Éducation comparée / nouvelle série, n°19, pp 183-208

Regards croisés sur les stratégies d'éducation aux médias en Afrique de l'Ouest : les cas du Togo et du Bénin

Komi KOUNAKOU
CEO(GEMELC)- Montréal, QC
Département de Français, Université Carleton, ON
Christian AGBOBLI
Département de communication sociale et publique
Université du Québec à Montréal, QC

RÉSUMÉ

La problématique des politiques et stratégies d'éducation aux médias auprès des jeunes au Togo et le Bénin, dans un paysage d'apprentissage hybride, invite à explorer les politiques mises en œuvre pour accompagner le processus d'appropriation critique de l'information et des médias chez les jeunes. Un état des lieux rapide de l'univers médiatique et de l'éducation aux médias en contexte ouest-africain permet de porter un regard croisé sur les politiques d'éducation aux médias au Bénin et au Togo. Quelques recommandations visant à soutenir les stratégies existantes en éducation aux médias dans la sous-région sont proposées.

MOTS CLÉS

éducation aux médias, politiques publiques, Togo, Bénin

ABSTRACT

The article concerns the problem of media education policies and strategies targeting young people in Togo and Benin. In a new hybrid learning situation, the article examines the media education policies implemented to support the process of critical appropriation of information and media among young populations . The first part provides a short overview of the media and media literacy in the West African's view. The second part emphasizes on media education policies in Benin and Togo. The final section proposes some recommendations to support existing strategies in media education in the sub-region.

Keywords
Media education, public policies, Benin, Togo.

1. Introduction

Les deux dernières décennies sont fortement marquées par de nombreuses recherches, actions et résolutions en faveur d'une consommation éclairée des médias et de l'information à l'ère de l'économie digitale (UNESCO, 2012). À l'exemple des autres continents, les jeunes Africains accèdent à un important volume de données et de contenus numériques grâce aux interfaces interconnectées (sites Internet, téléphones mobiles, tablettes, etc.). Cet accès croissant aux contenus médiatiques convergents tels que les journaux, les vidéos, les WebTV, les médias sociaux (Agbobli, Kane, 2012) et multimodaux favorise une surconsommation informationnelle aussi bien chez les jeunes que les moins jeunes (Pisani, 2013) et pose en même temps la question de l'éducation à ces médias. De fait, depuis le début des années 1980, l'UNESCO a identifié le rôle critique des médias dans la société et a élaboré des programmes et des stratégies concrètes à mettre en œuvre pour accompagner l'utilisation de ces médias devenus incontournables dans le développement des nations. Les objectifs poursuivis visaient à développer une prise de conscience sur le rôle des différents médias, de l'information et de la transmission des savoirs (Frau-Meig, 2006). Dans le contexte de mondialisation actuelle marqué par une présence grandissante des médias, l'éducation critique aux médias s'avère capitale pour tous.

Au Bénin et au Togo, l'abondance de la production médiatique à travers Internet conduit les populations jeunes à une consommation et à une exposition quotidienne qui invitent à l'application de politiques d'éducation critique vis-à-vis de ces médias. Sur la base des recommandations de l'UNESCO, la présente étude vise à faire une analyse comparée (Aktouf, 1987) des stratégies et politiques publiques d'appropriation critique des médias et de l'information destinées aux jeunes. L'objectif est d'identifier les similarités, les différences entre les pays et de faire des recommandations susceptibles d'améliorer les politiques en vigueur. Ces réflexions s'inscrivent dans la continuité des

travaux déjà réalisés en littératie médiatique (Kounakou, 2012, 2014 ; Kiyindou, 2015 ; Landry, Basque, Agbobli, 2015).

2. Ancrage théorique et méthodologique

Cette étude comparative s'inscrit dans la perspective conceptuelle de la littératie médiatique[1] (*media Literacy*) (Jean & Macluhan 1967 ; Hobbs & Amy Jensen, 2009) qui met l'emphase sur les compétences essentielles dont a besoin un individu pour s'approprier les médias de façon critique, créative, autonome et responsable (Hobbs, 2010 ; Lebrun, Lacelle, Boutin,,2012). Cette approche vise l'élaboration d'une *réception critique* de l'information médiatique comme une phase fondamentale dans le processus d'appropriation des médias du 21ème siècle (Gonnet, 2001). La seule maîtrise technique des outils ne suffit plus à qualifier le seuil de compétences recherchées chez la jeune génération. Au regard du progrès rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les environnements d'apprentissage, d'instruction et de divertissement, la gestion sécurisée et éthique de ces médias s'avère préoccupante. Dès lors, les concepts de « compétences médiatiques » et de « pensée critique » liés à l'usage des médias constituent un ancrage fondamental dans notre démarche. Du point de vue méthodologique, la réflexion s'insère dans un projet de recherche-action dénommé PAFEME (Plateforme Africaine d'Éducation aux Médias) initié depuis 2012 par un groupe d'universitaires s'intéressant à la problématique de l'éducation aux médias en milieu jeune dans la sous-région ouest-africaine. L'article s'appuie donc sur l'analyse documentaire d'une partie des résultats partiels (Kounakou, 2012 ; 2014-2016[2]) d'enquêtes de terrain et sur les quelques travaux existants sur le sujet.

Pour commencer, explorons le contexte médiatique de la sous-région ouest-africaine pour mieux comprendre les enjeux d'éducation aux médias au Bénin comme au Togo.

---

1 La littérature scientifique s'interroge sur les concepts liés à l'éducation aux médias. Doit-on parler d'éducation aux médias, d'éducation par les médias, de littératie médiatique ? Pour suivre les débats autour de cette question, voir entre autres : Barbey, 2009; Martens, 2010; Agbobli, 2016.

2 Le projet PAFEME est un projet d'enquête de terrain axé sur les politiques d'éducation aux médias dans les villes de Lomé et Cotonou [avril- juin 2016].

3. Paysage médiatique en Afrique de l'Ouest et éducation aux médias

Au 21e siècle, la présence grandissante des technologies de l'information et de la communication dans la société (Attenoukon, 2011, Varinot, 2012, Karsenti, 2014) a changé le rapport des populations jeunes ouest-africaines aux médias devenus des outils indispensables au développement et à l'épanouissement personnel. Quel est alors l'état des principaux organes médiatiques dans cette région de l'Afrique? Ces organes médiatiques sont-ils en phase avec les changements de consommation médiatique à l'oeuvre un peu partout sur la planète?

3.1. Univers médiatique en Afrique de l'Ouest et accès au savoir des années 2000 à aujourd'hui

Le milieu médiatique connaît depuis les deux dernières décennies une avancée notable en Afrique de l'Ouest grâce au développement des technologies mobiles et à la croissance d'Internet (Agbobli, Kane, 2012). De fait, après les premières expériences d'utilisation des Technologies de l'information et de la communication (TIC) initiées à la fin des années 1990 (Agbobli, 2009), l'Union économique et monétaire ouest-africaine[3] (UEMOA) a lancé dès 2006 une stratégie de modernisation des lignes de télécommunication inter-états pour mieux connecter tous les états membres (Akue-Kpakpo, 2013) et pour accroître l'accès aux médias pour tous. Cette démarche de modernisation enclenchée a permis la création de certains fournisseurs d'accès Internet Régional (FAIR) et d'une offre de nouveaux services aux populations. C'est le cas notamment du Groupe MTN (Mobile Telecommunication Networks) qui dessert six pays côtiers de la région ouest-africaine (Bénin, Côte d'Ivoire, Ghana, Libéria, Nigéria) et permet aux populations d'accéder plus facilement aux médias et à l'information. De plus, le déploiement en 2012 de cinq (5) câbles sous-marins (SAT3, Main One, Glo One, WACS et ACE) sur cette même côte permet aujourd'hui d'élargir la capacité de la bande passante des données numériques et d'information. La mise en oeuvre de ces infrastructures technologiques, même si elles restent limitées,

3 L'UEMOA, créée en 1994, regroupe huit pays d'Afrique de l'Ouest qui visent à harmoniser leurs économies.

contribue en grande partie aux changements qui interviennent dans les chaines de production et de consommation des médias dans la région.

En conséquence, au plan régional comme national dans l'espace UEMOA, le marché médiatique et surtout de la vidéo numérique est sans doute celui qui a connu l'une des plus fortes croissances (Tiendrebeogo, 2009) au cours des dix dernières années. De nouvelles industries médiatiques numériques naissent. L'exemple d'AFRICAFILMS.TV, une plateforme médiatique numérique financée par le Groupe des états d'Afrique Caraïbes et Pacifiques et l'Union Européenne pour renforcer le secteur du film (vidéo à la demande-VOD) africain est remarquable. Cette plateforme commercialise en ligne une grande partie des productions médiatiques de la région. À cette plateforme régionale spécialisée dans la distribution, s'ajoute le géant NollyLand (nollyland.com). Cette autre plateforme médiatique diffuse plus de mille (1000) films ghanéens et nigérians directement accessibles sur des chaines de télévision, sur des ordinateurs, sur des tablettes et des téléphones portables.

En outre, la croissance exponentielle de la téléphonie mobile utilisant les différentes applications numériques d'information, musicales, culturelles, communautaires ou éducatives, prolonge l'expérience de consommation médiatique des usagers. Selon les récentes études de l'UNESCO (UNESCO, 2015 : 30), plus de 85% de la population africaine possède au moins un téléphone cellulaire, ce qui accélère l'accès à l'information instantanée et à la consommation. Viennent ensuite les radios et télévisions numériques, les WebTV, la presse et les quotidiens en ligne. Dans le même ordre d'idées, le cinéma Numérique Ambulant (CNA - initié aux premières réunions du FESCAPO[4] en 2005 et 2007) se développe à travers la sous-région pour rapprocher les médias des consommateurs ruraux. En un mot, l'univers médiatique de l'UEMOA connaît des progrès depuis les dix dernières années (IPAO, 2013)[5]. Cette croissance dans l'usage des technologies a permis la diffusion de contenus médiatiques diversifiés entraînant la possibilité de rencontre entre des cultures différentes. Cette probabilité d'une hybridité culturelle, née des phénomènes

4 Festival panafricain du cinéma et de la télévision d'Ouagadougou

5 Institut Panos Afrique de l'Ouest

diasporiques (Agbobli, Kane, Hsab, 2013), dessine une nouvelle cartographie de consommateurs joignables de partout, ce qui leur offre l'occasion de consommer en continu des médias de leur choix, à leur convenance. Mais au-delà de cette abondante production de contenus médiatiques, une question demeure : les consommateurs sont-ils éduqués à une construction sécuritaire des médias ? Où en sont les politiques publiques sur la question d'éducation aux médias (UNESCO, 2010) ? Dispose-t-on aujourd'hui en Afrique de l'Ouest d'un cadre institutionnel et pratique en éducation aux médias respectant les récentes recommandations de l'UNESCO (UNESCO, 2012) ?

3.2. Éducation aux médias dans le contexte ouest-africain : réalité ou mythe

Peut-on évoquer la question d'éducation aux médias en contexte ouest-africain comme on le fait pour les pays occidentaux ? En Afrique comme ailleurs, les médias ont été associés aux différentes politiques éducatives (Kiyindou, 2015 :17). En effet, avant l'introduction par les Occidentaux de leurs moyens d'information de masse, les différentes régions d'Afrique disposaient de leurs propres outils traditionnels de communication et des stratégies d'appropriation des savoirs et de l'information. Dans la littérature orale par exemple, le griot, messager du peuple, respecte des règles d'énonciation des messages qu'il véhicule. Chaque communauté culturelle africaine disposait d'une politique traditionnelle d'utilisation de ses « médias » pour s'informer. Toutefois, avec l'avènement des moyens de communication moderne, la problématique de l'éducation aux médias en lien avec les TIC s'est posée dans une perspective nouvelle en Afrique (Corroy, Lipani, 2015).

Dans les faits, l'éducation aux médias telle que définie plus haut, permettant une prise de conscience du rôle des différents médias, devient importante avec le développement et l'utilisation des médias et réseaux sociaux dans toutes les sphères de la vie. Ailleurs en Amérique du Nord et en Europe (au Canada ou en France, par exemple), des colloques, conférences et travaux portent sur cette question dans le but de trouver des stratégies susceptibles d'accompagner les populations dans leur processus d'appropriation et de consommation des différents médias auxquels elles ont accès. En

Afrique en général et en Afrique de l'Ouest en particulier, le concept d'éducation aux médias est rare dans les discours officiels, institutionnels et dans la recherche. Les annales et les revues scientifiques fournissent peu d'informations sur ce sujet. Dès lors, les enjeux d'éduquer les populations aux médias dans une société digitalisée (Share, 2015) sont-ils une préoccupation des autorités dans la sous-région ou s'agit-il d'un mythe dans les politiques de développement de la région ?

Même si l'éducation aux médias n'est pas un mythe en Afrique de l'Ouest, peu de stratégies régionales sont perceptibles sur le terrain, à l'exception de quelques initiatives isolées portées par des organisations non gouvernementales ou des institutions étrangères. L'exemple de *Villes Internet Afrique* illustre ce point. Porté par l'Université de Toulouse 2, le département de géographie de l'Université de Dakar et l'Observatoire sur les Systèmes d'Information, les Réseaux et les Inforoutes au Sénégal (OSIRIS) entre 2006 et 2009, le projet *Villes Internet Afrique* (VIA) avait pour principale mission de former des élus locaux et leurs administrations aux enjeux numériques et à l'éducation aux médias et ainsi accélérer la décentralisation numérique locale. Ce projet n'a pas pu se concrétiser dans les sept pays expérimentaux ciblés pour cause de réticence des municipalités aux changements. Dans le même ordre d'idées, le XIème sommet de la Francophonie tenu à Bucarest (2006) recommandait aux chefs d'État membres de trouver des moyens innovants pour moderniser les systèmes éducatifs des pays membres en s'appuyant sur les TIC. Une année plus tard, l'initiative francophone pour la formation à distance des Maitres (IFADEM) voyait le jour pour former les enseignants du primaire aux techniques numériques d'apprentissage par papier, Internet et téléphone cellulaire. Les formations sont pour l'instant axées sur l'appropriation des outils et la conception de contenus pédagogiques.

De plus, sur le plan scientifique, les premières rencontres concrètes sur la question en Afrique de l'Ouest sont très récentes (Kounakou, 2011 ; Kiyindou, 2015). Organisées par un réseau de chercheurs internationaux venus de diverses universités, ces rencontres ont permis de réfléchir sur la question d'éducation aux médias pour relancer les initiatives entreprises par des précurseurs comme

Geneviève (1985). Les récents travaux préliminaires[6] publiés à la suite de ces rencontres offrent des orientations pour mieux cerner l'état de l'éducation aux médias en Afrique. Au regard de ces orientations, on peut affirmer que la question de l'éducation est encore au stade embryonnaire en Afrique de l'Ouest. Qu'en est-il du Bénin et du Togo à l'échelle nationale ?

4. Stratégies d'éducation aux médias au Bénin et au Togo

4.1. Médias togolais et stratégies d'éducation

À l'instar de plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, l'histoire de l'éducation aux médias au Togo est à écrire. De récentes études montrent que les populations s'approprient de plus en plus les médias en ligne (Kounakou, 2015) comme sources crédibles d'information, d'apprentissage et qu'ils consomment davantage de contenus numériques au détriment de supports-papier. Dans ce bouleversement médiatique universel, où en sont les médias togolais ? Comment les jeunes Togolais s'approprient-ils les médias et quelles compétences développent-ils ? Quelles sont les différentes politiques mises en place par les institutions publiques, privées ou indépendantes pour accompagner ces changements auprès de cette population branchée ? Voilà autant de questions qu'il convient de se poser pour effectuer une analyse rapide de l'univers médiatique au Togo et des politiques publiques d'éducation à ces médias mises en place pour accompagner les utilisateurs.

4.1.1. État des lieux de l'univers médiatique au Togo

Les chaînes de radiodiffusion et télévisuelles dont dispose le pays, sont encore pour la plupart classiques et utilisent des techniques analogiques habituelles pour diffuser les programmes télévisuels. De son indépendance en 1960 aux années 1990, le Togo ne disposait que d'une chaîne télévisuelle créée en 1973, dénommée alors « Radiotélévision de la Nouvelle Marche ». Cette chaîne diffusait seule toutes les émissions jusqu'aux années 1990 (Danklou, 2000; Agbobli, 2004). Mais depuis les années 2000, le secteur médiatique a changé avec l'introduction des TIC et la mise en place de l'Observatoire

6 Corry-Labardens, L., Barbey, F., Kiyindou, A (Dir) (2016). Éducation aux médias à l'heure des réseaux, L'Harmattan, Paris, 303 p

togolais des médias (OTM). En effet, créé en 1999, l'OTM a pour mission de militer pour une presse libre et responsable au Togo. Ce changement se traduit par le développement des médias ruraux et éducatifs à travers tout le pays. Actuellement, selon les données statistiques de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et la Communication (2013), le Togo dispose de 15 chaînes de télévision et de soixante-dix-sept (76) chaînes de radio communautaires, éducatives, privées et commerciales. À cela, il faut associer la Radio pour enfants créée par Plan International (Kounakou, 2012) afin d'initier les jeunes enfants aux médias. Ainsi, les petites et moyennes entreprises culturelles et médiatiques allongent-elles la liste des médias existants.

D'autre part, le développement des écoles ou centres de communication participe également de ce changement de l'univers médiatique au Togo. En effet, entre 1995 et aujourd'hui, le Togo compte plus d'une dizaine d'écoles supérieures qui forment aux métiers de la communication, de l'audiovisuel et du journalisme. Citons le cas de certains centres tels que l'Institut des Sciences de l'Information, de la communication et des Arts (ISICA/2004) de l'université de Lomé, l'École Supérieure de Communication et de Gestion (ESCG /1995), l'École des Cadres-Togo ou encore l'Institut Supérieur de Management Adonaï. Les formations offertes dans ces écoles contribuent à diversifier le paysage médiatique du pays. Aussi convient-il de mentionner la place incontournable de la téléphonie mobile dans l'accès aux médias dans le pays. Selon les statistiques mondiales (2014), plus de la moitié de la population togolaise (55.99 %) est jeune et équipée de téléphones portables. Dès lors, les jeunes Togolais font de nouvelles expériences sociales, personnelles et scolaires à travers ces contenus médiatiques émergents qui suscitent l'intérêt pour la recherche (UIT, 2016). Aussi le secteur de la téléphonie mobile (ISOC Québec, 2014) devient-il un média à part entière qui permet aux usagers d'accéder facilement aux informations. Bref, ces infrastructures en croissance contribuent à modeler le visage des médias au Togo. Mais la question est de savoir si les autorités compétentes ont défini des stratégies d'éducation médiatique pour accompagner les consommateurs, jeunes ou adultes.

4.1.2. Politiques nationales d'éducation aux médias

En mai 2011, après une décennie d'expérience des TIC dans les administrations et autres secteurs de la société, le ministère togolais des postes et télécommunications a élaboré une série de politiques stratégiques pour accélérer la construction d'une culture numérique dans l'éducation dont « *l'objectif est de contribuer à l'atteinte des objectifs du gouvernement, à la promotion des TIC dans le système éducatif et à leur utilisation en tant que facteur d'amélioration de la qualité de l'enseignement* »[7]. En mars 2014, le Ministère de l'éducation a, de son côté, lancé en partenariat avec le nouveau Ministère des postes et de l'économie numérique, le projet *Environnement Numérique de Travail*. Ce projet consiste à offrir un centre de ressources pédagogiques numériques à 12500 lycéens et à former 1240 enseignants d'ici fin 2017 pour favoriser les échanges et l'apprentissage. Dans son document stratégique intitulé « *Politique nationale de formation civique et d'éducation à la citoyenneté et son plan d'action* »[8], le Ministère de la Communication, de la Culture, des Arts et de la Formation Civique, a de son côté défini en 2014 dans ses stratégies de développement un volet intitulé « *politique nationale de formation civique et d'éducation à la citoyenneté* » qui insiste sur la nécessité pour les communicateurs et les citoyens se former aux médias. En clair, ces textes législatifs relatifs aux politiques d'appropriation des TIC et d'éducation aux médias sont bien promulgués, mais ils n'incitent pas les différents acteurs de la formation formelle et informelle à l'action. Par conséquent, en matière de consommation médiatique, le Togo n'a pas d'orientations stratégiques opérationnelles crédibles sur le terrain. Les dispositions législatives d'éducation aux médias et de sensibilisation à la citoyenneté restent encore très générales. Les écoles ne sont pas encore équipées en infrastructures informatiques et sensibilisées à la question d'éducation aux médias selon les directives de l'UNESCO. Les quelques programmes et actions d'éducation aux médias existants sont plutôt aux mains des acteurs associatifs et des opérateurs privés.

7 Déclaration des politiques sectorielles. Stratégies de promotion des technologies de l'information et de la communication (TIC) 2011-2015

8 Politique nationale de formation civique et d'éducation à la citoyenneté et son plan d'action, juin 2014.En ligne à http://communication.gouv.tg/sites/default/files/documents/politique_nationale_de_formation_civique.pdf (consulté le 17 janvier 2017)

Quel est alors le rôle des organisations non gouvernementales dans ce processus d'éducation aux médias dans le pays ?

4.1.3. Implication des organismes non gouvernementaux

Les organisations non gouvernementales (ONG) sont les principales porteuses des différents programmes d'éducation face aux nouveaux enjeux sociaux des médias au Togo. Pour la plupart d'entre eux, les projets concernent les jeunes. Le *Children Media Project* de l'organisme Plan International (Kounakou, 2012) est la plus grosse initiative en déploiement de stratégies d'éducation aux médias dans quatre villes du pays. Les initiatives sont focalisées sur l'apprentissage médiatique chez les enfants. Les responsables de Plan International pilotent, depuis une dizaine d'années, le *Youth Media and Development* dédié à l'éducation aux médias pour enfants et jeunes adolescents. Ce projet vise la promotion de la prise de parole par les enfants et de leurs droits fondamentaux longtemps mis en arrière-plan dans les États africains. Les enjeux stratégiques sont de trois niveaux à savoir : former, informer, et autonomiser les enfants face aux problèmes de développement local. Sur le plan social, le projet a un autre mandat; celui de conscientiser les parents, les enfants eux-mêmes et les autorités sur les droits et devoirs de chacun au regard de la convention des Nations Unies sur les Droits des Enfants. Dans ses missions, les responsables du Plan International ont amorcé deux initiatives phares à savoir la Radio pour Enfants (Deviwo Be Radio) et le Centre de Formation en Radio pour les Enfants du Togo. Une petite portion seulement de ces enfants parvient à assister à des émissions et à y participer. Par conséquent, l'urgence de l'accès et de la maîtrise des médias (NAMLE, 2007, Frau-Meigs, 2008) est mal appréhendée, car malgré ces actions en faveur des enfants et des adolescents, les défis sont loin d'être relevés. Aussi bien pour les jeunes en apprentissage, adultes actifs que pour le reste de la population en quête de l'information au quotidien, la question d'éducation aux médias demeure entière. S'ajoute à ce contexte, la rareté des recherches universitaires auprès de ces enfants.

4.1.4. Place des chercheurs dans le constat d'éducation aux médias

Au Togo, bien que l'aménagement numérique du territoire et des administrations soit inscrit dans les objectifs du projet West African Regional Communication Infrastructure Program (WARCIP)-Togo depuis 2011, les stratégies concrètes de sa mise en œuvre ne sont qu'à leur début. L'État a tendance à effectuer un pilotage à vue des projets, sans réel suivi scientifique (Fredriksen, 2003 ; Jarousse et Mingat, 1992). En matière de recherche, les travaux sont rares en ce qui concerne la problématique du rapport des citoyens aux contenus multimédias et technologiques en lien avec les compétences individuelles ou professionnelles (Kounakou, 2012). Le contexte économique et de la gestion des ressources financières ainsi que les tensions sociopolitiques ont considérablement freiné les recherches en milieu universitaire. L'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication et des Arts (ISICA) de l'Université de Lomé est très jeune et se focalise sur les défis pédagogiques prioritaires. Même si des chercheurs se consacrent à la recherche, les questions d'éducation aux médias sont très peu abordées sur le terrain. Quelques approches sociologiques sur le sujet existent. Une de ces recherches-actions a été réalisée sur la consommation des contenus radiophoniques chez les adolescents (Sambiani, 2002). Les observations faites et les résultats de cette étude montrent que les consommateurs jeunes interrogés s'intéressent davantage aux médias et aux écrans. Mais aucune politique scientifique n'est adaptée et appliquée pour approfondir les travaux sur les compétences d'appropriation critique des médias. Qu'en est-il du Bénin ?

4.2. Médias béninois et stratégies d'éducation

Le contexte médiatique du Bénin s'apparente à celui du Togo. Toutefois, le pays présente certaines particularités internes.

4.2.1. État des lieux de l'univers médiatique béninois

Le Bénin jouit d'une politique médiatique ouverte depuis les années 1990 (Frère, 1999) suite aux réformes démocratiques intervenues dans ce pays. De fait, avec la libéralisation du secteur médiatique (loi de 1997), le Bénin a diversifié son secteur médiatique (radios, télévisions privées, presses papier et numériques) en créant des organes indépendants pour gérer la transparence des activités de production et

de diffusion de l'information. Dès lors, le marché de la presse et des industries médiatiques s'est développé très rapidement dans le pays. Cette croissance est maintenue avec l'amélioration des infrastructures de télécommunication.

De plus, en février 2015, la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC) a reçu des demandes d'attribution de la bande passante pour soixante-treize (73) quotidiens sur l'ensemble du territoire[9]. Ces demandes ont pour objectif d'augmenter la production et la diffusion de contenus informationnels sur papier et en ligne. Cette dynamique du secteur médiatique montre clairement que les besoins d'accès aux médias sont bien réels et croissants dans le pays en raison du possible rôle des médias dans le processus de développement et d'épanouissement des citoyens.

Ensuite, l'accès du Bénin au réseau Internet à moindres coûts a changé en profondeur les habitudes de consommation (Kiyindou, 2016) de ses citoyens. De fait, depuis 2012[10], le raccordement du Bénin au câble sous-marin ouest-africain à fibre optique a amélioré considérablement le secteur par la création de nouvelles entreprises, la production et diffusion de contenus médiatiques en ligne. Actuellement, le Bénin dispose de plus de 133 périodiques, 80 quotidiens et quelques 300 chaînes de radio et télévision dans le pays (Friedrich-Ebert-Stiftung, 2011). Les télévisions numériques telles qu'Éden TV, LC2, et TV International créées dans les années 2000 diffusent en continu en ligne de l'information. Même si toutes les productions ne sont pas toutes de bonne qualité, elles offrent tout de même aux citoyens une quantité non négligeable d'informations et d'actualités. Les citoyens béninois, y compris les plus jeunes, consomment de l'information et consultent toutes sortes de contenus en ligne, mais quelles sont les stratégies publiques déployées pour accompagner ces consommateurs ?

10 http://www.agenceecofin.com/equipement/1901-8503-ces-cables-sous-marins-a-fibre-optique-qui-vont-traverser-l-afrique-en-2014 (visité le 15 août 2016)

4.2.2. Stratégies et politiques publiques d'éducation aux médias

Jusqu'en 2005, le Bénin était l'un des derniers pays de l'Afrique de l'Ouest à ne pas disposer d'une Autorité de régulation des Postes et Télécommunication (Affougnon, 2009), Par conséquent, la structuration du secteur des communications étaient encore floue. Le 31 décembre 2008, ce pays a finalement adopté un nouveau texte dénommé *Déclaration de Politique du Secteur (DPS) des postes, des télécommunications et des TIC* (Chabossou, 2010) pour promouvoir l'administration et le commerce électronique. En mai 2014, une autre loi (n°2014-14 du 13 mai 2014) a été votée par l'Assemblée nationale, pour introduire des changements majeurs dans le secteur de la communication en créant l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP). De ces dispositifs législatifs découlent trois projets pilotes à savoir les « Écoles Numériques, l'E-gouvernement et les Communes Numériques » dont l'objectif est de connecter les administrations centrales et locales et les former aux enjeux des médias.

Rappelons qu'en 1992 déjà l'« éducation aux médias » était abordée dans les médias officiels (*Djiwan* : 2004) d'abord avec l'office de la Radio Diffusion et de Télévision et certains organes de la presse. C'est le cas notamment du journal « Le Matinal » dans l'émission « Média Vacance » pour éduquer les enfants vacanciers à l'appropriation des médias. Ensuite, dans les années 1995-1997, le Bénin a mis en œuvre une politique de formation médiatique des professionnels de la communication pour rehausser le niveau d'appropriation et de manipulation des médias et de l'information (GRET, 2001). Le code de déontologie adopté depuis 1999 à l'initiative des associations de journalistes (Friedrich-Ebert-Stiftung, 2011) permet de réguler la production, la diffusion et les bonnes pratiques dans l'utilisation des médias dans le pays. Cette formation est uniquement destinée aux professionnels des médias.

En marge de ces actions, trois instituts de formation sont lancés dans le pays pour une professionnalisation des acteurs du secteur des médias. L'Agence de Gestion des Nouvelles Technologies de

l'Information et de la Communication (AGeNTIC)[11] récemment créée par le Gouvernement en collaboration avec le secteur privé et la société civile a élaboré dans ses stratégies pilotes un volet de *formation aux médias,* mais il n'y a pas plus de détails. À cette liste de politiques étatiques s'ajoute l'initiative E-Bénin. Actuellement, les politiques béninois misent sur le déploiement du projet E-Bénin inscrit dans le *West Africa Régional Communications Infrastructure Program (WARCIP)* pour apporter une solution efficiente à sa population en matière d'appropriation des TIC. Inauguré en octobre 2015, sous le gouvernement de Yayi Boni, le projet a pour mission *« d'améliorer l'accès aux services TICs à un cout moins élevé et de meilleure qualité, et de promouvoir le développement des e-applications »*[12]. Quoiqu'innovante et louable, l'E-Bénin n'a pas défini des stratégies concrètes pour amener les citoyens utilisant ces outils technologiques à développer une lecture critique et des compétences pratiques de leur consommation. Somme toute, la question d'éducation aux médias reste à approfondir dans le pays. C'est ce que tentent aussi de faire les ONG impliquées dans des programmes d'«'alphabétisation numérique » auprès des populations.

4.2.3. Implication des organisations non gouvernementales (ONG)

Tout comme au Togo, ce sont les ONG qui sont les premiers acteurs à initier des programmes d'appropriation des TIC et d'éducation aux médias au Bénin dans les années 2000 (Lohento, 2004). En clair, l'alphabétisation numérique a été l'un des grands chantiers des associations créées après les premières utilisations de l'Internet (1997-2000). Les programmes sont pilotés aussi bien par des organisations associatives nationales que des ONG étrangères qui y sont implantées.

À l'échelle nationale, le réseau Advisory network for African Information Strategies (ANAIS)-Bénin a joué un rôle de premier plan dans l'élaboration des stratégies d'alphabétisation et d'éducation numérique auprès de la population. La création de ce réseau remonte

11 Ministère de la communication et des technologies de l'information et de la communication (2012). PROJET e-Bénin, programme d'infrastructure de communication Régionale en Afrique de l'ouest (WARCIP), Plan d'Actions de Reinstallation (PAR), http://e-benin.bj/projet/fileadmin/Documents/Plan_de_reinstallation.pdf (consulté le 20 décembre 2016)

12 Projet E-Benin, Faire du Bénin le quartier numérique de l'Afrique

à la conférence « *l'Afrique et les technologies de l'information et de la communication* » organisée par l'ONG Fondation Devenir en Suisse en 1996 et avait pour mission d'accompagner l'appropriation des TIC dans le pays. Lancé au Bénin en 1998, le réseau ANNAIS avait pour mission de former les citoyens aux TIC. S'ajoute l'*Information-communication et développement en Afrique* (Iafric), une association nationale mise en place depuis 2001 avec pour focus de faire la recherche sur les TIC et sur les usages; de produire et de diffuser de l'information, de faire une veille sur les TIC et faire des formations axées sur la maîtrise de l'information.

Dans cette même lancée, certains acteurs internationaux interviennent aussi dans des projets d'éducation aux médias. C'est notamment le cas de l'Unicef qui dirige un centre média à Cotonou et dont les actions sont focalisées sur l'éducation au sens large du terme auprès des enfants et des jeunes adolescents. En somme, même si ces ONG et bien d'autres ont contribué la formation des populations, il demeure que d'éducation aux médias demeure un vœu pieux dans le pays. Quel est alors l'impact de la recherche sur ces politiques d'éducation aux médias?

4.2.4. Place des chercheurs dans le processus d'éducation aux médias

La question d'éducation aux médias est encore embryonnaire dans les centres de recherche universitaires de ce pays, même si quelques chercheurs se sont saisis de la question. Plusieurs d'entre eux viennent des départements de géographie, de sociologie ou d'autres disciplines connexes aux sciences sociales. C'est le cas du professeur Toussaint Tchitchi de l'université d'Abomey-Calavi. Il a collaboré à la rédaction des nouvelles recommandations de l'UNESCO sur l'éducation aux médias et à l'information (UNESCO, 2012); un programme de formation destiné aux enseignants du primaire et du secondaire. Ses contributions ont consisté à consolider le projet IFADEM, l'initiative francophone de formation à distance des maîtres. Certes, il est difficile de retracer de façon claire ses recherches dans le champ précis de l'éducation aux médias. Autrement, le concept d'éducation aux médias n'est pas encore fixé dans les champs de cherche de plusieurs universitaires. Dans le même ordre d'idées, les travaux d'Azonhe, et *al.* (2008) ont abordé dans leurs recommandations l'épineuse question

de l'éducation aux médias en milieu scolaire. Pour ces chercheurs, « *L'éducation aux médias semble particulièrement pertinente en contexte africain, pour décoder les représentations médiatisées, se situer par rapport à elles, et en créer d'autres qui reflètent sa vision du monde* » (Azonhe et al., 2008 :9). Cependant, il est difficile d'identifier avec certitude, l'application de ces mesures dans les dispositifs scolaires. En définitive, très peu de travaux existent en éducation aux médias et il s'avère important de se mobiliser pour explorer ce champ dans le pays. Au regard de ce constat observé dans les deux pays, quelles perspectives envisager pour redynamiser ce champ de recherche en friche dans la sous-région ?

5. Quel bilan de l'étude comparée des deux pays : le Bénin et le Togo?

En définitive, l'étude comparée des stratégies et des politiques publiques en éducation aux médias a révélé que le concept n'est pas encore intégré dans les plans directeurs de développement social et scolaire des deux pays. Une lecture critique des plans de maillage numérique élaborés dans les deux pays montre que les acteurs misent sur un seul aspect du numérique : l'appropriation des outils informatiques et des TIC. La production et l'appropriation critique de l'information semblent peu importantes aussi bien chez les jeunes que chez les adultes. Dans les faits, l'appropriation informatique doit être complétée par d'autres compétences critiques pour savoir choisir la bonne information et son usage dans la vie courante. Ces compétences exigent un cadre harmonisé, des formations spécifiques et un encadrement au quotidien, entre autres : *développer des habiletés de pensée critique*, *reconnaître les objectifs affichés ou cachés du média*, *reconnaître les biais, la désinformation et les mensonges*, *plaidoyer pour la justice médiatique*. L'éducation aux médias devient incontournable et doit être intégrée à toutes les sphères de la vie sociale et aux programmes scolaires pour mieux former les jeunes aux nouveaux enjeux de consommation des médias. Somme toute, une redéfinition claire et actualisée des politiques publiques en matière d'éducation aux médias s'avère urgente dans les deux pays. Il faut donc agir.

6. Perspectives pour une éducation médiatique concertée en Afrique de l'Ouest

Les pistes de solutions sont multiples, mais deux pistes émergent de façon notable :

6.1. Nécessité de créer un laboratoire de recherche-action en éducation aux médias en Afrique.

La réflexion autour de l'éducation aux médias au Togo et au Bénin a permis de constater un manque de politiques publiques claires pour accompagner les changements numériques qui s'opèrent sur le continent dans sa globalité. Dans les universités, peu de travaux se consacrent à la sociocritique des médias, sur la littératie pratique. Il s'avère alors important de poser les bases d'un laboratoire régional d'éducation et de veille en consommation responsable des médias. La place des universitaires dans le déploiement des stratégies pratiques en éducation aux médias est déterminante deux raisons: a) élaborer et proposer aux gouvernements des programmes nationaux en matière de l'éducation aux médias et à l'information; b) susciter chez les jeunes chercheurs de l'intérêt pour des projets de recherche axés sur les enjeux actuels de la lecture critique des médias. Au regard de la croissance numérique et médiatique sur le continent et considérant la forte consommation de contenus en ligne, l'implication des universitaires dans le processus d'une appropriation critique de ces nouveaux outils de médiation apporterait un changement dans les habitudes de consommation pour limiter les risques permanents auxquels les citoyens usagers sont exposés. De plus, la mobilisation des universitaires dans ce domaine sensible des mutations technologiques réveille les politiques attendues autour des stratégies concrètes pour faire de l'éducation aux médias une priorité à intégrer aux objectifs du développement durable (UIT, 2016). Aussi convient-il d'inclure le concept d'éducation aux médias dans les programmes scolaires.

6.2. Prioriser l'éducation aux médias dans les écoles primaires et secondaires de chaque pays de la sous-région

Pourquoi privilégier les écoles primaires et secondaires ? En Afrique, les statistiques de la Banque Mondiale révèlent que près de la moitié de la population a moins de 15 ans. Cette frange de la population née dans les nouvelles technologiques est exposée au flux informationnel

sans grande formation. Dès lors, éduquer ces utilisateurs aux médias doit être pour chaque état une priorité de premier plan. Les recommandations de l'UNESCO (2012) sont claires à ce sujet. Eduquer aux médias est une nécessité au vingt et unième siècle au même titre que les besoins biologiques. Les constats et publications diagnostiques montrent bien que le terrain est encore vierge dans l'ensemble du continent africain et particulièrement dans les deux pays étudiés. Les gouvernements, acteurs régionaux et locaux, ont obligation de se doter d'outils probants pour in/former les élèves du primaire et du secondaire à la culture médiatique. La relève de demain se bâtit sur les réseaux sociaux, sur Internet et dans les médias numériques. La méconnaissance de ces outils expose la jeunesse au risque d'analphabétisme médiatique et /ou informatique. Les expériences montrent que plus de 70% d'apprenants africains ont accès aux médias numériques, mais moindres sont ceux qui savent réellement comment utiliser de manière responsable ces médias pour en tirer profit.

7. Conclusion

En définitive, la problématique d'éducation aux médias reste un enjeu public de taille sur le continent africain et particulièrement au Bénin et au Togo. L'éducation aux médias a pour principal objectif de développer des compétences médiatiques chez l'usager d'un média. Celles-ci doivent lui permettre d'effectuer un certain nombre d'activités utilisant divers objets médiatiques (caméra, site web, livre, tableau, panneaux de signalisation, etc.). Ces compétences lui sont nécessaires pour évoluer dans l'environnement médiatique contemporain de façon critique, responsable et créative ainsi que de manière autonome. La médiatisation de la société (par les médias, classiques ou numériques multicanaux) est irréversible et cette éducation est plus que nécessaire. Mais les conclusions tirées de nos analyses révèlent l'inexistence de stratégies et politiques claires en matière *d'Éducation aux médias et à l'information* au Bénin et au Togo. D'une manière générale, le continent africain se doit de relever ce défi du vingt et unième siècle pour garantir à chaque citoyen et surtout à la jeunesse, une consommation responsable et critique des dispositifs médiatiques auxquels il a accès. Les gouvernants, décideurs de la bonne gestion des inforoutes de l'information et de la communication, semblent orienter leurs priorités vers d'autres horizons. Cependant,

est-il encore possible pour une nation d'agir sans les outils communicationnels par lesquels passent toutes les formes de développement ? Il est urgent pour le continent africain de s'attaquer à cette question vitale pour renforcer son économie, sa sécurité et la santé de sa jeunesse et ses citoyens en raison des risques associés à la surconsommation.

Références bibliographiques

AGBOBLI Ch., NDIAGA, L. (2016). "Régulation et autorégulation de la communication médiatique au Sénégal et au Togo : État des lieux et critiques en contexte électoral", *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/1 (p.33 49) (consulté le vendredi 6 janvier 2017), [en ligne] URL : http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016/03-Agbobli-Loum/.

AGBOBLI, Ch. (2009). « Cybercafés et télécentres : Internet devient-il la kora du griot ? », In Communication et dynamiques de globalisation culturelle, sous la direction de Alain Kiyindou, Jean Chrétien Ekambo, Ludovic-Robert Miyouna. Paris : L'Harmattan.

AGBOBLI, Ch. et KANE, O. (2012). « Convergence technologique, régulation et champ médiatique. Un portrait des enjeux récents en Afrique ». Communication présentée lors du colloque international « Usages et pratiques des publics dans les pays du sud : Des médias classiques aux TIC », Agadir (Maroc), 4 au 7 avril 2012.

AGBOBLI, Ch., KANE, O. et GABY H. (Dir). (2013). *Identités diasporiques et communication*. Montréal : Presses de l'Université du Québec.

AKTOUF,O. (1987). Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations. *Une introduction à la démarche classique et une critique.* Montréal : Les Presses de l'Université du Québec.

AKUE-KPAKPO, A. (2013). Étude sur la connectivité internationale d'Internet en Afrique subsaharienne. Secteur du développement des télécommunications, UIT. [en ligne] URL: https://www.itu.int/en/ITU-D/Regulatory-Market/Documents/IIC_Africa_Final-fr.pdf (consulté le 12 janvier 2017).

ATTENOUKON, S.A. (2011). Technologies de l'information et de la communication (tic) et rendement académique en contexte universitaire béninois: cas des apprenants en droit de l'université d'Abomey-Calavi. Thèse de doctorat, Département d'Andragogie et de Psychopédagogie, Faculté

des Sciences de l'Éducation, Université de Montréal. [en ligne] URL : https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/5139/Attenoukon_Serge_A_2011_these.pdf?sequence=2&isAllowed=y (consulté le 22 décembre 2016).

AZONHE, T.H., ADJIBODOU, A., & AKOUÉTÉ-HOUNSINOU, F. (2008). Comment intégrer les TIC dans les écoles béninoises si les enseignantes restent en marge ?. In K. Toure, T.M.S. Tchombe, & T. Karsenti (Eds.), ICT and Changing Mindsets in Education. Bamenda, Cameroon: Langaa; Bamako, Mali: ERNWACA / ROCARE. [en ligne] URL : file:///C:/Users/kouna/Desktop/Dossiers_Fichiers/Redaction_Article/Contenus_Bénin/ch05-ICTandChangingMindset.pdf (consulté le 19 décembre 2016)

AZONHE, T.H., ADJIBODOU, A., & AKOUÉTÉ-HOUNSINOU, F. (2008). Comment intégrer les TIC dans les écoles béninoises si les enseignantes restent en marge? In K. Toure, T.M.S. Tchombe, & T. Karsenti (Eds.), ICT and Changing Mindsets in Education. Bamenda, Cameroon: Langaa; Bamako, Mali: ERNWACA / ROCARE. [en ligne] URL : Contenus_Bénin/ch05-ICTandChangingMindset.pdf (consulté le 19 décembre 2016)

CORROY, L. ET LAPINI, M-C. (Dir). (2015). Jeunes et Médias, Les Cahiers francophones de l'éducation aux médias - n°7. *Information et communication*. Paris : éditions EPU.

CORRY-LABADENS, L., BARBEY, F., KIYINDOU, A. (Dir). (2016). Éducation aux medias à l'heure des réseaux. Paris : L'Harmattan.

DE GASTON, W. (2004), *Atumpani le tam-tam parlant – anthropologie de la communication*. Paris : L'Harmattan.

DEME, O-S. (2015). L'éducation aux médias : un enjeu majeur pour le Sénégal, in *Éducation aux médias à l'heure des réseaux* (pp : 55-66). Paris : L'Harmattan.

DJIWAN, H. (2004). « L'Éducation aux médias : l'expérience du Bénin », *Séminaire régional sur le thème « L'Éducation aux médias, une opportunité pour l'enseignement de la citoyenneté ?»*
UNESCO –BREDA, les 29, 30 et 31 mars 2004. [en ligne] URL : http://djiwan.blogg.org/l-education-aux-medias-une-opportunite-pour-l-enseignement-de-la-citoy-a116050362 (consulté le 15 novembre 2016)

DUCAMP. C, Benoît, D. (2005). Les Wikis : espaces d'intelligence collective. *Les blogs : nouveau média pour tous*. Paris : éditions M21.

FRAU-MEIGS, D. (2006). L'éducation aux médias. Un kit à l'intention des enseignants, des élèves, des parents et des professionnels, UNESCO, Paris. [en ligne] URL : http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278f.pdf (consulté le 3 janvier 2017).

FRÈRE, M-S.(Dir). (1999). Démocratie au Bénin et au Niger. In: *Mots*, n°59. [en ligne] URL: http://www.persee.fr/issue/mots_0243-6450_1999_num_59_1?sectionId=mots_0243-6450_1999_num_59_1_2549 (consulté le 8 janvier 2017).

FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG, (2011). Le Baromètre des Médias Africains. Première analyse locale du paysage médiatique en Afrique, Bénin 2011. [en ligne] URL : http://library.fes.de/pdf-files/bueros/africa-media/09166.pdf (consulté le 19 décembre 2016).

FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG. (2011). Le Baromètre des Médias Africains. Première analyse locale du paysage médiatique en Afrique, Bénin 2011. [en ligne] URL : http://library.fes.de/pdf-files/bueros/africa-media/09166.pdf (consulté le 19 décembre 2016).

GONNET, J. (2001). *Éducation aux médias : les controverses fécondes*. Paris : Hachette.

HENRI, F. (1993). Formation à distance, matériel pédagogique et théorie de l'éducation: la cohérence du changement, in La Revue internationale de l'apprentissage en ligne et de la formation à distance. (Consulté le 20 août 2016). [en ligne] URL: ijede.ca/index.php/jde/article/view/215/639, vol. 8, No. 1, 85-108.

HOBBS, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Communications and Society Program (p. 67). Washington D.C., U.S.A. : The Aspen Institute. [en ligne] URL : http://www.knightcomm.org/digitalandmedialiteracyaplanofaction (consulté le 4 juin 2017).

HOBBS, R. ET JENSEN, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*, 1: 1-11.

INSTITUT PANOS AFRIQUE DE L'OUEST, (2011). Rapport d'activités, 2011. [en ligne] URL: http://panos-ao.org/files/rapport-2011-fr.pdf (visité le 15 janvier 2017).

ISOC QUÉBEC, (2014). Rapport 2014 sur l'état de la francophonie numérique.

JEAN.B., MACLUHAN, M. (1967). *Understanding Media : the Extensions of Man*, Mc Graw-Hill Book company, cop. 1964. In: *L'Homme et la société*, N. 5. pp. 227-230. [en ligne] URL : www.persee.fr/doc/homso_0018-4306_1967_num_5_1_3099 (Consulté le 5 juin 2017).

JEHEL, S. (2013). Quelle place pour le M dans l'Éducation aux Médias et à I' information ? Médiadoc-Fadben, n°11.

KIYINDOU, A. (2015). De l'éducation par les médias à l'éducation aux médias, communication et civilisation. Paris : L'Harmattan.

KOUNAKOU, K. ; MOREAU, A. ; RUEL, J. ; ABBA, H. (2015). « Contribution en litteratie mediatique : le cas des jeunes togolais », in Education aux médias à l'heure des réseaux, sous ladirection de Laurence Corroy-Labardens, Francis Barbey et Alain Kiyindou, Colloques et rencontres communication, médias éducation pédagogie Afrique noire. Paris : L'Harmattan.

KOUNAKOU, K. (2012). Littératie médiatique et petite enfance. Appropriation de contenus audiovisuels par des jeunes enfants non-lisants et sourds. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis. [en ligne] URL : https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00761617/ (consulté le 3 septembre 2016).

LANDRY, N., BASQUE, J. ET AGBOBLI, CH. (2015), « Éducation aux médias au Canada : état des savoirs et perspectives de recherche en communication ». In *De l'éducation par les médias à l'éducation aux médias*, sous la direction de Alain Kiyindou, Francis Barbey et Laurence Corroy-Labardens (pp 37- 52). Paris : Éditions L'Harmattan, Collection « Communication et civilisation.

LEBRUN, M., LACELLE N. ET BOUTIN J.-F.(éds.) (2012). *La littératie médiatique multimodale. De nouvelles approches en lecture-écriture à l'école et hors de l'école*. Québec : Presses de l'Université du Québec (PUQ). http://www.puq.ca/catalogue/livres/litteratie-mediatique-multimodale-1196.html (consulté le 10 juin 2017).

NYIRENDA-JERE, T., & BIRU T., (2015). Développement de l'Internet et gouvernance de l'Internet en Afrique. Rapport-DeveloppementdelʼInternetenAfrique-20150522-francais. Internet Society Galerie Jean-Malbuisson, 15. Genève, Suisse. [en ligne] URL: https://www.internetsociety.org/sites/default/files/D%C3%A9veloppement%20de%20l%E2%80%99Internet%20et%20gouvernance%20de%20l%E2%80%99Internet%20en%20Afrique.pdf (Consulté le 7 janvier 2017).

OILLO, D. et *all*. (2006). « Histoire d'un dispositif francophone de formation ouverte et à distance», *Distances et savoirs*, 1/2006 (Vol. 4), p. 113-121. [en ligne] URL : http://www.cairn.info/revue-distances-et-savoirs-2006-1-page-113.htm (consulté le 20 décembre 2016).

PISANI, F., (2013). « Le portable révolutionne l'Afrique », in Idées, Le Monde. [en ligne] URL http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/08/18/le-portable-revolutionne-l-afrique_3463006_3232.html (consulté le 24 décembre 2016).

PISANI, F., (2013). « Le portable révolutionne l'Afrique », in Idées, Le Monde. [en ligne] URL : http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/08/18/le-portable-revolutionne-l-afrique_3463006_3232.html consulté le 24 décembre 2016).

RIEFFEL, R. (2005). Que sont les médias ? Pratiques, identités, influences. Paris : Gallimard.

SAMB, M. (2009). *Médias, pluralisme et organes de régulation en Afrique de l'Ouest* in Les Cahiers du journalisme n° 20, Automne 2009. CESTI) Université Cheikh Anta Diop. Dakar : Sénégal. [en ligne] URL: http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/20/11_samb.pdf (consulté le 30 décembre 2016).

SAMBIANI, D. (2002). « Les effets de la socialisation des enfants dans la commune de Lomé », *Revues CAMES*, Vol. 004, 2002. [en ligne] URL: http://greenstone.lecames.org/gsdl/collect/revue/index/assoc/HASH01b3.dir/B-004-00-051-064.pdf (dernière date de visite le 25 mars 2012).

SHARE, J. (2015). Média Literacy is elementary. Teaching Youth to critically Read and Create Media, Rethinking Childhood, Gaile S. Cannella, General Editor, New York.

TIENDREBEOGO, T. (2009). La Filière Cinéma et Audiovisuel comme facteur de développement des pays ACP in *Culture et création : facteurs de développement, Colloque, DG/dev UE à Bruxelles du 1er*

au 3 avril 2009), [en ligne] URL*:* http://www.filmfestamiens.org/?La-Filiere-Cinema-et-Audiovisuel

UNESCO (2012) : Éducations aux médias et à l'information : programme de formation pour les enseignants

UNESCO, (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers, l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.

UNION INTERNATIONALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS, INDICE DU DÉVELOPPEMENT DES TIC, (2016). [En ligne] URL: http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/#idi2016countrycard-tab&TGO (consulté le 12 décembre 2016).

VAN DER PLOEG, I., PRIDMORE, J. (2016). Digitizing Identities. Doing Identity in a Network World, Routledge, New York, 289 p

VARINOT, A. (2012). *La médiation pédagogique au service de la métacognition Dans le cadre de séances de mathématiques au cycle 3*, mémoire de Master Métiers de l'Éducation, de l'Enseignement, de la Formation et de l'Accompagnement, Université d'Orléans Iufm Centre Val de Loire. [en ligne] URL : http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00760968/document (consulté le 22 août 2016)

VARINOT, A. (2012). La médiation pédagogique au service de la métacognition Dans le cadre de séances de mathématiques au cycle 3, mémoire de Master Métiers de l'Éducation, de l'Enseignement, de la Formation et de l'Accompagnement, Université d'Orléans Iufm Centre Val de Loire. [en ligne] URL : http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00760968/document (consulté le 22 août 2016).