

*4ème Conférence des Instances de Régulation
de la Communication en Afrique (CIRCAF)*

Ouagadougou, 02 – 04 juillet 2007

**Les Médias de service public face
aux défis de la convergence en Afrique**

Serge Théophile BALIMA

Docteur d'Etat

Professeur des Universités

*Directeur de l'Institut Panafricain d'Etude et de Recherche sur
les Médias, l'Information et la Communication (IPERMIC)*

Université de Ouagadougou

BURKINA FASO

E-mail : serge.balima@univ-ouaga.bf

En guise d'introduction

Nous sommes, en ce début du siècle, happés par l'inquiétude et la fascination parce que le monde de l'information sait à quel point il est confronté à une situation inédite (aucune référence historique n'est comparable à la période que nous vivons, fût-ce à l'illustre Gutenberg ne tient devant la révolution de l'électronique).

Nous sommes donc devant les mutations de l'information dont les conséquences sont encore incalculables tant au niveau des performances technologiques, des règles et des normes, qu'à celui des métiers.

En effet, certains préfèrent ignorer ce bouleversement mais il faut se rendre à l'évidence que les modes d'accès à l'information bougent et les producteurs changent. Les récepteurs ne sont plus les mêmes, et se nomadisent, les manières d'écrire et de lire sont bien différentes.

Dans l'ancien monde, le journaliste était respectable et respecté parce qu'il détenait l'exclusivité de la production d'informations. Dans le nouveau monde, l'information est parcellisée, archivable, multimédia consultable à volonté, et accessible sur des supports très diversifiés.

Alors faut-il s'inquiéter de ce qui vient d'être dit ? Trop d'informations tuent l'information, entend-on souvent. D'où le fossé info-riches et info-pauvres. Le surplus peut tuer différemment, et de plusieurs manières : soit par la désinformation, soit par l'arrivée massive de contenus illicites sur l'ensemble des applications Internet. Alors, apparaissent les difficultés d'opérer une régulation qui ne flirte pas avec la censure.

Dans l'ancien monde, l'avantage était que la production d'information était et est encore professionnelle. Elle était donc susceptible d'être sanctionnée par la loi, en cas de nuisance grave.

Dans le nouveau monde, l'avantage est une liberté de parole, de modes d'expression inouïs, à condition d'en faire bon usage...

Le nouveau monde est celui de la convergence technologique, phénomène important, façonnant directement ou par rebonds la vie des sociétés en l'espace de quelques années. Cette convergence se produit dans tous les secteurs mais notre propos s'intéresse particulièrement à la convergence des médias. En effet, l'avènement du numérique développe de nouveaux espaces de production et de diffusion de l'information – moins coûteux, plus rapides, aux capacités de stockage quasi illimitées - dans une ouverture au monde inconnue jusque là.

Pour étayer mon exposé, je propose trois axes de développement :

1. Les mutations de l'information dans le contexte de la convergence.
2. Les conséquences de la convergence dans les médias de service public.
3. Quelles perspectives d'évolution pour le service public africain des médias à l'ère du numérique ?

I. Les mutations de l'information dans le contexte de la convergence

Le livre de la Commission européenne (CE) définit la convergence comme « la capacité de différentes plateformes à transporter des services essentiellement similaires ». On peut citer à titre d'exemple la téléphonie sur Internet Protocol

(IP)¹, la télévision sur ordinateur et sur téléphones mobiles. Mais la convergence peut être inversement définie comme « la capacité de certaines plateformes à transporter des services différents » comme l'Internet, la télévision et la téléphonie sur câble ou encore sur les ondes hertziennes.

La convergence au niveau des téléphonies est déjà là : elle est la résultante logique de la numération de tous flux d'information, qu'il s'agisse de voix, d'images ou de données. Un exemple typique est celui des machines universelles qui servent de copieur, d'imprimante, de télécopieur et de scanner. De même, l'ordinateur accueille aussi bien l'image de télévision et de cinéma, les jeux vidéo, etc. Mais qui peut tirer parti de cette convergence ? Les opérateurs de télécommunications, les entreprises des médias ou les spécialistes des logiciels ?

L'expérience accumulée dans les dix dernières années ne permet guère de trancher.

Dans les médias, la tendance à la convergence s'accroît d'année en année et elle se manifeste au niveau de la consommation simultanée des médias sous quatre formes :

- Les médias compagnons, « un média principal accompagné par un autre, comme travailler sur son ordinateur en regardant la télévision »².
- Les médias de « prolongement thématique » où l'on consomme simultanément plusieurs médias sur un même thème, comme le sport.
- Les « médias addiction » où l'on évolue dans le zapping généralisé.
- L'absence de consommation simultanée qui constitue un comportement minoritaire³.

¹ IP. Protocole permettant à des paquets de données de traverser de multiples réseaux pour arriver à bon port. C'est en quelque sorte l'ensemble des procédures qui régissent l'échange d'informations entre deux ordinateurs.

² Phénomène étudié par Jean Paul LAFRANCE, Réseaux N°129-130, 2005, Québec.

Une des raisons mises en avant pour cette étonnante capacité à faire plusieurs choses en même temps tiendrait à la « légèreté des contenus » proposés. Généralement, ces contenus nécessitent peu d'attention pour être suivis. Grâce au numérique, le son, l'image fixe et animée, le texte, se mêlent parce que l'outil informatique et de transport des données ne les distingue pas. Ce mélange engendre de nouveaux rapports à l'information. Au point qu'un terme est né, équivoque et peu satisfaisant, le *contenu*. Dans ce contexte, l'information de presse cherche sa place. Elle cherche son repère dans la masse du contenu.

Le numérique est donc bien à l'origine de la convergence technologique que l'on note au niveau des médias. Aujourd'hui, on ne sort plus seulement un film en salle, mais un ensemble structuré autour du film : une bande annonce téléchargeable sur mobile, un DVD avec des bonus, un jeu vidéo, un disque avec la bande originale, un livre...

De même, la promotion d'un nouveau disque passe par des émissions de télévision et de radio, le téléchargement de sonneries pour les mobiles, un clip vidéo, des extraits de concerts, la présence sur des forums Internet, etc.

La fabrication des films se diversifie elle-même grâce aux moyens numériques nouveaux dont on dispose. Ainsi, on sait fabriquer des films – modestes sans doute - avec la caméra des téléphones portables : un festival du « film sur portable », Pocket films, a même eu lieu à Paris en octobre 2005 avec la participation des artistes qui ont apprécié la maniabilité de la caméra, même si les images étaient de piètre qualité.

Les mutations de l'information sont donc engendrées par la convergence des médias à l'ère du numérique. Sous forme de 0 et de 1 (langage binaire), des

³ Ph. LARROQUE, *La consommation simultanée des différents médias explose*, le Figaro, 20-01-06.

photocopies d'art ou de famille, des sonneries de téléphone et des sonates de Bach ou de vedettes africaines, des clips et des conférences publicitaires, des chapitres de Victor Hugo et des textos de la Saint Valentin transitent sur des réseaux. Ils sont reçus par des machines très diverses : les supports traditionnels (papier, poste de radio, de TV) mais aussi l'ordinateur, le téléphone mobile, et bientôt les montres et les vêtements communicants (wearables en anglais). D'où que parte le signal, quels que soient les canaux par lesquels il transite, l'information arrive à l'utilisateur sous des formats différents selon l'objet qui la réceptionne.

Dans ce contexte, surgit le multimédia. Celui-ci « regroupe sous une forme numérique, textes, sons, images fixes ou animées, programmes informatiques, dont la structure et l'accès sont régis par un logiciel permettant l'interactivité »⁴. Aujourd'hui, on distingue deux grandes familles de produits multimédias : les œuvres stockées sur support (CD - cartouche – clé USB, disquette etc.) et les programmes nécessitant la connexion à un réseau.

L'interactivité est la possibilité d'agir sur le cours d'un programme et de pouvoir décider de la suite. L'utilisateur a un accès libre à différentes fonctions disponibles, sans que le cheminement ne lui soit imposé. La réponse à chacune de ses interventions est immédiate. L'ergonomie (toutes les fonctions qui permettent d'exploiter le Site) est donc simple et accessible à tous.

Ainsi, le journal en ligne peut combiner sons, textes, images et vidéos mais à cause du temps de téléchargement important qu'il implique, le multimédia est encore peu utilisé dans les pages des journaux. En fait, le multimédia aide à triompher des handicaps que l'on croyait insurmontables. Il se caractérise par

⁴ Michèle le MEUR et Stéphanie MALPHETTES, *Le multimédia, la production, l'édition, la distribution*, Dixit, Paris, 1996, p.9

son intégration dans une même unité signifiante de signes visuels, écrits et sonores. Le sujet récepteur acquiert ainsi une expérience qui l'amène à jouer tantôt sur l'audio, tantôt sur le visuel, tout en activant une expérience globale et personnelle.

Les contenus multimédias ont des vertus dont on n'a pas encore fini d'épuiser les charmes. En effet, le multimédia a certes la linéarité du livre mais il libère le livre de cette linéarité. Comme la TV, il nous apporte des images mais, en même temps, il permet de jongler avec les images, d'effectuer des retours en arrière, des bonds en avant, des arrêts sur image. Bref ! Il libère la TV de ses grilles et de ses chaînes. Le multimédia a les virtuosités de l'informatique : l'internaute l'interroge quand il veut, va en avant, va en arrière, arrête, cela lui permet de devenir un maître de l'outil grâce à l'interactivité et au multimédia.

Le multimédia n'est pas seulement l'addition de textes, d'images et de sons. C'est aussi la possibilité pour chacun de ces trois langages, de ces trois médias, de se surpasser lui-même. Le texte, devenu hypertexte, permet d'aller au dessus du texte, d'atteindre les différentes occurrences d'un mot à l'intérieur d'un texte, c'est-à-dire de retrouver tout ce qui peut composer une information donnée.

Aide, instrument, support ou langage, nouvelle culture ou dégénérescence culturelle ? On s'accorde tous aujourd'hui pour dire qu'un domaine audiovisuel s'est constitué et que les médias ou le multimédia ou hypermédia constituent une dimension spécifique de la culture contemporaine. Avec la numérisation et l'intégration sur un même support de différents médias, et leur accès interactif, le multimédia renvoie aujourd'hui à de nouvelles pratiques à base de médias interactifs. Pour les usagers, ces développements technologiques offrent des modalités privilégiées pour penser, pour comprendre, pour s'informer, pour communiquer et pour travailler.

Au total, le concept de convergence tient au développement rapide de la numérisation des signaux (textes, images et sons) et des réseaux qui les transportent sous un code binaire qui, à son tour, est décodé par un terminal qui le restitue sous sa forme analogique.

II. Les conséquences de la convergence dans les médias de service public

Du point de vue des producteurs d'information, ces changements ont des conséquences majeures.

Sur les formats, parfois contraignants, car l'information se modélise, se formate, se plie aux exigences de la technique (plus que l'inverse).

Sur le temps de l'information, car elle est consultée à tout moment, à tout endroit de la planète. L'information doit donc être à jour, sa production en flot continu se rapproche du temps réel, avec les dangers que cela comporte d'inexactitude, de formulations approximatives, de volonté de manipulation.

Sur les publics potentiels, car le *narrow casting* (selon le terme en vigueur dans les médias) se substitue de plus en plus au *broad casting*, et la notion de mass média disparaît au profit des cibles communautaires ou des segments de marketing. Autrement dit, on s'adresse de plus en plus à des férus de planche à voile, à des homosexuels, aux adolescents, aux fans des vedettes... ce qui amène à connaître et à cibler davantage les intérêts de son public.

Sur l'interactivité, les nombreuses possibilités d'entrer en relation avec les internautes, de recevoir leurs critiques, de connaître leurs opinions, ouvre de

nombreux espaces de débats où se développe le café du commerce, les avis d'experts, les discussions passionnées et la puissance des lobbies.

Sur l'économie de la production, les producteurs traditionnels de l'information payante, au premier rang desquels la presse écrite, sont de plus en plus démunis. Le marché publicitaire se rétrécit avec la bulle Internet. Devant ces incertitudes, le modèle est à retrouver entre information « brute » et gratuite d'une part, et information d'analyse, de commentaire, de mise en perspective et payante d'autre part.

Le secteur de production traditionnelle de l'information est menacée par l'émergence de grandes entreprises mêlant en leur sein l'accès, le transport des données, la production d'information et le divertissement, c'est-à-dire l'ensemble des maillons de la chaîne informationnelle. Avec les possibilités techniques, téléphone fixe ou mobile, télévision, cinéma, médias, jeux et achats virtuels se regroupent. On assiste ainsi à une convergence entre les technologies de la communication et celles du traitement de l'information.

Devant ces mutations, les médias africains de service public accusent un retard considérable dans l'adaptation à l'évolution rapide des technologies de production et de diffusion. Ce faisant, les métiers de l'information pratiqués aujourd'hui ne permettent pas aux professionnels de faire face aux nouvelles exigences. Par exemple, en 2007, un journaliste de presse écrite doit savoir rédiger pour un Site Web, un graphiste concevoir des visuels adaptés au papier comme l'électronique, un photjournaliste maîtriser les nouveaux canaux de diffusion de ses images... Ces nouveaux dons exigent non seulement une refonte de la formation des métiers mais aussi une réflexion approfondie sur les conséquences entraînées par un tel changement.

On parle aisément aujourd'hui d'un journalisme assisté par ordinateur qui suggère un état d'esprit et des méthodes qui permettent de boucler avec efficacité des enquêtes pour la presse et l'édition. Cette nouvelle étape de l'évolution professionnelle implique que les médias africains de service public se dotent des moyens technologiques nécessaires pour répondre aux besoins des publics. Les médias publics sont des industries pauvres alors que les privés transnationaux font beaucoup plus de progrès dans l'utilisation des nouveaux outils.

Le développement des technologies numériques du troisième millénaire confronte les médias de service public à une double rupture, culturelle et économique. « De fait, avec l'arrivée d'Internet, l'information, élément de transmission d'un savoir, de la formation d'un esprit citoyen, donc essentiel à la démocratie, tend à s'imbriquer étroitement à une offre globale de services en direction non plus d'un lecteur, d'un auditeur ou d'un téléspectateur, mais d'un consommateur »⁵. Le service public des médias court le risque d'être relégué au simple rang de composant d'un service plus global.

En effet, le modèle économique classique bâti par les entreprises de presse, de radio et de télévision autour d'une tradition séculaire de collecte, de traitement et de diffusion de l'information, se trouve remis en cause abruptement parce que le phénomène Internet a fait émerger le concept, inhabituel, de gratuité de l'offre. L'avancée des technologies, avec la mise en place des réseaux à hauts débits, a induit une convergence des mondes de la téléphonie, de l'audiovisuel et de l'informatique qui bouscule les schémas classiques du service public. Celui-ci peut difficilement maîtriser à la fois les contenants et les contenus comme par le passé. Aujourd'hui, les frontières des médias traditionnels se déplacent et de nouveaux acteurs apparaissent dans le domaine des médias. Parmi ces acteurs,

⁵ D. BAHU – LEYSER et P. FAURE, *Médias, e-medias*, Documentation Française, Paris, 2001, p. 143

des opérateurs de télécommunications, des câblo-opérateurs, des conglomérats « industrialo - multimédia », voire des entreprises de la grande distribution ou des collectivités territoriales.

Le modèle économique des médias de service public fondé sur les financements publics et la publicité se trouve menacé par les recettes publicitaires sur Internet avec les bandeaux publicitaires affichés sur les sites.

En Afrique, malgré le grand retard accusé dans le développement humain, le câble et le satellite s'étendent de jour en jour dans les villes, et les chaînes de télévision thématiques se multiplient, modifiant la physionomie globale de l'offre de programmes audiovisuels.

En effet, le besoin des services d'informations de proximité géographique ou de communautés d'intérêts exprimés par les publics des chaînes généralistes africaines est en train de changer de nature, du moins dans les grandes métropoles. Le succès grandissant de nouvelles formes d'accès à la radio et à la télévision dont la transmission est facilitée par la mise en place progressive des réseaux à hauts débits (câble, ADSL et demain la fibre optique). L'avantage du nouveau mode de diffusion par le numérique hertzien réside dans l'accroissement de ses potentialités de réception : il affranchit les utilisateurs des câbles de liaisons ou des paraboles ; il permet également une plus grande diversité de programmes et de services interactifs, par exemple, la multiplication des rediffusions de films et d'émissions à succès ou l'élargissement de programmes locaux.

Avec le numérique, Internet s'invite sur les écrans de télévision et avec les hauts débits, la télévision s'impose sur les écrans d'ordinateurs. Et avec toujours les mêmes motivations et les mêmes ambitions : la proximité et l'interactivité.

Alors que les chaînes publiques africaines disposent de modèles économiques fondés sur les ressources publiques et la publicité, l'accès aux télévisions sur Internet est gratuit. Il posera demain un réel problème aux sociétés émettrices, surtout privées, qui ne peuvent compter que sur leurs seules ressources publicitaires.

Une autre conséquence de la convergence dans les médias de service public est la nécessité de disposer d'outils de mesure d'audience fiables. Ce besoin est rendu stratégique pour eux parce que l'évolution et la diversification de l'offre des médias et multimédias font émerger de nouveaux comportements des publics africains. Il faut bien les cerner pour mieux les servir. Or, la quantification et la qualification de ces publics constituent les éléments déterminants des tarifs d'achat d'espace publicitaires dans la presse, à la radio, à la télévision et sur Internet.

Sur un autre plan, l'adaptation des médias de service public aux nouvelles technologies pose le problème d'un cadre nécessaire à la régulation et à la déontologie de l'information et de la communication.

La question qui se pose aujourd'hui est celle de la capacité des instances de régulation africaines, fraîchement mises en place, à prendre en compte les défis engendrés par la convergence des technologies :

- Dans quelle mesure les nouveaux médias affecteront-ils la régulation des entreprises de diffusion de radio, de télévision et les câblo-opérateurs ?
- Dans quelle mesure les services issus des nouveaux médias constituent-ils des services de radiodiffusion ou de

12

télécommunications, au sens où le définissent les « lois » qui les régissent actuellement ? Faut-il favoriser un environnement qui stipule l'expansion de ces nouveaux services ?

Sur le plan professionnel, on assiste à des mutations importantes dans les médias. Les journalistes sentent la nécessité d'intégrer les notions de cyberjournalisme dans les rédactions, même si, pour l'instant et dans la majorité des cas, les informations proposées par les journaux africains en ligne, ne sont que la copie de ce qui est diffusé sur le support imprimé. La rédaction en ligne exige des compétences extra - journalistiques complémentaires à celles de l'édition traditionnelle.

A la télévision, de nouveaux métiers apparaissent avec les éditeurs de programmes interactifs qui auront pour fonction de mettre en forme l'offre de programmes regroupée sous forme de package, accompagnée d'outils logiciels et de publication en vue de faciliter l'accès pour les télé - consommateurs. Ces derniers auront la possibilité de choisir directement le programme correspondant à leurs attentes, et deviendraient alors des programmeurs interactifs.

A la radio, le même phénomène est observable avec le montage numérique et les bouleversements qui s'y rattachent. Ainsi, le responsable télématique est celui qui met sur écran tout ce qui concerne la radio : l'organigramme, les jeux, l'astrologie, la météo, les annonces etc. Il récolte aussi les messages laissés par les auditeurs.

Au-delà de ces mutations, la convergence des médias a fait naître les médias du tiers secteur. Cette notion regroupe les radios, les télévisions, les organes de presse, les Sites Internet qui ne font pas partie ni du secteur privé, ni du secteur public. Généralement, sous forme associative, ils sont indépendants des

puissances financières, des institutions de l'Etat et des obédiences confessionnelles et se définissent comme des acteurs essentiels de la vie démocratique. Ils sont un antidote nécessaire à la pensée dominante assénée par les grands médias, au formatage des identités et des esprits, à la marchandisation de l'information et de la culture.

III. Quelle perspective d'évolution pour les médias africains de service public à l'heure de la convergence ?

Comme dit précédemment, la convergence des équipements est aujourd'hui moins réelle que celle des réseaux. La convergence est surtout celle des services, offerts non plus séparément mais à partir d'une offre groupée accessible grâce à des terminaux multifonctionnels abolissant les frontières qui existent entre les équipements.

Les médias publics ont pour mission de participer à tisser le lien social au plus près des publics où qu'ils se trouvent, et à contribuer à l'aménagement des territoires. Ils se doivent d'être des acteurs de proximité favorisant l'interactivité citoyenne. Ils doivent avoir une approche tout public et toute zone.

La mission de service public implique aussi de participer à la stimulation de la production des médias régionaux (production de programmes et de services, enjeux de la décentralisation). Enfin, cette mission porte sur le développement du partenariat avec les associations, la presse et les radios régionales ou locales et les acteurs de la vie régionale qui contribuent à créer un espace d'expression privilégié.

Les publics africains, usagers et consommateurs frénétiques, ont des attentes qui évoluent au gré des mutations technologiques et sociales. Et les médias de

service public sont au service d'un public citoyen. Car celui-ci est bien au cœur de cette problématique et c'est encore ce public qu'il convient d'aider à trouver les contenus, les programmes et l'information dont il a besoin pour consolider sa croissance civique, sa culture identitaire et son développement humain.

A l'heure de la convergence, les médias de service public deviennent des « passeurs, des médiateurs du savoir, créateurs de liens » parce qu'aujourd'hui, ce qui importe c'est de développer des services divers intégrés et adaptés à une collectivité donnée afin de favoriser la découverte de l'espace insoupçonné de liberté qu'offre l'accès aux nouvelles technologies.

Cette mission des médias de service public se heurte désormais à l'emprise des pouvoirs économiques et des conglomérats qui exploitent à souhait la plateforme multimédia et ses applications dans la libéralisation des nouveaux espaces de communication engendrés par le mariage entre les télécommunications, l'informatique et l'audiovisuel.

La menace des grands groupes internationaux est réelle sur le continent africain à l'ère des bouquets avec l'offre satellite.

Le paysage africain est de plus en plus bouleversé et le monopole des Etats mis à mal pour trois raisons :

- La crise de légitimité de l'Etat comme régulateur incontesté dans le domaine de l'audiovisuel et de la communication. Les Etats africains, plus que les autres, sont remis en cause dans leurs fonctions régaliennes puisqu'ils ne sont plus en mesure de contrôler les échanges d'informations. Leurs prérogatives ne sont plus sanctuarisées dans les limites territoriales des Etats. La

15

territorialisation est devenue un handicap dans certaines configurations : lutte contre les pirates informatiques, interdépendances généralisées et mondialisées entre les acteurs économiques et opérateurs. A cela s'ajoute la complexité des réseaux dans lesquels se déploie l'action publique avec une grande hétérogénéité d'acteurs, d'enjeux, de programmes et une multiplicité d'interactions.

- La transformation de l'offre en matière de technologie de la communication. En matière audiovisuelle, par exemple, on note une transformation des contenus sous l'effet de la concurrence avec le secteur privé, des transformations technologiques avec le numérique et le passage d'un contexte de rareté des ressources hertziennes à une multiplication des offres d'émission.
- La modification progressive de la demande à laquelle doivent s'adapter nécessairement les médias africains de service public. Face à cette offre plurielle que leurs comportements nourrissent et suscitent en même temps, les publics africains aussi se transforment et deviennent moins fidèles et plus autonomes.

En fait, la convergence technologique que nous connaissons à l'ère du numérique n'est que le couronnement d'une évolution humaine : elle incarne désormais la volonté de pouvoir diffuser en temps réel, et de manière interactive, tout type d'informations et de services, partout, simultanément et à chacun.

Un certain nombre de nouveautés technologiques et d'évolutions laissent penser que le paysage audiovisuel africain va se transformer dans les années à venir. Le développement de nouveaux réseaux de diffusion, comme la télévision numérique terrestre ou la télévision par ADSL, l'apparition de nouveaux terminaux ou encore l'entrée en jeu de nouveaux acteurs font entrevoir la

perspective d'un renouvellement des services liés à l'audiovisuel, une mutation de ses usages et de ses modèles économiques.

En Afrique, l'offre élargie de programmes audiovisuels ne concerne qu'une infime minorité de la population. Le nombre d'abonnés par câble ou satellite est encore très faible mais, comme pour le téléphone cellulaire, il faut s'attendre à une hausse importante dans les années à venir. Et ce, malgré la situation économique difficile des usagers africains.

Cette tendance va bouleverser le paysage audiovisuel public. Les plates formes satellitaires se multiplient et les offres de services audiovisuels se diversifient. Le développement des chaînes privées de télévision, jusqu'alors limité, rencontre des facteurs favorables à son accélération : croissance numérique des chaînes hertziennes analogiques, apparition de nouveaux annonceurs. Ces facteurs transforment le paysage audiovisuel africain en un véritable maquis tant pour les sociétés que pour les publics et les autorités de régulation. Les modèles unidirectionnels de diffusion de données audiovisuelles, textuelles ou vidéographiques (ou broadcast) vers les consommateurs sera remis en cause par la multiplication du satellite et du câble dans une moindre mesure. Les bouquets satellitaires, modèles marchands de diffusion, constituent déjà un moyen de pénétrer les centres-villes africains.

Au-delà de ces facteurs, le continent africain se heurte à une lente pénétration des acquis de la convergence pour trois raisons :

- L'immaturité des technologies sur le marché, la faible pénétration du haut débit et les balbutiements de la compression vidéo.
- Les nouveaux services Internet n'ont pas encore été assimilés par un large public.

- Le vide réglementaire qui se traduit par l'absence d'un pouvoir normatif réglementaire en matière de nouvelles technologies.

Sur le plan organisationnel, l'adaptation des médias traditionnels à ces nouvelles technologies pose le problème d'un cadre nécessaire à la régulation et à la déontologie. Avec la convergence des mondes de la téléphonie, de l'audiovisuel et de l'informatique, la régulation devient problématique. Elle s'exerce davantage sur les supports technologiques, les contenants, dont la maîtrise permet d'accéder à certains contenus privilégiés. D'où un devoir de vigilance face aux tentatives d'intégration verticale avec les phénomènes de rapprochement et de concentration.

La régulation dans ce nouveau contexte pose le problème de l'éthique et de la responsabilité des acteurs d'Internet par rapport au statut et au droit d'auteur des journalistes de médias traditionnels disposant de Sites Web ou de médias numériques, portails de fournisseurs d'accès. Se pose également le problème du respect du pluralisme des opérateurs, de la diversité de l'offre de l'information et de l'indépendance de ses sources.

Pour relever ces défis, les médias de service public ont deux possibilités :

- La première consiste à renoncer à vouloir maîtriser à la fois les contenants et les contenus pour ne s'en tenir qu'à la production des seconds. On se heurte, dans ce cas, à un paradoxe parce que la tendance est à l'intégration verticale entre les contenants et les contenus. Les médias de service public qui pratiquaient déjà ce type d'intégration ne semblent pas disposés à se cantonner seulement à la collecte et au traitement de l'information et laisser à d'autres acteurs la maîtrise de leur diffusion.

- La seconde possibilité consiste pour les médias de service public à élargir leur offre d'information à une offre de services diversifiés. Ce qui impliquera la nécessité de trouver des partenariats avec des acteurs étrangers au monde des médias (opérateurs des télécommunications, câblo-opérateurs, conglomérats industrialo - multimédia, entreprises de grandes distribution, collectivités territoriales, ONG...).

Dans tous les cas, des restructurations sont inévitables. Elles nécessitent dans les médias, des investissements importants afin de répondre aux besoins de formations liés aux changements de métiers, de redéploiements des personnels. En outre, il faut envisager des acquisitions d'équipements adaptés.

Que dire pour conclure mon propos ?

La société de l'information ne se situe plus devant le continent africain. Elle est avec l'Afrique et il nous faut nous y adapter. Ses valeurs sont fondées sur l'innovation et le progrès technique mais il faut y associer la notion d'éthique et de responsabilité des acteurs de plus en plus nombreux et divers.

Et comme le dit si bien René TREGOUËT « La société de l'information tend ainsi à faire descendre l'intellectuel de son piédestal, à faire sortir le savant de sa tour d'ivoire et l'enseignant de sa chaire ; elle fait sortir la culture de ses temples, les musées et les bibliothèques, en bref, elle court-circuite, les relations hiérarchiques. C'est donc une société décentralisée d'ouverture et de partage qui advient de ces profondes mutations »⁶.

Au-delà de ces atouts réels, le secteur public de l'audiovisuel doit en être en mesure de remplir ses fonctions de service public. Son animation et sa gestion

⁶René TREGOUËT, Société de l'information et devenir de l'homme in Ethique et société de l'information, Groupe des Ecoles des télécommunications, la Documentation Française, paris, 2000, p. 146.

doivent être largement démocratisées. Sa créativité doit être libérée des enjeux commerciaux qui l'incitent à se battre avec les mêmes armes, les mêmes programmes que les médias privés. Il doit bénéficier d'un financement suffisant à la hauteur de ses missions et de garanties démocratiques qui le soustraient au chantage politique des gouvernants.

Pour ce faire, des dispositions doivent être prises contre les effets conjoints de la concentration et de financiarisation des médias, qui menacent non seulement la pluralité des médias et l'existence de certains d'entre eux, mais aussi l'expression du pluralisme des informations et des opinions. Il est donc urgent d'élaborer une législation anticoncentration en Afrique, de proposer une refondation des aides publiques à la presse, pour que celles-ci bénéficient prioritairement aux médias sans but lucratif, aux médias d'information généraliste et à faibles ressources publicitaires.

Enfin, il faut envisager de restructurer les instances de régulation en une même et seule entité chargée à la fois de la régulation des contenants, des contenus et des normes de la concurrence. Si dans l'ancien monde les frontières entre infrastructures et contenus étaient délimitées, « avec le phénomène de convergence, l'agencement institutionnel ainsi que les fonctions des régulateurs des télécommunications et des médias devraient être repensés pour optimiser le système de régulation »⁷.

La communauté des personnels des médias de service public doit s'investir dans des modes de réflexion sur la rédaction multimédia, les offres de services possibles, les modèles économiques à promouvoir à l'ère de la convergence et de l'industrie des technologies de l'information et de la communication.

⁷ PANOS, Régulation des communications électroniques à l'heure de la convergence, Dakar, 2005, p. 22.

Il faut se rendre à l'évidence que le service public africain doit maîtriser les enjeux de la convergence et relever les défis qui s'y rattachent :

- Faire face aux nouveaux marchés et aux nouvelles applications utiles tout en limitant leurs effets pervers.
- S'intégrer, autant que faire se peut, à la course au débit fixe et mobile et à l'acquisition des outils technologiques en exploitant les économies d'échelle.
- Développer davantage les structures entrepreneuriales par une régulation interne efficiente et par la recherche de partenariats multiformes.

Les pouvoirs publics africains, en charge des politiques de communication, doivent s'engager dans des réformes hardies en matière de convergence des technologies à travers des actions concrètes :

- Définir une approche régionale d'harmonisation des cadres réglementaires.
- Intégrer la convergence dans les projets de coopération.
- Trouver des modèles transposables au contexte africain en tenant compte du faible niveau de développement des télécommunications et de l'audiovisuel.
- Impliquer tous les acteurs de la société civile à la régulation des communications.
- Renforcer les capacités des instances de régulation.

Au total, la convergence n'est pas un problème en soi, à condition de comprendre, d'accepter et de maîtriser ses forces et ses limites.