



CD/CP/87/3

**LA FORMATION EN COMMUNICATION
AUDIOVISUELLE**

**SITUATION PRESENTE ET
ORIENTATIONS POSSIBLES**

Reproduction photographique
du manuscrit original

CC-87/WS/3

21 JAN. 1987

LES AUTEURS

JEAN CLOUTIER: LL.L., Docteur d'Etat ès lettres et sciences humaines (communication), pdg de l'Institut international de la communication de Montréal, professeur invité à Paris VII, praticien, théoricien et pédagogue de la communication. A publié divers ouvrages et méthodes d'enseignement, notamment "L'ère d'Emerec, ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-médias" (P.U.M., 1973).

DNIS GRAVEL: MA Bibliothéconomie, documentaliste et chargé de recherches à l'Institut international de la communication depuis quatre ans. A participé à diverses études, dont celle réalisée pour la dernière Conférence des Ministres de la communication des pays membres de l'ACCT (Le Caire, 3-8 février 1985) et intitulée "Actions menées par des organisations internationales non gouvernementales dans le domaine de la communication".

L'Institut international de la communication est

- un centre de formation et de perfectionnement en communication et nouvelles technologies
- un organisme de coopération internationale en communication pour le développement
- une structure de recherches, d'échanges et de publications axée sur l'apprentissage de la communication et de ses moyens technologiques.

Organisme sans but lucratif, créé au Québec en 1975, il collabore depuis à la formation de journalistes et communicateurs africains et à celle de cadres et professionnels canadiens. Il est situé à Montréal, au 451 de la rue St-Jean (H2Y 2R5).

Montréal, juin 1985

TABLE DES MATIERES

Les auteurs	ii
Résumé de l'étude et liste des propositions	v
Introduction	1

**PREMIERE PARTIE
APERCU GENERAL DE LA FORMATION EN
COMMUNICATION AUDIOVISUELLE**

La formation en communication audiovisuelle dans les pays en voie de développement	8
La formation en communication audiovisuelle en Afrique noire	19
La formation en communication audiovisuelle en Asie et dans le Pacifique	27
La formation en communication audiovisuelle en Amérique latine	32
La formation en communication audiovisuelle dans les pays arabes	37
La formation en communication audiovisuelle en Europe de l'Est	41
La formation en communication audiovisuelle en Europe de l'Ouest	46
La formation en communication audiovisuelle en Amérique du Nord	57

**DEUXIEME PARTIE
LES ORIENTATIONS POSSIBLES DE LA FORMATION
AUX METIERS DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE**

Introduction à la seconde partie	65
Evolution des technologies	74
L'évolution des lieux de travail	78
Les fonctions liées à la communication	86

**TROISIEME PARTIE
LES PROGRAMMES DE FORMATION
ET DE RECHERCHES**

Introduction à la troisième partie	91
Les structures de formation	92
Les contenus et les méthodes de formation	110
Les programmes de recherches	120
Liste des sources consultées et annotations	127
Bibliographie sommaire	131

La formation en communication audiovisuelle
Situation présente et orientations possibles

RESUME SUCCINCT

Cette étude a été rédigée à la demande de la Section du développement culturel et des politiques culturelles de l'UNESCO. Elle constitue un document préparatoire en vue de la réunion d'un groupe de travail chargé, d'une part, "de déterminer les grandes orientations en matière de contenus et de méthodes ainsi que des cadres de la formation des personnels de production et de diffusion des biens et services culturels, et, d'autre part, de proposer un programme de recherches à mettre en oeuvre dans ces domaines."

L'étude est divisée en trois parties.

La première constitue un panorama de la situation existante dans les grandes régions du monde. Une attention toute particulière est portée aux pays en voie de développement. Ce tour d'horizon touche les divers centres de formation en communication et ne se limite pas nécessairement à ceux chargés de la formation dans les domaines de la production audiovisuelle. Ce panorama, tout en étant relativement complet, n'est pas exhaustif. Il est davantage analytique que synthétique, la situation variant considérablement non seulement d'un pays à l'autre mais à l'intérieur même des divers pays, de sorte qu'il est presque impossible de tirer des conclusions valables.

La seconde partie fait état des conditions qui doivent influencer les grandes orientations à prendre pour l'établissement de programmes de formation et de recherches. Ces conditions se réfèrent en premier lieu à l'évolution en cours dans le domaine technologique, évolution tellement rapide et fondamentale qu'elle constitue pratiquement une mutation. Elles se rapportent aussi à une autre évolution, celle des lieux de travail car ce ne sont plus nécessairement les médias de masse traditionnels qui utiliseront les personnels formés à l'un ou à l'autre des métiers de la communication. Enfin, cette seconde partie présente non pas tant une typologie des fonctions liées à la communication qu'une catégorisation de ces diverses fonctions.

En troisième partie, l'étude analyse les cadres et les structures de formation. Le milieu du travail demeure un lieu prioritaire à la condition que son rôle de formation soit systématisé. Les centres de formation se répartissent en diverses catégories selon qu'ils ont comme ambition d'apporter une formation complémentaire en communication ou une formation complète. Les contenus et les méthodes sont étudiés ensemble car il nous semble artificiel de séparer la démarche pédagogique de la matière enseignée. De même lions-nous les autres variables de la formation, approche théorique / approche pratique, formation générale / formation professionnelle, formation polyvalente / formation spécialisée, dimension culturelle / dimension communicationnelle. Enfin nous proposons des recherches/action à caractère pédagogique et des recherches appliquées pour développer de nouvelles méthodes de production et de diffusion des biens et services culturels.

Dans cette troisième partie, nous formulons une série de propositions que nous reprenons ici les unes à la suite des autres. Ce ne sont pas des recommandations à proprement parler mais un moyen de résumer nos principales constatations à l'intention des membres du groupe de travail de l'UNESCO.

Première proposition :

La formation en milieu de travail est une priorité. Mais pour jouer un rôle efficace, elle doit être systématisée. Elle devrait être planifiée au moyen de "programmes personnels de formation sur mesure" comportant un apprentissage structuré "sur le tas" et des stages et sessions complémentaires, dans le pays ou à l'étranger. Cette formation doit s'inscrire dans les descriptions de fonctions et dans les horaires de travail des personnes qui la reçoivent et de ceux qui la dispensent. Elle doit donner lieu à une évaluation stricte et être sanctionnée par une reconnaissance salariale et professionnelle équivalente à celle apportée par des diplômés.

Deuxième proposition :

La formation professionnelle peut être dispensée dans des centres complémentaires qui offrent des formations pointues à des étudiants qui ont déjà ou qui acquièrent en parallèle une solide formation générale. Ces centres collaborent étroitement avec les intervenants du marché du travail. Ces formations n'ont pas à prendre en compte la formation générale des candidats, mais doivent se préoccuper de leur donner, outre la formation technique, une sensibilisation aux dimensions communicationnelle et culturelle.

Troisième proposition:

La formation en communication dispensée généralement dans les départements universitaires, à moins qu'elle ne puisse marier parfaitement théorie et pratique, ne prépare pas au marché du travail mais constitue un complément de formation offert à des étudiants de différentes disciplines. Il est essentiel d'éviter toute confusion à cet effet dont les étudiants feraient les frais.

Quatrième proposition:

Les centres spécialisés de formation professionnelle doivent élargir leurs vocations en fonction de l'évolution du marché du travail. Ainsi par exemple, on aurait intérêt à regrouper l'enseignement du cinéma et de la télévision. De même la formation dispensée, même si elle est pointue, doit laisser suffisamment de place à la polyvalence pour que les étudiants puissent s'adapter aux possibilités du marché du travail.

Cinquième proposition :

Le regroupement des diverses formations aux métiers de la communication pourrait donner lieu à la création de "Hautes Ecoles de Communication". Ce nouveau type de HEC permettrait de créer des centres d'excellence et d'innovation capables de donner aux futurs producteurs et diffuseurs de biens et services culturels, une approche commune prenant en compte les dimensions communicationnelle et culturelle de leur fonction.

Sixième proposition:

Dans toutes démarches pédagogiques, il ne faut jamais dissocier théorie et pratique, ni les mettre en séquences systématiques. Un va et vient constant entre réflexion et action permet un apprentissage susceptible d'atteindre des objectifs non seulement cognitifs, mais également affectifs et psychomoteurs.

Septième proposition:

Dans les centres qui donnent une formation complète à leurs étudiants, il faut tenter d'intégrer le plus possible la formation générale et la formation professionnelle. Même dans les cas où la formation générale n'est pas de la responsabilité directe du centre de formation, il faut que la formation professionnelle prenne en compte la formation générale. Il ne faut pas dissocier, pas plus dans la formation que dans la pratique professionnelle, les aspects techniques des aspects humains.

Huitième proposition:

Un équilibre s'impose entre la formation polyvalente et la formation spécialisée tant pour des raisons pédagogiques que professionnelles. La polyvalence doit développer des facultés d'adaptation aux différentes conditions de travail et à l'évolution technologique. La spécialisation donne des compétences pointues requises dans la pratique professionnelle.

Neuvième proposition:

Toute personne appelée à produire ou à diffuser des produits ou des services culturels doit être sensible aux dimensions, culturelle et communicationnelle, de son action. Pour cela, elle doit y être sensibilisée de façon formelle et non formelle tout au cours de sa formation. C'est l'une des responsabilités essentielles de toutes les structures de formation.

Dixième proposition:

Toutes les structures de formation doivent se préoccuper de leur démarche pédagogique. L'un des moyens de ce faire est de mettre sur pieds des recherches/actions permettant de définir des méthodes et de produire du matériel didactique. Ces recherches/actions peuvent prendre la forme de projets pédagogiques pilotes.

Onzième proposition:

Les centres de formation se doivent d'être des centres d'innovation. A cette fin, ils doivent favoriser la poursuite de recherches appliquées, en collaboration avec le milieu du travail, pour développer de nouvelles méthodes de production et de diffusion des biens et services culturels compte tenu de la disponibilité de nouvelles technologies. C'est à cette condition qu'ils seront capables de former les personnels de communication qui exerceront leur métier au XXIème siècle.

INTRODUCTION

L'efficacité et la valeur de tout système sont très souvent reliées, dans une large mesure, à la qualité de ses ressources humaines. Aussi, la formation en matière de communication, à tous les niveaux et sous toutes ses formes, constitue un élément essentiel de l'existence et du développement effectif de systèmes de communication.

Etant donné l'extrême variété des activités qui se rapportent au domaine de la communication qui, en outre, connaît aujourd'hui un essor spectaculaire avec l'arrivée de ce que l'on a appelé les "nouvelles technologies de la communication", la formation dans ce secteur doit répondre aux besoins d'un grand nombre de spécialistes dans des branches très nombreuses.

Au niveau des médias de masse, des cinéastes, des journalistes de presse, de radio et de télévision, des cadres administratifs et de gestion et des techniciens d'opération et de maintenance, doivent être formés. Les télécommunications ont besoin d'ingénieurs, de techniciens et de personnel d'entretien des réseaux. Les bibliothécaires, les documentalistes, les archivistes, les spécialistes de l'édition font aussi partie du processus de la communication.

La télémediatique, née du mariage des télécommunications, des médias et de l'informatique a, quant à elle, ouvert la porte à l'émergence de nouveaux métiers et en a modifié d'anciens. Il n'y a pas que la communication médiatée (c'est-à-dire celle qui s'exerce à travers les médias), mais la communication interpersonnelle, la communication institutionnelle, la communication pour le développement, intéressent aussi pratiquement tout le monde soit à titre personnel, soit à titre professionnel.

Un certain nombre de rencontres ont été organisées, particulièrement sous l'égide de l'Unesco, afin d'examiner la formation des professionnels de la communication: formation des journalistes (Paris, 1956); radiodiffusion éducative en Afrique tropicale (Tanzanie 1961); utilisation

de la radio et de la télévision au profit de l'éducation et du développement en Asie (Bangkok 1966); introduction et développement de la télévision en Afrique (Lagos 1964); réunion d'experts sur la formation des cinéastes pour le cinéma de demain (Belgrade, 1972); séminaire relatif aux techniques d'initiation à la radiodiffusion (Kuala Lumpur 1973); journées d'études sur la formation aux médias en Afrique (Nairobi 1976); stages et séminaires de formation à la planification de la communication (Kuala Lumpur 1977, Quito 1979, Nairobi 1983); réunion d'experts sur la coopération entre les établissements régionaux de formation dans le domaine de la communication (Paris, 1983).

Le sujet a été aussi abordé brièvement au cours de différentes "Conférences intergouvernementales sur les politiques de la communications": Amérique latine et Région des Caraïbes (San José 1976); Asie et Océanie (Kuala Lumpur 1979); Afrique (Yaoundé 1980) et lors de la "Conférence intergouvernementale de coopération sur les activités, besoins et programmes relatifs au développement des communications" (Paris 1980).

La formation dans le domaine de la communication est dispensée dans des institutions très diverses: universités, écoles de communication, centres de formation spécialisés,

entreprises de communication, manufacturiers d'équipements. Toutefois, il persiste un grand déséquilibre au niveau des possibilités et des facilités de formation entre les pays développés et ceux en voie de développement.

Cette différence est particulièrement frappante au niveau de l'enseignement académique. Aux Etats-Unis, des cours en communication ont commencé à être offerts dans les universités et collèges avant la Seconde guerre mondiale. Les départements de communication ont atteint l'importance qu'ils continuent à garder aujourd'hui, au cours des années cinquante. En Europe, les programmes d'études dans le domaine de la communication ont été mis sur pied un peu plus tard, pour atteindre leur plein développement au cours des années soixante. Dans les Pays en voie de développement, la création de tels programmes au sein d'universités est relativement récente et en 1980, les cours en communication y étant dispensés représentaient un volume inférieur à 15 pour cent, comparés à ceux offerts dans les pays industrialisés.

La dernière édition disponible (1980) du Guide to College Courses in Film and Television (1) de l'American Film Institute révèle qu'aux Etats-Unis plus de 600 Universités et "Junior Colleges" offraient 3 991 cours dans le domaine

du cinéma et 2 532 en ce qui concerne la télévision. En 1980, un total de 44 183 étudiants étaient inscrits dans des programmes d'études en cinéma et en télévision.

Le Guide 1985 des programmes d'études offerts au Canada en cinéma, télévision et communication (2) publié par l'Institut canadien du film, fournit la liste de 81 programmes d'enseignement du cinéma et de la télévision dispensés dans les institutions collégiales et universitaires.

La situation dans les pays en voie de développement est beaucoup plus difficile. Plusieurs études ont été menées, afin de déterminer les besoins tant quantitatifs que qualitatifs de formation en communication. L'une d'elles réalisée en Asie en 1965, concluait que durant la période de 1967 à 1972, plus de 20 000 personnes travaillant dans des organismes de communication auraient besoin de formation ou de recyclage. Or, même aujourd'hui en 1985, ces besoins n'ont pu être comblés. Par exemple, le centre de formation le plus important de cette région du Globe, l'Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD), a organisé de 1972 à 1984, un total de 242 sessions de formation régionales et sous-régionales au cours desquelles 4 215 personnes de 37 pays ont été formées, ainsi que 125 sessions

nationales qui ont regroupé 2 397 personnes provenant de 20 pays.

Au cours de la première partie de ce rapport, nous allons faire un rapide tour d'horizon de la formation en communication audiovisuelle dans les principales régions du monde, en Afrique noire, en Amérique latine, dans les pays arabes, dans les pays de l'Est, en Europe (mais plus particulièrement en France), et en Amérique du Nord. Mais nous commencerons ce panorama par une analyse préliminaire de la situation dans les pays en voie de développement.

Dans la seconde partie du rapport, nous traiterons des orientations possibles de la formation aux métiers de la communication audiovisuelle. Pour cela nous analyserons le rôle de la communication dans nos sociétés, nous définirons les concepts de produits et de services culturels, nous verrons l'évolution des technologies de communication, celle des lieux de travail en communication, et enfin les diverses fonctions liées à la communication.

Dans une troisième partie, nous serons en mesure de formuler des suggestions précises quant à la formation des personnels de production et de diffusion des biens et services culturels d'une part, et quant à l'établissement de

programmes de recherches à mettre en oeuvre dans ces domaines, d'autre part.

Première partie:

APERÇU GÉNÉRAL DE LA FORMATION

EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE DANS
LES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT

"En raison de la pénurie aiguë de personnel qualifié dans les pays en développement, réunir les ressources nécessaires en matière de personnel doit demeurer une préoccupation prioritaire des responsables des politiques et des planificateurs. La nécessité d'une adaptation de la formation aux orientations nationales, ainsi que les relations étroites qui existent entre la communication et le développement militent en faveur d'une formation assurée in situ. Le principe d'une formation élémentaire donnée au niveau local ou régional dans un environnement culturel familier est très largement soutenu aujourd'hui et devrait être adopté et étendu dans toutes les régions". (3)

Cette recommandation a été formulée par les membres de la "Commission MacBride", mise sur pied par l'Unesco dans le but de faire l'étude des problèmes de la communication dans le monde et dont les travaux se sont échelonnés de 1977 à 1981. Elle sous-tend toute la problématique à laquelle doivent faire face les pays en voie de développement (PVD).

En dépit des efforts, tant au niveau financier qu'humain,

consentis au cours des dernières années dans le but de mettre sur pied des écoles de communication de masse (au sein des universités) et des instituts professionnels, les PVD n'ont pu atteindre un degré d'autonomie significatif en ce qui concerne la formation de leurs communicateurs: "... plus de la moitié des communicateurs de l'ensemble des pays en développement n'ont pas eu le bénéfice d'une formation en bonne et due forme dans leur domaine de spécialisation. Il n'y a que peu, voire pas, d'établissements nationaux de formation qui soient en mesure de couvrir la totalité des besoins de production et des impératifs techniques de leurs médias. Rares sont ceux qui peuvent expérimenter une technologie nouvelle et apporter des connaissances nouvelles aux industries de la communication de leurs pays respectifs...". (4)

Il se dégage un consensus de la part des experts impliqués dans le processus de l'éducation aux médias et ce, tant dans les pays développés que ceux en développement. Il demeure primordial que la formation de base soit assurée à un niveau local "... dans un contexte familial et suivant des méthodes adaptées aux traditions culturelles ainsi qu'aux conditions et à la stratégie du développement local. De nombreux aspects du développement des médias expriment la culture fondamentale d'un pays, et il est nécessaire de veiller à ce

que le système de formation ne soit pas calqué sur une idéologie empruntée à des modèles étrangers".(5) Ceci n'exclut pas le besoin de formation à l'étranger, mais elle devrait être réservée à des spécialistes expérimentés ou à des personnes destinées à s'occuper d'activités de formation, ou consister en des stages de perfectionnement ou de recyclage.

Un certain nombre d'études ont été réalisées dans le but d'évaluer les problèmes et les besoins de formation des pays en voie de développement. Elles contribuent à identifier les programmes et les ressources nécessaires pour leur permettre d'atteindre un certain stade d'autosuffisance. En ce qui a trait au domaine qui nous intéresse de façon plus spécifique ici, soit la formation en communication audiovisuelle (cinéma-télévision-vidéo), une recherche a retenu plus particulièrement notre attention. Elle a été menée pour le compte du Centre international de liaison des écoles de cinéma et de télévision (CILECT) et s'intitule Bridging the Gap: Analysis of Needs, Survey of Resources, Proposals. (6)

Réalisée en 1982 par la Danish National Film School, cette enquête a permis d'établir un tableau général des conditions de formation dans le domaine du film et de la télévision au sein des PVD. Les informations compilées ont été recueillies à partir d'un questionnaire adressé soit à des institutions ou organismes gouvernementaux ou bien à leurs représentants, soit à des experts du domaine du cinéma et de la télévision en mesure de fournir des renseignements sur les conditions de formation.

Quatre-vingt-quinze réponses en provenance de cinquante-sept pays ont fourni les données de l'étude qui couvre trois régions géographiques: Asie et Pacifique (14 pays); Amérique Latine, incluant la région des Caraïbes ((14); Afrique (23) et Moyen-Orient (6).

Enseignement du cinéma et de la télévision dans les PVD

Parmi les 57 pays en développement ayant participé à l'étude du CILECT, on dénombre quatorze écoles de cinéma et télévision. Plusieurs d'entre elles voient leur développement entravé par un manque de ressources financières. Aussi doivent-elles compter sur les pays

industrialisés afin d'obtenir un support technique et humain.

On y retrouve également vingt-trois autres institutions d'enseignement qui dispensent un certain nombre de cours spécifiques dans le domaine du cinéma et de la télévision, mais sans véritablement offrir une formation professionnelle. Ce sont les départements d'universités, les centres multi-médias, les instituts de communication de masse et les instituts de technologie.

Les données recueillies au cours de l'enquête permettent de constater que 54% des pays ne peuvent offrir eux-mêmes, à l'intérieur de leurs frontières, un enseignement à leur personnel du domaine du film et de la TV. Les autres 46% affirment fournir une formation quelconque.

C'est la formation sur le tas, c'est-à-dire en milieu de travail, complétée de quelques cours à temps partiel, qui est la plus courante (67%). Cette situation est une conséquence directe de l'insuffisance au niveau du nombre de centres d'enseignement ou du manque de ressources de ceux-ci qui ne leur permettent pas d'offrir de véritables programmes de formation. Dans les pays développés d'ailleurs où un grand nombre de cours sont offerts, la formation en milieu

de travail demeure marginale. Le problème de la formation sur le tas est particulièrement aigu dans les pays qui ne font que commencer à développer leur industrie cinématographique et de radiodiffusion. On ne dispose pas alors de personnel suffisamment entraîné et expérimenté pour former les plus jeunes.

Demande d'assistance des PVD

Afin de pallier le manque de ressources, les PVD sont quasi unanimes pour faire appel aux pays développés afin d'obtenir diverses formes d'assistance. Les principales demandes se situent au niveau de la formation avancée à l'étranger (77% de tous les pays), de la formation de formateurs (68%) et de l'acquisition de matériel d'enseignement (67%). Elles portent ensuite sur l'envoi de conseillers dans le domaine de l'installation et de l'entretien de l'équipement technique (51%), d'enseignants à plein temps (39%) et de conseillers pour la mise en place d'unités de production (37%). La durée des demandes d'assistance se situe en moyenne sur une période de 6 à 12 mois pour la plupart des pays (58%).

En ce qui a trait aux types de films, ce sont les

documentaires (63%), suivis des longs métrages (56%) qui font l'objet des principales demandes d'assistance de la part des PVD. Un intérêt moins marqué est manifesté à l'égard des films éducatifs (47%) et des courts métrages (39%). Finalement, au niveau des tâches professionnelles, l'aide est particulièrement requise à l'égard de celles à caractère artistique et technique. En utilisant une échelle où le chiffre 100 représente le domaine le plus en demande, l'étude du CILECT en est arrivée au tableau suivant : (7)

Réalisation	100
Scénarisation	98
Prise de son	94
Montage	92
Prise de vues	86
Production	85
Histoire du cinéma	60
Esthétique	60

On constate facilement que les priorités sont données aux fonctions liées le plus directement à la production et qui auront le plus d'influence sur le contenu culturel du film, réalisation, scénarisation, montage.

Formation à l'étranger

Un grand nombre de communicateurs des pays en voie de développement sont formés à l'étranger. L'Angleterre, la France, les Etats-Unis, la République fédérale d'Allemagne et l'Union soviétique sont les pays qui en accueillent le plus. Viennent ensuite le Japon, la Belgique, la Hollande, l'Italie.

On trouve dans ces pays de nombreux centres de formation dont certains orientent leurs activités en fonction des pays en voie de développement. Les quatre plus importants sont le BBC Training Centre du Royaume-Uni; l'Institut national de l'audiovisuel (INA) de France; le Radio Nederland Training Centre (RNTC) de Hollande; le Television Training Center (TTC) de Berlin-Ouest. L'enseignement qui y est dispensé porte principalement sur le domaine de la télévision.

Nous avons vu que les principaux champs d'études des étudiants en provenance des PVD sont la réalisation, la prise de vues, le montage, c'est-à-dire les techniques de base pour faire un film. Il est à noter que la demande est très faible en ce qui concerne la formation à l'étranger au niveau de l'entretien et de la réparation de l'équipement,

au niveau également des techniciens de laboratoire. Pourtant il existe une pénurie très grave de techniciens qualifiés au sein des PVD, les demandes dans ce domaine ont d'ailleurs tendance à s'accroître.

Evaluation de la formation à l'étranger

Une proportion de 27% des 57 PVD ayant participé à l'enquête du CILECT affirment que la formation à l'étranger répond à leurs besoins actuels de formation, tandis que 66% estiment qu'elle ne les satisfait que partiellement. Ce sont les pays d'Amérique latine qui ont exprimé dans une plus large mesure une opinion négative.

En faisant l'analyse des commentaires recueillis sur la question, les auteurs de l'étude ont identifié un certain nombre de raisons justifiant une évaluation soit positive, soit négative.

Evaluation positive de la formation à l'étranger

Cette formation est considérée comme positive d'abord pour des raisons d'ordre socio-culturel. Les répondants ayant

exprimé cette opinion estiment que le contact avec la culture des pays industrialisés constitue un élément positif pour leurs communicateurs. Toutefois les impressions divergent. Pour certains, compte-tenu de la diffusion internationale de certains films et émissions de TV, la culture est la même entre pays développés et en développement. D'autres, par contre, considèrent les Etats-Unis et l'Europe plus développés au niveau culturel et y voient un élément positif d'apprentissage pour leurs étudiants qui y séjournent. Finalement, plusieurs réponses soulignent l'importance du contact avec une culture étrangère.

La situation économique faible des PVD qui ne leur permet pas de consacrer des fonds importants à cet enseignement est un second facteur qui les amène à reconnaître l'utilité d'une formation hors des frontières. De plus, les pays développés sont dotés de matériel de formation et d'équipements techniques sophistiqués avec lesquels les étudiants peuvent se familiariser.

Evaluation négative de la formation à l'étranger

L'un des arguments de ceux ayant une opinion négative de la

formation à l'étranger repose sur les conséquences, jugées mauvaises, du fossé socio-culturel entre pays développés et en voie de développement. Ils pressentent le risque d'aliénation culturelle des étudiants. Des raisons économiques sont également évoquées. On souligne à cet effet l'écart financier existant au niveau des conditions de production. De retour dans leurs pays, les étudiants éprouvent des difficultés à s'adapter à des conditions moins favorables.

En outre, on fait remarquer que l'envoi d'étudiants à l'étranger engendre des coûts très élevés. Et si, sur le plan technologique, on est d'accord pour reconnaître la valeur d'une formation donnée à l'aide d'équipements "sophistiqués", on craint que l'expertise acquise ne puisse servir dans les pays moins développés technologiquement. En résumé, l'enseignement à l'étranger est jugé négatif parce qu'il ne tient pas suffisamment compte des conditions sociales, culturelles, économiques et technologiques de ces pays.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE**EN AFRIQUE NOIRE**

Au sein des 44 Etats africains situés au sud du Sahara, on retrouve 29 établissements d'enseignement de la radio, de la télévision, du cinéma, du journalisme et de la communication. La création du premier centre de formation en communication en Afrique noire remonte à 1958, un an après l'accession du Ghana à l'indépendance. Plusieurs autres écoles virent ensuite le jour au cours des années subséquentes, à mesure que les Etats accédaient à l'indépendance.

Il n'existe pas de moyens formels de formation dans les pays suivants : Bénin, Cap-Vert, Gabon, Guinée, Guinée-Bissau, Libéria, Mali, Namibie, République centrafricaine, Rwanda, Sao Tome, Sierra Leone, Soudan, Swaziland, Tchad et Togo. Seuls des pays comme le Ghana, le Kenya, le Nigéria et dans une certaine mesure le Burkina Faso et le Sénégal, offrent des possibilités de formation correspondant à la totalité ou à la plupart des médias.

Des 29 établissements de formation qui sont implantés dans 17 pays en tout, 14 ont le statut de département ou d'institut universitaire de communication. Ils dispensent en général un enseignement d'un ou deux ans sanctionné par un diplôme ou de trois ans ou plus sanctionné par l'octroi d'un grade universitaire. Les 15 autres établissements sont soit des centres de formation rattachés à des médias ou encore des instituts de communication indépendants.

La formation sur le tas demeure le type de formation le plus répandu pour les personnels des médias africains (sauf pour les journalistes en Afrique francophone). Les auteurs du document préparatoire à la Conférence intergouvernementale sur les politiques de la communication en Afrique tenue à Yaoundé en 1980, exprimaient cette situation en ces termes: "Elle a été pendant de longues années la seule méthode disponible. Les nouveaux agents apprennent ainsi, dans l'organisme où ils sont appelés à travailler, la manière de s'acquitter des tâches qu'ils auront à remplir plus tard. Ce type de formation représente en outre, pour les responsables des médias qui sont confrontés à des réalités quotidiennes et concrètes, une solution tangible de leurs problèmes immédiats". (8)

Plusieurs services de radiodiffusion ont organisé leurs propres unités de formation (des studios-écoles). C'est le cas notamment au Botswana, en Ethiopie, au Ghana, au Kenya, au Lesotho, au Nigéria et au Zaïre. Ces centres internes permettent d'aller au-delà d'une formation empirique " sur le tas ".

Le recours fréquent à la formation sur le tas est un indice du fait que la demande de formation, dans tous les domaines de la communication, dépasse dans presque tous les pays la capacité des écoles existantes, même si le nombre de celles-ci a augmenté de façon significative au cours des dernières années. En outre, " la plupart des institutions africaines, à l'exception de celles qui se consacrent à l'enseignement du journalisme, disposent de peu de moyens et préparent à des fonctions de niveau modeste - exceptionnellement à des fonctions de contrôle et de surveillance simples. Malgré l'essor au cours des dernières années que les centres de formation en communication ont connu, la situation demeure précaire ". (9)

Dans la plupart des pays francophones et anglophones d'Afrique noire, le cinéma est très peu développé. Il n'existe que trois établissements offrant un enseignement à la fois théorique et pratique dans le domaine de la

production cinématographique: le Kenya Institute of Mass Communication, à Nairobi; le National Film and Television Institute, à Accra (Ghana) et l'Institut Africain d'éducation cinématographique à Ouagadougou (Burkina-Faso).

Créé grâce au support de l'Unesco, de la Fondation Friedrich Ebert (R.F.A.) et du Conseil britannique, le Kenya Institute of Mass Communication (KIMC) est maintenant financé par les gouvernements du Kenya et de la République fédérale d'Allemagne. Le KIMC dispense un cours de deux ans dans le domaine de la production de films documentaires. Une formation en production TV est également offerte. Il produit environ de 16 à 40 films par année, surtout des documentaires et des films éducatifs.

Le National Film and Television Institute of Ghana (NAFTI) a vu le jour en 1979 grâce au support de la Fondation Friedrich Ebert. Son objectif était alors de mettre sur pied des programmes de formation professionnelle pouvant répondre aux besoins du pays. Des cours sont offerts dans le domaine de la production cinématographique: documentaires, dramatiques et longs métrages, ainsi que dans celui de la production TV. Les champs d'études sont: scénarisation, réalisation, production, prises de vue, montage de films, montage électronique, prise de son et

montage audio, scénographie, graphisme, techniques d'animation. Le NAFTI a maintenant une vocation à caractère régional et reçoit des étudiants de pays anglophones tels le Swaziland, le Burundi, l'Ethiopie, le Nigéria, le Zimbabwe et l'Afrique du Sud. Il produit entre 15 et 19 films par année.

L'Institut africain d'éducation cinématographique (INAFEC) est rattaché à l'Université de Ouagadougou. Il a été fondé en 1977 grâce à la coopération de l'Institut national supérieur des arts du spectacle et techniques de diffusion (INSAS) de Belgique et l'Institut des hautes études cinématographiques (IDHEC) de France. La formation, d'une durée de trois ans, vise à préparer les étudiants au travail de création et d'action sociale en équipe et leur donner la maîtrise d'utilisation de technologies audio-visuelles. L'INAFEC forme deux catégories de demandeurs d'emplois:

- a) des personnes devant travailler dans le domaine de la création cinématographique,
- b) des informateurs-animateurs (communication).

L'un des rôles à long terme que l'on souhaiterait voir jouer par l'INAFEC est qu'il devienne un centre de formation régional pour les pays francophones d'Afrique de l'Ouest.

La télévision fut introduite pour la première fois en Afrique noire, au Ghana en 1959. En 1961, ce fut au tour de la Zambie, en 1962 du Nigéria, du Kenya et du Congo, puis en 1963 de la Côte d'Ivoire, du Sénégal et du Gabon. En 1983, sur tout le continent africain, seulement 29 pays, dont 19 appartiennent à l'Afrique au sud du Sahara, étaient dotés de systèmes de télédiffusion, dont huit équipés de la couleur. La programmation des télévisions africaines est constituée à plus de 60% par des émissions importées.

Ouvrer pour le développement économique, faire participer les populations à l'édification nationale, promouvoir la culture nationale et traduire les aspirations des populations, contribuer à la suppression des dichotomies zones urbaines - zones rurales et masses-élites sont quelques-uns des objectifs que les autorités africaines assignent à leurs télévisions respectives et qui doivent être pris en compte par les programmes de formation.

Quelques centres de formation professionnelle aux métiers de la télévision existent en Afrique noire. Mentionnons le National Film and Television Institute (Ghana) dont nous avons déjà parlé. Le SEVOZA (Studio-Ecole de la Voix du Zaïre) à Kinshasa a été inauguré en 1978 avec l'appui de la

coopération française et relève de l'Office zaïrois de Radio et de Télévision. Cette école nationale forme des personnels d'encadrement moyen (niveau 2) en deux ans. Elle peut recevoir 50 stagiaires répartis dans 10 spécialités dont les suivantes: opérateur de prise de son; chargé de réalisation TV; opérateur de prises de vues; monteur; technicien en vidéo-fréquence; technicien audio- fréquence; technicien radio-fréquence.

Un certain nombre d'établissements à vocation régionale dispensent des cours dans le domaine de la télévision. Ainsi, le Centre d'études des sciences et techniques de l'information (CESTI) de Dakar répond aux besoins de formation de journalistes de télévision d'une dizaine de pays dont notamment le Bénin, le Burkina-Faso, le Gabon, le Mali, la Mauritanie, le Niger et le Tchad. Pendant 10 ans, l'Ecole supérieure internationale du journalisme de Yaoundé (ESIJY) a, quant à elle, accueilli des étudiants du Gabon, de la République centrafricaine, du Rwanda, du Tchad et du Togo. Devenue camerounaise en 1982 sous le nom de l'ESSTI (Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information), cette école dessert en priorité les besoins du Cameroun, mais tend à réouvrir ses portes à des étudiants venant d'autres pays.

En Afrique de l'Ouest anglophone, le Nigerian Institute of Journalism et le Department of Communication de l'Université de Lagos répondent aux besoins de formation journalistique de la sous-région. En Afrique de l'Est, cette responsabilité est assurée par la School of Journalism de l'Université de Nairobi et le Kenya Institute of Mass Communication.

Il est bien difficile d'avoir une vision très claire de la situation, car non seulement elle varie d'un pays à l'autre, mais elle varie à l'intérieur de chaque pays selon les différentes fonctions de communication. Des besoins existent au niveau de la formation initiale mais ceux liés au recyclage et au perfectionnement des personnels en place demeurent prioritaires. De même, il existe dans beaucoup de pays africains sans doute beaucoup plus de personnes qui ont été formées, soit dans des établissements africains, soit à l'étranger mais qui ne sont pas utilisées, ou qui sont mal utilisées, dans les médias de communication. En effet, les fonctions publiques africaines favorisent dans bien des cas les diplômés au détriment de l'expérience et de la compétence.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

EN ASIE ET DANS LE PACIFIQUE

Dans cette région du monde et particulièrement au sein des pays en voie de développement qu'on y retrouve, la production des médias n'a cessé de croître au cours des dernières années, à la suite notamment des efforts déployés sur le plan national pour mettre la communication au service du développement.

Il en est résulté une pénurie de personnel qualifié en dépit de l'augmentation rapide du nombre de centres de formation tant universitaires que professionnels. Car ceux-ci "... ne disposent ni du matériel nécessaire ni d'un personnel assez qualifié pour être en mesure de dispenser un enseignement approprié et préparer des élèves qui seront suffisamment compétents à la fin de leurs études; comme il n'existe pas de programmes uniformisés et que de nombreuses universités ne considèrent pas la formation de spécialistes de la communication comme une tâche prioritaire, les centres de formation ne disposent pas des moyens indispensables pour atteindre leurs objectifs". (10)

Dans les universités, les programmes d'enseignement en

communication sont inspirés des modèles américains et européens et mettent l'accent sur les théories de la communication tout en familiarisant les étudiants avec des disciplines voisines telles que la sociologie, la psychologie, l'anthropologie, l'histoire, les sciences politiques, etc. Les établissements universitaires ne disposent pas en outre des installations et du matériel techniques pouvant permettre de donner une formation pratique aux étudiants. Aussi, peu d'entre eux, une fois leurs diplômes obtenus, iront travailler dans les médias. On les retrouvera plutôt dans l'administration, la gestion, les relations publiques au sein des entreprises, la recherche ou l'enseignement.

La méthode traditionnelle de "l'apprentissage sur le tas" est encore utilisée par un grand nombre d'organisations dont relèvent les moyens de communication de masse de la région. C'est le cas dans les organismes nationaux de radiodiffusion des pays suivants : Australie, Bangladesh, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie, Nouvelle-Zélande, Pakistan, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Philippines, République de Corée, Singapour, Vietnam.

Dans le domaine de la communication audiovisuelle (cinéma, télévision, vidéo), un certain nombre d'institutions de

formation exercent leurs activités à un échelon régional. Le centre régional le plus important de cette région de l'Asie et du Pacifique est sans nul doute l'Asian Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD) qui a été créé en 1975 à Kuala Lumpur (Malaisie).

Organisme intergouvernemental établi avec l'aide notamment de l'Unesco, l'AIBD est financé par les contributions des organisations de radiodiffusion membres, des organisations internationales, des organismes régionaux de financement, ainsi que par divers programmes d'aide multilatérale et bilatérale. L'AIBD forme en moyenne de 800 à 1000 professionnels par année au cours de sessions d'une durée s'échelonnant de une à douze semaines et auxquelles participent de dix à vingt formateurs chaque fois. Organisés sur une base nationale ou régionale, les cours portent sur la production et la technique en matière de radio, de télévision et de cinéma; sur la production électronique et l'application des microprocesseurs et des techniques numériques en radiodiffusion; sur les applications de la radiodiffusion par satellite, etc.

Sans être un établissement régional par vocation, le Film and Television Institute of India (FTII) situé à Pune, accueille chaque année environ trente pour cent d'étudiants venant d'autres pays. Fondé en 1963, le FTII dispense un enseignement de trois ans menant à l'octroi d'un diplôme dans le domaine de la réalisation, de la scénarisation, de l'utilisation de la caméra et de l'enregistrement du son. Une formation d'une durée de deux ans est aussi offerte aux étudiants désirant devenir comédiens ou faire du montage. Le FTII est également le principal centre de formation pour la télévision indienne.

La Worldview International Foundation (WIF) située à Colombo au Sri Lanka se veut un centre international de formation aux médias. Il est financé par les gouvernements des Pays-Bas, de la Norvège, de la Suède et grâce au soutien des Nations-Unies et d'autres organisations d'aide. Des sessions dont certaines se donnent en milieu de travail, sont organisées au niveau de l'utilisation de la caméra vidéo, de la prise de son et des techniques de montage. D'une durée de six mois, elles regroupent environ 25 étudiants chaque fois. Des centres de formation aux médias relevant de la WIF sont en opération au Népal, au Bangladesh et en Indonésie.

Etabli à Singapour, l'Asian Mass Communication Research and Information Centre (AMIC) a été créé en 1971 et fonctionne grâce au soutien de la Fondation Friedrich Ebert. L'AMIC est un centre de recherches régional qui organise des conférences et des séminaires à l'intention des responsables asiatiques de la communication.

Créé en 1965, l'Institute of Mass Communication de l'Université des Philippines (UPIMC) attire depuis, de nombreux étudiants étrangers. Il offre des diplômes au niveau de la licence, de la maîtrise et du doctorat dans les domaines des moyens de communication de masse, de la recherche, de la radiodiffusion et du journalisme. Le Centre for Production and Training for Adult Education (CEPTA) à Singapour poursuit également certaines activités de formation à l'échelon régional.

La présence en Asie et dans le Pacifique de pays dont certains sont à la fine pointe technologique devrait faire évoluer rapidement les centres de formation qui jusqu'à maintenant ont bénéficié surtout d'aides européennes et américaines. Il devrait y avoir, selon nous, un renforcement d'une approche asiatique originale appliquée à la formation aux médias.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE
EN AMERIQUE LATINE

Une enquête menée en 1982 par la Federation Latino-americana de Facultades de Communication Social (FELAFACS) a permis de dénombrer 165 écoles de formation en communication en Amérique latine. Ce chiffre dénote une progression à la fois constante et importante, puisque le nombre d'écoles était de 13 en 1950, de 44 en 1960, de 81 en 1970 et de 165 en 1982.

La première école de communication fut une école de journalisme créée en 1933 au sein de l'Université nationale de la Plata en Argentine. En 1982, les centres de formation en communication se répartissaient dans 22 pays du continent bien que certains d'entre eux en comptent un nombre plus important. Ainsi, on retrouvait 69 écoles au Brésil, 35 au Mexique, 19 au Costa Rica et 14 en Argentine.

La principale caractéristique de la formation en communication en Amérique latine, qu'il s'agisse de celle des journalistes, des cinéastes, du personnel de la radio et de la télévision, est qu'elle correspond au schéma nord-américain, c'est-à-dire la formation à l'Université.

"Un peu plus de la moitié des 165 écoles recensées par la FELAFACS en 1982 fonctionnent grâce à des fonds privés; les

autres sont des établissements publics. Quatre-vingt-douze pour cent de ces écoles, c'est-à-dire presque toutes, font partie d'une université ou sont associées à une université pour la reconnaissance des diplômes et des grades, de la licence au doctorat..."(11)

Cette prédominance au niveau du recours au système scolaire en ce qui a trait à la formation des communicateurs latino-américains s'explique par le prestige accordé aux diplômes et aux grades, ce qui signifie souvent la perspective d'un emploi plus rémunérateur.

Il est toutefois important d'évaluer les résultats de la formation universitaire à l'aide de critères mettant l'accent sur la qualité et non sur la quantité. Le nombre grandissant d'écoles de communication a entraîné un engorgement du marché du travail. Ainsi en 1982, plus de 75 000 étudiants avaient été formés. Mais pour une grande majorité, la formation académique reçue ne correspond pas aux véritables besoins des sociétés où elle est dispensée. On constate le manque d'adéquation entre l'étude et le travail, la théorie et la pratique.

De fait, la formation académique dispensée au sein des universités ou des écoles qui y sont affiliées s'attarde pou

sur les aspects techniques et pratiques du métier de communicateur. Par voie de conséquence, ces institutions ne disposent que de très peu d'installations et de moyens techniques permettant de dispenser un enseignement pratique. La formation académique des communicateurs latino-américains porte avant tout sur la culture générale: lettres et sciences humaines, sociologie, économie politique, histoire, sciences politiques.

Quelques écoles "... insistent sur les aspects professionnels de la carrière envisagée: technique de la rédaction journalistique et de l'information, compétences techniques, aptitudes à l'investigation, diagnostic des réalités sociales, compréhension et gestion des moyens de communication, méthodes de production technique, recherche méthodologique et applications. Seule une minorité d'écoles vont plus loin dans les réalités concrètes du travail dans les médias; aptitudes à la recherche d'un emploi et à l'organisation d'une carrière, culture approfondie permettant de saisir les problèmes nationaux et sociaux, aptitudes à interpréter les questions politiques et sociales et à utiliser les procédés de la communication et les industries des médias pour traiter ces problèmes". (12)

Dans le domaine plus spécifique de la communication

audiovisuelle, l'étude du CILECT sur les ressources et les besoins des pays en voie de développement identifie en Amérique Latine deux écoles de formation professionnelle en cinéma. Le Centre expérimental de réalisation est une école de cinéma établie à Buenos Aires qui dispense une formation à la fois pratique et théorique d'une durée de trois ans. Autre école de cinéma, le Centre universitaire d'études cinématographiques (CUEC) affiliée à l'Université nationale autonome de Mexico (UNAM) a été créé en 1963. La formation académique s'échelonne sur une durée de quatre ans. Le CUEC offre également un certain nombre de cours de perfectionnement qui s'adressent au personnel technique travaillant dans l'industrie cinématographique. Sans être une école régionale, le CUEC accueille chaque année environ 10 étudiants en provenance d'autres pays d'Amérique latine. Un assez grand nombre de cours donnés au CUEC le sont par des professeurs étrangers, en général de la Tchécoslovaquie, de la Pologne, de la Grande Bretagne et des Etats-Unis. La plupart des professeurs réguliers ont quant à eux obtenu leurs diplômes à la National Film School de Londres.

Cinq autres institutions ont été identifiées comme centres de formation importants dans le domaine du film et de la télévision. Ce sont:

- .Brésil : Escuela de comunicaciones de la
Universidad de Sao Paulo (film et TV)
- .Colombie : La Compania de Fomento
Cinematografico (FOCINE) (courts-métrages)
- .Jamaïque : Caribbean Institute of Mass
Communication (formation en audiovisuel)
- .Pérou : Universidad de Lima, Centro de Estudios
y Capacitacion en Comunicacion social (CECOM)
(Vidéo et film)
- .Mexique : Centro de Capacitacion
Cinematografica (cinéma)

Le problème de l'Amérique latine est donc très différent de celui de l'Afrique par exemple. Il y a beaucoup de centres de formation mais le double besoin d'une formation plus pratique et d'une meilleur adéquation entre cette formation et le marché du travail se fait de plus en plus sentir compte tenu des difficultés rencontrées par les jeunes diplômés à trouver du travail.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE
DANS LES PAYS ARABES

Dans les 21 pays arabes, il existe 43 établissements de formation en communication. La moitié d'entre eux sont affiliés à des universités et décernent des diplômes et des grades. L'enseignement universitaire a débuté au cours des années trente alors que l'Université américaine du Caire a créé (en 1935) un département de journalisme. Durant les années soixante, des départements de journalisme ont été mis sur pied dans des universités en Algérie, au Soudan, en Iran, en Tunisie et en Irak. Les années 70 furent marquées par la création de neuf nouvelles unités universitaires en Arabie Saoudite, au Liban, en Libye, en Egypte, aux Emirats arabes unis et au Qatar. Finalement, depuis le début des années 80, l'Institut supérieur de journalisme de Rabat (Maroc) fut le seul centre universitaire créé.

Les centres spécialisés dispensant une formation pratique n'ont commencé à fonctionner qu'autour des années 60. Ainsi en 1957, un centre de formation des professionnels de la radio a été mis sur pied au Caire, suivi en 1960 d'un autre s'adressant cette fois au personnel de la télévision. En 1972, l'Institut de formation en radiodiffusion et

télévision de l'Irak a commencé à fonctionner, mais c'est surtout au cours de la seconde moitié des années 70 que plusieurs pays ont créé des instituts de formation. On en retrouve maintenant en Jordanie, au Soudan, en Syrie, au Qatar, en République arabe du Yémen et au Maroc.

Le cinéma arabe est actuellement en plein développement. Toutefois la production cinématographique, même si elle fait l'objet de plusieurs mesures d'enseignement dans de nombreux pays, n'a pas encore été perçue comme prioritaire. Le cinéma joue un rôle complémentaire vis-à-vis de la télévision, à qui il fournit de plus en plus de films. La plupart des cinéastes arabes sont formés à l'étranger, soit dans des institutions européennes ou américaines. Dans beaucoup de cas, plusieurs d'entre eux ne retournent pas dans leur pays mettre leur talent au service de la production locale.

Pour toute la région arabe, il n'existe qu'une seule institution offrant un enseignement cinématographique complet. Il s'agit de l'Institut supérieur de cinéma du Caire. "Deux autres instituts, en Algérie et au Maroc, promeuvent la production cinématographique et organisent de façon épisodique des cours de brève durée; cependant, ils n'ont pas les installations nécessaires pour assurer une

formation technique complète". (13)

La télédiffusion a commencé dans les pays arabes au cours des années 50: au Maroc (1954), en Algérie, en Irak et au Liban (1956). Il y a actuellement plus de 116 stations arabes de télédiffusion. La formation du personnel de la télévision est assurée de façon plus ou moins complète dans plusieurs pays.

En Algérie, cette responsabilité est assumée par le Centre de formation de la Radiodiffusion télévision algérienne créé en 1979 avec l'aide de l'Institut national supérieur des arts du spectacle et techniques de diffusion (INSAS) de Belgique. Une formation partielle en télévision est offerte également à l'Institut Hassan II de la communication audiovisuelle du Maroc, à l'Institut de Khalifa de la République arabe du Yémen, à l'Institut des communications de masse de la République démocratique populaire du Yémen.

Plusieurs tentatives ont été menées dans le but de mettre sur pied des centres régionaux de formation. L'Institut supérieur du cinéma du Caire et le Centre régional de formation à la radiodiffusion et à la télévision des Etats Arabes (ASBUTC) de Damas sont les deux principales écoles de formation régionale dans le domaine du cinéma et de la

télévision. L'ASBUTC a été créé en 1980, grâce aux contributions de nombreux Etats arabes. Il est en outre appuyé par le Programme international pour le développement de la communication (PIDC) mis sur pied à la suite des travaux de l'Unesco sur le Nouvel ordre mondial de l'information.

Dans l'ensemble la situation semble assez favorable dans les pays arabes. Cependant, un effort devra être fait pour intégrer l'enseignement des nouvelles technologies de communication et assurer à ces écoles, dont la majorité ont plus de vingt ans, la capacité de s'adapter à l'évolution des technologies et faciliter ainsi l'évolution des médias arabes. En effet, dans ces pays, l'éducation doit faciliter l'évolution du marché du travail, alors qu'en Europe et en Amérique en général, c'est le marché du travail qui est à la fine pointe de l'évolution et force les centres de formation à suivre sans délai le mouvement.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE
EN EUROPE DE L'EST

Un grand nombre d'institutions de formation en communication audiovisuelle opèrent en Europe de l'Est. Si la plupart d'entre elles s'attachent avant tout à satisfaire les besoins de formation des pays où elles se situent, quelques-unes accueillent des étudiants étrangers, particulièrement des pays en voie de développement. Dans ce chapitre, nous nous bornerons à mentionner quelques-uns des principaux centres de formation au sein des pays suivants : Tchécoslovaquie, Pologne, République démocratique allemande, Union soviétique et Yougoslavie.

Regroupé avec les départements de théâtre et de musique, la faculté de cinéma et de télévision (FAMU) constitue, avec ces derniers, l'Académie des Arts de Prague en Tchécoslovaquie. Il s'agit de l'une des plus grandes écoles d'Europe. Elle accueille chaque année environ 500 étudiants, dont un certain nombre de professionnels qui y suivent, à temps partiel, des cours de perfectionnement. Le programme de cours couvre tous les aspects reliés aux domaines de la scénarisation, de la réalisation, de la production, du montage, de la prise de son et du maniement

de la caméra. L'enseignement, d'une durée de 4 à 5 ans, conduit à un diplôme à caractère avant tout technique, de l'Académie des Arts. L'école accepte des étudiants étrangers qui peuvent suivre le cursus régulier ou bien choisir un programme spécial d'une durée de deux ans et qui porte sur le film documentaire.

Située à Lodz en Pologne, l'Ecole nationale du cinéma, de la télévision et du théâtre a été créée en 1947. Elle exerce une grande influence non seulement sur l'industrie du film et de la télévision polonaise, mais également auprès de nombreux professionnels étrangers qui y ont été formés. Chaque année, plus de 300 étudiants y sont inscrits. L'enseignement dure quatre ans. La première année, les cours sont à caractère théorique: histoire du cinéma, histoire de l'art, philosophie, psychologie, etc. Lors de la deuxième année, les étudiants doivent choisir une spécialisation : film documentaire, de fiction, éducatif, pour la télévision. C'est ce choix qui déterminera l'orientation des cours pour le futur.

En République démocratique allemande, les organismes de radiodiffusion ont mis sur pied leurs propres programmes de formation. Une formation avancée est également offerte au

Département de journalisme de l'Université de Leipzig. Quant à elle, l'École de cinéma et de télévision de Berlin reçoit environ quatre cents étudiants chaque année, dont plusieurs des Pays en voie de développement. L'enseignement, à la fois pratique et théorique dure quatre ans.

On trouve en Union soviétique deux grandes écoles, responsables de la formation des personnels du cinéma. Il s'agit de "l'Institute of Film Engineers" (LIKI) de Leningrad qui forme ingénieurs et techniciens et du "National Institute of Film-making" (VGIK) de Moscou pour le côté créatif et artistique.

Le VGIK a été créé en 1919. Des cours y sont donnés durant la journée et le soir à plus de 1 500 étudiants. Chaque année, parmi les quelques 250 diplômés de l'école, on trouve des scénaristes, des réalisateurs (de longs métrages, de documentaires, de films de vulgarisation scientifique, de dessins animés, de films éducatifs, de télévision), des directeurs de la photographie, des acteurs, des décorateurs, des spécialistes du montage, des critiques de film, des responsables de la production et de la distribution.

L'enseignement donné au VGIK dure de quatre à cinq ans et concilie la théorie et la pratique, de même que le côté

créatif et artistique avec celui plus technique du cinéma. Le VGIK a également mis sur pied un programme élaboré de cours par correspondance. Deux fois par an, les étudiants viennent à Moscou pour suivre une session intensive de six semaines et passer leurs examens.

Pour sa part, la formation des personnels de la télévision est offerte dans des départements des Universités de Moscou, de Léninegrad et de Tbilissi, dans des instituts théâtraux et cinématographiques établis à travers le pays (la moitié des diplômés de ces écoles travaillent à la radio et à la télévision). Une formation en milieu de travail est aussi offerte par les organismes de radiodiffusion de plusieurs villes, de même que par des unions cinématographiques et de journalistes.

L'enseignement de la télévision et de la radio au sein des universités soviétiques n'a commencé qu'avec le début des années soixante. En 1961, un Département de la radio et de la TV était en effet créé à la Faculté de journalisme de l'Université de Moscou. L'enseignement y est d'une durée de cinq années et comporte des cours communs aux autres étudiants de la faculté: histoire de la presse nationale depuis le dix-neuvième siècle; étude de la presse étrangère contemporaine, etc. Les cours de spécialisation portent,

quant à eux, sur les relations entre la télévision, la radio, le cinéma et le théâtre; la télévision pour enfants, etc.

L'Académie du théâtre, du film, de la radio et de la télévision de Belgrade constitue le principal centre de formation de la Yougoslavie . Créée dans sa forme actuelle en 1962, l'Académie accueille une centaine d'étudiants chaque année. Ils suivent un programme d'étude de quatre ans. Un tiers des cours sont à caractère théorique. Pour ce qui est de la partie pratique, les étudiants choisissent une spécialisation : direction théâtrale, comédie, réalisation, organisation.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE
EN EUROPE DE L'OUEST

Il est difficile de tracer un tableau cohérent de la formation en Europe, celle-ci varie tellement d'un pays à l'autre. Nous sommes donc obligés de présenter la situation telle qu'elle existe dans un certain nombre de pays.

En France, le système de formation en cinéma et en audiovisuel vient justement de faire l'objet des travaux d'une importante commission interministérielle (14). Le rapport BREDIN mentionne que ce système est en état de crise et qu'il ne répond pas aux besoins nationaux. C'est ainsi que chaque année, de 120 à 130 personnes reçoivent un nouveau diplôme ou un titre équivalent, alors qu'il en faudrait entre 300 et 400 pour répondre à de 30 à 40% des besoins, comme cela se fait dans la plupart des pays industrialisés. Quant au "compagnonnage" qui tend à disparaître en raison du durcissement des normes de production, quant à la cooptation, à la formation continue, ces moyens n'arrivent pas à assurer la relève indispensable et urgente en période de mutation et de bouleversements technologiques.

Le rapport souligne que les milieux du cinéma connaissent

encore peu de difficultés apparentes à recruter des professionnels mais que cette situation s'explique par la possibilité de puiser dans un réservoir de personnes fortement motivées, où tout de même les compétences réelles se raréfient. Le secteur public de la communication audiovisuelle est amené, pour sa part, à recruter de plus en plus de personnels peu qualifiés qu'il professionnalise au titre de la formation continue ou formation sur le tas. Les formations traditionnelles sont inadaptées et perpétuent un clivage entre les filières "cinéma" et "audiovisuel". En outre, elles laissent de côté des disciplines essentielles comme l'écriture du scénario, la décoration, les effets spéciaux, etc..

Pourtant, il existe plusieurs lieux de formation, que ce soit au niveau de la formation initiale ou au niveau de la formation continue. Parmi les principaux, il y a d'abord l'Institut des hautes études cinématographiques (IDHEC) qui forme 22 personnes par an (dont 4 candidats étrangers) recrutés parmi plus de 500 à partir de critères à dominance littéraire et artistique. L'IDHEC est un établissement d'enseignement supérieur des techniques et arts cinématographiques et télévisuels qui forme aux métiers de réalisateur, d'opérateur de prise de vue et de monteur. Le cycle d'enseignement est de trois ans. Après la première

année, l'étudiant doit choisir une spécialisation, soit "prise de vues" ou "montage". Après les trois années d'études et l'achèvement, à l'issue de la 3e année, d'un film individuel de fins d'études, l'IDHEC délivre un certificat portant mention "réalisation" et indiquant la spécialisation suivie par l'étudiant.

Fondée en 1926, l'École nationale Louis Lumière, seule école nationale, dépend du ministère de l'Éducation. Elle forme des cadres supérieurs de la photographie, de la cinématographie et du son. Un concours accessible aux titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme équivalent et aux élèves des classes terminales permet de recruter 24 étudiants en photo, 24 en cinéma et 20 en son. La formation s'échelonne sur une durée de deux ans et conduit au BTS de photographie ou de cinéma option "images", ou encore de cinéma option "son".

L'Institut national de la communication audiovisuelle (INA) est né de la division de l'ORTF en 1976. Il s'agit d'un établissement public à caractère industriel et commercial qui est sous la tutelle du Secrétariat d'État aux techniques de la communication. L'INA est chargé d'intervenir à trois niveaux différents: archives, formation professionnelle, recherche et création.

En ce qui a trait à la formation professionnelle, l'INA propose des stages d'adaptation à l'intention des personnels salariés des entreprises du service public de la radio-télévision. Ces stages s'adressent aux personnes oeuvrant dans les métiers de base d'une entreprise de radio-télévision:

- .analyste de documentation
- .assistant-réalisateur
- .chef de production
- .monteur
- .opérateur de prises de vues
- .scripte
- .technicien d'exploitation du son
- .technicien d'exploitation vidéo(TV)
- .technicien supérieur(TS)

La formation des techniciens vidéo qui travaillent au niveau de l'enregistrement, du traitement et de la diffusion du signal de télévision et les formations aux métiers de la production (analyste de documentation, assistant réalisateur, scripte, monteurs, OPV, techniciens du son et chargés de production) représentent deux autres secteurs d'enseignement de l'INA.

Deux écoles de journalisme, soit le Centre de formation des journalistes (CFJ) et l'École supérieure de journalisme de Lille (ESJ) assurent aussi un enseignement dans le domaine de la communication audiovisuelle. Le CFJ qui est né en 1946 comprend une section appelée "journalistes-reporters d'images" qui prépare l'étudiant, lors d'un cours d'une durée de deux ans, à la profession de caméraman dans les unités d'information des télévisions. Etablissement privé d'enseignement technique supérieur fondé en 1924, l'ESJ dispense un enseignement d'une durée de deux ans dont le but est de former des journalistes polyvalents destinés à travailler dans les secteurs de l'information les plus divers : presse écrite, agence de presse, station de radio et de télévision.

Outre les organismes de formation professionnelle, les universités et écoles sont impliquées dans la formation initiale aux métiers de l'audiovisuel en France. A ce niveau, et à quelques exceptions près, la formation est essentiellement théorique: on y prépare plutôt des généralistes de l'audiovisuel que des professionnels de la production. L'impossibilité de consentir des investissements importants au niveau de l'équipement constitue la principale raison de cette carence au niveau de la formation professionnelle.

Un certain nombre d'instituts privés dispensent également une formation initiale. Le Centre d'études et de recherche de l'image et du son (CERIS) propose deux grands groupes de formations professionnelles audiovisuelles, soit les stages techniques de 7 mois, soit les stages pour technicien de l'image et du son de 2 ans. L'Ecole supérieure de réalisation audiovisuelle (ESRA) s'adresse aux étudiants et étudiantes de toutes nationalités. Une formation est offerte dans les domaines suivants: réalisation audiovisuelle (3ans), publicité audiovisuelle et journalisme audiovisuel (1an). L'Ecole supérieure libre d'études cinématographiques (KSEC) n'est accessible qu'aux titulaires du baccalauréat ou aux étudiants de même niveau. Finalement, créé en 1983, le Studio-école de France propose, sur une période de 2 années une formation pratique pour un premier emploi dans une radio professionnelle ou une formation générale préparant à des postes d'encadrement dans les différents secteurs de l'audiovisuel: télévision, radio, vidéo, câble...

La plupart des centres proposent aussi des programmes de formation continue. Un organisme comme l'INA, non seulement joue un rôle important dans ce domaine mais en plus, contribue à la formation d'une grande partie du personnel des télévisions des pays africains.

La Belgique compte un nombre surprenant de centres de formation dans le domaine de la communication. Cette situation s'explique en partie par la présence, au sein de sa population, de plusieurs groupes religieux et linguistiques.

C'est vers la fin des années cinquante que la Belgique est devenue consciente du besoin de formation de personnel qui se faisait sentir au sein de l'industrie du cinéma et de la télévision qui avait, quant à cette dernière, fait son apparition en 1953. En 1959, la Fédération catholique d'éducation créait à Bruxelles, au sein de l'Université Louvain-La-Neuve, l'Institut des arts de diffusion (IAD). Il s'agit d'un organisme autonome, financé par l'Etat et des fonds privés. L'enseignement y est donné en français et s'échelonne sur une durée de trois à quatre ans, dépendant de la spécialisation choisie par l'étudiant. Le programme de cours couvre les disciplines du cinéma, de la télévision, de la radio et du théâtre tout en soulignant la complémentarité de ces médias. Les spécialisations disponibles sont l'étude de l'image, le son, l'écriture et le montage.

Grâce au support du Gouvernement belge, l'Institut national supérieur des arts du spectacle et techniques de diffusion (INSAS) de Bruxelles, fondé en 1962, accueille chaque année un nombre d'environ 120 étudiants. La formation, donnée en

langue française, est avant tout pratique. Elle dure quatre années en ce qui concerne les réalisateurs et les producteurs, tandis qu'elle est de trois ans pour les caméramen, les acteurs, les monteurs et les responsables du son.

Le Département de communication sociale de l'Université catholique de Louvain, mis sur pied en 1966, est une institution hautement reconnue au niveau de l'apprentissage plus théorique de la communication. On y enseigne par exemple le langage de l'image, l'histoire du film, la filmologie. La Belgique compte également un centre de formation spécialisé dans le film d'animation. Il s'agit d'un département de l'Académie royale des Beaux-Arts situé à Gent. L'enseignement y est donné en hollandais.

En Suède, l'Institut suédois du cinéma a mis sur pied une école où l'enseignement concerne avant tout les métiers de création: réalisateurs, producteurs, caméramen, ainsi que techniciens du son dont le travail, à l'encontre de certains préjugés, est considéré comme une contribution créatrice. La technique du montage est étudiée par tous, tandis que celle de la scénarisation s'intègre au sein de la formation des réalisateurs. Lors de la première année, les étudiants travaillent en équipe tout en suivant des cours de

spécialisation. A la fin de l'année, chacun joue son rôle au cours de la réalisation d'un court-métrage. La seconde année est consacrée au travail en atelier. Les productions de courts-métrages alternent avec la tenue de séminaires et les cours spécialisés.

Quant à lui, le "Swedish Dramatic Institute" offre une formation de deux années dans les domaines de la réalisation et de la production, des techniques de l'image (caméra et éclairage), de la technique du son, du maquillage et du décor. Une session d'une durée de douze mois s'adresse aux personnes désireuses de s'initier aux méthodes et techniques de production du théâtre, du cinéma, de la radio et de la télévision.

On trouve aux Pays-Bas l'un des principaux centres de formation de toute l'Europe, le RNTC (Radio Netherlands Training Centre). Il forme des journalistes de la presse et des réalisateurs de la radio et de la télévision. Situé à Hilversum en Hollande, ce centre est aussi particulièrement actif au niveau de la formation d'étudiants en provenance de Pays en voie de développement. Des programmes spéciaux de onze à seize semaines sont alors offerts.

En Grande-Bretagne, on a assisté, à la fin des années

cinquante et au début des années soixante, à la création de quatre grandes écoles de cinéma et de télévision. Elles comblaient alors le vide créé à la suite du déclin des grands studios cinématographiques qui avaient assuré jusqu'alors la formation des personnels de l'industrie de l'image.

L'une de ces écoles, la "School of Film and Television" du "Royal College of Art", accueille chaque année une soixantaine d'étudiants qui arrivent des universités, des écoles d'art, de technologie, de musique, de l'industrie du film et de la télévision. Le programme d'études est de trois ans. Les départements d'enseignement sont les suivants : télévision, caméra et éclairage, montage, son, animation, dessin, histoire du film.

La "London Film School" (LFS) constitue la plus grande école de formation du Royaume-Uni. Elle accueille également un nombre important d'étudiants étrangers. Il s'agit d'une institution indépendante, à but non lucratif, dont la philosophie consiste à considérer le cinéma non seulement en tant qu'Art mais également en tant que technique et industrie.

Une autre grande école, "The School of Film" fait partie du

"Central London Polytechnic" et offre un programme d'études de trois ans se terminant par la réalisation d'un film par l'étudiant. Finalement, l'Université de Bristol dispense un certificat d'une durée d'une année dans le domaine de la radio, du cinéma et de la télévision. L'objectif est de préparer l'étudiant à la pratique du travail au sein de ces médias.

Outre ces quatre grandes écoles, deux organismes complètent le tableau principal de la formation en communication audiovisuelle en Grande-Bretagne. La "National Film School" (NFS) a été créée en 1971. En plus d'offrir une formation professionnelle au personnel de la télévision et du cinéma, la NFS a mis sur pied de courtes sessions de formation destinées à des professionnels d'autres domaines et qui sont désireux d'employer des techniques de communication dans leur travail. La B.B.C. de Londres dispose d'un centre de formation très important (B.B.C. Staff Training Department) dont une section est chargée de répondre aux besoins des professionnels étrangers, principalement des Pays en voie de développement.

LA FORMATION EN COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

EN AMERIQUE DU NORD

Ce sont le Canada et les Etats-Unis qui comptent, à travers le monde, le plus grand nombre d'institutions de formation dans le domaine du cinéma et de la télévision. La caractéristique principale de la formation en audiovisuel en Amérique du Nord est qu'elle est dispensée à travers le réseau académique, principalement les collèges et universités. Il n'existe que très peu de centres privés de formation professionnelle et l'enseignement qu'on y donne s'adresse avant tout aux personnels désireux de se perfectionner ou de se recycler.

Aux Etats-Unis, jusqu'au début des années cinquante, la formation en production cinématographique était assurée par l'industrie du film elle-même qui, concentrée dans le sud de la Californie, produisait des milliers de films. Les grandes compagnies cinématographiques qui avaient dominé la scène internationale du film pendant trois décades commencèrent à voir leurs activités décliner avec l'apparition d'un nouveau médium: la télévision. Cette baisse de production dans l'industrie du cinéma allait entraîner par

voie de conséquence une diminution quant aux opportunités de travail et de formation sur le tas s'offrant aux personnes désireuses d'oeuvrer dans ce secteur d'activités. A cette époque les quelques écoles de cinéma qui avaient été créées au sein des universités n'étaient pas encore prises au sérieux.

Toutefois, les innovations technologiques telles que par exemple la caméra portative, qui ont vu le jour durant les années cinquante et soixante, allaient bientôt permettre à de nouvelles catégories de personnes de faire du cinéma ailleurs que dans les grands studios des compagnies. Lentement mais sûrement, le cinéma a cessé d'être considéré comme une discipline frivole pour être pris sérieusement en compte par le monde de l'enseignement académique.

Jusqu'en 1965, les études de cinéma et de télévision furent limitées à quelques programmes, principalement au sein d'écoles situées à Los Angeles et à New York. Les départements de cinéma fournissaient un enseignement technique. En 1971, une étude réalisée par l'American Film Institute permit de recenser 427 collèges et universités fournissant une formation quelconque au niveau du cinéma. Plus de 3 000 étudiants suivaient des cours de production cinématographique au sein de 96 universités.

En 1978, on dénombrait 1 067 institutions d'enseignement offrant un total de 9 228 cours dans le domaine du film, de la télévision et des disciplines connexes. Selon les dernières statistiques que nous avons pu consulter et qui datent de 1980, 44 183 étudiants étaient inscrits à des cours en communication audiovisuelle, dont 23 356 en télévision et 12 526 en cinéma.

Bien que plusieurs universités et collèges aient développé des programmes qui leur sont spécifiques, il est important de considérer que le cinéma et la télévision sont enseignés dans plusieurs départements académiques, tels, par exemple, ceux d'Anglais, d'Histoire et d'Art. Ils font alors partie de cours interdisciplinaires qui incluent des disciplines comme l'anthropologie, l'histoire, les sciences sociales et politiques. Une des conséquences de cette situation est que jusqu'à la fin des années soixante-dix, il était courant de rencontrer des professeurs qui n'avaient jamais eux-mêmes suivi de cours par exemple sur le cinéma, parce qu'il n'en existait pas au moment de leurs études. D'autre part, le contexte académique qui sous-tend l'enseignement et l'étude du cinéma et de la télévision influe nécessairement sur l'angle d'approche qui sera abordé au niveau du sujet. Par exemple, un département d'histoire pourra considérer le film

comme un outil permettant de tracer un portrait de la période où il a été réalisé.

Dans un article paru en 1984 et dans lequel il prône la nécessité de mettre sur pied des cours consacrés à "l'industrie du film américain"(15), Gary Edgerton fait remarquer une certaine différence, au niveau de l'éducation supérieure, en ce qui a trait à l'enseignement de la télévision (et de la radio) et du cinéma. Au niveau des études en télévision, l'accent est mis sur le promotion et les composantes économiques du média, sur la gestion, le droit, l'analyse des audiences, et non pas sur l'aspect esthétique de la télévision. Par contraste, la majorité des cours des collèges et universités favorisent plutôt encore aujourd'hui l'étude de l'esthétique du cinéma et prennent peu en considération les différentes facettes et implications du cinéma en tant qu'industrie. Ainsi, peu de cours fournissent une description du fonctionnement et de la structure de l'industrie cinématographique aux Etats-Unis.

Pourtant, l'étudiant désireux de faire carrière dans le monde cinématographique devrait être initié à ses diverses composantes (production, promotion, distribution, critique, documentation, publicité, etc.) afin d'être en mesure de faire un choix éclairé.

En 1968, l'"American Film Institute" a mis sur pied le "Center for Advanced Film Studies", organisme dont le but est d'établir un lien entre les écoles de cinéma établies au sein des institutions académiques et le milieu professionnel. Les étudiants du centre doivent d'abord avoir complété un apprentissage scolaire de base et acquis une certaine expérience en cinéma ou dans un autre secteur artistique. L'enseignement y est très individualisé et comprend des visionnements de films, des séminaires avec des cinéastes professionnels et la réalisation de films sous la direction de conseillers professionnels et du personnel du centre.

Au Canada, l'Institut canadien du film, organisme sans but lucratif qui travaille au développement des industries du film, de la télévision et de la communication depuis sa fondation en 1935, publie un répertoire annuel des cours de communication offerts à travers le pays (16). Le Guide 1985 des programmes d'études offerts au Canada en cinéma, télévision et communication recense 47 institutions scolaires de niveau collégial et universitaire offrant des programmes d'études en cinéma et 32 en télévision.

Tout comme aux Etat-Unis, les études cinématographiques sont souvent placées sous la tutelle de disciplines traditionnelles (anglais, théâtre, langues vivantes, histoire de l'art...). Des départements d'études cinématographiques existent au sein de certaines universités, mais ils doivent affronter de nombreux problèmes, tels le manque de ressources financières et de professeurs qualifiés. De l'examen des programmes d'études en cinéma, on en arrive à la constatation qu'il existe deux formes d'enseignement de ce médium qui n'ont que peu de rapport entre eux: l'enseignement (professionnel) du cinéma comme technique et son enseignement (théorique) comme forme d'art ou de communication, qui est la plus répandue.

Si on prend l'exemple du Canada français, le Québec, la formation professionnelle aux techniques ou aux métiers de la communication (journalisme, cinéma, télévision, vidéo, relations publiques, etc.) fait partie des objectifs du programme de premier cycle des universités. En est exclue la formation des techniciens au sens strict du terme: les techniciens de montage, caméramen, techniciens d'entretien et de réparation, régie d'image et de son, etc. relèvent des programmes spécialisés des institutions d'enseignement de niveau collégial (les C.R.G.E.P.). Il faut ici souligner que le diplômé de premier cycle en communication est un

"spécialiste en généralités", et cela, en partie du moins, en accord avec les milieux de travail qui préfèrent ajouter sur le tas le développement de certaines habiletés spécifiques, ce qui serait mieux assuré à travers l'expérience que par des enseignements.

Deuxième partie:

LES ORIENTATIONS POSSIBLES

DE LA FORMATION AUX MÉTIERS

DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Le mandat que l'UNESCO a confié à l'Institut international de la communication de Montréal consistait à :

- "élaborer une étude préparatoire en vue de la réunion prévue en 1985, d'un groupe de travail qui aura pour objet, d'une part, de déterminer les grandes orientations en matière de contenus et de méthodes ainsi que les cadres de la formation des personnels de production et de diffusion de biens et services culturels, et, d'autre part, de proposer un programme de recherches à mettre en oeuvre dans ces domaines ".

Au cours de la première partie de ce rapport, nous avons fait un rapide survol de la situation de la formation en communication dans les grandes régions du monde. On peut en conclure entre autres que lorsque la formation est dispensée en milieu de travail (sur le tas), elle l'est de façon généralement empirique et non systématique. Lorsqu'elle est offerte dans des institutions spécialisées, celles-ci sont, en général, rattachées à des universités. Dans ce domaine comme dans tant d'autres, la situation varie selon les régions du monde, et l'Afrique, tout comme certaines régions d'Asie, est moins favorisée que l'Europe, l'Amérique du nord et même l'Amérique du Sud.

Mais même lorsque la formation est offerte dans des institutions spécialisées, elle varie énormément, non seulement d'un pays à l'autre mais à l'intérieur même de chaque pays. Souvent, celle offerte en milieu universitaire demeure trop théorique et ne semble pas suffisamment prendre en compte les besoins mouvants et en rapide évolution du milieu de travail. Les institutions à caractère professionnel semblent être mieux à même de satisfaire les exigences des futurs employeurs. Cependant, elles exigent des moyens matériels très importants, tant en encadrement humain spécialisé qu'en ressources techniques de pointe.

Il n'y a que peu d'institutions qui offrent une formation dans l'ensemble des domaines de la communication. La plupart se spécialisent soit dans la formation de journalistes, soit dans celle du personnel technique de la radio ou de la télévision, soit dans le domaine des sciences de l'information ou de la communication ou encore celui des études cinématographiques. On retrouve rarement sous un même toit l'ensemble des fonctions de communication telles que l'on va les retrouver sur le marché du travail. Cette division ne facilite pas une formation polyvalente qui semble devoir correspondre de plus en plus à l'évolution des besoins.

Les aspects positifs et négatifs de la formation à l'étranger sont également ressortis. Il semble que malgré les divergences de vues sur les avantages et inconvénients de cette formation sur les plans, culturel, technologique et économique, il y ait unanimité sur le fait que cette formation est dans bien des cas indispensable mais qu'elle doit se situer à un niveau de perfectionnement. En effet, il est essentiel que les étudiants reçoivent leur formation initiale dans leurs pays d'origine.

Une autre constatation s'impose: alors qu'à maints endroits on déplore le manque de formation des artisans de la communication, on retrouve souvent dans ces mêmes pays, des personnes formées ne trouvant pas d'emploi dans les médias ou qui sont sous-utilisées dans des administrations publiques. Dans beaucoup de pays, notamment en Amérique latine, les écoles ou départements de communication tendent à produire de futurs chômeurs ou du moins des personnes qui ne trouveront pas nécessairement du travail dans le domaine souvent trop restreint ou trop théorique de leur formation. Ce qui démontre la nécessité d'une plus grande adéquation entre la formation et le milieu de travail et entre la théorie et la pratique.

Mais le problème ne vient pas que des centres de formation. Il vient souvent des employeurs, surtout quand ceux-ci sont des Fonctions publiques comme dans le cas, par exemple, des médias africains. En effet, ces employeurs valorisent les diplômes universitaires, ne considèrent pas ou peu la formation acquise sur le tas et ne tiennent pas ou peu compte, dans leurs échelles de salaire, de l'expérience personnelle et de la compétence particulière des artisans de la communication.

Avant de proposer des orientations possibles en matière de contenus, des méthodes et des structures quant à la formation, avant également de proposer des programmes de recherches, il faut se pencher sur l'évolution du rôle de la communication dans nos sociétés et sur la définition même des concepts de "biens et services culturels". Il faut aussi s'arrêter un instant sur l'évolution des nouvelles technologies de communication qui sont en train de transformer notre environnement communicationnel et par conséquent culturel. Grâce à cette double réflexion préalable, nous pourrions mieux cerner un marché de travail dont l'évolution est si rapide qu'il est pratiquement en pleine mutation. Il sera aussi moins difficile de faire une typologie des fonctions de communication en les regroupant le plus possible. Sans cet effort préliminaire, qui peut sembler théorique, mais qui nous apparaît fondamental, parler de formation consiste à "mettre les boeufs avant la charrue".

LE ROLE DE LA COMMUNICATION DANS NOS SOCIETES

Se poser des questions sur la formation des personnels appelés à produire et à diffuser des biens et services culturels, nécessite une réflexion préliminaire sur ces concepts chers à l'UNESCO, de biens et services culturels. Selon nous, les biens culturels sont des artefacts, des oeuvres créées par les hommes et pour les hommes et qui s'inscrivent dans le monde des signes, dans celui des symboles. L'être humain vit simultanément dans un double monde, celui des choses et celui des signes, celui des objets et celui des symboles. Il est entendu que tous les objets qu'il produit sont connotés culturellement, que ce soient ses vêtements, ses meubles, ses machines même, mais leur raison d'être première est de satisfaire un besoin physique, matériel, alors que le bien culturel qui joue souvent également un rôle second de type utilitaire, a comme premier objectif de satisfaire un besoin intellectuel ou spirituel.

Le monde des signes -celui des symboles- est le monde de la communication. Or la communication n'est pas un simple transfert d'information entre un émetteur -qui sait- et des récepteurs -qui ne savent rien-. Ce n'est pas non plus un simple moyen de permettre à ceux qui détiennent le pouvoir

ou qui ont des objets ou des idées à vendre, d'atteindre leurs objectifs. Non, il s'agit d'un système ouvert d'interrelations des hommes entre eux qui tentent, grâce au jeu de l'information, d'interagir entre eux pour le meilleur ou pour le pire. Et comme ces interrelations qui se font à l'aide des différents langages, se situent toujours par rapport à des espaces et des temps, les hommes ont créé des moyens technologiques de plus en plus puissants pour communiquer à travers ces différents espaces et ces différents temps.

Donc les biens culturels sont à la fois des produits et des moyens de communication. De même les services culturels sont des services de communication destinés à faciliter les interrelations entre les êtres humains. Il est clair, dans ce contexte, que l'adjectif "culturel" n'est pas employé au sens de la culture "cultivée", et ne se veut porteur d'aucun jugement de valeur "a priori" (17). Un bien est dit "culturel" dès qu'il est le produit d'une activité créatrice d'un être humain. Et ceux qui nous intéressent ici sont ceux qui ont été produits par l'homme et par le truchement d'un de ses médias (que Pierre Schaeffer a si justement un jour qualifiés de "machines à communiquer").

Cette étude doit mettre l'accent sur les biens culturels produits par des médias audiovisuels, c'est-à-dire des médias de masse tels que la radio, la télévision, le cinéma mais auxquels on devrait ajouter les systèmes d'édition audiovisuelle telles que le disque et le vidéo (soit conçus en priorité pour diffusion sous forme de cassettes -des vidéoclips par exemple- soit envisagés comme systèmes de diffusion de documents cinématographiques ou télévisuels). Nous verrons plus loin qu'il faut aussi y ajouter des nouveaux médias (ceux du "narrowcasting") et des nouveaux services offerts notamment par les technologies nouvelles. Et ce n'est pas tout car les créateurs de produits culturels ne se retrouvent plus uniquement dans les médias, mais dans d'autres lieux de travail que nous analyserons plus loin.

D'ailleurs si l'on voulait être exhaustif, il ne faudrait pas étudier les métiers de la communication uniquement à travers ses médias. Les divers arts, notamment ceux du spectacle, constituent des biens culturels et font appel aux mêmes métiers que certains des médias -auteurs, comédiens, metteurs en scènes, décorateurs, éclairagistes, techniciens du son, etc. La formation requise pour un décorateur de théâtre ne ressemble-t-elle pas à celle d'un décorateur de télévision? On se rendra compte plus

loin de la difficulté de délimiter les cadres des différentes formations.

EVOLUTION DES TECHNOLOGIES

Non seulement est-il difficile de séparer les biens culturels produits ou diffusés par les médias de ceux qui constituent non pas des documents mais des événements, il est aussi, de plus en plus artificiel, au niveau de la formation comme au niveau du travail d'ailleurs, de séparer de façon rigide les médias dits audiovisuels, des autres fondés sur l'écrit.

D'une part, beaucoup des personnes qui occupent des fonctions de communication passent leur vie professionnelle à se promener d'un média à l'autre. C'est le cas des auteurs qui publient des livres, les adaptent pour le cinéma et vivent des téléromans qu'ils écrivent. C'est le cas des journalistes qui, pendant la durée de leur carrière passent de la presse écrite à la radio et à la télévision. C'est aussi vrai pour les concepteurs graphiques qui font la conception et la réalisation visuelle de documents non seulement destinés à être imprimés mais destinés à des productions audiovisuelles et dont plusieurs s'orientent vers les nouveaux modes d'expression télématiques (vidéotex et télétexte). Les éditeurs de livres et les producteurs de disques ont bien des choses en commun, les personnes

responsables de la diffusion de ces "documents", qu'ils soient écrits ou audio-visuels, ont besoin du même type de compétences. Et nous pourrions continuer la liste longtemps!

D'autre part, un nouveau phénomène est en train de se produire dans le monde des médias, qui est le fruit non pas seulement de leur profilération mais plutôt celui de leur intégration. Il est important que les responsables des programmes de formation et de recherches dans le domaine de la diffusion des biens et services culturels s'en rendent compte. C'est ce phénomène d'intégration qui, depuis quelques années, nous fait entrer de plain-pied dans l'ère de la télémediatique et de l'audio-scripto-visuel. (18)

La première expression se réfère aux moyens technologiques de communication et l'autre, aux langages utilisés par ces moyens. La télémediatique décrit le mariage à trois des télécommunications, des médias et de l'informatique. L'audio-scripto-visuel situe l'écriture phonétique par rapport aux langages acoustiques et visuels et propose un système de classification qui définit trois langages de base: l'audio, le visuel et le scripto (langage créé par l'homme), deux langages synthétiques: l'audiovisuel (qui combine son et image) et le scripto-visuel (qui combine le mot écrit et l'image).

Il n'entre pas dans le cadre d'un tel document d'approfondir ces notions. Cependant, il nous semble essentiel d'attirer l'attention sur le fait suivant. Traditionnellement les médias reproduisaient chacun des langages de façon "analogique", par exemple une machine à écrire reproduit sur une feuille de papier l'empreinte d'une lettre de métal, le téléphone ou le magnétophone décompose le son en onde électrique. Ainsi chaque média avait son propre langage et ne pouvait passer de l'un à l'autre comme le font sans cesse les êtres humains.

Les nouvelles technologies ont recours de plus en plus souvent au signal "numérique" (binaire ou digital), celui qui est à la base même de l'informatique. Dans ce cas, le message, qu'il soit à l'origine audio, visuel ou scripto, est codé de la même façon et par conséquent stocké, transporté à distance et manipulable de la même façon et sans distinction. Le vidéodisque piloté par ordinateur constitue le premier véritable média audio-scripto-visuel de même que le vidéotex (et les divers systèmes télématiques) constituent (ou devraient constituer) des médias scriptovisuels.

Les conséquences de cette constatation pour les personnels de production et de diffusion de biens et services culturels seront considérables au cours des prochaines années. Or les écoles de formation doivent préparer leurs étudiants pour le marché du travail non pas avec les techniques d'hier, mais avec celles d'aujourd'hui et en fonction de ce qui est prévisible pour demain. Et même, au niveau de la recherche, les centres de formation en communication devraient être à la fine pointe technologique. Les technologies ne sont pas neutres, et il est important de comprendre en quoi elles vont changer non seulement la façon de produire et de diffuser des biens culturels mais la nature même de ces biens et services culturels.

Il nous faut maintenant analyser un autre phénomène qui, lui aussi, marque profondément le marché du travail et devrait, en conséquence, affecter la formation proposée: il s'agit de l'évolution des lieux de travail.

L'ÉVOLUTION DES LIEUX DE TRAVAIL

L'évolution des lieux de travail est un phénomène relativement nouveau et qui prend une ampleur considérable depuis les 10 ou 15 dernières années. Nous pouvons regrouper ces lieux de travail en trois grandes catégories : les médias, les institutions et les PME - Petites et Moyennes Entreprises de communication - (voir la Fig.1). Chacune de ces catégories est elle aussi en pleine évolution de façon différente selon les continents et les pays, mais le phénomène est suffisamment universel pour que nos remarques s'appliquent partout "mutatis mutandis".

Les médias de communication : presse écrite et édition pour l'écrit, radio, télévision, cinéma et industrie du disque pour l'audiovisuel, ont été les grands employeurs des personnels de communication entre les années 1950 et 1970. Mais un peu partout dans le monde, le nombre des grands médias de masse, publics ou privés, s'est stabilisé. Ils ont pratiquement tous atteint leur taille optimale, même souvent l'ont dépassée au point que l'on assiste dans les grands médias, surtout dans ceux qui appartiennent aux États, à une phase de "dégrossissement". Ils ne sont plus créateurs de beaucoup d'emplois car leurs équipes sont

constituées et le roulement des postes n'est plus fonction de développement mais est de plus en plus lié aux départs à la retraite, départs souvent encouragés et anticipés.

Depuis le début des années 70, ce sont de nouveaux médias qui recrutent, des médias spécialisés qui visent des clientèles spécifiques et qui font du "narrowcasting" par opposition au "broadcasting" des médias de masse. Ce sont les postes de radio diffusant en modulation de fréquence (M.F.) et qui se spécialisent dans la diffusion de tel type de musique, de nouvelles ou de sport; les stations de télévision diffusant sur les fréquences ultra courtes (UHF) ou sur le câble et offrant des programmations locales ou "pointues", les circuits parallèles de distribution de films ou de disques que constituent les vidéo-clubs.

On qualifie certains de ces médias d'alternatifs car ils ont soit des structures administratives différentes des autres, soit des objectifs ou même des idéologies propres. C'est le cas de certaines des radios dites libres en France, des radios et télévisions communautaires en Amérique du Nord, de certaines radios rurales en Amérique du sud ou en Afrique.

Le travail, dans ces nouveaux médias qui disposent de peu de moyens technologiques, de peu d'encadrement administratif et de peu de ressources financières, est très différent de celui qui se fait dans les médias de masse dont les méthodes de travail ont été, au cours des années, formalisées, normalisées et enchassées dans des conventions collectives. La division des tâches que l'on retrouve dans les grands médias (on a dénombré 173 catégories professionnelles à l'ORTF) (19) ne se retrouve plus, ni dans les nouveaux médias, ni d'ailleurs dans les médias de certains pays en voie de développement.

Les artisans qui y oeuvrent doivent être polyvalents et capables de maîtriser plusieurs techniques professionnelles. En outre ces artisans doivent participer aux objectifs de ces médias alternatifs, particulièrement ceux de type communautaire (même s'ils appartiennent à l'Etat comme dans le cas de certaines radios rurales), ils doivent donc avoir une conscience socio-culturelle très poussée. L'on se rend compte tout de suite des conséquences, sur le plan de la formation, de cette évolution du marché du travail au sein des médias de communication.

Il faut également faire état de ce que l'on appelle parfois les nouveaux services qui, de plus en plus, sont ou seront offerts au public par les compagnies de câblodistribution ou par les compagnies publiques ou privées de téléphone. Ces services, vidéotex et télétexte notamment (20), entraînent la production de produits culturels télématiques et font appel à des créateurs graphiques que l'on appelle parfois au Québec des "médiatiseurs". Il y a également d'autres types de produits qui marient la vidéo et l'informatique, par exemple les jeux vidéos qui constituent une forme nouvelle de produits culturels (certains diraient, une nouvelle culture). Le monde de la télématique nous réserve sans doute d'autres services et d'autres produits qui se répandront comme une traînée de poudre à travers le monde.

Mais les médias, anciens ou nouveaux, ne sont plus les seuls employeurs des personnels formés dans la production et la diffusion de produits culturels. De plus en plus, des institutions, que ce soient des ministères, des entreprises publiques, para-publiques ou privées, des maisons d'enseignement, font appel à des personnels de communication.

Ceux-ci sont appelés à travailler dans des services de communication responsables de la communication interne et/ou externe et dont le nom varie selon les endroits: Bureau d'information, Service de relations publiques, Direction des communications, etc. Ces services deviennent de plus en plus considérables; dans de grands ministères ou dans des entreprises importantes, ils peuvent compter au-delà de cent personnes. Ils requièrent non seulement les services de communicateurs institutionnels (21) qui jouent des rôles de relationnistes, d'attachés de presse, mais aussi ceux de responsables de publications, de graphistes, de créateurs et concepteurs de documents, soit écrits, soit audiovisuels. Certains de ces services comportent des circuits fermés de télévision et ont des équipes complètes de production.

Ces institutions font aussi appel à des professionnels de la communication audiovisuelle au sein de leurs services de formation. Plusieurs grands ministères et grandes compagnies ont de véritables centres de formation équipés des diverses technologies audiovisuelles. Et que dire des maisons d'enseignement, écoles, collèges, universités qui, depuis les années 70, ont ouvert des centres audiovisuels et des services de ressources pédagogiques et qui font appel à des personnels de production, au point qu' au Québec on utilise l'expression "audiovisualistes" pour décrire les personnes

qui travaillent dans de tels centres (22). Dans certaines universités nord-américaines, la formation dispensée dans les départements de technologie éducationnelle (ou éducative, le vocabulaire n'étant pas arrêté à ce sujet) recoupe sur plusieurs points celle dispensée dans les départements de communication.

L'on se rend compte que l'audiovisuel au service de la communication institutionnelle, tout comme l'audiovisuel au service de la formation, représente un nombre important de débouchés pour les personnes formées en communication. Les responsables des centres de formation doivent nécessairement être conscients de ce fait en établissant leurs programmes et leurs méthodes pédagogiques.

Le troisième lieu de travail possible est constitué par ce que nous aurions envie d'appeler les PMECC - Petites et Moyennes Entreprises de Communication. Il s'agit des services professionnels de communication offerts par une personne seule, par un groupe d'associés ou par une petite entreprise à des institutions diverses. Il peut s'agir de cabinets qui remplissent une fonction conseil en communication ou en relation publique. Ces PMECC fournissent des services, soit de consultation, soit de réalisation de campagnes d'information ou de sensibilisation.

Il peut s'agir aussi de petites entreprises qui offrent un ou des services de production. Cela peut aller d'un petit centre de conception et de réalisation graphiques à des studios de production audio ou vidéo, et même à des maisons de production de films. D'autres offrent des services de diffusion et facilitent la distribution et la mise en marché de produits culturels.

Ces PMEC, dont les plus petites sont constituées d'un pigiste qui se donne un statut juridique pour fin d'impôt et dont les plus importantes ressemblent de plus en plus à des cabinets d'ingénieurs conseils ou de comptables agréés, offrent leurs services aux agences de publicité, aux services institutionnels de relations publiques ou de formation. Ils collaborent beaucoup entre eux, se passant des clients, chacun assumant une partie de la production d'un document écrit ou audio-visuel, ou de la réalisation d'une activité de communication.

Ces PME tendent aussi à offrir leurs services aux médias de communication eux-mêmes. En effet, dans les pays du Nord, ces derniers ont très souvent atteint et dépassé leur taille optimale au point qu'ils favorisent maintenant le recours à des producteurs privés plutôt que d'accroître

leur capacité de production. Et même dans les pays en voie de développement, le nouveau discours des dirigeants va dans le sens de favoriser l'entreprise privée plutôt que de grossir des fonctions publiques de plus en plus coûteuses et pas toujours efficaces.

Les diplômés des centres de formation qui ne trouvent pas de travail dans les structures existantes, peuvent alors faire montre d'initiative et se regrouper à quelques-uns pour offrir des services de conseil, de conception, de production et de diffusion . Les développements récents de la technologie rendent de plus en plus possible la création de ces PME car les équipements sont relativement de moins en moins coûteux, exigent des équipes de plus en plus légères et permettent une souplesse et une créativité que n'ont plus toujours les grandes structures.

Personnellement nous croyons que ces PME vont représenter les débouchés sans-douteles plus stimulants et probablement les plus nombreux au cours des prochaines années. Quel centre de formation actuel dans le monde prépare ses futurs diplômés dans ce sens ?

LES FONCTIONS LIÉES A LA COMMUNICATION

De même que les lieux de travail des personnels de la communication se transforment au fil de l'évolution des sociétés, les fonctions liées à la communication en général et à la production des biens culturels en particulier se modifient rapidement. Nous croyons que la tendance à l'hyper-spécialisation que l'on a connue commence à être battue en brèche par la modification des lieux de travail d'une part, et par l'évolution technologique d'autre part.

Aussi avons-nous tendance à regrouper ces diverses fonctions en quatre grandes catégories, quitte à les sous-diviser pour tenir compte de la complexité des opérations requises. La figure 2 (page suivante) présente non pas une véritable typologie des fonctions mais plutôt une nomenclature des principales d'entre elles, regroupées en grandes catégories. Il apparaît difficile de faire une typologie exhaustive des "personnels de production et diffusion des biens et services culturels audio-visuels, à l'exclusion des personnels purement technique et artistique", comme l'a demandé l'UNESCO. En effet, une telle typologie nous semble impossible car les fonctions varient non seulement d'un pays à l'autre, mais souvent d'une institution ou d'un média à

**FIG.2. Typologie générale des fonctions
liées à la communication**

Fonctions de gestion :

Directeur- chefs de services
Producteur- planificateur
Promoteur- responsable financier
Relationniste - communicateur institutionnel

Fonctions de diffusion :

Programmateur
Vendeur/ acheteur
Impresario
Distributeur- courtier- intermédiaire

Fonctions de production :

Auteur - concepteur - scénariste
Concepteur visuel- graphiste- décorateur
Journaliste- rédacteur- chercheur
Animateur- speaker- annonceur
Comédien- chanteur -danseur-
Réalisateur- assistant - script - metteur en onde
Maquilleur- costumier
Régisseur- personnel de plateau
Technicien de production, caméraman, ingénieur du son,
Eclairagiste, perchiste etc
Monteur- film- vidéo

Fonctions de soutien :

Administrateur, personnel de bureau
Technicien de maintenance,
Chauffeurs, ouvriers, personnels divers

l'autre. De plus le vocabulaire n'est pas fixé et même à l'intérieur de la francophonie, les titres diffèrent, notamment entre la France, le Canada et la Belgique.

Il serait utile d'analyser ce tableau à partir des quatre catégories que nous avons établies.

Les fonctions de gestion sont celles qui assurent le fonctionnement des "industries culturelles". Elles ressemblent en général à celles que l'on retrouve dans d'autres types d'entreprises. Les personnes qui occupent ces fonctions peuvent venir de deux sources différentes qui vont influencer leur façon d'agir et requérir des compléments de formation de nature totalement différente.

Souvent, et probablement dans la majorité des cas, les gestionnaires -directeurs, planificateurs, cadres divers des médias de communication- sont, à l'origine, des professionnels de la communication qui ont "gravi les échelons" (que ce soient des journalistes, des réalisateurs, ou tout autre professionnel). Dans ce cas, on peut prendre pour acquis qu'ils connaissent les problèmes liés à la fabrication d'un produit culturel mais qu'ils ignorent probablement les rudiments de la gestion, notamment de la gestion du personnel et qu'ils ne sont probablement pas

conscients des responsabilités sociales et économiques que doivent assumer les dirigeants d'entreprises de communication. Dans ce cas, le complément de formation requis est de nature administrative et socio-économique.

Parfois cependant, les dirigeants des grands médias ou des grandes entreprises de presse sont avant tout de grands administrateurs, de grands commis de l'Etat ou des gestionnaires accomplis. Dans ce cas, ils devraient avoir comme priorité de se donner une formation minimale en communication. Ils doivent non pas connaître toutes les techniques de la fabrication de leurs produits culturels, mais en comprendre les mécanismes. Ils doivent se rendre compte des aspects culturels de leurs activités. Ils ont donc besoin d'un complément de formation en communication et d'une sensibilisation aux phénomènes culturels.

Les fonctions de diffusion requièrent également des qualités exigées dans d'autres secteurs d'activité. Il faut être capable d'établir des stratégies, être sensibilisé aux techniques de mise en marché, avoir un certain goût pour la vente. Qualités et techniques qui ne sont pas nécessairement innées chez tous les professionnels de la communication, surtout ceux qui occupent des fonctions très liées à la création et à la production. Cependant pour que cette

fonction de diffusion puisse être bien assumée, il faut qu'elle soit remplie par des personnes compétentes. Elles peuvent venir du monde des médias et doivent alors acquérir les techniques qui leur manquent ou encore venir du monde de la vente et apprendre à connaître leur produit. Cette fonction de diffusion est essentielle pour la survie des produits culturels: être diffusé! n'est-ce pas là la raison d'être d'un produit culturel?

Les fonctions de production sont celles qui font directement l'objet de cette étude. En pratique cependant, dans les médias, ce sont souvent les mêmes personnes, qui à un moment ou à un autre de leur carrière, remplissent différentes fonctions. Et ceci est d'autant plus vrai en fonction des divers lieux de travail que nous avons décrit plus haut. Nous aurions pu établir d'autres distinctions entre les personnels de création, de conception et de réalisation. Mais ces distinctions nous apparaissent de moins en moins vraies, il y a un va et vient de plus en plus grand entre la création et la production. Les nouvelles techniques enlèvent de plus en plus d'intermédiaires entre les créateurs et les "metteurs en boîte" de documents.

Enfin, nous nous rendons compte que si toutes les personnes qui remplissent les différentes fonctions du tableau 2 oeuvrent ensemble pour fabriquer un produit ou offrir un service culturel, que ce soit dans le cadre d'un média, d'une institution quelconque ou de plusieurs PMEC, ils exercent des fonctions qui demandent des compétences très variées. Seules certaines fonctions de production sont véritablement spécialisées, les autres requièrent des compétences, par exemple administratives ou techniques, que l'on peut acquérir hors du milieu de la communication. Mais toutes ces fonctions concourent à la même fin, c'est-à-dire à fabriquer et à diffuser des produits culturels qui s'inscrivent, qu'on l'admette ou non, dans une démarche communicationnelle sociale.

Troisième partie:

LES PROGRAMMES DE FORMATION

ET DE RECHERCHES

A la suite de notre panorama de la situation de la formation aux métiers de la communication à travers le monde, nous avons vu les principaux facteurs qui devraient être considérés avant la création de nouveaux centres de formation ou la mise à jour de programmes existants, à savoir : l'évolution technologique, l'évolution des lieux de travail, la diversification des fonctions de communication.

Dans cette troisième partie, nous allons formuler quelques propositions sur les structures à mettre en place, sur les contenus de l'enseignement à dispenser et sur les méthodes pédagogiques à utiliser. En formulant ces propositions, nous garderons présente à l'esprit la nécessité pour tous les personnels de production et de diffusion de biens et services culturels d'être sensibilisés à la dimension culturelle de leur fonction. Nous insisterons également sur l'importance de fonder tout programme d'enseignement sur des activités systématiques de recherches.

Il est entendu que les propositions présentées ne sont pas des recommandations d'actions à proprement dit, mais constituent un moyen de regrouper nos constatations afin d'aider les membres du groupe de travail de l'UNESCO qui devront se prononcer sur ce sujet.

LES STRUCTURES DE FORMATION

Avant de voir comment la formation doit être dispensée, il faut se demander où elle doit l'être (voir la Fig.3: "les divers lieux de formation" à la page suivante). Or nous avons vu que même dans les pays industrialisés, une partie seulement du personnel des médias (télévision et cinéma) a été formée dans des centres spécialisés. Le rapport BREDIN qui fait état de la formation en communication audiovisuelle en France fixe cette proportion de 30 à 40% dans les pays industrialisés et affirme qu'elle n'est que de 15% en France pour les personnels de création. De plus, il est évident que cette proportion est aussi très faible dans les pays en voie de développement.

Formation au travail

Compte tenu de ce fait, nous croyons que le principal lieu de formation dans la majorité des cas et pour le moment du moins, doit être au travail. En pratique, ce mode de formation continue est déjà le moyen de formation le plus répandu. Mais la formation dispensée l'est de façon empirique, au hasard de la bonne volonté, de la disponibilité et de la compétence des collègues qui entourent le nouvel employé. De plus, le travail

supplémentaire qu'entraîne cette formation n'est pas reconnu et les collègues séniors se fatiguent vite de jouer au mentor. La formation reçue n'est pas créditée professionnellement au nouvel employé car elle n'est ni sanctionnée ni reconnue.

Aussi nous croyons qu'il faut rendre systématique ce mode de formation en entreprise en prenant les moyens nécessaires pour qu'elle soit planifiée, structurée, évaluée, sanctionnée et reconnue. Les mécanismes à mettre en place sont relativement simples. Il faut qu'il y ait, dans les médias ou dans les entreprises, une personne, autant que possible au niveau de la direction, qui ait la responsabilité de définir pour chaque nouvel employé (ou lorsqu'un employé change de fonctions) -en collaboration avec les chefs de service concernés- un "programme personnel de formation sur mesure" comportant des objectifs précis et les moyens pour les atteindre.

Ces moyens vont comprendre deux éléments principaux: une formation systématique "sur le tas", c'est-à-dire sur les lieux de travail, en général de type pratique et des sessions ou des stages intensifs complémentaires, théoriques ou théorico-pratiques.

La formation sur les lieux de travail sera dispensée soit par un cadre régulier qui aura, dans sa description de fonction, cette responsabilité précise, soit par un professionnel affecté spécialement, pour un temps donné, à ce type de formation. Dans les pays en voie de développement, il peut s'agir d'un coopérant chargé d'un tel mandat. L'horaire de l'employé en formation, tout comme celui de la personne chargée de cet encadrement, devra tenir compte du temps consacré à la formation pour toute la durée du programme pré-déterminé et être en fonction du type d'activités pédagogiques prévues. Celles-ci peuvent consister en des exercices supplémentaires au travail régulier ou encore à un mécanisme spécifique de correction des travaux accomplis dans le cadre normal de la fonction.

Les stages et les sessions intensives qui se déroulent dans le même pays ou à l'étranger, doivent être parties intégrantes du programme de formation. Trop souvent ils sont choisis au hasard des invitations que reçoivent les

responsables des médias et offerts comme récompenses aux employés pour leur permettre de faire un petit voyage à l'étranger. Au contraire, s'ils font partie d'une approche cohérente, ces stages intensifs vont permettre à l'employé de marier une réflexion théorique à une pratique confrontée avec celles de collègues étrangers puisque souvent, ces stages se font à l'étranger. Cependant, les stages, ou même les sessions intensives que suivront les employés, auront d'autant plus de valeur qu'ils auront pu être préparés au préalable, lors de la formation "sur le tas", et qu'ils pourront faire bénéficier l'employé d'un suivi lorsqu'à son retour, il confrontera ses acquis nouveaux avec son collègue encadreur. Ce sont ces sessions ou ces stages qui devront permettre aux nouveaux employés de se sensibiliser à la dimension culturelle de leurs fonctions.

Il ne suffit pas que les activités prévues au "programme personnel de formation sur mesure" soient planifiées et structurées, il faut aussi qu'elles soient évaluées et sanctionnées. En effet, seul un mécanisme d'évaluation permettra à l'employé aussi bien qu'à ses autorités, de mesurer dans quelle mesure les objectifs prédéfinis ont été atteints. Pour l'évaluation du travail sur le tas, un "journal de bord" qui permet de suivre au fur et à mesure les activités de formation et complété par des tests

périodiques, nous apparaît être la meilleure formule. En ce qui concerne les stages ou les sessions, les responsables devraient exiger des organisateurs une évaluation formelle et stricte.

Mais, poussant la logique jusqu'au bout, si cette formation au travail est systématique et évaluée, il importe qu'elle soit sanctionnée par une forme quelconque de reconnaissance, une attestation par exemple. Outre la reconnaissance maison, plusieurs autres formules sont possibles comme, par exemple, la possibilité pour l'employé de se présenter à des examens de compétence professionnelle parfois gérés paritairement par un syndicat et un employeur (en Afrique, l'employeur est souvent l'Etat). Il importe que cette sanction donne lieu à des avantages financiers, à un positionnement dans l'échelle des salaires, à des promotions même. Un des problèmes, notamment dans les pays en voie de développement est que l'on favorise le diplôme, souvent sans égard à la compétence et à l'expérience. La formation "sur le tas", si elle a été systématique, devrait donner des avantages équivalents à ceux qu'obtiennent les diplômés.

A la suite de cette analyse, nous sommes à même de formuler déjà une proposition .

Première proposition :

La formation en milieu de travail est une priorité. Mais pour jouer un rôle efficace, elle doit être systématisée. Elle devrait être planifiée au moyen de "programmes personnels de formation sur mesure" comportant un apprentissage structuré "sur le tas" et des stages et sessions complémentaires, dans le pays ou à l'étranger. Cette formation doit s'inscrire dans les descriptions de fonctions et dans les horaires de travail des personnes qui la reçoivent et de ceux qui la dispensent. Elle doit donner lieu à une évaluation stricte et être sanctionnée par une reconnaissance salariale et professionnelle équivalente à celle apportée par des diplômes.

Nous avons vu au cours de la première partie de cette étude, jusqu'à quel point les structures de formation étaient diverses et variées, non seulement entre les pays, mais à l'intérieur même de chaque pays. Pour fins de synthèse, nous allons regrouper ces diverses possibilités de formation hors de celles offertes en milieu de travail, en deux catégories (voir la Fig.3 : Les lieux de formation): les centres complémentaires et les centres intégrés.

FIG.3 Les divers lieux de formation

- Formation systématique "sur le tas"

AU TRAVAIL

- Stages ou sessions complémentaires

- Formation professionnelle

**DANS DES CENTRES
COMPLEMENTAIRES**

- Formation théorique

- Des instituts ou centres spécialisés

**DANS DES CENTRES
INTEGRES**

- Des "HEC" de la communication
-

Formation dans des centres complémentaires

Par centres complémentaires, nous entendons ceux qui offrent des programmes de formation dans l'un ou l'autre aspect de la communication à des étudiants qui suivent ou ont suivi une formation dans un autre champ d'activité. Et nous distinguons ceux qui offrent une formation professionnelle de ceux qui offrent un enseignement théorique.

Les centres complémentaires qui offrent des formations de type professionnel sont très souvent des instituts privés ou du moins situés hors du réseau universitaire habituel. Nous croyons ces centres très utiles car ils sont à même, théoriquement du moins, de répondre aux besoins du marché du travail. Ils n'ont pas à se préoccuper de la formation dite générale de leurs étudiants. Souvent ceux-ci détiennent un diplôme de premier cycle (ou suivent de tels enseignements en parallèle) en lettres ou en sciences humaines.

Nous favorisons la création de tels centres à l'initiative privée ou sous l'égide de Ministères de la culture ou de la communication, en collaboration avec des associations professionnelles ou même des regroupements d'employeurs. Ces centres devraient avoir des liens étroits avec le monde du travail et pourraient même offrir des services de formation

continue et de recyclage. Ils pourraient faire de la formation "sur mesure et à la demande" permettant aux employeurs de résoudre leurs problèmes de formation du personnel sans avoir nécessairement à se doter d'une structure interne ad hoc.

Ce que nous dirons plus loin relativement aux méthodes pédagogiques s'appliquera également à ces centres. Souvent d'ailleurs, ils offriront leur enseignement sous forme de sessions intensives de durée variable (de quelques jours à quelques mois). Ce que nous dirons sur les contenus ne pourra s'appliquer intégralement étant donné que, volontairement, ils ne cherchent qu'à apporter des compléments de formation surtout technique. Cependant, ces centres, même s'ils sont dégagés de toute responsabilité par rapport à la formation générale de leurs étudiants, ne peuvent faire abstraction des aspects communicationnels et culturels nécessaires à toutes les personnes qui collaborent à la production d'un produit ou la fourniture d'un service culturel.

Ce que nous appelons les centres complémentaires qui offrent une formation théorique, sont en général des départements d'université. Les formations qu'ils offrent posent souvent un problème aux étudiants. En effet, la plu-

part du temps, ceux-ci s'y inscrivent car ils sont intéressés par l'un ou l'autre des métiers de la communication. Ils s'inscrivent à des programmes de communication, de cinéma, d'audiovisuel, etc. dans l'espoir de compléter la formation de base qu'ils ont acquise au niveau du premier cycle ou qu'ils acquièrent simultanément dans d'autres départements. Malheureusement, rarement les départements universitaires de communication sont capables de concilier l'enseignement théorique et pratique nécessaire à un apprentissage minimum de toute connaissance impliquant l'utilisation d'une technologie.

Si l'on conçoit les enseignements dispensés par de tels départements comme complémentaires à ceux reçus dans d'autres facultés, ils peuvent être très valables. En effet la communication est un élément de formation utile, pour ne pas dire indispensable, pour des personnes qui se spécialisent dans pratiquement n'importe quelle discipline, particulièrement en sciences commerciales, sociales et humaines. Nous croyons que c'est là un rôle que devraient assumer plusieurs départements de communication d'universités.

Mais, dans ce cas, il faut éviter toute confusion chez les étudiants et ne pas risquer de faire de la fausse représentation. En effet, de tels départements ne préparent

pas nécessairement au marché du travail dans le monde de la communication. De nombreux étudiants s'en sont rendu compte à leur grand désespoir, à leur sortie de l'université. Ces départements ne peuvent assurer cette préparation pour deux raisons principales: en général le corps professoral est composé d'universitaires qui n'ont pas d'expérience concrète de la production de biens culturels, et ils ne disposent pas de moyens technologiques minima.

De cette double analyse, nous pouvons formuler deux autres propositions.

Deuxième proposition :

La formation professionnelle peut être dispensée dans des centres complémentaires qui offrent des formations pointues à des étudiants qui ont déjà ou qui acquièrent en parallèle une solide formation générale. Ces centres collaborent étroitement avec les intervenants du marché du travail. Ces formations n'ont pas à prendre en compte la formation générale des candidats, mais doivent se préoccuper de leur donner, outre la formation technique, une sensibilisation aux dimensions communicationnelle et culturelle.

Troisième proposition:

La formation en communication dispensée généralement dans les départements universitaires, à moins qu'elle ne puisse marier parfaitement théorie et pratique, ne prépare pas au marché du travail mais constitue un complément de formation offert à des étudiants de différentes disciplines. Il est essentiel d'éviter toute confusion à cet effet dont les étudiants feraient les frais.

Formation dans des centres intégrés

Par centres intégrés, nous entendons ceux qui donnent une formation complète, générale et professionnelle, à leurs étudiants. De plus nous établissons une distinction supplémentaire entre ceux qui offrent une formation spécialisée dans un domaine précis, par exemple, le cinéma ou le journalisme, et ceux qui constituent des sortes de grandes Ecoles polyvalentes de communication semblables aux grandes Ecoles de gestion comme les HEC..

Les centres intégrés de type spécialisé offrent généralement une formation de trois à quatre ans, se situant au niveau du premier cycle universitaire. Souvent le recrutement se fait par concours et le nombre d'étudiants admis par promotion est très limité afin de permettre une formation professionnelle de haut niveau. En général, il y a un équilibre assez satisfaisant entre la théorie et la pratique. Le seul problème de ces établissements consiste parfois dans leur difficulté de tenir en compte l'évolution rapide, aussi bien des nouvelles technologies que celle des lieux de travail. Aussi leurs finissants n'ont-ils pas toujours suffisamment de polyvalence pour leur permettre de s'adapter aux aléas du marché du travail.

En fait, cette nécessité d'une plus grande polyvalence est déjà ressentie et c'est ainsi que les écoles de cinéma, un peu partout dans le monde, tendent à devenir maintenant des écoles de cinéma et de télévision; que les écoles de journalisme se voient forcées d'intégrer de nouvelles filières de formation telles les relations publiques ou la communication institutionnelle.

Ce type de centres fait face à un autre problème, celui des coûts exorbitants de formation. En effet, le petit nombre d'étudiants et le besoin d'un encadrement pédagogique et technique très grand crée un ratio encadrateurs/étudiants très élevé, souvent plus de 1 pour 1 (c'est-à-dire, un employé par étudiant). Les investissements techniques sont coûteux également car si l'établissement veut rester à la fine pointe technologique, les équipements doivent être remplacés rapidement. Même si les nouvelles technologies sont beaucoup plus simples d'opération et d'entretien et relativement moins chères que les anciennes, elles doivent s'appuyer sur des infrastructures hautement spécialisées et requièrent un personnel peu nombreux mais très qualifié.

Il est justifié de se poser des questions sur la possibilité pour de tels établissements de se développer et de proliférer à un moment où tous les pays sont confrontés aux coûts élevés de l'éducation. Une chose est certaine, dans bien des pays en voie de développement, notamment en Afrique, de tels centres ne peuvent se justifier que s'ils ont une vocation régionale. De plus, il serait important que ces centres oeuvrent de façon très étroite avec des médias ou des centres de production existants, permettant à leurs étudiants de travailler "en grandeur nature". Depuis longtemps, les facultés de médecine ont compris que la formation des futurs médecins ne pouvait se faire sans une relation étroite avec les hopitaux; pourquoi ne pas transposer ce modèle ? Cela pourrait être un moyen de pallier au manque de ressources techniques.

Il est un autre type de centres intégrés que l'on peut imaginer et qui conviendrait peut-être plus au développement actuel des fonctions liées à la communication en général ainsi qu' à la production de biens et à la fourniture de services culturels, en particulier. En effet, il suffirait de regrouper dans une même structure administrative l'ensemble des filières de formation reliées à ces fonctions. C'est ce que font déjà plusieurs grandes

universités américaines qui ont de véritables facultés de communication.

Il s'agit de créer des sortes de HEC de la communication. Il est d'ailleurs facile de faire des analogies entre une Ecole des Hautes Etudes Commerciales et une Ecole des Hautes Etudes de la Communication. La première prépare non seulement aux diverses fonctions liées à la gestion des entreprises, depuis la comptabilité jusqu'au marketing, en passant par la gestion des ressources humaines aussi bien que celle des stocks, mais prépare également autant au monde des affaires qu'à celui de la grande administration publique. La seconde Ecole pourrait préparer aux fonctions liées aux médias, du journalisme à la gestion de ces médias en passant par la réalisation et la production de biens culturels, aussi bien qu'à des fonctions dans l'entreprise, dans la fonction publique ou sur le terrain.

Une grande Ecole de communication pourrait disposer de moyens importants car elle pourrait recevoir de nombreux étudiants répartis dans diverses filières. Un système pédagogique "par crédits" (ou unités de valeurs) permettrait d'établir des profils de formation variés tout en ayant des cours communs à plusieurs filières. La dimension culturelle pourrait être facilement prise en compte dans un tel

établissement qui regrouperait de nombreuses ressources humaines et matérielles.

Cette Ecole, tout comme le font les HEC, pourrait offrir divers niveaux de formation -1er, 2ème et 3ème cycle. Elle pourrait avoir un impact dans son milieu en offrant des programmes de formation permanente pour les personnels déjà engagés sur le marché du travail, sous forme de cours du soir ou de sessions intensives. Elle pourrait aussi permettre à des personnes formées dans des écoles techniques d'acquérir des formations complémentaires liées à la production de documents audiovisuels. Une production culturelle est une oeuvre collective, un travail d'équipe. Il serait bénéfique que tous les membres des équipes, quel que soit leur rôle, soient formés ensemble, dans un même lieu.

La création de tels centres n'est pas nécessairement utopique. Dans bien des cas, ils pourraient être constitués par le regroupement de ressources existantes dispersées dans divers départements universitaires, ou dans divers établissements. Le regroupement de ces multiples énergies permettrait de constituer un centre de recherches multidisciplinaire sur la communication. Regroupant sous le même toit une équipe de professeurs-chercheurs formés de

théoriciens et de praticiens, d'universitaires et d'hommes de métier (de communicologues et de communicateurs), ce Centre pourrait devenir un lieu privilégié d'innovation.

Compte tenu de ces réflexions, nous pouvons à nouveau formuler les propositions suivantes :

Quatrième proposition

Les centres spécialisés de formation professionnelle doivent élargir leurs vocations en fonction de l'évolution du marché du travail. Ainsi par exemple, on aurait intérêt à regrouper l'enseignement du cinéma et de la télévision. De même la formation dispensée, même si elle est pointue, doit laisser suffisamment de place à la polyvalence pour que les étudiants puissent s'adapter aux possibilités du marché du travail.

Cinquième proposition :

Le regroupement des diverses formations aux métiers de la communication pourrait donner lieu à la création de "Hautes Ecoles de Communication". Ce nouveau type de HEC permettrait de créer des centres d'excellence et d'innovation capables de donner aux futurs producteurs et diffuseurs de biens et services culturels, une approche commune prenant en compte les dimensions communicative et culturelle de leur fonction.

LES CONTENUS ET LES METHODES DE FORMATION

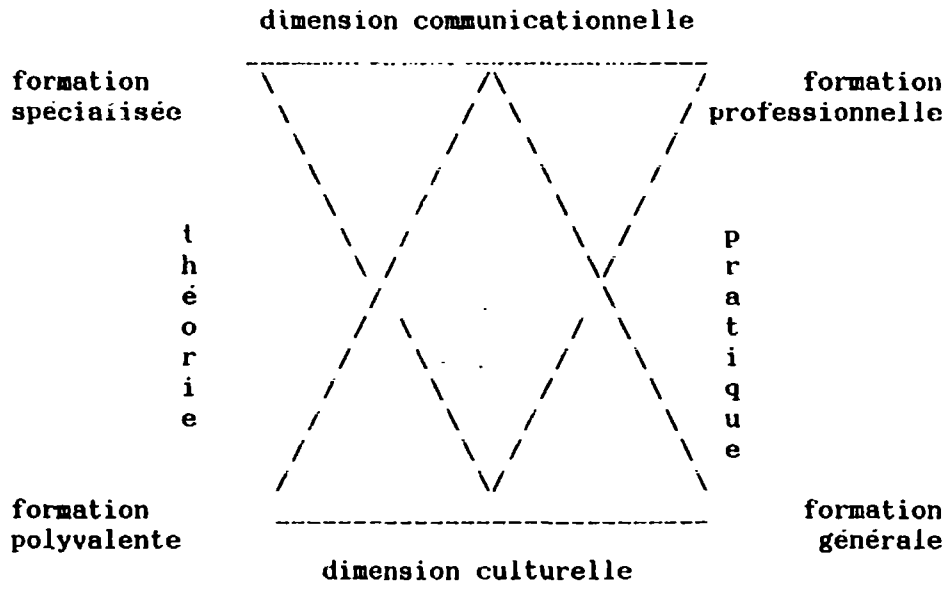
Il ne faut pas dissocier contenus et méthodes, les deux sont intrinsèquement liés, tout comme le fond et la forme dans un document audiovisuel. Nous allons articuler nos commentaires autour de quatre couples d'idées dialectiques :

- approche théorique/approche pratique,
- formation générale/formation professionnelle,
- formation polyvalente/formation spécialisée,
- dimension culturelle/dimension communicationnelle,

(voir FIG.4 page suivante).

Depuis longtemps, dans les écoles professionnelles américaines, on utilise le modèle des pyramides inversées pour établir les programmes de formation. C'est celui que nous proposons pour guider notre analyse.

FIG. 4 Contenus et méthodes de formation



Le modèle s'utilise de la façon suivante: imaginons un cours de trois ans, la première année correspond au premier tiers de la pyramide, la seconde, au centre des deux pyramides et la troisième, au sommet. La pyramide du bas, qui repose sur sa base, se réfère à la formation générale, à la formation polyvalente et à la dimension culturelle; celle du haut, inversée, se réfère à la formation professionnelle, à la formation spécialisée et à la dimension communicationnelle. Chaque pyramide symbolise le temps relatif consacré à ces différentes formations.

Approches théoriques/approches pratiques

Dans la figure 4, voyons, en premier lieu, les deux axes verticaux qui se rapportent aux deux approches, théorique et pratique. Ces deux approches sont omniprésentes dans toute la formation. Il ne faudrait pas, par exemple, prétendre que la formation générale doit être dispensée de façon théorique alors que la formation professionnelle doit l'être de façon pratique. Sur le plan pédagogique, théorie et pratique doivent être en constante inter-action, quelque soit l'enseignement ou l'apprentissage en cours. Ce ne sont pas des temps successifs que nous préconisons. La théorie ne

doit pas nécessairement précéder la pratique dans une démarche d'apprentissage. C'est le va et vient constant entre l'action et la réflexion qui est le plus formateur et, dans notre domaine de formation, absolument essentiel.

Cette intégration théorie/pratique, action/réflexion permet d'atteindre des objectifs qui ne soient pas que cognitifs, mais également affectifs et psychomoteurs. Dès que l'on a recours à des technologies, il faut intégrer en soi le savoir (aspect cognitif) et le savoir-faire (aspect psychomoteur). Or cette intégration suppose un nouveau savoir-être (aspect affectif) qui ne s'acquiert pas de façon purement intellectuelle mais qui passe par des expérimentations sensorielles.

Formation générale/formation professionnelle

Cette dialectique formation générale/formation professionnelle se pose de façon différente dans les écoles intégrées qui offrent un enseignement de 1er cycle et dans les départements de communication des universités ou dans les centres complémentaires de formation. Les écoles professionnelles peuvent se permettre d'adapter les

programmes de formation générale aux besoins de leurs étudiants. Par exemple, cette formation ne sera pas la même dans une école de journalisme où l'on mettra l'accent sur une formation sociale, politique, économique, que dans une école de cinéma, où l'on valorisera les enseignements de l'esthétique, de l'histoire de l'art et de la littérature. Dans les départements universitaires, la formation générale sera offerte sous forme de cours dispensés dans d'autres départements. Certains de ces cours seront définis comme obligatoires et d'autres offerts au choix.

En fonction du modèle des pyramides inversées, le temps consacré à cette formation générale devrait être plus grand en première année qu'en troisième. Lorsque cela est possible ces deux types d'enseignement devraient être intégrés le plus possible, par exemple les travaux de pratique professionnelle portent sur des sujets étudiés dans des cours de formation générale. Il y aurait beaucoup moins de dichotomie entre les deux et l'étudiant aurait une vision plus intégrée des connaissances. De même, il faut être vigilant et éviter de créer deux corps professoraux distincts et parfois antagonistes, l'un composé des professeurs d'enseignement général, l'autre des professeurs d'enseignement professionnel.

Formation polyvalente/formation spécialisée

Voilà une autre possibilité d'affrontement au sein des équipes pédagogiques, le conflit entre la polyvalence et la spécialisation. Des choix doivent être faits dans le partage des temps disponibles de formation. Nous croyons, pour notre part, que tout étudiant doit avoir au début de sa formation, une vision théorique et une initiation pratique aux différentes facettes du métier de communication qu'il a choisi. Un réalisateur de télévision ou de cinéma qui n'aurait pas une connaissance minimale du montage, aurait, à notre sens, une formation incomplète. De même que le monteur qui ne comprendrait pas les fonctions du réalisateur aurait une vision partielle de son travail.

Strictement sur le plan de la formation, la polyvalence nous apparaît comme essentielle, car la production d'un document audiovisuel est une oeuvre d'équipe. Le fonctionnement même d'un média est le produit de l'action de nombreux spécialistes qui doivent, pour bien interagir, être capables de comprendre ce que font leurs collègues. Dans beaucoup de professions, on se rend compte de plus en plus du danger de la spécialisation trop poussée ou trop hâtive. Notre pyramide inversée permet d'établir un équilibre.

Outre les raisons pédagogiques, la polyvalence est aussi une nécessité par suite de l'évolution constante du marché du travail. Plus un étudiant a une formation pointue, plus il aura de la difficulté à retomber sur ses pieds, s'il ne peut trouver de débouchés dans son domaine précis de spécialisation. En outre, les technologies et les méthodes de travail évoluent tellement rapidement, qu'il est important que le jeune professionnel ait une formation le rendant capable de s'adapter à des conditions de travail différentes de celles qu'il a connues pendant sa formation. Les responsables des écoles n'ont qu'à consulter leurs anciens étudiants pour être convaincus de la nécessité de la polyvalence.

Dimension culturelle/dimension communicationnelle

Pendant toute la durée de la formation, les étudiants doivent être sensibles aux deux dimensions, culturelle et communicationnelle, de leurs fonctions. La dimension culturelle est inhérente à la production de toute oeuvre, audio ou scripto, audiovisuelle ou scriptovisuelle. En effet, étant le produit intellectuel d'un être humain ou d'une équipe, étant destinée à d'autres êtres humains ou à d'autres groupes, cette oeuvre est à la fois le fruit et la semence de culture.

Pour être sensibles à cette dimension culturelle, il faut que les étudiants y soient sensibilisés. Cela peut se faire au début de leur formation, non pas seulement sous forme d'un enseignement formel, mais également en intégrant cette sensibilisation dans l'ensemble de la formation, aussi bien de la formation générale que de la formation professionnelle. Ainsi, par exemple, lors de l'évaluation d'une production d'étudiants, il importe non seulement d'en

disséquer les variables techniques mais également d'en analyser les éléments culturels.

Il importe aussi que les personnes qui se préparent à travailler à la production ou à la diffusion de biens culturels soient sensibles aux aspects communicationnels de leur travail. En effet, il faut connaître et comprendre les mécanismes qui entrent en jeu dans la communication. Il faut pouvoir tenir compte des différents éléments qui constituent ce système ouvert d'interrelations des hommes, entre eux et avec leurs médias. Cette sensibilité qui leur sera aussi indispensable lors de leur pratique professionnelle, s'acquiert par un enseignement formel, à la fois théorique et pratique, de la communication comme système, de ses langages comme moyens d'expression et de ses moyens technologiques comme médias de communication.

Nouvelles propositions

Par rapport aux contenus et méthodes, nous pouvons donc maintenant formuler quatre nouvelles propositions:

Sixième proposition:

Dans toutes démarches pédagogiques, il ne faut jamais dissocier théorie et pratique, ni les mettre en séquences systématiques. Un va et vient constant entre réflexion et action permet un apprentissage susceptible d'atteindre des objectifs non seulement cognitifs, mais également affectifs et psychomoteurs.

Septième proposition:

Dans les centres qui donnent une formation complète à leurs étudiants, il faut tenter d'intégrer le plus possible la formation générale et la formation professionnelle. Même dans les cas où la formation générale n'est pas de la responsabilité directe du centre de formation, il faut que la formation professionnelle prenne en compte la formation générale. Il ne faut pas dissocier, pas plus dans la formation que dans la pratique professionnelle, les aspects techniques des aspects humains.

Huitième proposition:

Un équilibre s'impose entre la formation polyvalente et la formation spécialisée tant pour des raisons pédagogiques que professionnelles. La polyvalence doit développer des facultés d'adaptation aux différentes conditions de travail et à l'évolution technologique. La spécialisation donne des compétences pointues requises dans la pratique professionnelle.

Neuvième proposition:

Toute personne appelée à produire ou à diffuser des produits ou des services culturels doit être sensible aux dimensions, culturelle et communicationnelle, de son action. Pour cela, elle doit y être sensibilisée de façon formelle et non formelle tout au cours de sa formation. C'est l'une des responsabilités essentielles de toutes les structures de formation.

LES PROGRAMMES DE RECHERCHES

Les responsables de la formation des personnels de production et de diffusion des biens et services culturels ont aussi des responsabilités à assumer par rapport à la recherche, car formation et recherche devraient toujours aller de pair.

Il y a deux catégories de recherches auxquelles on peut songer: les recherches de type pédagogique liées à l'aspect formation de ces personnels, et les recherches appliquées liées aux méthodes de production et de diffusion des biens culturels. Nous pourrions ajouter une troisième catégorie, celle de la recherche fondamentale en communication, notamment celle portant sur les théories elles-mêmes. Cependant ce type de recherche dépasse le cadre de cette étude. De toutes façons, les centres sont appelés à y toucher par le biais des autres recherches et notamment par celui des recherches de type pédagogique.

Les recherches de type pédagogique

Enseigner une science, un art ou une technique demande, non seulement, une connaissance théorique et pratique de cette science, de cet art ou de cette technique, mais également une réflexion consciente sur sa démarche pédagogique. L'enseignement est une forme de communication et une telle réflexion devient une réflexion sur la communication.

Nous croyons que toutes les structures de formation, que ce soit une direction de la formation dans un média ou un centre de formation comme tel, devraient systématiser cette réflexion. En premier lieu, les responsables de la formation devraient prévoir des temps de réflexion, sortes de "journées pédagogiques" pour permettre à tous ceux qui sont engagés dans le processus de formation, enseignants de carrière ou professionnels vacataires, d'échanger leurs expériences communes et de confronter leurs démarches. Lors de ces journées d'études, des spécialistes de la pédagogie pourraient être invités à présenter des techniques didactiques ou même à animer des ateliers de formation.

En outre, chaque formateur doit compléter ses connaissances, théoriques, s'il est praticien, pratiques, s'il est théoricien. Quelqu'un a dit un jour : "il n'est de meilleur façon d'apprendre que d'enseigner". A cette occasion, le formateur doit prendre connaissance de travaux de base sur la communication, ses langages, ses technologies, pour pouvoir situer son champ d'enseignement à l'intérieur d'une démarche communicationnelle la plus complète possible.

Les centres de formation peuvent améliorer leurs approches pédagogiques d'une autre façon, en mettant sur pied un programme de recherches/action didactiques. Ces recherches peuvent permettre de tenter des expériences pédagogiques pilotes, de développer des méthodes et du matériel didactique. Pour être valables, elles doivent bénéficier d'un certain financement, impliquer des équipes d'enseignants et même, s'il y a lieu, des étudiants de 2ème cycle. Il importe aussi que les résultats obtenus par ces expériences pilotes soient communiqués aux collègues et que, chaque fois que la chose est possible, ces expériences soient réinvesties dans l'ensemble des programmes.

Les écoles professionnelles ont tendance à négliger la recherche en la considérant comme du temps perdu ou moins productif que celui consacré directement à l'enseignement. C'est là évidemment une erreur grave.

Les recherches appliquées

Les centres de formation devraient être des centres d'innovation. Les personnes engagées dans l'enseignement ont un certain recul par rapport à la pratique quotidienne d'un métier ou d'une profession. C'est à eux qu'incombe le rôle de chercher de nouvelles façons de résoudre un problème, d'aborder une solution, de développer de nouvelles techniques ou de nouvelles façons de les utiliser. Voilà le rôle que jouent, ou que devraient jouer, les universités, les grandes écoles et les centres de formation en général.

Dans le domaine de la production et de la diffusion des biens et services culturels, l'innovation est requise. Le développement technologique est très rapide, il est fait sous la pression des ingénieurs et des techniciens et il y a une sorte de dynamique technologique interne qui fait que l'évolution est endogène. Au point que l'utilisateur ne précède plus cette évolution mais a peine à la suivre, le besoin ne crée pas l'organe, mais l'organe crée le besoin. Or les centres de formation forment des utilisateurs, donc c'est à eux qu'incombe la responsabilité de développer, sinon de nouvelles techniques, du moins, de nouvelles façons de se les approprier.

Nous croyons que ces centres doivent favoriser des recherches appliquées sur les méthodes de production et de diffusion des produits et services culturels en liaison avec le milieu professionnel. Des équipes mixtes, représentant le milieu de la formation comme celui du travail, seraient les plus à même d'innover et surtout peut-être de systématiser les innovations, les leurs et celles des autres. Ces recherches serviraient non seulement à faire le pont entre ces deux milieux, mais éviteraient que le centre de formation ne dispense une formation désuète. Un enseignant qui montre à ses étudiants ce que lui-même a appris 10 ou 20 ans plus tôt, ne leur rend pas service car la situation a évolué surtout dans le secteur de la communication.

La dialectique recherche/enseignement est absolument nécessaire pour que les centres de formation soient à même de former des personnes qui seront capables de s'adapter à des conditions de travail de l'an 2000. Or dans le domaine

des technologies de communication, le XXIème siècle sera sans doute très différent du XXème siècle. Et c'est à celui-là que nous devons préparer nos étudiants.

Dernières propositions

Nous pouvons maintenant conclure cette étude en formulant deux dernières propositions qui ont trait à la recherche dans les centres de formation.

Dixième proposition:

Toutes les structures de formation doivent se préoccuper de leur démarche pédagogique. L'un des moyens de ce faire est de mettre sur pied des recherches/actions permettant de définir des méthodes et de produire du matériel didactique. Ces recherches/actions peuvent prendre la forme de projets pédagogiques pilotes.

Onzième proposition:

Les centres de formation se doivent d'être des centres d'innovation. A cette fin, ils doivent favoriser la poursuite de recherches appliquées, en collaboration avec le milieu du travail, pour développer de nouvelles méthodes de production et de diffusion des biens et services culturels compte tenu de la disponibilité de nouvelles technologies. C'est à cette condition qu'ils seront capables de former les personnels de communication qui exerceront leur métier au XXI^{ème} siècle.

LISYE DES SOURCES CONSULTÉES
ET ANNOTATIONS

1. AMERICAN FILM INSTITUTE. Guide to College Courses in Film and Television. Princeton, N.J., Peterson's Guide, 1980. 334p.
2. KIELY, Michael; SZELLES, Jean. The Guide to Film, Television and Communication Studies in Canada 1985/ Le guide des programmes d'études offerts au Canada en cinéma, télévision et communication 1985. Ottawa, Institut canadien du film, 1984. 270p.
3. MACBRIDE, Sean. Voix multiples un seul monde, Vers un nouvel ordre mondial de l'information plus juste et plus efficace. Rapport de la Commission internationale d'étude des problèmes de la communication. Paris, La Documentation française, Nouvelles Editions Africaines, Unesco, 1980. pp. 289-290
4. Perspectives de la formation régionale en matière de communication. Réunion d'experts sur la coopération entre les établissements régionaux de formation dans le domaine de la communication. Paris, 19-22 avril 1983. Paris, Unesco, 1983. p. 2
5. Ibid. 3, p. 289
6. Danish Film School. Bridging the Gap : Analysis of Needs, Survey of Resource, Proposals. Copenhagen, Danish Film School, 1982. 236 p.
7. Ibid., p. 48

8. Conférence intergouvernementale sur les politiques de la communication en Afrique: Yaoundé (Cameroun) 22-31 juillet 1980. Document de travail. Paris, Unesco, 1980. p. 42
9. Ibid.
10. Conférence intergouvernementale sur les politiques de la communication en Asie et en Océanie: Kuala Lumpur (Malaysie) 5-14 février 1979. Document de travail. Paris, Unesco, 1979. p. 34
11. Ibid. 4, p.31
12. Ibid.4, p.32
13. Ibid.4, p.13
14. Présidée par M. Jean-Denis Bredin, cette commission a été mandatée afin d'étudier le système français de formation au cinéma et à l'audiovisuel. On pourra prendre connaissance des grandes conclusions des travaux de cette commission en consultant les documents suivants:
 "L'enseignement des métiers du cinéma et de l'audiovisuel" in Informations CNC, no 213 (oct.-nov. 1984). pp. 1-5
 FLOT, Tonnick. "Réforme de l'enseignement du cinéma et de l'audiovisuel" in Cinéma, no 311 (nob. 1984), p.2-3
 AGNBL, J. "Une nécessaire restructuration" in Problèmes Audiovisuels, no 23 (Janv.-fév. 1985). pp.48-50

15. EDGERTON, Gary. " An Introduction to the American Film Industry ", in Journal of Film and Video (winter 1984). pp. 42-43, 54-55
16. Ibid. 2
17. Voici une définition de la culture telle qu'exprimée par un penseur africain, M. Hampathe Bah : "La culture est un être, l'écriture est l'ombre de cet être. Nous, en Afrique, on vit en plein soleil de midi, en plein soleil de midi il n'y a pas d'ombre mais cela ne signifie pas qu'il n'y ait pas d'être".
18. Ces expressions sont de Jean Cloutier. Elles se retrouvent dans certains de ses travaux dont : L'Ère d'EMREEC ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média. Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2ième édition, 1976. 257p.
19. "Les travailleurs de l'audiovisuel" in Problèmes audiovisuels, no 18 (Mars-avril 1984). p. 1
20. TELETEXTB: terme général utilisé pour désigner le service unilatéral de transmission d'informations sur un écran de télévision muni d'un décodeur. Au moyen d'un clavier, l'utilisateur sélectionne une page d'informations parmi un ensemble de pages diffusées en permanence sur un canal de télévision.
- VIDEOTEX: Technique permettant la visualisation, sur un poste de télévision équipé d'une interface spécifique, d'informations issues d'une ou plusieurs bases de données.

21. L'Institut international de la communication a organisé en avril 1985 un Séminaire international sur la notion de communication institutionnelle et a publié les actes de ce colloque.

 22. Institut international de la communication. "Situation de l'audio-visuel dans les universités. Etude et répertoire." in La Revue de l'AUPELF, vol. XV, no 2 (décembre 1977). 670p.
-

BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

American Film Institute. Guide to College Courses in Film and Television. Princeton, N.J., Peterson's Guide, 1980. 334p.

Septième édition de ce répertoire donnant la liste des collèges et universités américaines qui offrent des programmes de cours dans le domaine du cinéma et de la télévision : présentation de ces programmes, des diplômes offerts, des conditions d'admission, etc.

BAKR, Yahya Abou; LABIB, Saad; KANDIL, Handy. Le développement de l'information dans les pays arabes. Besoins et priorités. Paris, Unesco, 1984. 62p.

Etude sur la nature et la situation des moyens de communication de masse dans les pays arabes : radio, télévision, presse écrite, agence de presse, réseaux de communication, technologie. Le contenu et la circulation de l'information, la recherche, la formation des professionnels, la coopération inter-arabe sont tous des domaines abordés par les auteurs.

BOURGES, Hervé. "La formation des journalistes africains," Afrique contemporaine, vol. 16 no 94 (nov.-déc.1977), pp. 14-18.

Après un rappel historique de la formation des journalistes africains depuis 1968, l'auteur fait la description de certaines écoles africaines: objectifs et méthodes pédagogiques, organisation et conception de l'enseignement.

Canadian Film Digest 1984 Yearbook. Toronto, Film Productions of Canada Limited, 1984. 208p.

Publication annuelle sur l'industrie cinématographique canadienne. Des renseignements sur les institutions offrant des programmes d'études dans le domaine du cinéma sont fournies.

Conférence intergouvernementale sur les politiques de la communication en Afrique: Yaoundé (Cameroun) 22-31 juillet 1980. Document de travail. Paris, Unesco, 1980. pp. 41-44

On décrit les divers types de formation professionnelle des communicateurs africains. La formation sur le tas demeure la plus courante bien que les centres nationaux et régionaux de formation prennent de l'extension. Mais leurs actions demeurent limitées, conséquences d'un manque de ressources et ne peuvent répondre à la demande toujours croissante de praticiens qualifiés. D'où la nécessité d'avoir recours à la formation à l'étranger.

Conférence intergouvernementale sur les politiques de la communication en Amérique latine et dans la région des Caraïbes: San José (Costa Rica) 12-21 juillet 1976. Rapport final. Paris, Unesco, 1976. 88p.

Les délégués à cette conférence ont souligné l'urgence de prendre les mesures nécessaires afin de remédier aux insuffisances de la formation professionnelle en communication dans tous les pays de la région. Ce sont les universités principalement qui assurent cette formation, mais l'enseignement qui y est donné ne répond pas souvent aux besoins existants.

Conférence intergouvernementale sur les politiques de la communication en Asie et en Océanie: Kuala Lumpur (Malaysie) 5-14 février 1979. Document de travail. Paris, Unesco, 1979. pp. 33-36

La conférence de Kuala Lumpur s'inscrit dans le cadre d'une série de conférences régionales intergouvernementales sur les politiques de la communication dont l'objectif est "d'échanger des données d'expérience sur les systèmes de communication considérés dans leurs rapports avec le développement économique et social" et d'arriver à "la création des infrastructures techniques de recherche et de formation nécessaires (...)". Le document de travail préparé en vue de la conférence aborde le sujet de la formation professionnelle offerte par les universités et les centres régionaux.

Danish National Film School. Bridging the Gap : Analysis of Needs, Survey of Resources, Proposals. Copenhagen, Danish Film School, 1982. 236p.

Ce document, réalisé pour le compte du Centre international de liaison des écoles de cinéma et de télévision (CILECT), est une étude de la situation des pays en voie de développement en matière de formation au cinéma et à la télévision. Rassemblées à l'aide d'un questionnaire, les données recueillies ont servi de base à l'identification des besoins de ces pays (formation de formateurs, aide à l'enseignement, équipements, etc) ainsi que les solutions pouvant être apportées par les écoles du CILECT.

"Les écoles de journalisme en France", L'Echo de la presse et de la publicité, no 1237 (21 sept. 1981). pp. 17-20.

Cette enquête indique pour chacun des établissements présentés, l'adresse, le directeur, le statut, le corps enseignant, la durée des études, le statut des étudiants, les conditions d'admission, le contenu et la sanction des études (Bibliocom 1981, pp. 25-26).

L'enseignement du cinéma. Lyon, Centre d'études et de recherches théâtrales, cinématographiques et télévisuelles, Université Lyon II, 1974. 91p.

Rédigé grâce à la collaboration d'auteurs de pays différents, cet ouvrage analyse l'enseignement du cinéma au Canada, en Espagne, aux Etats-Unis, en France, en Pologne et en Suisse.

La formation de journalistes et communicateurs africains dans le contexte du nouvel ordre de la communication: compte-rendu de la Rencontre internationale sur la formation de journalistes et communicateurs africains tenue à Dakar, Sénégal, du 15 au 18 juin 1981. Montréal, Institut international de la communication, 1981. 111p.

D'anciens étudiants des écoles de journalisme et de

communication de Dakar (Centre d'études des sciences et techniques de l'information de l'Université de Dakar) et de Yaoundé (Ecole supérieure internationale de journalisme de Yaoundé), des professionnels de la radio, de la télévision et de la presse, des formateurs et des représentants d'organismes internationaux s'interrogent sur le rôle de la formation en matière de communication dans le développement des sociétés africaines (Bibliocom 1981, p. 26)

"La formation professionnelle aux métiers de l'audiovisuel", Problèmes audiovisuels, no 23 (janvier-février 1985). 60p.

Ce numéro de Problèmes audiovisuels fait suite à l'ouvrage de Jacques Oppenheim Où et comment se former à la communication audiovisuelle, publié à la Documentation française en 1979. Il rend compte des changements survenus depuis lors, tant au niveau des institutions d'enseignement que de leurs programmes d'études et de la nécessité de répondre aux besoins de formation des nouveaux métiers de l'audiovisuel.

GORDINNE, Pierre et al. La formation des animateurs et des administrateurs culturels : études pour l'Unesco. Bruxelles, Ministère de la culture française, Direction générale de la jeunesse et des loisirs [1980]. 145p.

Cet ouvrage se divise en deux parties. La première consiste en une étude de cinq institutions de formation en Belgique francophone 1) Le Centre de formation d'animateurs culturels, 2) l'Ecole ouvrière supérieure (EOS) 3) l'Institut central des cadres (ICC), 4) l'Institut national supérieur des arts du spectacle et des techniques de diffusion (INSAS), 5) le Département de communication sociale de l'Université catholique de Louvain. La seconde partie se divise en deux chapitres: 1) animation et gestion pour un développement culturel, 2) la formation des animateurs et des administrateurs culturels.

HOFFER, Wilfried. Formation des journalistes en Afrique : l'esquisse d'une vue d'ensemble. Bonn, Friedrich-Naumann-Stiftung, 1980. 168p.

Exposés présentés au premier Colloque international des Ecoles africaines de journalisme à Kinshasa du 12 au 17 décembre 1977 sur le thème: "Quel type de journalistes faut-il former?" et au deuxième Colloque à Rabat du 13 au 19 novembre 1978, sur le thème: "Méthodes de formation des journalistes orientées à la pratique". Les interventions sont en faveur de la formation de journalistes en Afrique, de l'approfondissement des connaissances sur l'Afrique et de l'intensification de l'utilisation des langues africaines (Bibliocom 1981, p.47)

KIBLY, Michael Sean; SZELLS, Jean. The Guide to Film, Television, and Communication Studies in Canada 1985/ Le guide des programmes d'études offerts au Canada en cinéma, télévision et communication 1985. Ottawa, Institut canadien du film, 1984. 270p.

MACBRIDE, Sean. Voix multiples un seul monde. Vers un nouvel ordre mondial de l'information plus juste et efficace. Rapport de la Commission internationale d'étude des problèmes de la communication. Paris, La Documentation française, Nouvelles Editions Africaines, Unesco, 1980. 367p.

Le rapport de la Commission qui a commencé ses travaux en 1977 aborde, entre autres questions, le rôle des professionnels de la communication, de la recherche et de la déontologie professionnelle. Il conclut à la nécessité d'imposer des politiques de communication qui respectent l'indépendance et le développement propre des sociétés dans une perspective de démocratisation et de coopération internationale.

N'GOSSO, Gaston Samé; RUELLE, Catherine. Cinéma et télévision en Afrique : de la dépendance à l'interdépendance. Paris, Unesco, 1983. 84p. (Communication et société : 8).

Après avoir tracé l'évolution historique du cinéma et de la télévision en Afrique, les auteurs de cet ouvrage en analysent les structures, les audiences et la programmation. Afin de stimuler la production de films, ils prônent, entre les pays africains, une

harmonisation des politiques fiscales s'y rattachant. Ils formulent un certain nombre de propositions au niveau de la formation du personnel de l'audiovisuel, de la création d'un Institut de recherche sur les moyens de communication en Afrique et dans le but de stimuler la création de cinémas nationaux.

OPPENHEIM, Jacques; Bureau d'études technico-économiques relatives à l'audiovisuel. Guide pratique où et comment se former à la communication audiovisuelle en France, Paris, La Documentation française, 1979. 336 p.

Répertoire des organismes français offrant des programmes d'études et de formation dans le domaine de l'audiovisuel. Le répertoire est précédé d'une étude sur les contenus des programmes d'études, le régime des études, les méthodes pédagogiques et le personnel enseignant.

PAULU, Burton. Radio and Television Broadcasting in Eastern Europe. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1974. 592p.

Fruit des recherches d'un auteur américain ayant séjourné à plusieurs reprises en Europe de l'Est, cet ouvrage présente une étude des structures et du fonctionnement de la radiodiffusion dans cette région du monde. Quelques informations sur la formation des personnels de la radiodiffusion sont données.

Perspectives de la formation régionale en matière de communication. Réunion d'experts sur la coopération entre les établissements régionaux de formation dans le domaine de la communication: Paris, 19-22 avril 1983. Paris, Unesco, 1983. 44p.

Ce document examine l'évolution et la situation présente de la formation des professionnels des médias en Afrique, dans les Etats-Arabs, en Asie et dans le Pacifique, dans les Caraïbes et en Amérique latine. Les auteurs, après avoir identifié les problèmes inhérents à chacune des régions, proposent un certain nombre de solutions à caractère international, tel le soutien et

le développement de centres régionaux de formation.

ROSE, Ernest D. World Film & Television Study Resources. A Reference Guide to Major Training Centers and Archives. Bonn, Friedrich-Ebert Stiftung, 1978. 421 p. (A Mass Media Manual).

Répertoire des principaux centres de formation dans le domaine du film et de la télévision à travers le monde: Europe, Moyen-Orient, Océanie, Amérique latine, Amérique du Nord.

The Education of the Film-Maker. An International View. Paris, Unesco, Washington, The American Film Institute, 1975. 182p.

Etude sur la formation des cinéastes et du personnel production télévisuelle en Afrique, en Belgique, en France, en Inde, au Japon, au Mexique, en Suède, en Union Soviétique, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et en Yougoslavie. Les problèmes spécifiques de formation de chacune des régions couvertes sont discutées.