



La formation des professionnels de la communication au Mali : réflexions sur la définition d'un champ en émergence

Dominique Cartellier, Valérie Lépine

► To cite this version:

Dominique Cartellier, Valérie Lépine. La formation des professionnels de la communication au Mali : réflexions sur la définition d'un champ en émergence. ” Le champ d'étude des communications organisationnelles. Perspectives théoriques et pratiques croisées du Nord au Sud, 2013, Agadir, Maroc.

HAL Id: hal-01151810

<http://hal.univ-grenoble-alpes.fr/hal-01151810>

Submitted on 26 Jul 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Actes du Colloque International, Agadir, 5-7 juin 2013

“Le champ d’étude des communications organisationnelles
Perspectives théoriques et pratiques croisées du Nord au Sud”

(Axe 3)

La formation des professionnels de la communication au Mali : réflexions sur la définition d’un champ en émergence.

Dominique Cartellier, MCF-HDR SIC, Université Grenoble-Alpes, Gresec -
dominique.cartellier@iut2.upmf-grenoble.fr

Valérie Lépine, MCF SIC, Université Grenoble-Alpes, Gresec - valerie.lepine@iut2.upmf-grenoble.fr

Introduction

S’il fait partie des pays dits les moins avancés (PMA), depuis une vingtaine d’années et avant que la crise politique récente ne vienne entraver ce mouvement, le Mali a connu une période politique de relative stabilité, marquée par le fort développement de médias (radios, presse, TV) qui ont accompagné l’instauration d’une démocratie d’expression relativement plurielle. Ainsi plusieurs centaines de radios libres, privées, associatives ou communautaires émettent dans les différentes langues du pays sur une grande partie du territoire malien. Concomitamment à cet essor médiatique, le nombre de personnes exerçant des fonctions d’animateur-radio, de pigiste, de producteur d’émissions TV, etc. a augmenté avec rapidité. Ces nouvelles recrues, autodidactes rarement formées au journalisme (sauf parfois dans les pays voisins, le Sénégal notamment) se sont auto-proclamées journalistes ou professionnels de l’information dans les années 90-2000.

Plus récemment, la nécessité de développer et de former un nouveau groupe d’acteurs spécialisés dans la communication est apparue. Deux grands phénomènes peuvent expliquer ce nouveau besoin. Le premier est en lien avec le démarrage d’une activité tertiaire et commerciale plus conséquente – essentiellement concentrée dans la capitale Bamako où de grands groupes internationaux ont installé des filiales – qui appelle le développement d’une logique marketing et de communication publicitaire. Le second phénomène, en réalité amorcé dès la décolonisation

du pays, a été celui de l'appui des Etats occidentaux et de l'engagement des grandes institutions non-gouvernementales pour soutenir le pays dans sa lutte contre les fléaux qui pouvaient fragiliser la jeune démocratie malienne. Face à la nécessité de progresser dans la résolution de ces questions et face au défaut d'accès à l'éducation des populations, le manque de professionnels formés aux spécificités et enjeux de la communication de développement s'est révélé criant.

Les missions et activités de communication, tant dans le secteur privé et concurrentiel que le secteur public ont été en grande partie occupées par la génération des journalistes qui avaient su s'imposer dans le paysage médiatique comme principal relais d'information et de sensibilisation des populations. Or, ces acteurs de l'information, non formés à la communication, se sont souvent révélés limités dans leur capacité d'action. Les difficultés rencontrées sur le terrain, les tâtonnements, les investissements financiers concédés dans des programmes de communication inefficaces, poussent différents acteurs institutionnels (organismes médiatiques, ministères, acteurs universitaires académiques, acteurs privés) à s'emparer de ce champ en émergence de la communication, en fonction de leurs intérêts propres.

La contribution que nous proposons vise à mettre en lumière ces dynamiques de concurrence pour la préemption et la maîtrise des ressources et des dispositifs de la professionnalisation de la communication au Mali. Dans ces jeux d'acteurs, la place des universitaires en sciences de l'information et de la communication – encore très peu nombreux au Mali – sera plus particulièrement questionnée. Il s'agit de comprendre les enjeux des formations universitaires en cours de constitution et créées en fonction d'objectifs divers : renforcer l'enseignement supérieur public, s'imposer dans le champ de la formation professionnalisante, s'adapter aux besoins d'un marché en cours de structuration (entreprises, institutions, ONG...) où activités formelles et activités informelles sont fortement imbriquées¹. Comment appréhender, dans le contexte malien, la communication en tant que champ disciplinaire ?

Cette recherche est menée sur un terrain empirique sous la forme d'une quinzaine d'entretiens qualitatifs d'abord auprès de responsables de la communication d'organismes privés et publics, rencontrés à Bamako fin 2009² puis à Grenoble en 2012 auprès d'universitaires maliens, lors des différentes missions Sud-Nord. Elle se fonde également sur l'analyse du processus de création d'une filière universitaire technologique en communication des organisations, dans le cadre d'un partenariat avec l'IUT2 de Grenoble qui implique des échanges

¹ Cheneau-Loquay Annie, « *Comment les NTIC sont-elles compatibles avec l'économie informelle en Afrique ?* », Annuaire français des relations internationales 2004, volume V, Paris, éditions La Documentation française et Bruylant, p 345-375.

² Ont notamment été rencontrés les principaux représentants des instances publiques et politiques de la communication (Conseil supérieur de la communication, ministère de la Communication et des nouvelles Technologies, Agence malienne de presse et de publicité) organismes de formation (Conservatoire des arts et métiers multimédia ; Agence universitaire de la francophonie), la principale agence de communication et publicité, un grand annonceur, un organisme d'Etat (Haut Conseil national de lutte contre le sida) et une organisation non gouvernementale mobilisés pour des causes nationales (CCA-ONG).

multiplés depuis 2004 avec l'équipe pédagogique et la direction de la Faculté des lettres, arts et sciences humaines (FLASH) de l'Université de Bamako.

Cette contribution s'inscrit dans la seconde problématique de l'axe 3 ("Epistémologie et réflexions méthodologiques dans le cadre des recherches en communications organisationnelles") portant sur la contribution des SIC dans les débats publics. En effet, la structuration de l'offre de formation en communication, encore en émergence au Mali, se trouve prise dans un jeu de concurrence et de négociation entre différents acteurs privés, académiques et étatiques. Les chercheurs et enseignants en SIC auront un rôle déterminant à jouer dans les orientations que prendront l'offre et la qualité de la formation des futurs professionnels de la communication. De ce point de vue, il est particulièrement intéressant d'observer l'exemple d'une filière universitaire technologique qui vise à la fois à construire une formation répondant à des attentes économiques et sociales et à prendre en compte toute la complexité d'une adaptation fine des outils et méthodes de la communication en fonction des cultures locales : diversité ethnique, culture de la transmission orale, influence forte des "porteurs de parole traditionnels".

1 La co-construction d'une ingénierie de formation professionnalisante en information-communication dans le contexte malien

Le projet initial de création d'une filière de formation professionnalisante en communication s'inscrit dans un double contexte. D'une part, les années 2000 connaissent une importante attente de développement de filières d'enseignement supérieur capables de répondre à la forte expansion de la demande de formation dans tous les domaines académiques (le nombre de bacheliers croissant dans des proportions sans commune mesure avec les capacités d'accueil de l'université du pays). D'autre part, il y a une nécessité plus particulière à former des professionnels capables de soutenir le développement du Mali.

La coopération entre la faculté de lettres arts et sciences humaines (FLASH) de Bamako et l'IUT2 de Grenoble s'est développée dès 2004 - dans le cadre d'un programme du ministère des Affaires étrangères (MAE) d'appui à la modernisation de l'enseignement supérieur au Mali³ - à partir de la demande de former des professionnels de l'information polyvalents, compétents dans les métiers du livre, de la documentation et des archives. Mise sur pied sur le modèle des formations françaises du DUT Information dans les spécialités MLP (Métiers du livre et du patrimoine) et GIDO (Gestion de l'information et du document dans les organisations), la filière professionnelle courte connaît très rapidement un vif succès, tant auprès des étudiants que des acteurs de ces secteurs (bibliothèques, services de documentation et d'archivage des administrations, des institutions publiques, des entreprises). En moins de dix ans, l'obtention du diplôme technologique délivré par la filière MLAD (Métiers du livre, archives et documentation) est devenue un critère et une condition de recrutement quasiment incontournables dans le pays. Fort de ce succès, le Doyen de la FLASH a souhaité capitaliser sur cette première expérience

³ Ce programme a été relayé à partir de 2009 par un appui financier de la Région Rhône-Alpes.

pour développer de nouvelles filières de formations technologiques dans d'autres domaines. Ainsi en 2009, une mission à Grenoble est l'occasion pour le doyen de préciser ses attentes concernant les projets de développement de filières professionnalisantes. Deux filières sont alors envisagées : carrières sociales (formant aux métiers d'éducateurs spécialisés) et communication des organisations. Pour des raisons en partie liées à la difficulté d'engager concrètement des ressources humaines dans ces projets, et après plusieurs missions exploratoires sud-nord et nord-sud, seule la filière en communication trouvera une concrétisation.

De nombreux échanges ont été engagés et un état des lieux de l'offre de formation existant en communication au Maghreb et en Afrique subsaharienne a été réalisé. Le séjour que nous avons effectué en décembre 2009 a été spécifiquement dédié à l'analyse de la situation malienne en amont du travail d'ingénierie pédagogique à proprement parler. Il s'agissait de repérer le fonctionnement des activités professionnelles de la communication des organisations maliennes ou présentes au Mali, d'identifier les acteurs porteurs de cette activité et d'évaluer les besoins des structures ainsi que les possibles voies d'insertion des futurs professionnels qui seraient formés dans l'hypothèse de la création d'un cursus technologique.

La mission, préparée par les collègues de Bamako très mobilisés sur ce projet, s'est toutefois heurtée à une difficulté dont tous les enjeux n'ont pas été immédiatement repérés. En effet, la demande émanant des universitaires comme des interlocuteurs interrogés sur leurs besoins en compétences professionnelles en communication revenait inexorablement sur une attente de formation de journalistes... capables d'assumer des activités de communication.

Dans cette phase exploratoire, notre démarche d'enseignantes-chercheuses en information-communication a été d'analyser les raisons de cette intrication forte entre journalisme et communication. C'est ce que nous abordons dans la deuxième partie de cette contribution consacrée aux différents acteurs. Elle a aussi été de convaincre les collègues universitaires de la FLASH du bien-fondé de clarifier fortement, dans l'offre de formation, la distinction des métiers et des compétences entre journalistes et communicants⁴. Ce qui est en jeu, au-delà de la question de la formation, c'est la définition du champ professionnel de la communication - et spécifiquement de la communication des organisations - compte-tenu des caractéristiques de la société malienne.

La réflexion *a posteriori* sur l'ensemble du processus - depuis la définition des orientations de la formation, jusqu'à l'élaboration des contenus de chaque unité d'enseignement - nous conduit à proposer quelques éléments d'analyse. Premièrement, l'argumentation développée sur la nécessité (présentée comme indiscutable ou en tout cas non réellement questionnée) de distinguer les métiers du journalisme de ceux de la communication, semble

⁴ Rappelons qu'au sein de la spécialité Info-com en IUT il existe deux options distinctes "Journalisme" et "Communication des organisations".

relever principalement d'un héritage historique occidental lié à la structuration progressive des espaces publics et marchands. Deuxièmement, l'enjeu de professionnalisation des acteurs et la demande de positionner l'université malienne comme acteur crédible de ce processus a été déterminant dans la conception globale de la formation.

En effet, engagés dans la logique des filières universitaires "classiques" en lettres et SHS, et soucieux de développer des cursus académiques compatibles avec l'incontournable système LMD, les collègues maliens souhaitaient la création d'un cursus en 3 ans permettant l'obtention du diplôme de Licence. Pour les mêmes raisons, la filière déjà ouverte à Bamako pour les métiers du livre, des archives et de la documentation se trouvait dans une phase de développement d'une troisième année, sur le modèle français des licences professionnelles complétant le DUT. Le choix a été, pour la filière communication des organisations, de créer une architecture de type licence technologique en 3 ans. A l'issue de la réorganisation du secteur universitaire malien effectuée en 2011, ces 2 filières ont été rassemblées au sein d'un IUT nouvellement créé, ce qui peut être interprété comme un indicateur de la reconnaissance institutionnelle accordée à ces cursus professionnalisants.

Concernant les orientations des enseignements, la mission nord-sud avait permis de conclure que la maturité du marché de l'emploi du secteur des communications justifiait la formation de professionnels polyvalents capables d'élaborer et mettre en oeuvre de façon autonome et opérationnelle des stratégies de communication adaptées aux besoins de tous types d'organisations. La phase exploratoire du fonctionnement du marché malien a conduit à distinguer des grands champs d'activités correspondant à des types d'acteurs et des enjeux différents. Au sein d'une formation commune, les étudiants doivent ainsi en trois ans acquérir des connaissances et développer des pratiques professionnelles dans trois domaines distincts : la communication commerciale (et notamment publicitaire) ; la communication institutionnelle et publique ; la communication pour le développement. Ce dernier domaine d'activité qui concerne le développement du pays est apparu comme une spécificité émanant d'une demande formulée par des représentants politiques et des ONG, en lien avec les besoins de sensibilisation et d'éducation des populations maliennes souvent non scolarisées.

Ces trois secteurs principaux d'activités définis en fonction des besoins de formation ont servi de base pour caractériser les acteurs de la communication tout en faisant apparaître des logiques de fonctionnement propres au champ de la communication au Mali.

2 Les acteurs de la communication au Mali : identification de quelques implicites sous-tendant le périmètre du champ professionnel

Un premier constat porte sur la présence importante de journalistes dans l'ensemble des activités de communication, qu'il s'agisse de communication institutionnelle, commerciale, de développement : un de nos interlocuteurs évoque « une véritable OPA des journalistes ». Cette

situation nous a conduites à examiner l'organisation de l'espace médiatique malien ainsi que ses implications.

Celui-ci compte une cinquantaine de publications dont une dizaine de quotidiens et près de 250 radios privées de proximité (communautaires, associatives, commerciales)⁵. L'ORTM (Office de radiodiffusion télévision du Mali) regroupe deux chaînes de radio dont la radio nationale ainsi que la chaîne de télévision de service public. L'Agence malienne de presse et de publicité (AMAP), financée en partie par l'Etat, regroupe des activités de publications en français (dont le quotidien national *L'Essor*) et en langues nationales, une agence de presse et une régie de publicité. Elle dispense également des cours de journalisme. La Maison de la presse fédère des associations et organisations de médias. Elle se veut "un espace de rencontres et d'échanges de journalistes et de plus en plus de convergence des étudiants, de la société civile et des usagers des médias"⁶. Sur le plan institutionnel et juridique, à côté du Comité national d'égalité d'accès aux médias d'Etat, le Conseil supérieur de la communication est consulté sur toutes les questions relatives à la communication. Cet ensemble médiatique a été complété par l'Observatoire pour l'éthique et la déontologie de la presse créé en 2001 pour tenter de réguler un secteur dont Thierry Perret (2005a), journaliste à RFI pendant vingt ans, souligne les désillusions quinze ans après la période de "transition démocratique" des années 90.

S'il apparaît ainsi relativement étoffé, l'espace journalistique est en réalité peu professionnalisé. Le foisonnement de la presse et des radios commerciales ou associatives a même, sous certains aspects, favorisé une forme de "déprofessionnalisation" (Perret, 2005b). L'apparition non régulée de médias plus ou moins clandestins a modifié les bases sociologiques de la profession qui s'est vue "envahie par des amateurs aux qualifications approximatives", des animateurs radios "sans aucune base professionnelle", des journalistes "réduits à vivre d'expédients" si ce n'est de la corruption. Le niveau de formation des journalistes en poste actuellement dans les différents médias est donc très variable. Si une partie d'entre eux a suivi une formation spécifique, les autres apprennent sur le tas en bénéficiant éventuellement de formations ponctuelles, *via* par exemple l'AMAP. Cette situation, au demeurant, n'est pas sans rappeler celle de la presse française qui, jusqu'à il y a une quarantaine d'années, était accessible sans diplôme d'école de journalisme, voire sans formation universitaire très poussée. De fait, il n'existe pas de véritables formations au journalisme au Mali et les journalistes formés l'ont été principalement à l'étranger (au CESTI de Dakar au Sénégal et parfois en France, au Canada...).

L'omniprésence des journalistes dans les activités de communication est particulièrement sensible dans le champ politique. Les chargés de communication des ministres, par exemple, sont le plus souvent des journalistes et s'appuient fortement sur les acteurs médiatiques d'Etat ou

⁵ S Capitant et M. S. Frère(2011), *Les Afriques médiatiques*, Introduction médiatique, De Boeck Supérieur/ Afrique contemporaine, 2011/4, n°240, p25-41. Article disponible en ligne à l'adresse :

⁵<http://www.cairn.info/revue-afrique-contemporaine-2011-4-page-25.htm>

⁶ <http://www.maisondelapressedumali.net>

privés pour promouvoir l'action publique⁷. De façon plus générale, l'intrication entre activités de communication et journalisme peut s'expliquer par différents facteurs. Un premier facteur, loin d'être spécifique à ce pays, est lié au rôle de la presse et à l'intérêt qu'il peut y avoir pour le pouvoir et le monde économique à entretenir une certaine connivence avec le milieu journalistique. Un deuxième facteur est relatif aux conditions de travail et aux salaires qui sont plus attrayants dans le secteur privé (banques, grandes ONG, agences travaillant pour des groupes internationaux) comparé au secteur médiatique (en grande partie public). C'est une considération loin d'être négligeable dans un pays marqué par un niveau de vie particulièrement bas. Enfin, le champ de la communication offre aux journalistes une possibilité d'étendre leur périmètre de compétences en occupant des postes valorisants tout en gardant la légitimité acquise dans leur pratique de journaliste qui est une profession reconnue. Quoiqu'il en soit, ces éléments contribuent à expliquer les attentes de nos interlocuteurs universitaires en matière de formation : en s'intéressant au champ professionnel de la communication ils rencontrent, de fait, la question du champ professionnel des journalistes. Nous revenons sur ce point dans la troisième partie de cette contribution.

Un deuxième constat est lié au développement d'une communication sur le modèle occidental (campagne de publicité, événementiel...). Ces pratiques importées sont en partie le fait de quelques « grosses » agences de communication existant à Bamako, dont les clients sont des filiales de grands groupes internationaux (tels qu'Orange, Nestlé) ou encore des acteurs dominants du secteur bancaire. Elles sont aussi mobilisées par les grosses ONG internationales qui étendent leur influence sur les organismes publics ou parapublics qu'elles financent. Parmi leurs professionnels en poste, ceux qui ont été formés à la communication, ont fait leurs études à l'étranger (Côte d'Ivoire, Cameroun, France). Les autres ont des profils divers : commercial, littéraire, etc. L'importation de ces pratiques de communication va de pair avec les stratégies marketing et commerciales de ces groupes qui cherchent à s'assurer la domination des marchés ou l'occupation de l'espace, en particulier dans les secteurs prometteurs de l'économie numérique. Elle trouve toutefois certaines limites en raison du poids de l'économie informelle malienne, des formes d'appropriation sociales et des usages développés⁸. L'efficacité de ce modèle occidental des communications, appliqué dans le cadre de programmes de développement, est fortement remise en cause en raison du décalage avec des réalités locales et de la méconnaissance de pratiques locales spécifiques. Par exemple, le responsable de la communication du Haut conseil national de lutte contre le sida déplore l'inefficacité des

⁷ S Capitant (2010) montre comment les pratiques de reportages payants au Burkina Faso (à l'occasion d'une actualité que tel ou tel ministère souhaite mettre en avant) créent une dépendance politico-économique réciproque entre champ politique et champ médiatique.

⁸ Le cas du téléphone mobile, dont A. Chéneau Loquay a notamment étudié le développement en Afrique est en ce sens intéressant. Particulièrement adapté aux formes de relations sociales, il suscite des modes d'appropriation, formel et informel, depuis la location sur le trottoir d'un téléphone mobile, aux cybercentres en passant par de petites boutiques offrant divers services. A. Chéneau Loquay, "Comment les Tic sont-elles compatibles avec l'économie informelle en Afrique", *Annuaire français de Relations internationales*, 2004, vol. V, Paris, Editions La Documentation française et Bruylant, p345-375.

campagnes de sensibilisation pour la prévention contre le sida, bien qu'elle disposent d'une large diffusion sur les ondes radio. En effet, ces campagnes radiophoniques ne tiennent pas compte les conditions structurelles d'accueil des travailleurs des régions minières : les hommes, éloignés de leur famille pendant de longues périodes, sont contaminés suite à la fréquentation des prostituées puis propagent la maladie auprès de leur épouse à leur retour. Les messages ainsi que les modalités de diffusion, insuffisamment adaptés, ne permettent pas d'évoquer le risque de contamination entre époux.

Enfin, troisième constat, on assiste au développement d'une activité de communication émergente de façon diffuse, avec la création de toutes petites sociétés de prestations d'ordre technique (photo, graphisme, ...) gravitant pour certaines autour des agences dominantes. Là encore, les salariés de ces sociétés sont pour la plupart formés à l'étranger notamment en Côte d'Ivoire pour le graphisme et l'utilisation des logiciels de multimédia.

Face à ce secteur de la communication aux contours mal identifiés et dont l'essor se heurte aux difficultés du marché liées à la crise mondiale et plus récemment à l'instabilité politique et à la guerre au Nord du pays, deux remarques s'imposent. La première porte sur les projets en matière de création de formations qui reflètent les positionnements des acteurs qui les portent. Ainsi, l'université souffre d'un manque de crédibilité en tant qu'acteur académique de formation. Cette faiblesse concerne plus largement le système éducatif public malien, soumis à des épisodes récurrents de grève en raison de la faiblesse des moyens financiers, matériels et humains disponibles. Elle a pour conséquence que les Maliens des classes moyennes ou supérieures qui le peuvent, cherchent systématiquement à former leurs enfants dans le secteur privé ou à l'étranger. De ce fait, l'enjeu pour l'université est d'acquérir une légitimité comme lieu de formation en adéquation avec les besoins du pays, notamment dans les domaines d'enseignement professionnel. Par ailleurs, les projets de formation académique en communication se heurtent d'une part à la concurrence du champ professionnel du journalisme, mieux structuré ; d'autre part à celle d'autres acteurs institutionnels qui cherchent à prendre une place dans le secteur de la formation en communication. C'est le cas par exemple du ministère de la Communication qui, lors de la mission de 2009, avait en projet la création d'un Institut supérieur des sciences et des techniques de l'information et de la communication comprenant trois options (journalisme, publicité et relations publiques). Ce projet n'a pas abouti et a permis à l'IUT de Bamako de poursuivre le développement de cursus professionnalisant. A la fois partenaire et concurrent, le Conservatoire des arts et métiers multimédia, qui est un centre de formation supérieure en art sous la tutelle du ministère de la Culture, a développé un enseignement en communication orienté sur le marketing culturel et destiné à aider les artistes à promouvoir leur oeuvre en particulier sur les marchés internationaux.

La seconde remarque a trait au champ professionnel de la communication défini en première analyse à partir d'une catégorisation des acteurs « classiques » de la communication et

repérables dans les pays occidentaux. Il s'avère, en réalité, que les activités de communication sont également prises en charge par d'autres intervenants considérés également comme des professionnels et formés dans cette optique. C'est le cas, par exemple de comédiens formés à bac+1, à l'Institut national des arts, qui peuvent ensuite être engagés comme « communicants » dans des actions de sensibilisation organisées sous forme de sketches ou de scénettes joués dans les villages ou diffusés à la radio ou dans des émissions populaires de télévision⁹.

L'identification de ces acteurs inhabituels dans le champ de la communication d'un point de vue occidental nous a incitées à interroger à nouveaux frais les catégories implicites auxquelles nous avons eu recours en phase exploratoire.

3 Réflexivité et conception élargie de l'espace public : vers une redéfinition du champ de la communication organisationnelle au Mali

Le colloque dans lequel cette contribution s'inscrit a été l'occasion de porter un regard réflexif et critique sur une coopération d'ingénierie pédagogique pour la création de filières technologiques en information-communication et tout particulièrement en communication organisationnelle. Nous avons montré comment la demande des collègues de l'université de Bamako s'exprimait à partir d'une structuration particulière des activités de communication au Mali dans laquelle le rôle historique et actuel des acteurs du journalisme est prépondérant. Nous avons tenté d'éclairer la question de l'intrication forte des différents acteurs (tant commanditaires qu'exécutants) impliqués dans la dynamique de professionnalisation d'un secteur d'activités aux contours encore en construction. Cette coopération s'est engagée autour des intérêts croisés de deux acteurs. D'un côté, l'université malienne (représentée par l'une de ses composantes) fragilisée par une adaptation difficile en regard de l'accroissement des besoins de la population se trouve face à la nécessité de (re)gagner de la crédibilité et une position identifiée dans le paysage de la formation supérieure. De l'autre côté, le système des IUT français tente de promouvoir son savoir-faire pédagogique en matière de professionnalisation dans un contexte où le modèle LMD marginalise en partie les formations courtes (bac +2) concurrencées par les filières universitaires qui tendent à devenir professionnalisantes elles aussi. Ces intérêts institutionnels croisés se rejoignent dans un domaine - celui des communications organisationnelles - qui a un positionnement un peu particulier dans la mesure où sa légitimité

⁹ Mali : politique nationale de communication pour le développement. Ce document produit par le Département du développement durable (archives de documents la FAO, 2000), recense parmi les moyens traditionnels de communication "le théâtre populaire et les chansons qui ont permis de véhiculer une masse importante de messages". "La scénarisation et la dramatisation semblent être aujourd'hui le genre le plus productif en sensibilisation". [en ligne]

⁹<http://www.fao.org/docrep/t3870f/t3870f01.htm>

s'est d'abord construite dans la sphère socio-économique avant de se consolider progressivement dans le champ académique des sciences de l'information et de la communication.

Pour étayer cette démarche auto-critique, nous avons pris le parti de conduire de nouveaux entretiens auprès des universitaires maliens en SIC¹⁰ non plus en tant que collègues impliqués dans le développement de formations en réponse aux attentes de leur tutelle, mais cette fois en tant qu'enseignants-chercheurs concernés par la compréhension des dynamiques d'évolution et de structuration des communications au Mali. Les données recueillies ont suscité un questionnement plus approfondi sur une des dimensions initialement pressentie comme importante dans la phase en amont de la définition des contenus de formations : celle du "périmètre" de la communication, tel qu'il est envisagé dans une formation "communication organisationnelle". Concrètement, il s'avère que les catégories héritées de la structuration des activités d'information et de communication en France distinguant des grands types d'organisations (entreprises - "annonceurs", agences, institutions politiques et publiques, associations) ne sont pas suffisantes ou pertinentes pour penser les communications organisationnelles au Mali. En phase d'élaboration de la maquette de formation, l'équipe pédagogique a pris en considération certaines spécificités nationales et culturelles du Mali à travers certains enseignements tels que : "Connaissance de l'espace médiatique malien", "Connaissance des institutions sociopolitiques et des grands acteurs économiques du Mali", "Connaissance des problématiques et des acteurs du développement", "Communication pour le développement". Ces ajustements, issus d'échanges avec les collègues maliens, ont été bien reçus et l'ouverture de la filière en 2012 a été validée par le conseil pédagogique de l'université.

Pour autant, sur un plan épistémologique, des questions restées en suspens méritent d'être traitées en raison des caractéristiques culturelles traditionnelles de la société malienne et des enjeux spécifiques liés à la communication pour le développement. A ce stade de la recherche, nous proposons quelques pistes de réflexion sur ces aspects professionnalisation des activités et des acteurs de la communication au Mali. La question de la professionnalisation recouvre de nombreux aspects ; nous retiendrons ici avec Astier (2008) que la dynamique de professionnalisation procède toujours d'une intention, d'une exigence sociale et qu'elle est mobilisée par des acteurs aux intérêts desquels elle se met au service : à ce titre "*elle est l'objet d'une charge idéologique forte*" (Wittorski, 2008). Aussi est-il indispensable de repérer les enjeux culturels sociétaux dans lesquels s'inscrit la définition d'un métier, d'une fonction, des connaissances ou des compétences, au delà des seules logiques d'acteurs en présence ou en concurrence sur le marché de l'offre de formation.

¹⁰ Quatre entretiens ont été menés à Grenoble en 2012 auprès de l'actuel Directeur de l'IUT (Pr. Oumar Kamara), de la directrice des études (Mme Bintou Touré), ainsi que de deux enseignants de la filière MLAD et communication.

Une des caractéristiques que le Mali partage avec bon nombre de pays africains concerne l'importance de l'oralité dans les formes de régulation sociale et conséquemment le poids de la parole des acteurs traditionnels. Ainsi, les chefs de village, les chefs religieux, les griots, sont-ils sans aucun doute des "communicateurs" de première importance. Ils peuvent être les traducteurs et interprètes des messages politiques proférés de façon parfois sibylline ou volontairement ambiguë par les représentants gouvernementaux ; relayer ou entraver l'adhésion des populations à des réformes notamment d'ordre sociétal. Ils sont de possibles promoteurs ou à l'inverse des détracteurs farouches des modifications de comportements souhaitées dans le cadre de programmes de sensibilisation ou de prévention (par exemple, les causes nationales d'éradication de l'excision, de lutte contre le sida, ou plus prosaïquement les campagnes d'information sur la bonne utilisation des engrais, etc.). Ces acteurs interviennent donc de façon majeure mais peu contrôlable sur les actions de communication engagées par les institutions gouvernementales, les différents organismes internationaux, les ONG (locales, nationales, internationales) qui mènent des activités de communication orientées vers le soutien au développement - ou *Development Support Communication* (Bessette, 2010). Ces acteurs traditionnels, porteurs d'une légitimité solidement ancrée et parfois héritée d'une lignée, d'une tribu ou d'une caste, agissent aussi au sein d'organisations extrêmement structurées, comme par exemple l'Association des communicateurs traditionnels ou griots du Mali, dans lesquels se jouent probablement des transmissions identitaires et expérientielles qui s'apparentent à une forme de professionnalisation.

Une seconde caractéristique à prendre en compte concerne le rôle d'acteurs plus récents et dont l'importance reste à déterminer. Il s'agit des maires et des différents relais des politiques gouvernementales qui ont été mis en place avec la création des municipalités à la fin des années 90 dans le cadre de la réforme de la décentralisation. Investis par leur élection d'un rôle important dans la vie locale, appuis administratifs et politiques, ces acteurs sont nécessairement impliqués dans les processus informationnels et communicationnels. Or, il semble que les grandes ONG privilégient fréquemment les collaborations directes, la société civile, "au détriment de la crédibilité des mairies" (Roy, 2005) qui apparaissent comme des institutions intermédiaires, jeunes et dotées de faibles ressources tant du point de vue budgétaire que de celui des compétences communicationnelles qui leur permettraient de faire entendre leur voix.

Conclusion

Dans le cadre d'une coopération universitaire, de quelle manière les chercheurs en SIC peuvent-ils appréhender le rôle et les modalités d'engagement dans les dynamiques communicationnelles de ces acteurs qui relèvent d'organisations et/ou d'institutions très différentes de celles qui composent habituellement le paysage des sociétés occidentales ?

En premier lieu, au-delà de la formation de professionnels compétents, la question sous-jacente, nous l'avons vu, est celle de la définition d'un champ professionnel et des enjeux afférents liés aux positions et stratégies d'acteurs mobilisés par des intérêts spécifiques.

L'université peut avoir là l'occasion de contribuer à une approche réflexive (et critique) des logiques à l'oeuvre, s'appuyant sur l'apport des sciences de l'information-communication et en ce sens, s'imposer en tant qu'acteur scientifique et non plus seulement prestataire de formations. En second lieu, la réflexion se heurte à des écueils bien identifiés, liés à la transposition des approches ou des concepts développés en SIC (ou ailleurs) par des chercheurs du Nord vers des environnements du Sud. En témoignent les remises en question et les évolutions successives des différents paradigmes de la communication pour le développement (Bessette, 2010).

Nul doute qu'une confrontation croisée des recherches Nord-Sud constitue une étape indispensable pour repenser les modèles sous-tendant les actions de coopération pour le développement d'un enseignement universitaire en SIC qui réponde à la demande de professionnalisation qui nous est adressée. Enfin, il serait très fécond d'engager un dialogue interdisciplinaire qui permette de confronter les SIC, notamment la recherche en communication des organisations, avec d'autres disciplines qui se sont plus précocement positionnées sur ces problématiques. En particulier la structuration, le fonctionnement et le rôle des espaces médiatiques africains ont été peu étudiés dans l'espace francophone où les "études africaines" sont dominées par l'histoire, l'anthropologie et les sciences politiques, juridiques et administratives (...)" (Capitant, 2011).

Références bibliographiques

- Astier, P. (2008). "La professionnalisation comme intention, comme processus et comme légitimation", *Savoirs* 2/2008 (n° 17), p. 63-69. [en ligne] www.cairn.info/revue-savoirs-2008-2-page-63.htm.
- Bessette, G. (2007). *Eau, terre et vie : communication participative pour le développement et gestion des ressources naturelles*. Paris : L'Harmattan, Québec : Presses de l'université de Laval.
- Bessette, G. (2004). *Communication et participation communautaire. Guide pratique de communication participative pour le développement*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Capitant, S. & Frère, M-S.,(2011). "Les Afriques médiatiques : introduction thématique". *Afrique contemporaine*, 2011/4, 240, 25-41.
- Capitant, S. (2010). "La « sensibilisation » au détriment de « l'information » : effet collatéral de la mobilisation des radios africaines en faveur de la communication pour le changement social". *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Supplément 2010A - "Communication et changement social en Afrique, 30 ans après le Rapport Mc Bride". [en ligne] http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2010.html
- Chéneau Loquay, A.(2004). "Comment les Tic sont-elles compatibles avec l'économie informelle en Afrique", *Annuaire français de Relations internationales*, 2004, vol. V, Paris, Editions La Documentation française et Bruylant, p345-375.
- Damome, E., (2007). "Mali : L'Essor n'a pas d'opinion, la société civile si". *Outre-Terre*, 3/2007 (n° 20), p. 345-348. [en ligne] www.cairn.info/revue-outre-terre-2007-3-page-345.htm.
- Demazière D., Roquet P., Wittorski R. (dir.) (2012). *La professionnalisation mise en objet*, Paris : L'Harmattan, coll Action & Savoir, 284p.
- Département du développement durable, (2000), *Mali : politique nationale de communication pour le développement*, Archives de documents de la FAO, [en ligne] <http://www.fao.org/docrep/t3870f/t3870f01.htm>

- Kiyindou, A., (2009). *La société de l'information face aux pays en développement*. Paris : L'Harmattan.
- Perret, Th., (2005). *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris : Karthala (« Tropiques »), 2005.
- Perret, Th., (2005). "Médias et démocratie au Mali", *Politique africaine*, N°97, p. 18-32.
- Roy, A., (2005). "La société civile dans le débat politique au Mali", *Cahiers d'études africaines* 2/2005 (n° 178), p. 573-584. [en ligne]
www.cairn.info/revue-cahiers-d-etudes-africaines-2005-2-page-573.htm.
- Thiriot, C., (2002). "Rôle de la société civile dans la transition et la consolidation démocratique en Afrique : éléments de réflexion à partir du cas du Mali". *Revue internationale de politique comparée*, 2/2002 (Vol. 9), p. 277-295, [en ligne]
www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2002-2-page-277.htm.
- Traoré, D. (2007). "Intégration des TIC dans l'éducation au Mali - Etat des lieux, enjeux et évaluation". *Distances et savoirs*, 2007/1 Vol. 5, 67-82.
- Wittorski, R. (2008). "La professionnalisation", *Savoirs* 2/2008 (n° 17), p. 9-36.