernières années, surtout avec "Projet Média" c'est qu'elle a pris en compte la spécialisation. A l'image des organisations professionnelles au sein desquelles l'on retrouvait des regroupements par discipline, plusieurs séminaires ont été organisés à l'intention des seuls journalistes politiques, ou des seuls journalistes économiques, ou des seuls journalistes culturels, ou des seuls journalistes de l'environnement, etc. A la dynamique de l'organisation de la corporation faisait ainsi écho une demande non formulée mais latente de formation à la fois collective et spécialisée.

1 ère partie

Le paysage médiatique de la Côte d'Ivoire

Un taux de mortalité élevé

Avant 1990, la Côte d'Ivoire ne comptait que quatre titres : Fraternité Matin dont le premier numéro est sorti le 9 décembre 1964, Fraternité Hebdo, journal officiel du parti unique le Parti démocratique de Côte d'Ivoire - Rassemblement démocratique africain (PDCI – RDA), créé en...; Ivoire Dimanche, un autre hebdomadaire, mis sur le marché le ...; et Ivoir'Soir paru en 1987. Pendant pratiquement trois décennies, ces quatre journaux seront les seuls sur le marché de l'information ivoirien.

1990 change radicalement ce paysage presque sans aspérités où tout sem-

blait parfaitement bien réglé pendant une trentaine d'années de chape de plomb et du parti unique. Le multipartisme, fils aîné d'un vent qui serait venu, disait-on, de l'Est après la chute du mur de Berlin, bouleverse les habitudes alors tenues pour immuables. La contestation politique qui bouscule l'ordre établi du parti unique ouvre en même temps la voie à la liberté d'expression et de parole. A partir du 30 avril 1990, date d'adoption du multipartisme, des titres vont essaimer passant de la clandestinité à une semiclandestinité avant de paraître au grand jour. Les journaux de parti donnent le ton : La Voie, La Tribune du Banco, pour le FPI ; Téré, pour le PIT ; Le Réveil pour le PDCI – RDA, etc. Si certains journaux sont réputés journaux de partis politiques, plusieurs autres titres jouent se drapent du manteau de journaux privés tout en gravitant autour de certaines formations politiques. Ainsi du Temps, de L'œil du peuple, du National, du Jour, du Patriote (première et seconde version), etc.

De 1990 à 1996, le paysage médiatique ivoirien s'est rapidement surpeuplé en passant de quatre titres en trente ans à 178 journaux en six ans. Mais au cours de cette même période, le taux de mortalité a été dramatique : de 200 à 2005, il ne restera plus sur le marché que 36 quotidiens et périodiques.

Liste des journaux de 2000 à 2005

1	Frat-Mat (P)	13	DNA (P)	25	Elite Actuelle (P)
2	Notre Voie (P)	14	Le Front (P)	26	Le Matin d'Abidjan (P)
3	L'Inter (P)	15	24 Heures (P)	27	Le Journal des Journaux (P)
4	Soir Info (P)	16	L'Intelligent (P)	28	Monde des Stars (P)
5	Patriote (P)	17	Le Courrier (P)	29	Verdict Populaire (P)
6	N. Réveil3 (P)	18	National Plus (A)	30	Prestige (P)
7	Le Jour Plus (P)	19	Toujours (A)	31	Progrès (A)
8	L'Evènement (P)	20	Go Magazine (P)	32	Bûcheron (A)
9	Echos- Matin (A)	21	Le Sport (P)	33	L'Essor (P)
10	Nord-Sud (P)	22	Top Visage (P)	34	Le Libéral (A)
11	Le Temps (P)	23	Déclic (P)	35	Aiglon (P)
12	D. Heure (A)	24	Gbich! (P)	36	Mimos (P)

37	Foot (A)	41	Heat (P)	45	Le Repère (A)
38	Crapouillot (P)	42	Le Nouveau Navire (P)	46	Le Reflet (A)
39	Mousso (P)	43	Tassouman (A)		
40	Dagbê (P)	44	Libération (P)		

Nombre de titres nationaux sur le marché ivoirien 90-91/96

1	Fraternité-Matin,	28	L'observatoire du Lundi, (A)	56	Nord Express, (A)	
	Quotidien (P)	29	Le Dénonciateur, (A)	57	L'écho De L'ouest, (A)	
2	Ivoir'soir, Quotidien (P)	30	Afrique Panorama, (A)	58	Le Dialogue, (A)	
3	Le Guido, (A)	31	Allez Le Stade, (A)	59	Opinion, (A)	
4	Femme D'Afrique (P)	32	L'étincelle D'Afrique, (A)	60	Yop Magazine, (A)	
5	La Voie, Quotidien (P)	33	Le Patriote Express, (A)	61	Le Monde Politique, (A)	
6	Le Nouvel Horizon, (A)	34	Le Virage, (A)	62	L'aiglon, (A)	
7	Notre Temps, (A)	35	Réalités, (A)	63	Le Temps Du Sport, (A)	
8	Liberté, (A)	36	Le Défi, (A)	64	Télé Hebdo, (A)	
9	Le Démocrate, (P)	37	Bonsoir, (A)	65	Ivoire Annonce, (A)	
10	Téré, (A)	38	Le Grand Devoir, (A)	66	Sports Magazine, (A)	
11	Le Patriote, (A)	39	Ivoire Dimanche, (A)	67	Le Journal D'Afrique, (A)	
12	Mimosas, (P)	40	Le Regard, (A)	68	Afrique Style, (A)	
13	Miroir Des Sports, (A)	41	Forum Economique, (A)	69	Poignon, (A)	
14	Les Enfants S'amusent, (A)	42	La Dépêche, (A)	70	Le Destin, (A)	
15	Ivoir'Foot, (A)	43	Le Réveil, (P)	71	Fortune, (A)	
16	Télé-Miroir, (P)	44	Agouti Penseur, (A)	72	L'espoir, (A)	
17	Alif, (A)	45	La Nouvelle Nation, (A)	73	La Nation, (A)	
18	Village, (A)	46	L'union, (A)	74	La Tribune du Banco, (A)	
19	Le Changement, (A)	47	L'union Magazine, (A)	75	La Chronique du Soir,	
20	L'avenir, (A)	48	L'araignée, (A)		quotidien(A)	
21	L'indépendant, (A)	49	L'écho, (A)	76	Le Jeune Démocrate, (A)	
22	L'éléphant Enchaîné, (A)	50	Eclosion, (A)	77	Parents, (A)	
23	Kabako, (A)	51	Le Combattant, (A)	78	L'œil Du Peuple (P)	
24	L'événement Africain, (A)	52	Le Fédéral, (A)	79	Le Patriote Express, (A)	
25	Plume Libre, (A)	53	Côte D'ivoire Nouvelle, (A)	80	L'enquêteur, (A)	
26	Le Lynx, (A)	54	Lame Rasoir, (A)	81	Le Syndicaliste, (A)	
27	L'éphémère, (A)	55	Soleil D'or, (A)	82	Star Plus, (A)	

83	Micro-Public, (A)	113	Le Pays, (A)	146	L'œil Du Peuple, (A)
84	Les Enfants S'amusent, (A)	114	Le Bélier, (P)	147	La Concorde, (A)
85	La Nouvelle Presse, (A)	115	Le Combat, (P)	148	La Patrie, (A)
86	Le Dénonciateur, (A)	116	Ivoire, (A)	149	La Patrie au quotidien,
87	Intégration, (A)	117	L'essentiel, (A)		Quotidien (A)
88	News Quick, (A)	118	Le Combat, (P)	150	Le Champion, (A)
89	Le Sport, (A)	119	Lumière (Yeelen), (A)	151	Le Citoyen, (A)
90	Top Visages, (P)	120	Le Journal de la semaine, (A)	152	Le Communal, (A)
91	Mousso, (P)	121	L'héritage, (P)	153	Le Détective, (A)
92	Match Week-End, (A)	122	Le Monde Ivoirien, (A)	154	Le Journal Du Jeudi, (A)
93	La Gazette, (A)	123	L'action, (P)	155	Le Messager de la
94	Sport Plus, (A)	124	Notre Chance, (P)		Semaine, (A)
95	Télé-Miroir, (P)	125	Notre Monde, (A)	156	Le Pacifique, (A)
96	Ivoir Foot, (A)	126	Le Direct, (P)	157	Le Pari Africain, (A)
97	Tére, (A)	127	L'alternative, quotidien (A)	158	Le Progrès, (A)
98	Aiglons, (A)	128	Le Quotidien du sport,	159	Le Réformateur, (A)
99	Kabako,'A)		Quotidien (A)	160	Le Soleil, (P)
100	Liberté, (A)	129	Douze, Quotidien (P)	161	Le Sportif, (A)
101	Forum Economique, (A)	130	Stadium, (P)	162	Le Triomphe, (A)
102	L'indépendant, Quotidien (A)	131	Star Magazine, (P)	163	Les Vérités Hebdo, (A)
103	Le Jour, Quotidien (P)	132	Le Griot Des Sports, (A)	164	Makoun'zué, (P)
104	Soir Info, Quotidien (P)	133	La Voix Du Travailleur, (A)	165	Match Magazine, (A)
105	La Nouvelle République,	134	Akpani Libéré, (A)	166	Miroir D'Abidjan, (A)
	quotidien (P)	135	Avenir Express, (A)	167	Nouvelle Ere, (A)
106	Le Républicain Ivoirien,	136	Awalé, (A)	168	Nouvelle Vision, (A)
	quotidien (A)	137	Bleu-Rouge, (P)	169	Planète Jeunes, (P)
107	Le Populaire, Quotidien (P)	138	C'est Ça Magazine, (A)	170	Reflets, (A)
108	La Presse (A)	139	Faits Divers, (A)	171	Téré Express, (A)
109	Bol Kotch (A)	140	L'indicateur de l'emploi, (P)	172	Multi-Sports, Quotidien (P)
110	La Lettre de l'Afrique de	141	Magazine, (A)	173	But Magazine, (P)
	l'ouest, (P)	142	Koutoubou, (A)	174	Actuel, Quotidien (P)
111	Le Réveil Hebdo, (P)	143	L'Angelus, (A)	175	Roots-Rock, Magazine (P)
112	La Nouvelle Société,	144	L'avis Du Peuple, (A)		
	quotidien (A)	145	L'essor Ivoirien, (A)		

Liste arrêtée au 20 avril 1996.

P = Présent sur le marché A = Absent sur la marché

Journalistes : le surpeuplement

La population de journalistes a elle aussi connu une croissance considérable. Avec les quatre titres de 1963 à 1990, moins d'une cinquantaine de journalistes officiaient dans les rédactions. Mais le printemps de la presse fut aussi celui des journalistes. De moins d'une cinquantaine durant de longues années, le nombre de journalistes qui détiennent la carte d'identité de journaliste professionnel est passé à 463 en 2001 – 2002 (dernière période d'attribution de la carte d'identité de journaliste professionnel). Ce chiffre peut cependant être considéré comme ne reflétant pas le nombre exact de personnes exerçant le métier de journaliste aujourd'hui en Côte d'Ivoire. C'est un chiffre de recensement officiel qui donne une idée de ceux qui ont sollicité la CIJP et plus exactement de ceux qui l'ont obtenue. Depuis 2001 - 2002, de nouveaux titres ont fait leur apparition dans le paysage médiatique. Leurs rédactions emploient à titre de journalistes des personnes qui ne sont pas connues au fichier de la Commission d'attribution de la CIJP. A ces "clandestins", il faut ajouter ceux qui sont plus anciens dans le métier mais qui estiment qu'ils n'ont pas besoin de la carte ou qui n'ont pas fait acte de candidature pour son obtention. Certains détenteurs de la CIJP sont sortis du métier, mais ils ne sont pas suffisamment nombreux pour diminuer de manière considérable la population des journalistes.

Un marché? De l'euphorie au cauchemar

En dépit de la crise économique des années 80, d'un achetorat qui n'était pas considérablement plus nombreux qu'il ne l'est aujourd'hui et d'une ligne éditoriale résolument pro-gouvernementale (d'aucuns diront discours et pensée uniques), le tirage de Fraternité Matin atteignait des pics de 100. 000 exemplaires et parfois plus. Le lectorat était alors estimé à un million. Le monopole dont bénéficiait le premier quotidien national, et le lectorat dit captif dont il était assuré du fait même de ce monopole suffisent-ils à expliquer cette relative bonne santé de Fraternité Matin ? Le sûr, c'est qu'il exis-

tait un marché de la presse, un achetorat qui avait un pouvoir d'achat. Ce marché donnait toute la mesure de sa vitalité à travers le chiffre d'affaires global qui a atteint, selon une analyse d'Ibrahim Sy Savané (in De l'économie de la presse Entre plume et porte-monnaie; L'état de la presse en Côte d'Ivoire, Unjci, Friedrich Ebert, Olped, 1996) pour l'exercice 94/95 6,8 milliards de FCFA. Dans ce total, qui était en augmentation de 17% à l'époque, la presse ivoirienne réalisait à elle seule 4,8 milliards de FCFA, soit 70%. Quand Thierry Perret écrit dans Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone : « A la fin des années 80, la Côte d'Ivoire est la véritable puissance économique de l'Afrique de l'Ouest. Le pays a une presse étatique peu diversifiée mais assez prospère sur un marché qui est loin d'être négligeable car les Ivoiriens ont un réel pouvoir d'achat, et la scolarisation a atteint des niveaux inconnus ailleurs », il n'est pas très loin de la vérité.

La plupart des journaux créés à la faveur du multipartisme ont régulièrement réalisé des tirages honorables (autour de 10 000 à 15 000 voire plus) avant de connaître l'angoisse des bouillons qui s'accumulent avec une régularité terrifiante pendant que les exemplaires que roule la rotative connaissent une cure d'amaigrissement inquiétante.

Aujourd'hui, seulement 36 quotidiens et périodiques continuent de paraître. De nouveaux titres se créent, mais un peu plus rarement et surtout de façon opportuniste en liaison avec les saisons politiques de basse ou haute intensité. Le marché s'est pourtant réduit comme une peau de chagrin.

- . Création de journaux sans étude de marché préalable
- . Offre éditoriale pour une demande éditoriale (un marché) qu'on ne connaît pas
- . Offre éditoriale essentiellement politique
- . Un marché publicitaire relativement florissant (voir chiffre d'affaires) au cours de la décennie 90, mais aujourd'hui en récession avec la crise et les événements qui la jalonnent
- . Un achétorat et un lectorat essentiellement urbains et peu nombreux
- . Des titres trop nombreux. A titre de comparaison : pour une population d'environ 70 millions d'habitants en France, on compte 12 quotidiens nationaux et 49 quotidiens régionaux (chiffres clés 2003 de la presse grand public parus dans Stratégies n° 1326 du 13/5/ 2004 ; en Côte d'Ivoire, avec 16 millions et demi d'habitants et

un fort taux d'analphabétisme l'on a atteint le pic de 178 titres en 1996 avant de descendre à 36 quotidiens et périodiques aujourd'hui.

. Un surpeuplement des journalistes

La presse quotidienne et périodique a vendu respectivement :

35 984 611	Exemplaires en	2001
32 807 391	Exemplaires en	2002
37 087 589	Exemplaires en	2003
33 982 876	Exemplaires en	2004
29 501 504	Exemplaires en	2005

TABLEAU DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE IVOIRIENNE

	Chiffre d'affaires global : 6,8 milliards Fcfa*
1994- 1995	Chiffre d'affaires de la presse nationale : 4,8 milliards Fcfa, soit 70%
	Quotidiens locaux : 3,7 milliards Fcfa

^{*} A la même époque, ce chiffre d'affaires global était en augmentation de 16%.

Source : De l'économie de la presse : Entre plume et porte-monnaie Auteur : Ibrahim Sy Savané, in L'Etat de la presse en Côte d'Ivoire.

2^{ème} partie

La formation

Les séminaires ont la côte

De 1995 à 2005, des journalistes ivoiriens ont bénéficié d'une douzaine de séminaires de formation mais de presque pas de stages pratiques. La formule des séminaires avait l'avantage d'être moins lourde dans sa gestion. Organisés sous forme de cours magistraux essentiellement axés sur l'initiation aux techniques rédactionnelles, ces séminaires réunissent généralement une vingtaine de participants choisis par les rédactions elles-mêmes. Le temps de la formation à ces séminaires excède rarement une semaine ouvrée.

Seul "Projet Média" qui constitue l'exception était prévu pour durer 16 mois. Le séminaire dit de base à l'intention des journalistes de l'audiovisuel

s'est déroulé sur trois semaines d'affilée du 16 mars au 03 avril 1998, et celui destiné aux journalistes de la presse s'est étalé en deux phases du 16 au 27 mars au cabinet Marfim International et du 20 au 30 avril à la Fondation Friedrich Ebert. Le volume horaire consacré à ces séminaires était tout aussi important ainsi que le nombre de participants : au total, y ont pris part, si l'on s'en tient aux listes disponibles dans les documents, 74 journalistes âgés de 23 à 47 ans et dont certains totalisaient déjà un peu plus d'une dizaine d'années dans le métier. Sur les 74 participants 51 étaient de la presse et 23 de la Radiodiffusion Télévision nationale (RTI) et d'autres médias audiovisuels.

"Projet Média" va ratisser large en intégrant au module de formation de base au journalisme l'initiation à la spécialisation. Il va même trop embrasser en programmant de multiples autres séminaires tels que ceux destinés aux comptables des journaux, le marketing, la gestion de l'entreprise de presse, la création d'une structure de distribution des journaux, etc. avec des sessions consacrées à la spécialisation. C'est ainsi que du 18 au 29 mai 1998 un stage d'initiation au journalisme économique est organisé à la Fondation Friedrich Ebert, un séminaire dit de spécialisation en journalisme politique est organisé du 18 au 29 mai dans les locaux de l'IPNETP. A ce large éventail va s'ajouter, toujours pour "Projet Média", une étude, sous forme de séminaire, de faisabilité d'une centrale d'achat, vieux débat récurrent à l'époque devenu presque une hantise qui fit l'objet de plusieurs réunions qui n'ont abouti à aucun acte concret ni à des décisions applicables.

PROGRAMME DE FORMATION SPÉCIALISÉE

LE REPORTAGE POLITIQUE

Termes de référence

1) Culture politique et langage politique : Les bases de compréhension de la conduite politique

- Nature de la culture politique
- Cultures politiques consensuelles et conflictuelles
- Langage et perception de la politique
- Signification du langage politique

2) Constitution: Types de gouvernement et leur fonctionnement.

- Principe régissant le type constitutionnel
- Etats fédéraux et unitaires structures et fonctions
- Gouvernements parlementaires et présidentiels structures et fonctionnement

3) Les rouages du gouvernement

- Les assemblées législatives les origines, les structures et le fonctionnement
- Catégories et fonctionnement des exécutives
- Organisation et fonctionnement des systèmes judiciaires.

4) Les objectifs politiques et la participation politique

- Les formes de participation politique
- Les effets de participation
- La nature des objectifs politiques
- Continuité et changement dans les objectifs politiques

5) Les différentes voies de la participation politique

- Elections et système électoral
- Partis politiques et systèmes politiques
- Associations

6) Reportage sur les institutions et les evenements politiques

- Reportage sur les institutions politiques (l'exécutif, le législatif et le judiciaire)
- Reportage sur les événements politiques (meeting, discours, convention et congrès, table ronde, débats, interviews, manifestations, campagnes et élections etc.).

A l'attention de M. Axel Schmidt Représentant résident Friedrich Ebert Stiftung Abidjan

Cher Axel.

Comme convenu voici le programme des ...semaines de séminaire sur l'information économique. Je l'ai conçu très concret et pratique Ne pas entretenir la fiction de l'économie discipline théorique, abstraite et incompréhensible.

Ce qui veut dire que l'accent sera mis de façon primordiale sur la micro-économie : les hommes, les artisans, les entreprises et non sur la macroéconomie les théories, la stagflation ou les termes de l'échange, les ministres, les experts.

Amicalement Georges Bornes

PROGRAMME DE FORMATION SPÉCIALISÉE

LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION ÉCONOMIQUE

18 au 19 mai et 15 au 26 juin 1998 Friedrich Ebert Stiftung, Abidjan

Lundi 18 mai : Définition et caractéristiques de l'information économique, via l'analyse d'un dossier d'articles de presse quotidienne et hebdomadaire.

Mardi 19 mai : Définition et caractéristiques de l'information économique, via l'analèse d'un dossier d'articles de presse quotidienne et hebdomadaire (suite). Macroéconomie et micro-économie.

Mercredi 20 mai : Le vocabulaire de l'information économique : du bon usage des chiffres, pourcentages, sigles, etc. exercices.

Jeudi 21 mai : Le vocabulaire de l'information économique : du bon usage des chiffres, pourcentages, sigles, etc. *exercices (suite)*.

Vendredi 22 mai : Principes de base de la rédaction d'un article économique. Message, angle (s), plan.

Exercices

Lundi 25 mai : Passage en revue des différents éléments étudiés la semaine précédente. *Exercices*

Mardi 26 mai : L'application des différents genres journalistiques à l'information économique. *Exercice*. Mercredi 27 mai : L'utilisation du genre reportage

dans l'information économique. Choix d'un sujet. Exercices pratiques sur le terrain.

Jeudi 28 mai : Rédaction de l'exercice de la veille **Vendredi 29 mai :** Correction collective des travaux des stagiaires. *Evaluation*.

Lundi 15 juin : Révision des différents éléments étudiés lors de la première quinzaine. Questions sans réponses. *Exercices*

Mardi 16 juin: L'utilisation du genre interview dans

l'information économique. Choix d'un thème et d'un interviewé. *Exercices pratiques sur le terrain*.

Mercredi 17 juin : Rédaction de l'exercice de la veille. Vendredi 19 juin : Préparation de l'enquête de la semaine suivante. Choix des thèmes. Répartition des rôles

Lundi 22 juin : Départ sur le terrain pour l'exercice collectif d'enquête. Chaque fin d'après midi : briefing des chefs d'enquête et du rédacteur en chef pour le suivi des travaux.

Mardi 23 juin : Départ sur le terrain pour l'exercice collectif d'enquête. Chaque fin d'après midi : briefing des chefs d'enquête et du rédacteur en chef pour le suivi des travaux. Début de la rédaction.

Mercredi 24 juin : Rédaction de l'enquête. Jeudi 25 juin : Rédaction et mise en page.

Vendredi 26 juin : Correction collective. Evaluation de l'ensemble du stage.

3) Reportage économique

Nous sommes partis du constat que la plupart des journalistes camerounais manquaient d'informations précises et de modération dans leurs reportages sur les institutions et les activités économiques. La Fondation espérait que cet atelier de formation des aiderait à plus de précisions et à moins de subjectivité dans leurs reportages ; d'autre part, qu'ils les aiderait à faire une utilisation beaucoup plus judicieuse des statistiques dans leurs reportages économiques.

Termes de référence

- a) Principes fondamentaux, concepts et pratiques en économie
- b) Les systèmes économiques
- c) Les institutions économiques (sur le plan national et international)
- d) Economie internationale
- e) Economie nationale (économie politique eu Cameroun)
- f) Reportage économique
- Reportage financier
- L'inflation
- Balance des paiements / balance commerciale
- Taux de change

Reportage sur:

- Groupements régionaux à caractère économique
- Politique économique
- Institutions économiques
- Les sommets économiques
- Economie nationale et internationale
- g) Analyses, interprétations et présentations de données économiques
- h) Le rôle de la publicité dans la promotion commerciale

4) Reportage sur les problèmes sociaux

Nous sommes partis du constat que les problèmes sociaux étaient très peu couverts par la presse écrite camerounaise ou les média en général, et que les quelques reportages faits sur le sujet manquaient de professionnalisme.

Le reportage politique (projet)

Vie de la cité au sens noble du terme, la politique produit une richesse potentielle qui est sensée attirer le lecteur. A condition que cette information soit traitée d'une manière attractive, donc " vendable ", en utilisant le large éventail des genres journalistiques.

Voilà pourquoi, nous nous proposons d'aborder tout ces genres, appliqués à la politique; de la brève au compte-rendu, de l'éditorial au portrait. Et tout particulièrement le reportage et ses angles multiples, portrait, interview, écho, indiscret, etc.

Première semaine: à l'aide de transparents, d'enregistrements d'émission de télévision et de radio, nous puiserons nos exemples dans la politique française et internationale. La méthode? Des exercices en prenant le problème à l'envers: à partir d'un édito, ressortir l'information principale et vice-versa. Etc.

Deuxième semaine : préparation d'un mini journal de reportage à l'assemblée nationale, avec édito, portraits, brèves, échos et interview.

Revue de presse :

Tous les matins, une revue de presse sera présentée par des groupes sur la politique française, africaine et internationale, à partir de la presse ivoirienne et de RTI.

Programme provisoire

Déroulement - type d'un séminaire de 4 semaines

Première semaine

1er jour :

Présentation du groupe. Tour de table. Questionnaire préalable.

Présentation du projet de journal sur l'assemblée nationale. Rappel des grands principes rédactionnels. Questions de référence. Les plans. L'habillage d'un article. L'information recherchée. Rôle te travail du Desk. L'apport des agences de presse (travail sur dépêches). Tri par genre. Mouture (exercices).

2ème jour :

La ligne éditoriale. Les différents genres s'appliquant à l'information politique. Travail sur la presse ivoirienne et internationale. Les sources. Exemple : éclatement de la droite française et élections cantonales et régionales. Le politique et les faits divers. Exemple : la Corse.

3ème jour :

L'éditorial, vitrine du journal. Le commentaire politique. L'analyse, les titres, première accroche du lecteur : titre incitatif et informatif.

4ème iour :

L'écho, indiscrets, le reportage politique, le portrait, l'interview.

5ème jour :

L'illustration photographique, la caricature, les guignols de l'info. Préparation du journal de l'assemblée nationale.

Deuxième semaine

1er jour :

Préparation journal. Prises de contact. Bouclage du projet de contenu.

2ème jour :

Reportage de l'assemblée

3ème jour :

Suite reportages (si besoin) et début rédaction des textes.

4ème jour :

Fin rédaction des textes. Mise en page.

5ème jour :

Evaluation du journal et des cours.

1ère semaine

Techniques de base de rédaction (3 jours)

Vocabulaire

Message

Angle(s) loi de proximité

Plans de construction

Exercices

Habillage (2 jours)

Titres

Chapeaux

Intertitres

Légendes

Attaques - Chutes

Exercices

2ème semaine

Genres journalistiques (1 jour)

<u>Commentaire</u>
- Echo
- Billet
- Editorial
- Critique

Interview

Reportage

Enquête

La prise de notes (1 jour)

Pourquoi prendre des notes ?

Comment prendre des notes ?

Les outils?

Oue noter?

Oue faire de ses notes après ?

Exercices

L'interview (3 jours)

Définition, typologie :

Interview témoignage

Interview commentaire

Interview consultation

Interview situation

Interview portrait
Interview - sondage
La préparation de l'interview
Le questionnaire
Exercises

3ème semaine

Genres journalistiques (suite interview) (1 jour)

La rédaction de l'interview :

- Question réponse citation déclaration
- L'habillage de l'interview
- Le rôle de la photo dans l'interview

Le reportage (4 jours) Définition, typologie Grands reportages et petits reportages Le rôle des 5 sens dans le reportage Comment se comporter sur le terrain La rédaction du reportage Le reportage est un montage d'images Le rôle de la photo dans le reportage

4ème semaine

Réalisation d'un hebdomadaire (4 jours)

Déontologie (1 jour)

Définition du journalisme

Conclusion

Remise des diplômes

Annexe 3 : déroulement - type d'un séminaire de 4 semaines

Programme de formation

Cours de base

Durée: 1 mois (de lundi au vendredi) 80 heures de formation en classe 80 heures de formation en rédaction Participants: 20 journalistes

1. La théorie et pratique du journalisme de presse a) Concepts fondamentaux :

- Ou'est-ce que est le journalisme ?
- Qui est un journaliste ?

Lieu: ISTC Abidjan

- Ou'est-ce que est une nouvelle ?
- Ou'est-ce que est un rapport ?
- Qu'est-ce que est un commentaire ?
- Qu'est-ce que est un fait ?
- Qu'est-ce que est une opinion ?
- Comment vous distinguez entre la nouvelle, le commentaire, le fait et la opinion ?

b) Ecrire (rapporter) la nouvelle :

- le langage : comment il faut écrire bien et compréhensible (clarté, simplicité, l'économie de mots, éviter des clichés, ...);
- la construction du rapport : la distinction entre l'écrire d'une nouvelle et l'écrire de la propagande, la nécessité de savoir d'abord pourquoi et pour qui vous

écrivez (le gouvernement, l'opposition ou le public), la nécessité de rapporter dans une manière équilibrée, non militante (la choix de mots neutres) ; la distinction entre le fait et l'opinion, la nouvelle et le commentaire dans un texte journalistique (étude pratique avec les journaux publiés en Cl) ;

- comment on rédige une dépêche, un communiqué de presse ; comment on rapporte un discours ;
- comment il faut lire les statistiques :
- comment on distingue entre la reportage des nouvelles et l'écrire d'un rubrique.

(A la fin du cours les participants doivent être capable de décrire le profile d'un bon journaliste dans le contexte ivoirien.)

c) La connaissance du mode de production d'un journal, d'un hebdomadaire, journaux spécialisés, d'un magazine et des pages spécialisées. (Les participants doivent projeter et produire d'un journal expérimental.)

2. Techniques de interview

- Qu'est-ce que est une interview ? Qu'est-ce que sont ses objectifs ?
- Comment préparer (par la recherche de fond), pla-

nifier et conduire une interview?

- Qu'est-ce qu'il faut observer dans les questions et comment il faut les poser ? (comment il faut poser des questions critiques, la recherche de questions qui produisent la vérité ou la information recherchée)
- L'avantage d'une interview face à face
- Les avantages et les désavantages de chercher des informations par téléphone
- Comment il faut exploiter les informations obtenues par l'interview ?

3. Collecter et rechercher des informations

- a) L'importance des informations documentaires
- b) Les sources des informations documentaires
- Comment il faut collecter, archiver et retrouver les informations documentaires ?
- Comment il faut archiver des documents ?
- c) Types de librairies et leur usage
- Comment il faut consulter une librairie?

4. Relations publics et contacts

- Qu'est-ce que veut dire " relations publics "
- Comment il faut distinguer entre relation publics et journalisme ?
- L'importance des relations publics pour le journaliste

5. L'importance des sources d'information

- Comment il faut établir et garder un réseau des sources d'information ?
- Comment on détermine de contacter qui et pour quoi ?
- Le journaliste et ses informants : quelle type de relation ?
- La nécessité de anticiper et suivre

6. La dynamique interne d'une rédaction

- Quelle relation il y a entre l'éditeur et sa équipe ?
- Est-ce qu'il y a un conflit d'intérêts ?
- Quelle influence exerce la famille et les relations d'éditeur sur les affaires quotidiennes d'un journal ?
- Les journalistes et l'équipe technique, sont-ils contents ?
- Quelles circonstances influencent leur satisfaction ou leur mécontent ?
- Les journalistes, ils se sentent intégrés dans l'entreprise ?

- Qu'est-ce qu'ils peuvent faire (ne peuvent pas faire) pour améliorer leur situation ?
- Qu'est-ce qu'ils sont les conditions minimales pour un journalisme d'excellence ?

Logie et la législation

Le journaliste et sa profession :

- Les idéals de journalisme, sont-ils praticables pour la profession? Quelles exigences il y a pour le travaille de journaliste en Côte d'Ivoire?
- Le Journaliste et la loi : les droits et les devoirs ;
- Le rôle de l'OLPED : Observatoire de la liberté de la Presse, de l'Ethique et de la Déontologie en Côte d'Ivoire

8. La rédaction des rubriques

a) Qu'est - ce qu'une chronique?

b) Les catégories de rubriques

Le portrait

L'interview

Le récit

La rédaction

l'exposé La confession

Anthologie

La colonne

La critique

c) Sources d'inspiration pour des rubriques

La collection d'informations clés

Informations issues de l'actualité

Informations issues de l'histoire

Sélection d'informations importantes

d) La Recherche d'informations

e) La rédaction de l'article

f) La rédaction de l'introduction

Les lignes directrices pour la rédaction de l'article.

La qualité d'une bonne introduction

Les introductions frappantes

Les introductions de conviction

Les introductions sous forme de citations

Directives pour la rédaction de l'introduction

Directives pour la rédaction de l'article

g) La rédaction de la conclusion

h) Achèvement de l'article

i) préparation du manuscrit

- k) La manipulation du titre
- 1) Humanisation des chroniques
- m) Style et présentation Précision et simplicité

Concision et brièveté

Documentation

- n) Exercices conseillés
- o) Suggestions pour une lecture approfondie
- 9. La rédaction des éditoriaux
- a) Qu'est-ce-qu'un éditorial?
- b) Thèmes pour éditoriaux
- c) La conception de l'éditorial
- d) Recherche en vue de rédiger l'éditorial
- e) Organisation de l'éditorial

L'introduction

Le corps

La conclusion

f) Les titres de l'éditorial

L'intitulé principal

Titres des résumés

Les grands titres

Allusion et parodie littéraires

Questions

Appels directs

- g) Style et ton de la rédaction de l'éditorial
- h) Editoriaux Critiaues
- i) Organisations des débats
- i) Conclusion
- k) Exercices conseillés
- l) Suggestions pour une lecture approfondie...

10. Rédaction de compte rendu

- a) Ou'est ce qu'un compte-rendu?
- b) Sujet de compte-rendu
- c) Préparation à la rédaction d'un compte-rendu

Choix des lecteurs

Lecture attentive et prise de notes

d) Conception du compte-rendu

Questions fondamentales à traiter

L'introduction

formulation du thème

Evaluation de la portée ou de la pertinence du travail

- e) Evaluation du travail
- f) Rédaction d'un compte rendu et critique
- g) Exercices conseillés
- h) Proposition pour une lecture approfondie

PROJET MÉDIA 1998

STAGE D'INITIATION AU JOURNALISME ÉCONOMIQUE

Du 18 au 29 mai 1998 - Fondation Friedrich Ebert, Abidjan

Il s'agissait d'une nouvelle phase de formation du projet "Media" organisé

par l'Union européenne avec le concours de la Fondation Friedrich Ebert à Abidjan, l'Union nationale des journalistes de la Côte d'Ivoire (UNJCI)

Rapport de Richard Réale, formateur avec Honorat de Yédagne.

Cette nouvelle du programme Media 98 s'est déroulée du 18 au 22 mai 1998 dans les locaux de la Fondation Friedrich Ebert pour quinze journalistes de la presse écrite et audiovisuelle.

Tous les stagiaires. à l'exception d'un seul, étaient des néophytes en matière d'économe, certains étaient, journalistes professionnels et d'autres, candidat à la carte professionnelle. La plupart étaient des collaborateurs de quotidiens ivoiriens (journaux d'opinion en majorité). D'autres travaillaient dans la presse magazine, féminine ou culturelle ou encore à sensation, hebdomadaire ou mensuelle. D'autres enfin, étaient rédacteurs dans un quotidien sportif. Un stagiaire travaillait dans l'audiovisuel, comme présentateur du journal du soir de la 1ère chaîne de la télévision ivoirienne

L'expérience professionnelle des uns et des autres était variable. 50% des stagiaires étaient neufs dans le métier. L'autre moitié était des professionnels de plus longue date et pour certains des journalistes d'expérience.

La différence eau n'a pas altéré l'intérêt des stagiaires pour la spécificité du programme

l'information économique. Les échanges entre formateurs et stagiaires ont dû cependant tenir compte d'une demande forte des participants concernant les règles de base du traitement Je l'information, économique ou non.

Ainsi, le programme de formation, sans jamais perdre de vue la spécificité "éco" de ces quinze jours de travail, a fait une place à la révision du mode d'emploi des techniques journalistiques de base, aussi bien dans les domaines de la rédaction (les divers genres : brèves, interview, reportage), de la recherche de l'information, de l'angle que de l'éthique. Ces points ont tous trouvé une mise en application immédiate à travers plusieurs enquêtes conduites dès le deuxième jour de stage sur le terrain. Dans le même temps, nous nous sommes efforcés de progresser sur la connaissance des rouages les plus simples de l'économie.

sur la définition des termes économiques les plus courants,

les données à connaître,

l'utilisation des chiffres, leur signification, leur emploi en matière journalistique, leur mise en perspective.

Nous avons étudié de manière plus détaillée le fonctionnement et la structure d'une entreprise des éléments qui peuvent donner matière à reportage. Une fiche a été sur ce thème qui a suscité un grand intérêt.

Nous avons établi à la demande des stagiaires une liste récapitulative non exhaustive des sources d'information à disposition des journalistes, nationales, extranationales ou Et nous leur avons remis. Toujours à leur demande un annuaire des fions et organismes économiques officiels ou étatiques ou paraétatiques de leur pays.

Nous avons travaillé sur les concepts de micro et de macroéconomie à travers divers exemples tirés d'une revue de presse internationale et de dépêches d'agences. Nous avons reçu en désintéressé et efficace de la rédaction économique de la radio française RTL à Paris, qui nous a fait parvenir quotidiennement le traitement de l'actualité africaine par les de presse internationales.

Le travail accompli sur le terrain a été assez intense. Il s'est déroulé en équipes, quatre groupe traitant chacun un sujet. Les enquêtes ont fait l'objet d'un travail préparatoire assez qui a porté ses Fruits. Pour chaque enquête, les stagiaires ont effectivement rencontré plusieurs interlocuteurs contactés par la Fondation Friedrich Ebert.

La masse et l'intérêt des informations recueillies a favorisé un travail de synthèse établi far des groupes. Les sujets ont été éclatés en leads et encadrés, brèves et tableaux pour reprendre les enseignements tirés de nos revues de presse.

Nous avons travaillé au traitement de rubriques de vulgarisation des chiffres de l'économie Par le biais de jeux ou de "Quizz" (test à questions fermés) à proposer aux lecteurs.

L'économiste patenté de notre groupe a convaincu sa rédaction de l'intérêt d'une telle rubrique dans son journal.

Les participants ont manifesté le désir d'utiliser les informations recueillies au cours du stage au bénéfice de leurs propres titres. Nous avons informé nos interlocuteurs en conséquence et il est à souligner que chaque groupe a reçu le meilleur accueil de la part d'interviewés qui ont été questionnés sans concessions.

La rédaction d'un journal de fin de stage a été vécue de manière passionnée et les difficultés de réali-

sation technique de ces pages n'a pas démobilisé les enthousiasmes.

Chaque jour a donné lieu à une révision des acquis des jours précédents et un tour d'horizon global a été effectué avec l'ensemble des stagiaires le dernier jour. Ce tour de table a confirmé l'intérêt général pour une formation d'ensemble et le souhait des participants de posséder un aide-mémoire répertoriant les notions évoquées pendant le stage.

Cet aide-mémoire a été remis en début de stage par Honorat de Yédagne, au nom de l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire. Tous les stagiaires n'ont pas eu le loisir de se pencher sérieusement sur ces notes, car un certain nombre d'entre eux, mobilisés pendant leur formation pour des travaux confiés par leur propre rédaction, ont du faire double journée.

D'autres avaient choisi de ne pas être payés par leurs journaux, mais de tirer parti au mieux de ces journées de formation.

Beaucoup ont évoqué l'incompréhension manifestée par leur hiérarchie parfois pieu 'noue de la nécessité de former des journalistes plus compétents.

Enfin, il est à souligner l'excellente atmosphère de ce séminaire, le bon esprit et la bonne volonté des participants, même si le respect de l'horaire n'est pas la qualité première de nos confrères ivoiriens. Les échanges que nous avons eus avec eux ont été fructueux et amicaux. Nous répondrons à l'attente de la plupart d'entre eux en leur proposant une bibliographie de soutien à l'initiation qu'ils ont recue.

Richard Réale Mai 1998 Emploi du temps

Prise de contact

Douze stagiaires. Présentation d'une revue de la presse française, généraliste et spécialisée, en compagnie d'Honorat de Yédagne, président de l'Association des journalistes économiques de Côte ivoire. Exemples des différents traitements de l'information économique selon la spécificité des journaux, généralistes ou spécialisés, les hebdomadaires et les dépêches d'agence.

Comparaison traitement d'un même sujet par des titres différents.

Discussions sur les genres, outils : le récit, l'interview, l'infographie, la photo, les tableaux, les brèves etc.

La RTI nous rend visite pour une brève interview.

Mardi

Revue de la presse ivoirienne.

Les infos économiques. Elles occupent le 1/10ème de la surface info. (25% dans la presse française). Le choix des sujets éco adapté au lectorat de chaque quotidien. Exemple à travers une revue de presse. La hiérarchisation de l'information. La vérification des informations, la détermination des sources.

Détection d'informations non fondées mais cependant publiées dans la presse ivoirienne. Sujet à débat. Ces informations se sont avérées fausses par la suite. La discussion a beaucoup porté le contenu d'articles pauvres en information mais riches en commentaires et appréciations personnelles.

Tout notre travail de ces deux semaines s'est efforcé -avec succès- de rétablir la démarche inverse Micro économie. Présentation de l'Entreprise. La manière de l'aborder. Son organisation, sa structure, son fonctionnement.

Débat sur "information et publicité".

Ecrire un article sur une entreprise dont la vocation est de produire et de vendre posait un réel problème à une partie des participants" Distinguo entre publireportage et information. Concevoir que production et commerce ne sont pas synonymes de "publicité clandestine" a suscité une réelle réaction d'étonnement. Certains ont affirmé qu'ils préféraient "ne rien écrire plutôt que de faire de la pub" à une entreprise qui par définition a quelque chose à vendre.

Débat sur l'opportunité de donner au lecteur des informations concernant ses centres d'intérêt : équipement, consommation, épargne etc.

Détermination des sujets d'enquêtes à conduire sur le terrain, d'ici au milieu de la semaine prochaine. Débat sur les sujets envisagés d'emblée, liés à l'actualité : grands travaux de l'éléphant. Politique touristique de la Côte d'Ivoire, Hausse des prix etc.

Mercredi

Revue de presse

Choix définitif des sujets : Citelcom, entreprise de télécommunication privatisée depuis un an par l'État, vendue à un consortium d'investisseurs français et ivoiriens, point sur la volonté étatique de développer le tourisme de la Côte d'Ivoire, hausse des prix qui désarçonne la ménagère, rôle de l'épargne dans notre société et outils nécessaires à sa collecte.

Préparation des plans et questionnaires. Prise de rendez-vous.

Parallèlement à la préparation des reportages et à la constitution de quatre équipes distinctes de reporters, nous avons continué de découvrir les manières de traiter l'information économique que :

- les chiffres significatifs, leur usage, leur mise en perspective
- les sources d'information. Une liste recensant les sources les plus courantes et les plus accessibles sur le plan local, national et international a été donnée aux stagiaires. Ceux-ci ont fait bon usage aussi de l'annuaire des administrations ivoiriennes (source Internet) que les journalistes nous ont demandé de leur fournir

Macro économie : l'exemple de la crise asiatique. Origines, conséquences. Son traitement médiatique.

Jeudi

Reportage.

Rencontre avec le Président des hôteliers de Côte d'Ivoire dans son établissement du bord de mer près d'Abidjan.

Travail sur dépêches de l'Agence France Presse que nous a faxées quotidiennement la rédaction économique de RTL radio à Paris. Tri des dépêches économiques, rubrique Afrique.

Choix des informations, réécriture sous différents styles : brèves, papiers, billets

Commentaires sur des articles parus dans la presse ivoirienne, comparés aux dépêches d'agence AFP et Reuter traitant les mêmes sujets. Enseignement : un article doit être étayé par des faits qui nécessitent un travail minutieux.

Reportage d'une équipe sur 4 reporters sur les marchés d'Abidjan. Interviews de consommateurs et de commercants.

Vendredi:

Interviews et rendez-vous

Suite des enquêtes sur le terrain

"Produits de première nécessité":

- la hausse des prix sur quatre marchés d'Abidjan. Relevé des prix, reportage "vécu" : confrontation des chiffres recueillis par les journalistes avec ceux de l'administration chargée de régulation et de l'observation du commerce. Explications du mécanisme de la hausse.

"Le tourisme en Côte d'Ivoire" identifié comme une "patte de l'Eléphant" :

- Interview du conseiller technique au tourisme de Côte d'Ivoire à l'Office national du tourisme de Côte d'Ivoire
- Enquête auprès d'agences de voyage sur le produit "Côte d'Ivoire". Interview d'un professionnel sur le manque de moyens de promotion et la difficulté de financer une participation aux rendez-vous professionnels mondiaux
- difficultés des réceptifs : hébergeurs et autocaristes ivoiriens etc.
- faiblesse du système de financement. Interview d'un banquier et de candidats à l'investissement
- les chiffres comparés du tourisme ivoirien et de ses voisins africains ou européens

Lundi

Suite des enquêtes et des interviews

"Hausse des prix"

- Rencontre avec le président de la principale association de consommateurs de Côte d'Ivoire
- "Le plan épargne" de la Côte d'Ivoire
- Interview des directeurs de Coopec, filiale du Crédit mutuel, première banque mutualiste du pays
- Rédaction des enquêtes

Mardi

- Entretien avec le secrétaire général du Synapostel, poids lourd des syndicats ivoiriens, sur la situation sociale et économique des collaborateurs de Citelcom, entreprise privatisée
- Rédaction des interviews et suite des enquêtes

Mercredi

Dernière relecture et fin de la saisie des articles.

Préparation du journal d'école

Maquette

Mise en page

Jeudi

Rencontre des "économistes" avec un groupe de stagiaires travaillant sur le traitement de l'information politique. Détermination d'une Une commune. Editorial commun. Travaux de mise en page poursuivis tard le soir puis le lendemain.

Vendredi

Discussion générale. Les enseignements du stage. Les attentes.

Projection de reportages économiques réalisés par différentes chaînes de télévision françaises. L'économie comme support d'émissions grand public (Emission "Capital" sur M6, par exemple "Combien ça coûte ?"

Révision des notions découvertes et utilisées au cours du stage.

Souhait des participants de posséder un peu de littérature d'initiation pour leur permettre de conforter et d'approfondir des notions fraîchement acquises.

L'âge du capitaine

Le statut professionnel et hiérarchique des journalistes sélectionnés, les organes auxquels ils appartiennent, leur ancienneté dans le métier sont des éléments d'information qui renseignent sur l'organisation de ces séminaires de formation. En consultant les listes disponibles dans les archives de la Fondation Friedrich Ebert, plusieurs constats s'imposent. Relativement au cours de formation de base du 19 au 30 janvier, pour ne prendre que cet exemple, sur les 51 sélectionnés de la presse :

1 est âgé de 23 - 2 de 24 - 5 de 25 - 10 de 28 - 4 de 29 - 8 de 30 3 de 31 - 2 de 32 - 4 de 33 - 1 de 34 - 1 de 39 - 1 de 42 - 2 de 46. Les 23 journalistes retenus au nom de la RTI ont une tranche d'âge qui varie entre 25 et 47 ans. Le plus ancien dans la profession, côté journalistes de la presse, totalise à cette époque, c'est-à-dire en 1998, 15 années d'exercice ; il s'agit de feu Lobo Kouassi de Fraternité Matin ; et les plus jeunes seulement une année au sein de leurs rédactions respectives : Gbato Guillaume de La Voie, Calvin Wandji et Sétou Banhoro du Populaire, Désiré Mohy du

Démocrate, Tani Omer Abdel et Fidèle Néto de Top Visages sont tous entrés dans la profession en 1997.

Les titres qui employaient ou emploient encore ces élus de "Projet Média" forment un ensemble hétéroclite de quotidiens comme Fraternité Matin, Le Jour, Soir Info, Notre Voie, etc., de magazines hebdomadaires tendance people, show business ou sport tels que Top Visages, Roots Rock, Douze. Les sélectionnés eux-mêmes proviennent de presque toutes les spécialisations, plus particulièrement pour les cours de formation de base.

Les séminaires de spécialisation organisés dans le cadre de "Projet Média" n'échappent pas non plus à cette politique de sélection au petit bonheur la chance, sans même un minimum de critères définis à l'avance en consultation avec les bénéficiaires et les organisations de la corporation. C'est ainsi que les séminaires de spécialisation en Economie et en Politique ont réuni des participants aussi bien de quotidiens d'information générale tels que Fraternité Matin, Notre Voie, Soir Info, que d'Actuel, Top Visages, Match Week-end tous des magazines culturels, sportifs et show business.

L'audiovisuel : on mélange les genres

Les 23 sélectionnés de l'audiovisuel ont été regroupés abusivement sous la rubrique « liste des journalistes RTI sélectionnés ». Sur les 23, en fait seulement 7 (sept) étaient en service à la radio ivoirienne et 6 (six) à la télévision nationale. Radio Nostalgie était représentée par 4 (quatre) animateurs, et la radio confessionnelle chrétienne catholique Radio Espoir par 6 (six) membres de son personnel de la rédaction. Là aussi, le choix des participants à la formation de base du "Projet Média" ne semble pas avoir tenu compte des cahiers des charges et mission, ni surtout du statut des différents organes d'information dont les journalistes avaient été retenus.

Le plus âgé sur cette liste avait 47 ans et exerçait à la RTI. Il était donc à 8 ans de la retraite. Pour revenir aux cahiers des charges et mission des trois types de média audiovisuel retenus pour ce séminaire, l'on peut observer

que si la RTI a pour vocation légale et officielle de faire de l'information, et que Radio Nostalgie, radio thématique (musicale) obéit à des dispositifs légaux contractuels qui ne la mettent pas sur un pied d'égalité avec la RTI en matière de diffusion de l'information, la présence de Radio Espoir sur la même liste autorise encore plus d'interrogations. Il ne s'agit pas de former des techniciens ou des animateurs mais des journalistes, or Radio Espoir n'étant pas autorisée à diffuser de l'information au même titre, par exemple, que la RTI, l'on se demande pourquoi 6 (six) membres du personnel de sa rédaction ont été retenus au nombre des bénéficiaires de cette formation de base au journalisme.

[.] Contenu des séminaires surchargé.

[.] Journaux et médias audiovisuels participants sélectionnés sans discernement : la télévision et la radio de service public participent à la formation au même titre qu'une radio confessionnelle catholique, Radio Espoir et qu'une radio thématique, Radio Nostalgie.

[.] Des journaux exclusivement sportifs ou show-business participent à des formations dites spécialisées en économie ou en politique au même titre que Fraternité Matin, Notre Voie, Le Jour, etc.

[.] Trop grande disparité dans les âges des journalistes participants.

[.]Pas de distinction entre formation initiale et formation continue

PROJET MEDIA

LISTE DES JOURNALISTES RTI SELECTIONNES

1er Groupe de 20 Journalistes

N°	Nom et Prénom (s)	Organes	Date d'entrée dans la profession	Age
1	Eck About	Radio Côte d'Ivoire		
2	Mireille Akedier	Radio Côte d'Ivoire		
3	Aaron Badet	Radio Côte d'Ivoire		28
4	Jean Pierre Méa	Radio Côte d'Ivoire		
5	Thierry Assuflé	Radio Côte d'Ivoire		34
6	Akanda Ehouman C.	Radio Côte d'Ivoire		
7	Konaté Idriss	Radio Côte d'Ivoire		
8	Koné Lanciné	RTI - TV1		37
9	Thérèse Yobouet	RTI - TV1		41
10	Viviane Ahiman	RTI - TV1		40
11	Ouattara Yao J.	RTI - TV1		45
12	Touré Yerekpin	RTI - TV1		47
13	Gnagno Noël	RTI - TV1		42
14	De Medeiros C.	Radio - Nostalgie		27
15	Diouf Aby	Radio - Nostalgie		25
16	Dicoh Sarah	Radio - Nostalgie		28
17	Bony Valérie	Radio - Nostalgie		30
18	Georges Kablan	Radio Espoir		27
19	Henri Niamké	Radio Espoir		35
20	Etienne Tanoh	Radio Espoir		27
21	Kiene Pierre	Radio Espoir		27
22	Samson Aké	Radio Espoir		31
23	Jean Baptiste Koffi	Radio Espoir		28

3^{ème} partie

Contenu et approche pédagogiques

Apprenants du type troisième âge

Parmi les journalistes qui ont pris part aux formations de "Projet Média", un bon nombre était dans la tranche d'âge de 30 / 40 ans. Le record est détenu par un sélectionné de l'audiovisuel : 47 ans. C'est une indication sur le fait que soit ils ont traîné un peu plus longtemps sur les bancs de l'Université avant d'arriver au journalisme, soit qu'ils avaient tenté d'exercer d'autres métiers avant de choisir dans le meilleur des cas le journalisme, ou dans le pire des cas d'y « échouer », faute de mieux. Il est remarquable qu'à cet âge, certains n'avaient jamais eu accès à une initiation au journalisme. Ils ont été formés, pour ceux qui ont pu, sur le tas, c'est-à-dire par la pratique au cours

de stages de courte durée dans des rédactions qui n'étaient pas toujours toutes outillées pour les suivre, les évaluer, les intégrer. La formation sur le tas dans les rédactions n'avait aucune valeur pédagogique et se réduisait à la " débrouillardise".

Autre difficulté liée à la culture africaine : quand le détenteur de la science est plus jeune que celui à qui il doit la transmettre, cela ressemble à une inversion des valeurs qui mettrait la sagesse à l'école de la jeunesse. Dans le projet qui nous intéresse, de tels blocages auraient peut-être pu être mis au jour si le projet avait été mené à son terme et surtout évalué dans les règles. Les jeunes, paraît-il, n'apprennent pas aux anciens. Mais à la vérité, l'ancien peut avoir suffisamment de sagesse, mais pas forcément de science...

Se pose aussi et plus objectivement le problème de l'âge de l'apprentissage quand il n'est pas pratiqué de façon formelle et systématisée dans une école. Enfin, il est légitime de s'interroger sur les motivations de ces stagiaires du type troisième âge. Si leur volonté d'apprendre est réelle, elle n'exclut pas un certain opportunisme : se servir de ces passages au "Projet Média" comme une valeur ajoutée qui permet de s'orienter vers d'autres métiers voisins — qui ne sont en principe jamais assimilables au journalisme — plus particulièrement ceux de la communication. Pour certains, apprendre un peu sur le tard quand ce n'est pas sur le tas le métier de journaliste aurait pu contribuer à un enfermement dans une forme de culpabilisation : avoir exercé le métier dans l'ignorance complète de ses règles, et apprendre ces règles au seuil de la retraite pour quoi faire ?

PROJET MEDIA COURS DE FORMATION DE BASE DU 19 AU 30 JANVIER 1998 A LA FONDATION FRIEDRICH EBERT

LISTE DES JOURNALISTES SELECTIONNES

1er Groupe de 20 Journalistes

N°	Nom et Prénom (s)	Organes	Date d'entrée dans la profession	Age
1	Marie Chantal Catcha	Frat - Mat	1991	
2	Louis S. Amedée	Frat - Mat	1993	29
3	Gbato Guillaume	La Voie	1997	25
4	Kessy Jacob	Actuel	1996	31
5	Adama Koné	Le Jour	1996	27
6	Yacouba Gbané	Le Jour	1995	28
7	Yao Elisée	Soir Info	1996	24
8	Zahui Dassé Claude	Soir Info	1996	33
9	Traoré Abdoulaye	La Nouvelle Republique	1994	30
10	Akassi Madou Orner	La Nouvelle Republique	1994	28
11	Setou Banhoro	Le Populaire	1997	27
12	Parfait Tadjo	Le Populaire	1997	27
13	Jean - pierre Kouadiané	Douze	1996	28
14	Abolé Albert	Douze	1996	28
15	Jean Roch Kouamé	Le Démocrate	1997	29
16	Désiré Mohy	Le Démocrate	1997	28
17	Tani Orner Abdel	Top Visage	1997	25
18	Fidèle Neto	Top Visage	1997	25
19	Aboubacar Ben	Roots Rock		25
20	Franck G. Danon	Roots Rock		

PROJET MEDIA COURS DE FORMATION DE BASE DU 19 AU 30 JANVIER A L'ISTC

LISTE DES JOURNALISTES SELECTIONNES

2ème Groupe de 20 Journalistes

N°	Nom et Prénom (s)	Organes	Date d'entrée dans la profession	Age
1	Marie Adèle Pocka	Frat - Mat	1987	30
2	Michel Pépé	Frat - Mat	1993	29
3	Aby Yolande	Actuel	1996	25
4	Dan Opeli	La Voie	1995	33
5	Germaine Boni	L` Jour	1995	30
6	Gaoussou Ouattara	Le Jour	1992	31
7	Vaha Elisa Yayoua	Soir Info	1994	33
8	Tanou Amoin Madeleine	Soir Info	1993	30
9	Brigitte Guirathé	La Nouvelle Republique	1990	33
10	Marce Benié	La Nouvelle Republique	1993	34
11	Calvin Wandji	Le Populaire	1997	31
12	William Varlet Asia	Douze	1996	30
13	Litié Boagnon	Douze	1994	34
14	Soom Junior Moriba	Douze	1996	28
15	Tidiane Bakary Ouattara	Le Démocrate	1995	28
16	Ouattara Bourahima	Le Démocrate	1995	28
17	Diagne Maguette	Top Visages	1996	24
18	M'Bra Désiré	Top Visages	1996	23
19	Marc Lénoir	Roots Rock		30
20	Sangaré Yacouba	Roots Rock		30

PROJET MEDIA COURS DE FORMATION DE BASE DU 19 AU 30 JANVIER 1998 A L'ISTC LISTE DES JOURNALISTES SELECTIONNES

3ème Groupe

N°	Nom et Prénom (s)	Organes	Date d'entrée dans la profession	Age
1	Lambert Aka	Frat - Mat	1987	39
2	Lobo Kouassi	Frat - Mat	1983	42
3	Kouyo Augustin	La Voie	1991	32
4	Touboui Ephrem	Actuel	1991	32
5	Kané Abdoul Aziz	Soir Info	1993	46
6	Criwa Zeli Paulin	Douze	1994	29
7	Soro Nangouna Pascal	Le Democrate	1995	30
8	Coulibaly Mamadou Gani	Le Democrate	1995	28
9	N'Guetta Chérif	Le Democrate	1992	46
10	Boni Marie	Le Democrate	1995	
11	Dro Tepson Aimé	Top Visages	1994	28

On mélange néophytes et initiés

Richard Réale, formateur avec Honorat Dé Yédagne (aujourd'hui Directeur général de Fraternité Matin) pour le stage d'initiation au journalisme économique qui s'est tenu à la Fondation Friedrich Ebert du 18 au 29 mai 1998 souligne, dans son rapport, un aspect qui n'est pas banal : « Tous les stagiaires, à l'exception d'un seul, étaient des néophytes en matière d'économie, certains étaient journalistes professionnels et d'autres, candidats à la carte professionnelle. La plupart étaient des collaborateurs de quotidiens ivoiriens (journaux d'opinion en majorité). D'autres travaillaient dans la presse magazine, féminine ou culturelle ou encore à sensation, hebdomadaire ou mensuelle. D'autres, enfin, étaient rédacteurs dans un quotidien sportif. Un stagiaire travaillait dans l'audiovisuel, comme présentateur du

journal du soir de la 1ère chaîne de la télévision ivoirienne ». Question : quel pouvait être le contenu d'une formation type pour des stagiaires aussi différents par leur niveau professionnel que par le type de journaux dans lesquels ils exercent, surtout que ces stages, spécialisés ou initiations de base, étaient de courte durée ? Est-il seulement possible, dans ces conditions, de concevoir un tronc commun qui mette tout le monde sur un pied d'égalité ?

Ce mélange de professionnels qui ont quelques années de métier derrière eux et qui sont donc censés en savoir un petit plus avec des bleus qui ne savent absolument rien du journalisme pose une exigence : choisir le groupe locomotive par lequel se nivelle le contenu du stage. L'approche pédagogique ne semble pas ici des plus aisées. Faut-il adapter le contenu de l'initiation aux néophytes? Ce qui pourrait donner le sentiment aux initiés soit de faire du sur-place, soit de croire qu'ils boxent dans une catégorie inférieure et donc de ne rien apprendre qu'ils n'aient déjà appris à l'école ou éprouvé sur le tas. Mais il y a plus grave : ces vétérans peuvent nourrir le sentiment qu'ils perdent leur temps. La "perdiemmite" pourrait aussi justifier leur présence. La démarche inverse n'est pas forcément assurée de simplifier les choses ni de garantir le succès, parce qu'elle pourrait se faire au détriment des néophytes. Un contenu qui ne tiendrait compte que des seuls professionnels qui ont déjà exercé laisserait au bord du chemin les nouveaux. L'illustration en est donnée par ce stage d'initiation au journalisme économique. Richard Réale, dans son rapport déjà cité, observe, parlant des journalistes qui participent à ce stage : « L'expérience professionnelle des uns et des autres était variable. 50% des stagiaires étaient neufs dans le métier, l'autre moitié était des professionnels de plus longue date et pour certains des journalistes d'expérience ». Mais il ajoute aussitôt : « La différence de niveau n'a jamais altéré l'intérêt des stagiaires pour la spécificité du programme : l'initiation économique. Les échanges entre formateurs et stagiaires ont dû cependant tenir compte d'une demande forte des participants concernant les règles de base du traitement de l'information, économique, ou non.

Ainsi, le programme de formation, sans jamais perdre de vue la spécificité "éco" de ces quinze jours de travail a fait une place à la révision du mode d'emploi des techniques journalistiques de base, aussi bien dans les domaines de la rédaction (les divers genres : brèves, interview, reportage), de la recherche de l'information, de l'angle que de l'éthique ». L'on remarque qu'au cours de sa phase pratique, le "Projet Média" a participé à entretenir une certaine confusion entre la formation initiale et la formation continue. En tous les cas, il n'a pas permis d'opérer un choix pédagogique et une stratégie de formation claires.

Programmes de formation clés en main

L'ensemble des séminaires de formation des journalistes ivoiriens organisés ces quinze dernières années a la particularité d'offrir quelques arguments pour parler de "séminaires clés en main". La définition des besoins de formation s'est trop souvent appuyée sur quelques constats qui n'ont fait l'objet ni d'études ni d'analyses préalables. Il s'agit, entre autres, de l'arrivée massive de jeunes en fin de cycle universitaire, ou sortis des grandes écoles, (une des enquêtées, Guirathé Brigitte, le note dans ses réponses) dans le métier. Ce à quoi il faut ajouter, à partir du début des années 90, l'interruption de l'octroi de bourses de formation en journalisme dans des écoles africaines, européennes ou américaines, le peu de professionnalisme des journaux et de leurs animateurs, leurs dérives et dérapages. Mais il n'y a pas que la définition des besoins de formation qui pose problème: les contenus des séminaires achoppent sur d'autres difficultés. Ce sont: l'absence d'études préalables pour cerner, avec précision, les attentes, le manque de concertations entre les associations professionnelles, les patrons de presse, les partenaires au développement des médias. Liste déjà longue mais pas pour autant exhaustive, puisqu'il faut l'enrichir avec l'absence de consultations des premiers concernés (les journalistes) pour prendre l'exacte mesure des problèmes de la corporation. Résultat des courses, les contenus des séminaires de formation ont été, dans une large mesure, calqués sur l'aspect qui peut être considéré comme le plus connu des programmes des écoles et instituts de formation connus ici et ailleurs, c'est-à-dire les techniques de l'écriture journalistique. Un certain consensus s'était dégagé aussi bien dans le milieu des journalistes que parmi les consommateurs de l'information pour décréter que le manque de professionnalisme des journaux (fautes professionnelles, mais aussi éthiques et déontologiques) trouve son origine dans la méconnaissance ou la totale ignorance des règles de base. La prédominance des techniques rédactionnelles pourrait donc s'expliquer par la demande, généralement au cours des séminaires comme l'assure Richard Réale dans son rapport, des participants qui marquaient trop souvent un vif intérêt pour les règles de base. Mais la quasi réduction des contenus des séminaires de formation au seul apprentissage de l'écriture journalistique est surtout due pour une large part au fait que ceux qui concevaient ces séminaires n'étaient pas des spécialistes de la formation en journalisme, ni des pédagogues professionnels. La bonne volonté des organisateurs des formations mandatés par les associations professionnelles et l'enthousiasme des uns et des autres ont permis de "penser" le contenu des séminaires. Mais ils ne suffisent pas.

Des séminaires trop riches

A l'inverse des séminaires de l'Unjci qui s'articulaient tous autour de l'initiation à l'écriture journalistique presse écrite et presse audiovisuelle, "Projet Média" avait vu grand. Que ce soit les spécialisations ou les sessions d'initiation de base, les contenus étaient surchargés. Ce qui donne l'impression qu'aucune priorité de formation n'a été au préalable dégagée dans laquelle s'enracine le contenu pédagogique et qui en forge l'esprit et la lettre. L'objectif visé était visiblement la formation qualifiante; mais peut-on tout faire en si peu de temps (seize mois pour

mener à terme tout ce qui avait prévu, c'était impossible, surtout que l'on s'adressait à des journalistes en exercice dans des rédactions). La plupart des thèmes proposés peuvent constituer à eux seuls des modules d'une année académique, à temps plein.

Dans les documents auxquels nous avons eu accès, nous avons constaté qu'un des formateurs a reconduit un programme de formation déjà mis en œuvre au Cameroun, et dans le courrier qu'il a adressé au représentant résident de la Fondation Friedrich Ebert de Côte d'Ivoire, il parle encore du Cameroun. Preuve que c'est une proposition standard qui peut ne tient aucun compte des spécificités de la presse ivoirienne. On copie et on colle. Preuve aussi, et nous insistons sur cet aspect, qu'aucune étude préalable, aucun sondage des concernés n'ont été commis avant la conception de vaste et coûteux projet de formation. Cette difficulté n'était pas insurmontable : il aurait simplement fallu mettre en place des instruments de correction par rapport aux réalités du terrain. Encore une fois, il s'agit du suivi et de l'évaluation.

Voici notre questionnaire I et quelques réponses types à notre enquête sur le terrain.

Quelques-unes des personnes enquêtées dont nous publions, ici, les réponses, sont encore dans le métier. Il s'agit de Pépé Michèle, chef du service politique à Fraternité Matin, Djidjé Marie-Adèle, rédacteur au service société à Fraternité Matin, Guirathé Brigitte, journaliste à Femme d'Afrique et Abi Yolande anciennement secrétaire de rédaction à Notre Voix.

Contexte de l'enquête : Un nouveau projet de formation des journalistes vient de se mettre en place. Il ne sera pas conduit de la même manière que les séminaires organisés ces quinze dernières années. Pour obtenir des résultats et atteindre l'objectif de la responsabilisation des journalistes et de la professionnalisation du métier ce projet prend en compte les besoins de formation exprimés par les journalistes, leurs organisations professionnelles et les patrons de presse. Il s'appuie aussi sur le bilan des quinze dernières années : 1990 - 2005.

Vous êtes un des bénéficiaires des séminaires de formation des journalistes organisés par l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire, Unjci, l'Observatoire de la liberté de la presse, de l'éthique et de la déontologie, Olped, et d'autres associations professionnelles de la corporation.

Ouestion 1

Qu'est-ce que ces séminaires de formation vous ont apporté sur le plan professionnel ?

Réponses 1

Guirathé Brigitte:

. Une vue d'ensemble sur la méthode de travail en journalisme :

les techniques de prise de notes

les techniques rédactionnelles, surtout les phrases courtes et précises

des connaissances générales en secrétariat de rédaction (comment disposer les photos pour qu'elles soient plus parlantes, etc.

Un réseau relationnel au sein de la corporation. Important pour tout nouveau journaliste de créer son tout premier réseau d'informations vérifiables sur le terrain.

Abi Yolande :

. Une plus grande aisance dans la pratique du métier. Surtout dans la façon d'aborder les différents genres journalistiques.

Pépé Michèle:

. Une meilleure compréhension des techniques de rédaction.

Djidjé Marie-Adèle:

. J'ai particulièrement participé au " Projet Média" de l'Union européenne : journalisme en démocratie. J'y ai appris le traitement de l'information de manière équilibrée.

Question 2

Ou'en avez-vous retenu d'essentiel?

Réponses 2

Guirathé Brigitte:

. L'idée de faire des phrases courtes. Et qui respectent les réponses aux questions de base : Qui ? Quoi ? Où, Quand ? Comment ? Eventuellement, pourquoi ?

Abi Yolande:

. Qu'un journaliste n'est pas un " créateur" d'événements, mais un rapporteur méticuleux de faits avérés et soigneusement recoupés, quitte à laisser passer un scoop.

Pépé Michèle:

. Les échanges d'expériences pratiques soutenus par la théorie.

Djidjé Marie-Adèle:

. La concision, la précision et l'impartialité.

Question 3

Pensez-vous que les techniques rédactionnelles qui formaient l'essentiel du contenu de ces séminaires constituaient une bonne offre de formation ?

Pourquoi?

Guirathé Brigitte:

- . Oui.
- . La plupart de ceux qui comme moi participaient à ces séminaires venaient directement de l'université. La méthode rédactionnelle est complètement différente même si certains pensent que l'essentiel est de donner un message logique. Ici, la profession a ses règles raison pour laquelle une formation de base s'avère importante dans ce domaine.

Abi Yolande:

- Bien sûr!
- . Vu qu'à l'époque (1998), nombre de jeunes journalistes exerçaient sur le tas.

Pépé Michèle :

- . Oui.
- . Parce qu'elles nous restituaient la base du métier de journaliste. Le tout soutenu par des livres.

Djidjé Marie-Adèle:

- . Oui. absolument.
- . Parce qu'on a toujours besoin de réapprendre.

Ouestion 4

Si la formation des journalistes devrait reprendre, que proposeriez-vous ?

A – Genres journalistiques et techniques rédactionnelles ?

B – Ethique et déontologie du journalisme?

C-A+B?

Réponses 4

Guirathé Brigitte:

. Si la formation devrait reprendre je proposerais les solutions A + B

Abi Yolande:

. Je proposerais une formation en plusieurs phases : théorique, pratique (immersion dans les rédactions des journalistes) et situationnelle (stages dans d'autres rédactions). Ensuite cette formation doit comporter les genres journalistiques et techniques rédactionnelles et l'éthique et la déontologie du journalisme.

Pépé Michèle:

. Les genres journalistiques et techniques rédactionnelles plus l'éthique et la déontologie du journalisme.

Diidié Marie-Adèle :

. Je proposerais l'éthique et la déontologie du journalisme.

Question 5

Quel autre module de formation proposeriez-vous?

Réponses 5

Guirathé Brigitte:

. Je proposerais le photojournalisme (pour donner plus de mobilité au journaliste). La diction (la plupart des journalistes ivoiriens en ont besoin même ceux de la presse écrite).

N.B: En 1993, le séminaire de l'Unjci à l'Iste incluait déjà le secrétariat de rédaction, ce qui était une bonne chose ne serait-ce que pour le choix des photos par un journaliste.

Abi Yolande:

. Le secrétariat de rédaction.

Pépé Michèle :

. Le secrétariat de rédaction.

Djidjé Marie-Adèle:

Le secrétariat de rédaction.

Brève analyse des réponses des enquêtés

Le secrétariat de rédaction est très demandé. Mais cette tendance est nouvelle. A cause de sa double exigence de grande technicité et de grande connaissance du journalisme (choix des titres, rewritting, habillage des papiers, recherche de la meilleure attaque, de la meilleure accroche, etc.), très peu de journalistes ivoiriens s'orientent vers ce métier. Nombreux sont ceux convaincus de ce qu'il est moins valorisant que le journalisme. Les conséquences du peu d'engouement que suscite ce métier, pour parler par euphémisme, c'est que les rédactions comptent trop peu de vrais secrétaires de rédaction. D'où le choix de polices de caractères, de concept graphique, l'utilisation des valeurs montantes du journalisme comme l'iconographie à la limite de l'amateurisme. Sur toute la place d'Abidjan, il n'existe vraisemblablement que quelques très rares vrais secrétaires de rédaction.

Les enquêtés proposent l'éthique et la déontologie du journalisme couplés avec les genres journalistiques et les techniques d'écriture journalistique. L'éthique et la déontologie sont d'apparition récente en Côte d'Ivoire. Il est vrai que le code de déontologie du métier a été adopté le 29 août 1992 (un an après la création de l'Unjci) à Yamoussoukro par toute la corporation. Mais cet aspect moral du journal n'était pas alors perçu comme pouvant être enseigné. En adoptant leur code, les journalistes ivoiriens manifestaient leur volonté de donner une éthique à l'exercice du journalisme. Si l'enquête révèle que les journalistes demandent désormais son enseignement en tant que module, c'est bien à cause de toutes les dérives et de tous les dérapages dont les médias ivoiriens se sont rendus coupables. Leur mauvaise réputation et leur mauvaise presse étant désormais établies et l'unanimité se faisant contre eux. Il faut passer à une autre étape : faire un module d'enseignement de l'éthique et la déontologie. Cet autre résultat de l'enquête rappelle l'insistance de toute la corporation, pendant des années, pour que de vraies sanctions soient appliquées aux journalistes qui commettent des manquements à l'éthique et la déontologie.

Si les genres journalistiques et les techniques rédactionnelles reviennent parmi les demandes de formation, c'est bien la preuve que l'initiation de base est encore nécessaire. Puisque nombre de détenteurs de la carte d'identité de journaliste professionnel qui exercent le métier ou sont passés dans une ou plusieurs rédactions n'ont pas encore reçu de formation au journalisme, qu'elle soit académique ou sur le tas. La corporation est plutôt investie par une bonne partie de la génération BTS communication.

Des séminaires auxquels ils ont participé, l'ensemble des enquêtés semble garder de bons souvenirs professionnels, et proposent que l'apprentissage du métier reprenne par l'initiation aux règles de base.

L'onction des partenaires au développement des médias

A la vérité, le besoin de formation était sans doute réel et très fort.

Nombre d'apprenants considèrent ces séminaires comme des occasions d'un apprentissage qui, même très théorique, leur aura permis d'ajouter une formation professionnelle et "pratique" à leur cursus universitaire ou scolaire. Le côté un peu amateur et surtout répétitif des contenus et l'absence de stratégies et d'approches pédagogiques ne semblent pas les avoir rebutés outre mesure ni les avoir découragés. Mais, avaient-ils mieux ?

En dépit du dynamisme des associations professionnelles qu'on retrouvait dans presque toutes les spécialisations (journalismes politique, économique, diplomatique, culturel, sportif, etc.) les séminaires étaient très demandés mais ne faisaient l'objet de presque aucune critique de fond.

Les partenaires au développement ont apporté leur onction par la mise à disposition des organisateurs des budgets. Ils ont sans doute fait leurs les observations qui ont amené les organisations professionnelles de la corporation à initier de nombreux séminaires : journalistes non formés ; multiplication dans les médias de fautes de tous genres ; etc.

Ont-ils remarqué le très relatif impact des séminaires de formation sur la qualité du contenu des journaux et le travail des journalistes ? Certainement - puisque hors-micro quelques-uns en ont dit quelques mots - même si de façon formelle et officielle ils ne l'ont pas formulé. "Projet Média" fut un grand programme de formation. Il a bouclé le cycle des séminaires. Après son interruption, quelques autres séminaires ont été organisés par les associations spécialisées, pas sur l'écriture journalistique, mais plus particulièrement autour des disciplines comme le journalisme diplomatique, culturel, etc. Et cela sous forme de cours magistraux qui ne duraient pas plus de trois jours.

Si les besoins en formation étaient réels et la demande d'espaces de rencontres, d'échanges et de débats autour du métier de journaliste n'était pas de pure forme, les raisons qui sous-tendaient l'organisation de certains séminaires ne s'inscrivaient pas toujours ni forcément dans la même logique. Vu la bonne disposition, voire la générosité, des partenaires au développement des médias relativement aux séminaires, certaines organisations professionnelles en avaient fait leur spécialité puisqu'ils leur permettaient d'obtenir quelque budget et de fonctionner ou d'exister. Ainsi la formation des journalistes mise en avant pour la recherche de financement n'était en fait qu'une activité secondaire ou subsidiaire qui servait à la captation de la rente de survie. Alors, on entendait dans le milieu des réflexions du genre : puisqu'il reste encore un peu de fonds qui repartira chez le bailleur si nous ne l'utilisons pas, pourquoi ne pas organiser un séminaire de formation ? Et il n'est pas exclu que certains partenaires qui disposaient en fin d'exercice budgétaire de reliquat sans objet le libéraient plus facilement pour financer l'organisation de séminaires de formation.

Formateurs: nationaux et non nationaux

Les séminaires initiés par l'Unjci, l'Olped et d'autres organisations professionnelles de journalistes ont tous été animés par des intervenants nationaux, essentiellement des journalistes d'expérience choisis pour leur professionnalisme reconnu, leur ancienneté dans le métier, mais aussi et surtout parce qu'ils dispensaient déjà des cours de techniques rédactionnelles dans certaines grandes écoles nationales et à l'université. C'était en tout cas le profil de Diégou Bailly Jérôme, Alfred Dan Moussa, Zio Moussa qui avaient aussi en commun d'être tous les trois des anciens de l'Ecole supérieure de journalisme de Lille et d'être des responsables à un niveau élevé de la hiérarchie des différentes rédactions auxquelles ils appartenaient. Ils font partie des fondateurs des deux associations professionnelles de journalistes qui comptent, l'Unjci et l'Olped au sein desquelles ils ont assuré les premières responsabilités. Ils bénéficiaient alors dans la corporation d'une présomption de compétence professionnelle, de connaissances théoriques et pratiques du métier. Toutes choses qui ont dû militer en faveur du choix qui se portait régulièrement sur eux pour l'animation des séminaires.

"Projet Média" de l'Union européenne a réuni des professionnels nationaux et non nationaux, plus particulièrement des journalistes français dont certains étaient encore en exercice et d'autres à la retraite (il s'agit surtout de Roland Erbstein, anciennement à l'Est Républicain). Les nationaux avaient l'expérience du terrain, ce qui n'était pas un moindre avantage; mais ils n'étaient sans doute pas les seuls à avoir cet atout : parmi les intervenants non nationaux, quelques-uns avaient déjà encadré des formations dans d'autres pays africains. Ils avaient donc acquis quelques connaissances sur le fonctionnement, les difficultés et les faiblesses des journalistes et des journaux africains, et certainement leurs besoins en formation. Douze séminaires de formation ont été organisés par l'Unjci dont neuf à Abidjan à la Fondation Friedrich Ebert, à l'ISTC et trois à l'intérieur du pays à Bouaké, Daloa et Gagnoa à l'intention des correspondants régionaux.

4ème partie

Le dispositif de formation

Les organisateurs ont la décision

L'expérience des formateurs, leurs qualité et compétence professionnelles et leur connaissance relative ou profonde du terrain devraient pouvoir amener les organisateurs des séminaires à les associer étroitement à la conception et à l'élaboration des contenus des séminaires. L'objectif recherché étant de donner aux journalistes les fondamentaux du métier et sa professionnalisation, l'exploitation des compétences de ceux commis à l'encadrement des séminaires aurait permis plus d'efficacité dans la réalisation de ce double objectif.

Mais l'inexistence de structures compétentes en matière d'approches et de contenus pédagogiques, le soin laissé aux formateurs de définir le contenu des formations n'étaient pas des facteurs de dynamisation et d'efficacité. Cela explique aussi qu'à l'exception des stages d'initiation aux spécialisations comme nous le soulignions plus haut, l'essentiel du contenu des séminaires ait été réduit à l'écriture journalistique, aux techniques de base du traitement de l'information. C'est ainsi que les séminaires se sont suivis et se sont ressemblés en répétant d'une édition à l'autre le même et unique programme. Il y eut durant ces quinze dernières années comme une mode des séminaires de formation au journalisme. Une formation qui souffrait d'un déficit de stages pratiques, d'instruments de sa propre remise en cause, d'une vision et d'objectifs à réaliser. Et d'une part trop belle faite aux seules techniques d'écriture.

Nombre de partenaires au développement des médias, pour leur part, acceptaient de ne financer alors qu'une seule activité : les séminaires ; parce que la conviction était partagée aussi bien par ces partenaires que par les professionnels eux-mêmes que le problème de la corporation c'était le manque de formation d'une part et d'autre part que la formation résoudrait les problèmes des journalistes et des médias. Ce sont un peu plus de deux cents sélectionnés qui ont participé à la vingtaine de séminaires (y compris les spécialisés) organisés ces quinze dernières années. Des correspondants régionaux de presque tous les organes ont eu eux aussi droit à leurs séminaires, au moins trois : un à Bouaké, un autre à Gagnoa et puis un troisième à Daloa, chacun réunissant une vingtaine de correspondants régionaux venus de toutes les rédactions présentes dans le pays profond.

L'horloge sans aiguilles

L'ensemble des séminaires Unjci, Olped, associations professionnelles spécialisées et Union européenne (à travers Projet Média) s'est caractérisé par l'absence du suivi et de l'évaluation. Chaque fin de formation était, certes, sanctionnée par un questionnaire distribué aux parti-

cipants et portant sur le contenu et le déroulement du séminaire. L'importance d'une telle démarche n'est pas négligeable qui permet d'obtenir à chaud et sur le champ critiques et appréciations. Elle sanctionne positivement ou négativement d'abord les encadreurs, ensuite elle interpelle les organisateurs et les partenaires en donnant les impressions recueillies quelquefois dans la précipitation et donc pas toujours approfondies, mais dont la lecture attentive pouvait fournir de précieuses indications. Ces questionnaires anonymes offraient un autre avantage : celui qui y répond, retranché derrière l'anonymat, se sent protégé ou du moins à l'abri des représailles (plus de participation à d'autres séminaires, mauvaise réputation auprès des formateurs dont certains étaient de potentiels employeurs). Il exerce sa liberté de critiquer sans crainte et donc sans autocensure. L'on peut considérer, même s'il ne faut pas écarter la volonté de certains participants de faire plaisir à leurs maîtres, qu'une grande partie des réponses est sincère et reflète l'opinion réelle de leurs auteurs.

Ces documents, si on les retrouve, peuvent servir de base de discussions, d'échanges autour de l'orientation et des objectifs des séminaires. Ils apportent un éclairage qui interroge les organisateurs et peut remettre en cause les méthodes et les approches pédagogiques qu'ils ont choisies.

Mais ils ne font jamais l'objet de décryptage au cours de réunions d'évaluation des organisateurs (celles-ci n'existent même pas). Les encadreurs les lisent parfois en diagonale, et quand ils les lisent entièrement, ils ne semblent pas vraiment en tirer des enseignements puisque ceux-mêmes qui les emploient, c'est-à-dire les organisateurs des séminaires, ne s'en servent pas pour mettre en place de véritables outils d'évaluation des séminaires et surtout des formateurs.

Le suivi et l'évaluation ne doivent pas être perçus comme des moyens de sanctions des seuls apprenants. Ils doivent servir d'aune pour jauger

les choix et les approches pédagogiques, l'organisation matérielle, l'efficacité de l'encadrement, l'adéquation entre les besoins de formation et les offres de formation, les critères de sélection des participants, la qualité de la formation qualifiante que les séminaires sont censés dispenser, etc. A quoi sert le mouvement du balancier de l'horloge la plus précise s'il n'existe pas d'aiguilles pour indiquer les heures sur le cadran et prendre la mesure du temps ?

Des organisateurs amateurs ? Sans doute ! Et les partenaires, alors ?

L'attitude des partenaires au développement des médias, durant ces longues années- séminaires, autorise quelques interrogations. Pourquoi avoir accepté de financer une si longue série de séminaires sans exiger des rapports d'évaluation dont les instruments auraient pourtant pu être mis au point par leurs experts et spécialistes ? Pourquoi leurs programmes de soutien au développement des médias se sont-ils presque tous principalement articulés autour des seuls séminaires de formation ? Pourquoi leurs interventions n'étaient-elles pas coordonnées, ce qui aurait pu éviter que les uns et les autres se marchent sur les pieds et répètent et encouragent les mêmes initiatives ? etc.

Il ne s'agit pas de remettre en question le financement des séminaires, ni même leur organisation en série industrielle. Il convient cependant de souligner que les rapports entre les partenaires au développement des médias et les associations professionnelles ne peuvent être réduites à la seule mise à disposition de celles-ci des fonds par ceux-là. Les premiers, sans vouloir trop peser sur le contenu des activités qu'ils financent en imposant leur analyse et leurs solutions, ont cependant le devoir d'aider les bénéficiaires de leurs financements à mettre en place les outils de l'efficacité. Cela, semble-t-il, n'a pas toujours été la pratique.

Il se dégage de ce partenariat des années 90 le sentiment que tous, partenaires et associations professionnelles, étaient d'accord sur les conclusions d'un diagnostic – qui n'a pas existé – de la presse ivoirienne. Voilà pourquoi tous adhéraient alors à la thérapeutique "séminarisante". Il faut alors croire que les partenaires n'avaient qu'un seul et grand atout, l'argent, mais qu'ils n'avaient pas plus d'expertise ni d'expérience que ceux à qui ils apportaient leur soutien financier. L'amateurisme en la matière, si amateurisme il y a eu, peut être considéré comme partagé.

- . Le contenu de ces séminaires s'articulait essentiellement autour de l'initiation à l'écriture journalistique presse et audiovisuelle.
- . Le choix des journalistes participants était laissé à l'initiative des rédactions.
- . Les organisateurs n'avaient pas élaboré de critères de sélection.
- . Aucun rapport de suivi et d'évaluation n'a été dressé de ces douze séminaires.
- . Aucune structure genre comité pédagogique, comité de suivi et d'évaluation n'avait été mise en place.

5^{ème} partie

Forces et faiblesses

La proximité dissout l'attention

Le choix de l'espace qui accueille la formation ne doit pas être laissé au hasard. L'expérience montre que plus les participants à un séminaire sont proches de leur lieu de travail, moins ils sont présents aux séances de formation. Or, il se trouve qu'une très grande partie des séminaires de formation s'est tenue à Abidjan, plus précisément à la Fondation Friedrich Ebert et à l'Institut supérieur des techniques de la communication, ISTC. Conséquences : les journalistes envoyés à ces séminaires par leur rédaction continuaient, pour certains, d'accomplir leurs tâches quotidiennes de rédacteurs au sein de leurs journaux en prenant sur le temps de la formation ; pour d'autres à prendre prétexte de leur présence au séminaire pour faire l'école et le travail buissonniers : ils n'allaient pas à la rédaction, mais n'é-

taient que partiellement présents sur les lieux du séminaire. Une autre variante : ceux qui venaient juste partager le repas commun de midi, la pause-café, ou répondre présents à l'appel pour ne pas perdre le bénéfice du per diem quotidien.

La formation, dans ces différents cas, devient presque secondaire. C'est ainsi que, rarement, sur une vingtaine de participants en moyenne, moins de la moitié suivent de bout en bout, sans une seule absence, les prestations des encadreurs, les débats sur le métier. Cet absentéisme, bien évidemment, est préjudiciable à la participation, à la nécessaire interactivité et au taux de présence et d'assiduité. Mais, surtout, il met en évidence une certaine forme d'irresponsabilité des journalistes qui, non seulement, se font payer pour être formés, mais ne sont pas disciplinés. Ceux retenus par leur rédaction donnent, par leurs absences, le sentiment qu'ils occupent indûment des places qui auraient pu être profitables à d'autres. La question se pose alors de savoir ce qu'ils tirent véritablement des séminaires auxquels ils participent au nom de leur rédaction.

La possibilité de délocaliser ou de décentraliser les séminaires a été plusieurs fois envisagée et même plus d'une fois appliquée. Si elle a atténué les difficultés engendrées par la proximité, elle n'a pas résolu les autres problèmes, dont la perdiemmite.

La perdiemmite ou le gombo officiel

Etre payé pour recevoir une formation. Il est difficile de soutenir que les motivations de certains journalistes – pas peu nombreux – grands dévoreurs de séminaires tiennent à la seule quête des règles du métier. Le per diem est pour beaucoup dans ce que l'on peut appeler la ruée vers les séminaires. Quelques stratégies, un peu scolaires il faut l'avouer, ont été mises en place par les organisateurs pour en réduire la prospérité. A certains séminaires, l'on a instauré l'appel au début de la matinée, de l'après-midi et en fin de journée. Sans grand succès. Les pauses-café du matin et de l'après-midi off-

rent des occasions de s'éclipser après avoir répondu présent aux appels. Nécessairement, le per diem tombe. Pas grande chose, certes, mais 3.000 FCFA, ou même 2.500 FCFA par jour pour des rédacteurs payés à moins de 100.000 FCFA, voire 50.000 FCFA ou rien du tout le mois, ça permet de tromper la misère.

L'instauration du per diem pour les séminaires répondait pourtant au souci des organisateurs de faciliter le déplacement des participants qui ne dormaient pas sur le lieu de la formation mais étaient dispersés aux quatre coins de la mégapole abidjanaise. Les difficultés de déplacement pour les journalistes qui changeaient d'itinéraire à cause du séminaire étaient réelles. La solution apportée a malheureusement perverti les rapports des formés à la formation.

Mais le terreau était fertile. Le contexte prédisposait à cette pratique. Salaires dérisoires, quand ils existent et quand ils sont payés (il se raconte que certains recevaient de leur DP des bons d'essence qu'ils devaient échanger dans des stations d'essence, que quand d'autres demandaient un salaire, leur directeur de publication leur conseillait de se servir des pages du journal pour se payer eux-mêmes), entreprises de presse informelles, statut du journaliste presque inexistant, etc. Les conditions étaient réunies pour une captation sans foi ni loi de toutes les rentes, dont les per diem des séminaires.

Ainsi, osons le dire, ces pécules deviennent ou une variété de gombo ou en tout cas son prolongement logique. Et puisque c'est collectif et c'est officiel, certains en faisaient presque une exigence qui conditionne leur participation, quand ils sont retenus par leur rédaction, à des séminaires. Et certaines fois, dès qu'on en annonçait un, la question devenue rituelle fusait : y aura-t-il des per diem ?

A l'école de la théorie

Les genres rédactionnels et les techniques d'écriture journalistique étaient

un peu le veau d'or auquel les séminaires ont voué un culte. Ce n'est pas sans intérêt. La confusion des genres qui connaît son âge d'or avec la presse ivoirienne, une presse - de parti - essentiellement d'opinion qui mélange allègrement faits et opinions, commentaires et information n'est pas sans effet sur la confiance du lectorat et de l'achétorat. La nécessité de distinguer les genres s'imposait. Aussi, l'apprentissage des techniques d'écriture de ces genres ne pouvait-il être balayé du revers de la main. Des raisons non négligeables qui expliquent, entre autres et pour une large part, le choix des contenus des séminaires.

Mais l'une des faiblesses de l'option massive des seuls séminaires vient du fait qu'ils favorisent des interventions genre cours magistraux, cela au détriment de stages pratiques ou même d'exercices pratiques intensifs d'écriture. A l'exception du Projet Média" au cours duquel l'accent a été mis sur la pratique par la création d'une rédaction, la conception, la rédaction et la fabrication d'un journal ainsi que d'émissions radio, les autres séminaires étaient purement théoriques.

L'intérêt marqué pour l'apprentissage des genres et techniques rédactionnels dont fait état Richard Réale dans son rapport n'est pas exclusif des stages pratiques. Nous le soulignions plus haut, il n'y en eut pourtant presque pas ou si peu. Ce qui pose fondamentalement problème c'est surtout cette absence de mise en pratique de la théorie. Qui aurait pourtant pu être utilisé comme un excellent instrument d'évaluation des apprenants, de validation du contenu et de la compétence pédagogiques des encadreurs.

L'objectif des séminaires n'est pas de faire de la formation diplômante, mais plutôt une formation qualifiante. Ce n'est pas une mission impossible si le temps de l'apprentissage n'est pas trop réduit, si chaque session de formation ou d'initiation de base s'inscrit dans une certaine cohérence et une logique pédagogiques, si une véritable politique de stages est conçue et mise en pratique.

Le journal des stagiaires et l'antenne-stage, après la fin prématurée du Projet Média, n'ont pas fait école au cours des séminaires post-projet de l'Union européenne. L'argument de leur coût élevé n'est pas à négliger :

l'impression et la fabrication d'un journal, même quand les membres de la rédaction ne sont pas rémunérés, coûtent cher. Même la confection d'un journal radiodiffusé, fût-il l'œuvre de stagiaires participant à un séminaire a un coût. Dans les budgets accordés par les partenaires aux associations professionnelles organisatrices des séminaires ces chapitres ne sont pas toujours pris en compte, puisqu'ils peuvent engloutir à eux seuls le tiers du budget. Des solutions négociées avec les entreprises de presse pour amoindrir les coûts sont envisageables, mais elles ne permettent pas d'éditer un journal ou une émission radiodiffusée de fin de stage gratuits. Cette difficulté a aussi milité contre les travaux pratiques.

Sélection sans critères ou selon la volonté du prince

Plus haut, nous évoquions l'âge du capitaine. Comment et pourquoi sélectionner un journaliste en fin de carrière pour en faire un apprenant qui s'initie au B-A. BA de son métier? Peut-être que la retraite est l'âge de maturité du journaliste, il faut donc accompagner le partant avec des notions qui ne lui serviront certainement pas. Quand il égrènera ses meilleurs souvenirs, il pourra accorder une place de choix à ces grands moments de quête du savoir

La pyramide des âges des participants aux séminaires sur le journalisme est, plus sérieusement, révélatrice du peu de sérieux que des rédactions ont accordé à ces sessions d'initiation au journalisme. Certains responsables de journaux y ont vu un moyen d'offrir quelques vacances perdiemmisées à leurs collaborateurs préférés, pas forcément les meilleurs ni ceux qui ont un besoin réel d'apprentissage. Le but visé dans ce cas n'est pas d'améliorer le niveau professionnel des rédacteurs et la qualité rédactionnelle du journal. Mais ni les journaux ni les responsables des rédactions ne sont vraiment responsables de ces sélections sans critères. Aucun des organisateurs des séminaires des quinze dernières années n'a véritablement exigé que la sélection de chaque participant soit soumise à des critères même les plus faciles à remplir comme l'âge, par exemple. Quand celui-ci est indiqué sur

une liste, il sert juste à informer les encadreurs, sans plus, puisqu'il n'est pas complété par le nombre d'années passées dans le métier ou même d'autres renseignements à caractère professionnel sur chacun des participants. Les listes qui parviennent aux organisateurs et qui sont utilisées par l'équipe d'encadrement n'ont d'autre utilité que l'appel pour constater les présences ou les absences.

L'absence d'objectifs clairement exprimés, de suivi et d'évaluation pendant et après les séminaires est un facteur qui favorise la sélection sans critères ou selon la volonté du prince. La recherche et la fixation de résultats mesurables et quantifiables n'ayant pas toujours présidé à l'organisation des séminaires, il est clair que la mise en place de critères de sélection ne pouvait être un préalable.

PROJET MEDIA SEMINAIRE DE SPECIALISAITON EN ECONOMIE Du 18 au 29 Mai à la Fondation Friedrich Ebert

Liste de présence du(matin)

N°	Nom et Prénom (s)	Organes	Émargement
1	Aby Yolande	Actuel	
2	Litié Boagnon	Douze	
3	Doom Junior Moriba	Douze	
4	Wulliam Varlet Asia	Douze	
5	Marie Adèle Pockpa	Fraternité matin	
6	Ouattara Bourahiman	Le Démocrate	
7	Soro Nangouna Pascal	Le Démocrate	
8	Tidiane Bakary Ouattara	Le Démocrate	
9	Carlos SAMASSI	Le Libéral	
10	Coulibaly SOUNKALO	Le Libéral	
11	Théodore TOMIN	Le Libéral	
12	Calvin WANDJI	Le Populaire	
13	Dan Opéli	Notre Voie	
14	Marc Lénoir	Roots Rock	
15	Viviane AHIMAIN	RTI-TV1	
16	Guillaume N'GUETTIA	Soir Info	
17	Tanou Amoin Madeleine	Soir Info	
18	Vaha Elisa Yayoua	Soir Info	
19	Diagne Maguette	Top Visages	
20	Dro Tepson	Top Visages	
21	M'Bra Désiré	Top Visages	

PROJET MEDIA SEMINAIRE DE SPECIALISAITON EN POLITIQUE DU 18 au 29 Mai à l'IPNETP

Liste de présence du(matin)

N°	Nom et Prénom (s)	Organes	Émargement
1	Kessy Jacob	Actuel	
2	Abalé Allbert	Douze	
3	Jean –Pierre Kouadiané	Douze	
4	Louis S. Amedé	Fraternité matin	
5	Marie Adèle Pockpa	Fraternité matin	
6	Satigui KONE	L'Appel	
7	Yaya Alpha SYLLA	L'Appel	
8	Mari Boni	Le Démocrate	
9	Coulibaly Mamadou Gani	Le Démocrate	
10	Adama Koné	Le Jour	
11	Yacouba Gbané	Le Jour	
12	Parfait Tadjo	Le Populaire	
13	Setou Banhoro	Le Populaire	
14	Fidèle Neto PORBRIER	Match Week-Ends	
15	Armand BOHUI	Notre Voie	
16	Augustin KOUYO	Notre Voie	
17	Gbato Guillaume	Notre Voie	
18	Franck DANON	Roots Rock	
19	Yao Elisée	Soir Info	
20	Zahui Dassé Claude	Soir Info	
21	Tani Omar Abdel Kadher	Top Visages	

Navigation à vue et à l'intuition

L'une des faiblesses des initiatives de formation par les séminaires réside dans la navigation à vue et à l'intuition. La formule des séminaires ne nécessite pas un comité pédagogique dont le rôle est, entre autres, de définir les objectifs de formation, créer les conditions et rechercher les moyens adaptés et efficaces de les réaliser, trouver des personnes ressources qualifiées pour dispenser la formation, coordonner et planifier les sessions d'initiation, mettre en place des critères de sélection en adéquation avec les

objectifs et les résultats attendus, suivre et évaluer les apprenants mais aussi les encadreurs, et publier des rapports.

L'organisation des séminaires version 1990/2005 reposait sur le bénévolat. Pour ce qui est des séminaires Unjci / Olped / associations professionnelles spécialisées, l'organisation pratique, aussi bien à Abidjan que dans les villes de l'intérieur du pays, était très souvent confiée à Abou Traoré journaliste à Télévision nationale alors membre de l'Unjci qui s'est entouré d'une équipe réduite, efficace dans les négociations pour la bonne exécution des budgets des séminaires, la recherche d'espaces pour accueillir les sessions dans de bonnes conditions, leur bon déroulement, etc. Elle avait acquis une expertise incontestable dans l'intendance, mais elle ne semblait pas qualifiée pour les questions pédagogiques qui constituaient pourtant l'aspect le plus important.

Dans de telles conditions, la création d'un comité pédagogique, en amont de toutes les autres activités liées à l'organisation des séminaires, ressortit à la seule compétence des organisateurs. L'absence de ce comité explique celle d'une stratégie pédagogique inscrite dans une vision fondée sur la recherche de résultats durables : professionnalisation, définition et planification des termes et séquences pédagogiques, formation des formateurs, etc.

- . Beaucoup d'amateurisme dans l'organisation des séminaires et surtout dans la définition de l'approche et du contenu pédagogiques.
- . Pas de coordination pédagogique pour donner une logique et une cohérence pédagogiques aux séminaires.
- . Manque de stratégie
- . Motivation des participants conditionnée, pour une large part, par les per diem
- . Participants parfois partagés entre leur travail au journal et la participation pleine et entière aux séminaires.
- . Beaucoup de théorie et peu ou pas du tout de stages pratiques.
- . La proximité des lieux où se tiennent les séminaires avec les rédactions des journalistes participants a été préjudiciable à leur présence régulière
- . Pas d'instruments de suivi et d'évaluation de l'impact des séminaires sur le professionnalisme des participants.

Les manquements à l'éthique et à la déontologie du journalisme

Sur 5 ans (octobre 1995 à mars 2001) pour 25 à 30 médias

- Injures au public (824 fois).
- Injures de confrères à confrères ou non respect de l'esprit de confraternité (383 fois)
- Incitation au tribalisme et à la xénophobie (351 fois)
- Incitation à la révolte et à la xénophobie (243 fois)
- Incitation à la débauche (78 fois)

Sur la période de la transition (1er janvier 2000 à mimars 2001 pour l'ensemble des médias, 25 à 20 publications et antennes

- Injures au public (240 fois)
- Incitation au tribalisme et à la xénophobie (89 fois)
- Injures de confrères à confrères ou non respect de l'esprit de confraternité (75 fois)
- Incitation à la révolte et à la violence (44 fois)
- Incitation au fanatisme religieux (24 fois)

Après 5 ans, les journaux les plus indexés sont les suivants :

- 1. Le National (438 manguements)
- 2. Le Libéral (167)

- 3. Notre Voie (117) à ne pas confondre avec la voie qui vient en 6ème position
- 4. Le Patriote (89 manquements)
- 5. Fraternité-Matin (58)

Curieusement, ces cinq mauvais exemples sur 5 ans sont ceux qui sont les plus recherchés par les lecteurs qui, par l'achat, les classent dans cet ordre :

- En juillet 2000
- 1. Notre voie
- 2. Le Patriote
- 3. Le National
- 4. Fraternité-Matin
- 5. Soir Infos

En décembre 2000

- 1. Le Patriote
- 2. Notre Voie
- 3 Soir Infos
- 4. Le National
- 5. Fraternité-Matin

Le journalisme mène à tout

Les déperditions ne sont pas peu nombreuses. Sur plus d'une centaine de journalistes qui ont bénéficié des séminaires, certains sont restés dans le métier et d'autres ont effectué un virage à 180 degrés pour sortir complètement du journalisme. Parmi cette catégorie de partis ou de "perdus" (pour le métier s'entend), deux espèces : les communicateurs (attachés de presse, responsables ou conseillers des services de communication de certains ministères, des entreprises et des sociétés, etc.) et les reconvertis, c'est-à-dire tous ceux qui ne sont ni dans la communication ni dans le journalisme et qui ont embrassé une autre profession. Il y en a qui ont quitté la corporation en même temps que disparaissaient les titres qui les employaient. Quelques-uns se sont servis du titre de journaliste et de la carte d'identité de journaliste professionnel à laquelle il donnait droit pour immigrer par le

biais de fausses missions dans des pays européens où ils n'exercent plus le métier

La transhumance des rédacteurs d'un titre à un autre est aussi un facteur de déperdition pour les rédactions qui les ont proposés à des séminaires en comptant sur eux pour avoir des "professionnels". D'autres, suite à des promotions, sont absorbés par les tâches administratives et ne pratiquent pratiquement plus. Ils ne sont pas généralement bien outillés pour transmettre aux autres ce qu'ils ont appris ; d'ailleurs ils n'ont pas été formés à cet effet. Quelle que soit la rédaction où ils posent leurs bagages, celle-ci ne tire pas grand profit de leur apprentissage au cours des séminaires. Ils ne sont ni formateurs ni des professionnels à l'autorité établie.

Les séminaires dits de spécialisation n'ont pas toujours donné un meilleur résultat. La sélection hasardeuse, le manque de rigueur ont fait participer des journalistes de magazines exclusivement culturels ou sportifs avec ceux issus de quotidiens d'information générale à des séminaires sur le journalisme politique ou économique qui se transformaient en partie en initiation à l'écriture journalistique. Ceux qui prennent part à ces spécialisations sans formation de base au journalisme tout en étant complètement néophytes en économie partent handicapés. Comblent-ils leur handicap originel à la fin de la formation? Seule une enquête appuyée sur un suivi et une évaluation aurait pu apporter des réponses à cette interrogation. L'on sait cependant que quelques-uns, après l'initiation au journalisme économique ou politique, se sont retrouvés au sport, à la culture, aux faits divers. La présomption de professionnalisme que leur confère leur formation n'est pas judicieusement exploitée. En voilà des spécialisations pour rien ou pour pas grand'chose!

Et pourtant...

L'enthousiasme et l'engouement suscités par les séminaires étaient réels. Toute la corporation ou presque a cru à leurs vertus formatrices et professionnalisantes. Le contexte (multiplication des titres, impossibilité d'obtenir des bourses de formation à l'étranger, cherté des instituts et écoles qui consacrent une portion pourtant congrue au journalisme, etc.) a favorisé l'adhésion massive des membres de la corporation à cette formule.

Les nombreuses critiques relatives à la non formation des journalistes (le débat sur les professionnels et les autres, c'est-à-dire les non-professionnels, a fait rage) qui expliquerait les dérives et les dérapages, les interpellations par la justice, les emprisonnements ont convaincu la corporation de la nécessité de professionnaliser le métier. Ce diagnostic qui a recueilli l'unanimité n'a pas proposé la thérapeutique. S'offrait donc une seule possibilité : la formation à travers des séminaires qui avaient la particularité intéressante et motivante d'être gratuits d'accès (il suffisait d'être sélectionné par sa rédaction pour y prendre part) et d'offrir à l'heureux élu la possibilité de se faire un peu d'argent de poche grâce aux per diem.

Les conditions, disons même presque toutes les conditions, étaient réunies pour consacrer, voire sacraliser les séminaires pendant de longues années comme l'unique sinon le plus important moyen d'accès à la formation au journalisme et d'acquisition des connaissances nécessaires à l'exercice du métier.

Les vagues de centaines de jeunes (et de moins jeunes) qui sortaient des universités ou des grandes écoles pour se ruer vers le journalisme durant toute la décennie 90 n'avaient qu'une alternative : être formé sur le tas, dans les rédactions (où n'exerçait parfois aucun professionnel) d'entreprises de presse informelles, ou saisir l'occasion des séminaires trop souvent vus comme pouvant ajouter une plus-value à leur cursus scolaire / universitaire ou CV.

Ces formules séminaires ont aussi eu l'avantage d'être des forums d'échanges entre les participants, de brassages d'idées entre des journalistes travaillant dans des titres aux lignes éditoriales diamétralement opposées. Les nouveaux rencontraient certains anciens qu'ils considéraient comme des

modèles, de bons exemples.

Projet Média, en confiant l'encadrement de ses séminaires à des intervenants nationaux et non nationaux a créé le cadre idéal pour renforcer l'autorité professionnelle des nationaux. Des apprenants ont compris que ce qui se disait des règles du journalisme aux autres séances de formation par des encadreurs nationaux était exactement repris par les non nationaux.

Conclusion / Recommandations

En 2006, il semble plus aisé, avec du recul, de jeter un regard critique sur la période 1990 / 2005. Nous indiquions dès le départ les limites de notre étude. Mais cette étude était nécessaire quand bien même elle ne peut se substituer à l'inexistence de rapports de chaque séminaire, de documents contenant les conclusions de suivis et d'évaluations.

Les archives de la Fondation allemande Friedrich Ebert ont fourni l'essentiel des documents existants auxquels nous avons eu accès. Ils fournissent de nombreuses informations que nous avons exploitées et surtout analysées. L'étude est essentiellement critique. Elle donne toutefois entre les lignes les forces de la formule des séminaires. Mais l'objectif étant surtout de mettre au jour ce qui n'a pas marché afin de ne pas répéter les mêmes erreurs, il nous a paru plus indiqué de nous appesantir sur les dysfonctionnements, les faiblesses.

La corporation reste encore aujourd'hui confrontée à la question de la formation. Peut-être que les médias ivoiriens, d'un point de vue éditorial, se sont améliorés ; peut-être que les journalistes ont acquis plus d'expérience ; peut-être que la question de la professionnalisation ne se pose plus dans les mêmes termes ; peut-être que les besoins de formation, les attentes de la profession, les priorités ne sont plus forcément les mêmes... mais il urge de former, parce que rien ne remplacera la formation, qu'elle soit sur le tas, qu'elle emprunte des voies plus formalisées.

Une formation...

...de qualité

La qualité de la formation, voilà l'une des exigences à laquelle la corporation doit apporter des réponses efficaces. La formule des séminaires a fait son temps. Il s'agit donc désormais de mettre en place une stratégie pédagogique pilotée par des personnes ressources qualifiées et compétentes qui ont une claire conscience des objectifs attendus, des moyens de les réaliser appuyés sur une politique de suivi et d'évaluation rigoureuse dont les instruments ont fait l'objet de validation.

... avec des personnes ressources de qualité

L'appel à candidatures est un moyen de sélection qui peut donner de bons résultats. Le choix des formateurs doit s'opérer par appel à candidatures. Des critères de sélection ne seront pas de trop dans une telle opération. Ceux-ci doivent être conçus par une structure composée de personnes qualifiées mais peu nombreuses. FORMEDIA est un exemple en la matière.

... pour des apprenants de qualité

La formule des séminaires offre l'exemple d'erreurs à ne pas commettre. La seule volonté, ni même le seul enthousiasme ne suffisent pas pour compter parmi les bénéficiaires d'une formation. Là aussi, et sans doute plus qu'ailleurs des critères de sélection s'imposent. Entre autres et par exemple le nombre d'années passées dans la profession, la formation scolaire et universitaire, la formation en journalisme, la spécialisation dans la rédaction d'origine, le niveau de responsabilité hiérarchique, etc. Ces informations, si elles avaient été recueillies, auraient être complétées par la production journalistique des deux ou cinq dernières années, les besoins et les attentes en matière de formation, les projets professionnels dans les cinq années à venir ; l'ensemble constituerait alors le dossier de chaque postulant qu'examinera un comité de présélection et de sélection.

Et premier commandement de la table des lois de la nouvelle vision de la formation au journalisme : les élus ne sont pas perdiemmisés.

... sur une partition cohérente et logique

De nombreuses sessions de formation peuvent être organisées, cela est même souhaitable. Ce n'est pas la quantité qui pose problème. La difficulté, voire l'inefficacité, vient de ce qu'il n'y a pas de coordination pour assurer cohérence et logique pédagogiques et intégrer l'ensemble à une politique de suivi et d'évaluation à laquelle seront soumis les apprenants mais aussi les formateurs, la formation et les rapports de formation.

... avec les stages pratiques comme point d'orgue

La formation in situ est une formule séduisante et même convaincante. Mais elle peut et doit être conçue de telle sorte à constituer une étape dans le processus. La formation théorique peut se faire en un endroit symbolique (Maison de la presse, siège du Gret, siège de l'Olped, etc.). Première étape, deuxième étape : les apprenants rejoignent leur rédaction où ils sont suivis dans la pratique par le comité pédagogique et le ou les formateurs. Troisième étape : des rédactions recevront en stage pratique des apprenants qui ne sont pas les leurs, toujours sous l'autorité et le suivi du CP et du ou des formateurs. Quatrième et dernière étape : une ou des rédactions (journal, radio) seront choisies pour héberger le journal (presse, radio) des stagiaires. Question, entre autres, de lisibilité et de visibilité pour les partenaires, les apprenants et la corporation.